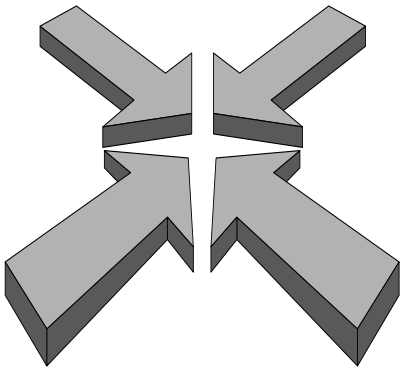
NAZİLLİ TİCARET ODASI



NAZİLLİ'DEKİ KOBİ'LERİN GENEL DURUMU VE SORUNLARI

Editörler

Hasan GÜRAK - Sedat AZAKLI

Proje koordinatörü

Turgay PAYAMOĞLU

NTO Çalışma Raporu No: 1

Temmuz - 2000

Ö N S Ö Z

Küçük ve orta boy işletmeler (KOBİ'ler) tüm dünyada olduğu gibi Türkiye için de oldukça büyük bir öneme sahiptir. Esnek bir ekonomik örgütlenmeye sahip olan KOBİ'lerin yeni sanayilere de kolayca adapte olmaları mümkündür. Türkiye açısından KOBİ'lere dayalı büyüme stratejileri refahı arttırabileceği gibi, gelirin daha adil dağılımı sağlayıp ihracatı da arttırması mümkündür. Yüksek enflasyon sebebi ile kamu maliyesi sağlıksız işlemekte ve bundan en fazla KOBİ'ler etkilenmektedir.

Enflasyonla mücadele programı ile birlikte KOBİ'ler de desteklenerek daha fazla istihdam sağlanabilir. Avrupa Birliği kapısında KOBİ'lerin desteklenmesi, teknolojik değişimlere hızlı uyum sağlaması ile gelir dağılımında adaleti sağlayarak bölgesel kalkınma farklılıklarını ortadan kaldırarak topyekun ülkenin kalkınmasına büyük hizmetleri dokunması mümkündür.

Türkiye açısından bu derece öneme sahip KOBİ'lerin Nazilli'deki durumunu ve sorunlarını ortaya koymaya çalıştığımız bu çalışmaya Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğretim elemanlarının, Nazilli Ticaret Odasının, NAZGİAD (Nazilli Genç İşadamları Derneği) ve NASİAD'ın (Nazilli Aktif İşadamları Derneği) büyük katkıları olmuştur.

Bu sebeple çalışmanın gerçekleştirilmesi için katkılarda bulunan Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğretim elemanlarına, Nazilli Ticaret Odasına, NAZGİAD (Nazilli Genç İşadamları Derneği), NASİAD'a (Nazilli Aktif İşadamları Derneği) ve anketimize katılan tüm işletmelere sonsuz teşekkürlerimizi sunarız.

Bu çalışmanın yayınlanması ve toplumun değişik kesimlerinin yararlanabilmesine vesile olan Nazilli Ticaret Odası Meclisi, Yönetim Kurulu ve Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Mehmet GACAR beye de değerli katkılarından dolayı ayrıca şükranlarımızı sunarız.

Dr. Hasan GÜRAK, Dr. Sedat AZAKLI, Arş. Gör. Turgay PAYAMOĞLU

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No:
Ö n s ö z	**i**
İçindekiler	**ii**
Tablolar Listesi	**iii**
Grafikler Listesi	**ivv**
Bölüm:1 Nazilli'deki Kobi'lerin Genel Durumlari Ve Sorunlari	**1**
Bölüm: 2 Eğitim	**7**
Bölüm:3 Mevzuat	**14**
Bölüm:4 Teknoloji ve Verimlilik	**22**
Bölüm: 5 Finansman	**30**
Bölüm: 6 Pazarlama	**35**
Bölüm: 7 İhracat	**40**

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo: 1-1 Firma Statüsü 2

Tablo: 1-2 Firmaların Faaliyette Bulunduğu Sektörler 3

Tablo: 1-3 Üretimde İthal Girdi Oranları 4

Tablo: 1-4 Şirketlerin Coğrafik Pazar Dağılımı 4

Tablo: 1-5 Çalışanların Sayısına Göre Firma Dağılımı 5

Tablo: 1-6 Kullanılan Özkaynakların Miktarı (Temmuz-1997) 5

Tablo: 1-7 Kullanılan Kalite Sistem Belgesi 6

Tablo: 2-1 Yöneticinin Eğitim Durumu? 8

Tablo: 2-2 Eğitime Göre Üretimde Yeni Teknolojiler Hakkında Bilgi Edinebilme 10

Tablo: 2-3 İşletme Mevzuatı İle İlgili Gelişmeleri Takip Edebiliyor Musunuz ? 10

Tablo: 2-4 Gümrük Birliği'nin İşletmenizi Nasıl Etkileyeceği Hakkında Bilgi Sahibi misiniz ? 11

Tablo: 2-5 Ürün Kalitesinde Batı Standartları Hakkında Bilgi Edinebiliyor musunuz? 11

Tablo: 2-6 Aşağıdaki KOBİ'lere Destek Veren Kuruluşlar Hakkında Bilgi Sahibi misiniz? 12

Tablo: 2-7 Araştırma Geliştirme İçin Bu Yıl Ne Kadar Kaynak Ayırdınız ? 12

Tablo: 3-1 İşletme Yönetiminde Başarıyı Olumsuz Etkileyen Faktörler 156

Tablo: 3-2 Üretim Artışında Devletten Beklentiler (yüzde olarak) 18

Tablo: 4-1 Nazilli İlçe Merkezindeki KOBİ'lerin Sektörel Dağılımları 24

Tablo: 4-2 Kapasite Kullanım Oranları 25

Tablo: 4-3 Kullanılmayan Kapasite Nedenlerinin Önem Sıralaması 27

Tablo: 5-1 İşletme Yönetiminde Başarıyı Olumsuz Yönde Etkileyen Faktörler 312

Tablo: 5-2 Kredi Kullanımında Karşılaşılan Sorunlar 32

Tablo: 5-3 Üretim Artışında Devletten Beklentiler 33

Tablo: 6-1 Ürünlerin Satışında Kullanılan Kanallar 36

Tablo: 6-2 Ürünlere Olan Talebi Olumsuz Yönde Etkileyen Faktörler 37

Tablo: 6-3 Ürünlerin Pazarlanmasında Kullanılan Reklam Türleri 37

Tablo: 6-4 İç ve Dış Pazarlarla İlgili Bilgileri Edinme Yolları 38

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik: 2-1 İşletme Kurma Fikri Nereden Doğdu? 7
Grafik: 2-2 Üretimde Yeni Teknolojiler Hakkında Bilgi Edinebiliyor Musunuz? 9
Grafik: 4.1 % 41-60 Kapasite İle Çalışan Firmaların Sektörel Dağılımları 25
Grafik:4.2 % 21-40 Kapasite İle Çalışan Firmaların Sektörel Dağılımları 26
Grafik: 4.3 % 0-20 Kapasite İle Çalışan Firmaların Sektörel Dağılımları 26
Grafik: 4.4 AR-GE İçin Ayrılan Pay 278
Grafik: 4.5 Ürün Kalitesini Geliştirmede Karşılaşılan Sorunlar 28
Grafik: 4-6 Teknolojik İhtiyaçların Giderilmesinde Pazarlar Hakkındaki Bilgi 28
Grafik: 4.7 Üretim Aşamalarında Verimlilik Ölçümleri 29
Grafik: 4.8 Teknolojiyi Yenilemede Herhangi Bir Kuruluşa Danışılıyor mu? 29
Grafik: 7-1 İhracat Gerçekleştirme Oranları 40
Grafik: 7-2 İhracatta Karşılaşılan Sorunların Öncelik Sıralaması 42
Grafik: 7-3 İhracat Oranları 42
Grafik: 7-4 İhracat Yapmayan KOBİ'lerin Çalıştırdığı Personel Sayısı Dağılımı 43
Grafik: 7-5 İşletmenin Plana Alınmış En Önemli Hedeflerinin Öncelikleri 44
Grafik: 7-6 KOBİ'lerin Öncelikli Sorunları 45

Bölüm : 1
NAZİLLİ'DEKİ KOBİ'LERİN GENEL DURUMLARI VE SORUNLARI*

Küçük ve orta boy işletmeler (KOBİ'ler) gelişmiş ülkelerde olduğu gibi Türkiye ekonomisinde de üretim, istihdam, verimlilik, ihracat gibi konularda çok önemli bir konuma sahiptir. Örneğin, Türkiye'de tüm işletmelerin yüzde 98'ini KOBİ'ler oluşturmakta ve istihdamın yüzde 76.7'sını, üretimin yüzde 38'ini, ihracatın yüzde 8'ini gene KOBİ'ler gerçekleştirmektedir. KOBİ'lerin ürünlerinin bir çoğu düşük kaliteli olmasına karşın fiyatları da düşük olduğu için gelir seviyesi az olan kitlelerin taleplerini karşılamada önemli bir rol oynamaktadır. KOBİ'ler ülkenin her tarafına yayıldıkları için bölgesel gelir dağılımı açısından da olumlu katkıda bulunmakta ve kentlere göçü önlemede önemli bir etken olmaktadırlar. Bu özelliklerinin yanı sıra KOBİ'ler büyük işletmelere kıyasla daha esnek bir işletme yapısına sahip olduklarından konjonktürel dalgalanmalara da daha kolay uyum sağlarlar.

Ülke ekonomisine büyük katkıları olan KOBİ'lerin maalesef bir çok sorunları da vardır. Bunların başında gelenleri finansman, pazarlama, kalifiye eleman kıtlığı ve bürokratik engellerdir. Gelişmiş ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de bu tür sorunların üstesinden gelebilmek için devlet, çeşitli vakıflar ve mesleki örgütler tarafından önlemler alınmakta, teşvikler verilmektedir. Ancak bu tür katkıların KOBİ'lerin sorunlarını çözmeye yeterli nitelik ve niceliğe sahip olduğunu maalesef söyleyemeyiz. Örneğin KOBİ'lerin en önemli sorunlarından biri olarak görünen finansman konusunda engellerin henüz aşılmaktan çok uzakta olduğunu gözlemlemekteyiz.

Ülke genelinde KOBİ'ler çeşitli sorunlarla karşılaşırken acaba Nazilli'de durum nedir? Nazilli'deki KOBİ'lerin ülkedeki diğer KOBİ'lerle benzer sorunları var mıdır? Veya hangi alanlarda farklılıklar yaşamaktadırlar? Ne tür bir üretim yapısına sahiptirler? Kalifiye eleman bulma sorunu yaşanıyor mu? Kredi bulma sorunlarını aşabilmişler mi?

---

* Dr. Hasan GÜRAK

Çağdaş yönetim ve pazarlama tekniklerini biliyorlar mı? Üretimin ne kadarı ihraç ediliyor? Bürokratik engeller sorun olmaya devam ediyor mu?

İşte bu sorulara yanıt bulabilmek amacıyla Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde görevli 15 akademik personelin katılımı ve Nazilli Ticaret Odası, Nazilli Genç İş Adamları Derneği (NAZGİAD) ile Nazilli Aktif Sanayici İş Adamları Derneği (NASİAD)'nin katkıları ile 1997 yazında durum tespiti yapmak amacıyla iki ay süren bir anket çalışması gerçekleştirdik.

Nazilli, Türkiye'deki ilçeler arasında zenginlik açısından yapılan sıralamada 910 ilçe arasında GSMH içindeki % 0.33'lük payıyla 69'ncu sırada yer almaktadır. Aralarında Nazilli'nin de bulunduğu en zengin 100 ilçe GSMH'nın % 64.38'ini üretmektedir (Ekonomik Forum, 15-03-1997). Nazilli'nin bu konumda bulunmasında gelişmenin anahtarı olan KOBİ'lerin çok önemli bir rolü olduğunu görüyoruz.

Nazilli'de üretim yapan resmen kayıtlı 117 işletmenin 84'ü (yaklaşık yüzde 70'i) anketimize katıldı. Elde edilen veriler ve bulgular sırasıyla EĞİTİM, MEVZUAT, TEKNOLOJİ-VERİMLİLİK, FİNANS, PAZARLAMA ve İHRACAT başlıkları altında konuya yakın ilgi duyan akademisyenler tarafından değerlendirildi ve Nazilli'deki sorunların Türkiye genelinde yaşananlardan pek farklı olmadığı ortaya çıktı. Bu bölümü izleyen bölümlerde ilgili kişilerin ana konularla ilgili **kişisel** izlenimleri, vardığı sonuçlar ve çözüm önerileri sunulmuştur.

Nazilli'deki KOBİ'lere genel olarak baktığımızda firmaların % 34'ünün şahıs şirketi, %52'sinin ise Limitet Şirket olduğunu görüyoruz. Anonim şirketlerin oranı sadece % 11. Şahıs şirketlerinin çokluğu kapitalist burjuva geleneğinin fazla gelişmemiş olduğunun bir göstergesi sayılabilir (Tablo: 1-1).

Tablo: 1-1 Firma Statüsü

	Sayı	***%***
Limitet Şirket	44	52
Şahıs Şirketi	29	34
Diğer	11	12

Tablo: 1-2 Firmaların Faaliyette Bulunduğu Sektörler

	Sayı	***%***
Tekstil-Giyim-Deri	23	27
Gıda-İçki-Tütün	15	17
Metal Eşya-Makine	10	10
Taş-Toprak Ürünleri	9	10
Kimya-Kömür-Plastik	7	8
Orman Ürünleri-Mobilya	6	7
Tarım Ürünleri	5	5
Diğer	5	5
Metal Ana Sanayi	4	4
Kağıt-Basım	-	-

Nazilli'deki KOBİ'lerin %27'si, yani en büyük oranı, Türkiye genelinde olduğu gibi, tekstil-giyim-deri sektöründe faaliyette bulunuyor. İkinci büyük faaliyet alanını ise %17'lik oranla gıda-içki-tütün sektörü oluşturmaktadır. Metal eşya-makine ile taş-toprak ürünleri ise % 10'ar payla üçüncü sırada yer alıyorlar (Tablo: 1-2). Denizli gibi bundan 25-30 yıl önce Nazilli ile gelişmişlik ve sanayileşme açısından pek çok benzerlikleri olan bir ille karşılaştırdığımız zaman özellikle tekstil-giyim üretiminin çok az geliştiğini gözlemliyoruz. Denizli'de bir çok firmanın ürünleri uluslararası pazarlarda önemli bir pay almışken Nazilli'de ancak bir-iki firmanın bu boyutlarda iş yapabildiğini görüyoruz.

Tablo: 1-3 bize KOBİ'lerin imalatlarında büyük işletmelere göre çok daha düşük oranda ithal girdi kullandığını göstermektedir. Gelişmekte olan ülkelerin hemen hemen hepsinde bu özelliği gözlemliyoruz. Nazilli'deki şirketlerin %77'sinin üretimde düşük oranda ithal girdi kullanması, %9'unun ise hiç ithal girdi kullanmaması bu şirketlerde üretim artışının getireceği ithal girdi artışının ülke geneli ortalamasından daha düşük olacağını göstermektedir. Dolayısıyla söz konusu şirketlerdeki üretim artışı ülke ortalamasından daha az oranda döviz harcamasını gerektirecektir.

Tablo: 1-3 Üretimde İthal Girdi Oranları

	Sayı	*%*
% 1-10	65	77
% 11-25	4	4
% 26-50	5	5
% 51 +	2	2
İthal Girdi Kullanmıyor	8	9

Nazilli KOBİ'lerinin % 21'i ürünlerini ilçe içinde, % 13'ü il içinde, % 45'i ise tüm yurtta pazarlamaktadırlar. Başka bir deyişle, firmaların % 34'ü il sınırları içindeki pazarları hedef almakta, yurt sathındaki pazarlara ulaşamamaktadır (Tablo: 1-4). Pazar hedeflerinin büyütülmesi hem şirket gelirlerini arttıracak hem de ölçek ekonomisi sayesinde maliyetlerin daha da düşmesine olanak sağlayabilecektir. Dış pazarlara yönelik çalışan firmaların oranı ise % 20. Gümrük Birliği üyesi olan ve AB ile tam üyeliği amaç edinen Türkiye'de daha çok firmanın AB pazarlarını da yurt içi pazarlar gibi değerlendirip, hedef büyütmeleri gerekmektedir.

Tablo: 1-4 Şirketlerin Coğrafik Pazar Dağılımı

	Sayı	*%*
Yurt içi	38	45
İlçe içi	18	21
Uluslar arası	17	20
İl içi	11	13

Çalışan işçi açısından değerlendirdiğimizde Nazilli'deki KOBİ'lerin % 65'inin 10 kişiden az, % 81'inin ise 25 kişiden az işçi çalıştırdığını görüyoruz (Tablo: 1-5). Bu bize işletmelerin çoğunluğunun oldukça küçük işletmelerden oluştuğunu gösteriyor. 100 kişiden fazla işçi çalıştıran firma sayısının sadece 3 olması, küçük işletmelerin anahtar konumda olduğunun başka bir göstergesidir.

Tablo: 1-5 Çalışanların Sayısına Göre Firma Dağılımı

	Sayı	*%*
1- 9 kişi	55	65
10-24 kişi	14	16
25-49 kişi	8	9
50-99 kişi	4	4
100-149 kişi	-	-
150-199 kişi	1	1
200 + kişi	2	2

Kullanılan özkaynakların Ağustos-1997 tarihi itibariyle TL olarak miktarı Nazilli KOBİ'lerinin finansal sıkıntılarının açık bir göstergesidir. Tablo:1-6'ya göre işletmelerin büyük bir kısmı, yani % 42'si, 5 milyar TL'nin altında bir özkaynağa sahiptir. 10 milyar TL altında özkaynak kullanan işletmelerin oranı % 64; 20 milyar TL'den daha az özkaynakla faaliyette bulunanların oranı ise % 84'dür. Avrupa Birliği KOBİ'leri ile kıyaslandığında Nazilli'deki bir çok işletmenin ancak çok küçük işletmeler statüsünde yer alabileceği görülmektedir.

Tablo: 1-6 Kullanılan Özkaynakların Miktarı (Temmuz-1997)

Milyar TL	*Sayı*	*%*
1 - 4	36	42
5 - 9	19	22
10 – 19	17	20
20 – 49	5	5
50 – 99	3	3
100 +	4	4

CE, ISO 9000, TSE gibi kalite sistem belgeleri konusunda maalesef Nazilli'deki KOBİ'lerin pek duyarlı olmadıkları görülmektedir. Avrupa Sertifikası anlamına gelen

CE belgesi sahibi hiçbir işletme ankette gözükmezken, başka bir uluslararası kalite belgesi olan ISO 9000'e sadece 2 (iki) işletmenin sahip olduğu görülmektedir. 47 işletme ise hiçbir kalite belgesine ihtiyaç duymadan üretimini sürdürüyor (Tablo: 1-7). GB kurallarının ve normlarının tam olarak uygulandığı bir Türkiye'de kalite belgesi olmayan işletmelerin fazla rekabet şanslarının olabileceği hiç düşünülmemektedir. Kalite belgesine pek rağbet edilmemesi aynı zamanda Nazilli'deki tüketicilerin haklarının tam olarak korunamadığı ve yetersiz kalitede malları kullanmaya mahkum edildiği anlamını taşımaktadır.

Bu çalışmanın amacı sorunları ayrıntıları ile ortaya koymak ve kesin çözüm önerileri sunmak değildir. Çünkü iki ay gibi kısa bir sürede böylesine kapsamlı bir çalışma yapmak mümkün değildir. Ancak, bu çalışmadaki bulgulardan yola çıkılarak daha ayrıntılı akademik çalışmaların yapılabileceğine inanıyoruz. Dolayısıyla bu çalışma genel hatları ile durum tespiti yapmaya yarayan, daha ayrıntılı çalışmalara olanak sağlamak amacıyla gerçekleştirilmiş bir "**ön çalışma"** olarak değerlendirilmelidir. Üniversite-iş dünyası ortak çalışmalarının devamı sayesinde sorunları daha ayrıntılı inceleyen ve çözümler üreten çalışmaların yapılacağını **diliyor ve ümit ediyoruz.**

Tablo: 1-7 Kullanılan Kalite Sistem Belgesi

	Sayı	***%***
TSE	27	32
ISO 9000	2	2
CE	-	-
Diğer	15	17

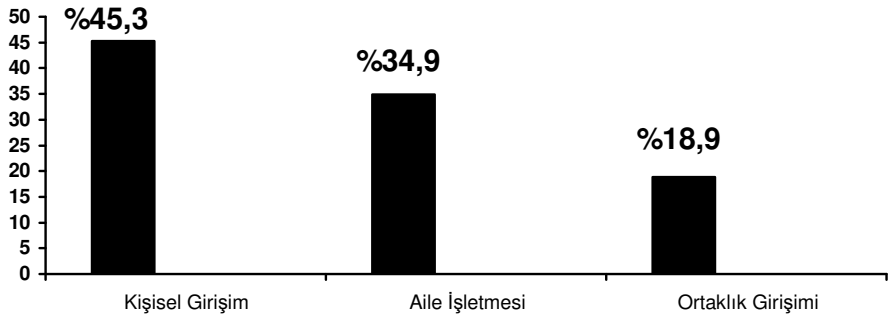
Bölüm : 2 EĞİTİM*

Globalleşme sürecinde, ekonomi alanında ülkelerin üstünlüğünde, eskiden "mukayeseli üstünlükler"olmasına karşın, şimdi "bilgi" de ileri olmak oldukça önemlidir. Bunun için sanayileşmiş ülkelerin dahi hedefi "Sanayi Ötesi Toplum" yani "Bilgi Toplumu" olmaktır. Bilgi toplumunda ideal işletme "bilgi üreten işletme"dir. Bilgi üretiminde şüphesiz kaliteli eğitim almış insan kaynakları kaçınılmaz bir önkoşuldur. Bir ülkede eğitimin kaliteli olması, o ülkedeki değerler, yargılar ve kültür seviyesi ile etkileşimdedir. Böylece, modern ekonomi anlayışına göre, bir ülkenin gelişmişliği, o ülkedeki değerler, yargılar ve kültür aşaması ile doğrudan ilişkilidir.

Anketin eğitim bölümünde, işletmelerdeki eğitim ve kültür yapısının, özellikle yöneticilerin işletme anlayışının, işletme performansı üzerindeki etkileri araştırılacaktır.

Anketten anlaşıldığı üzere, işletmelerin % 64.2'sinin birinci kuşak işletmeler olduğu ve işletme geleneğinin çok geriye dayanmadığı görülmektedir. Buna karşın, işletmelerin % 34.9'unun daha tecrübeli, yani aile işletmesi olduğu gözlenmektedir (Grafik: 2-1).

Grafik: 2-1 İşletme Kurma Fikri Nereden Doğdu?



Anketteki verilere göre işletme yöneticilerinin % 34.1'i ilkokul, % 22.4'ü ortaokul mezunu, % 20'si lise veya meslek lisesi mezunu, % 4'ü ise yüksekokul ve % 14.1'i fakülte mezunudurlar. Lisansüstü düzeyde eğitim almış olan yönetici bulunmamaktadır

* Turgay PAYAMOĞLU, Abdullah ÖZDEMİR

(Tablo: 2-1) Bu sonuçlar, yönetici konumunda olan insan kaynağının girdi faktörü olarak **az eğitimli** olduğunu göstermektedir.[1]

Tablo: 2-1 Yöneticinin Eğitim Durumu?

	%
İlkokul	34.1
Ortaokul	22.4
Lise, Meslek Lisesi	20.0
Yüksekokul	9.4
Fakülte	14.1
Lisansüstü	0.0

Profesyonel yönetici, işletmelerin % 22.4'ünde istihdam edilirken, % 77.6'sında hiç yoktur. Neden olarak, işletme sahiplerinin sadece % 45.9'u profesyonel yöneticiye ihtiyaç duyduğunu söylemiştir. % 54.1'i ise profesyonel yöneticiye ihtiyaç duymamaktadır. Buradan anlaşılacağı gibi eğitimli ve bilinçli yönetimin faydaları yeterince anlaşılamamıştır.

İşletmelerle yapılan ikili görüşmelerden anlaşıldığı üzere, profesyonel yönetici açığının iki nedenden kaynaklandığı düşünülmektedir: Birincisi finansman sorunu, ikincisi ise Nazilli'nin profesyonel yöneticiler için cazip olmadığı görüşüdür.

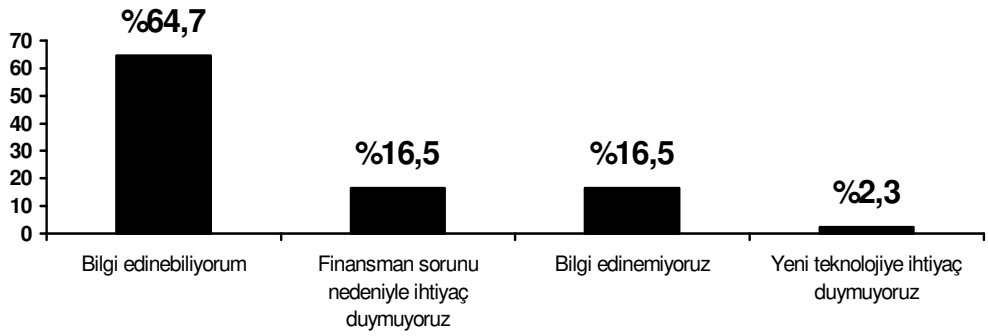
Tüm personel göz önünde bulundurulduğunda**,** işletmelerin % 52.9'u personelin eğitim düzeyini yeterli bulmakta, % 47.1'i ise yetersiz bulmaktadır. Bu rakamlar yine eğitilmiş insan kaynağı sıkıntısını yansıtmaktadır.

İşletmelerin % 64.7'si yeni teknolojiler hakkında bilgi edinebildiğini açıklarken, % 35.3'ü bilgi edinmiyor veya edinemiyor. Burada, işletmelerin üçte birinden fazlasının, bilgi edinmenin bir ekonomik değer olduğunu kavramadığını görüyoruz. Bunun yanında

[1] Yönetici olarak işletme sahibi veya en yetkili kişi kastedilmiştir.

teknolojiyi takip eden işletme sayısının % 64.7 gibi bir oranda olması olumludur (Grafik: 2-2).

Grafik: 2-2 Üretimde Yeni Teknolojiler Hakkında Bilgi Edinebiliyor musunuz?



İşletmelerin ancak % 37.6'sı mevzuatı takip ettiğini açıklarken, % 62.4'ü takip edemediğini veya yetersiz takip ettiğini bildirmiştir. İkili görüşmelerde, neden olarak "dışarıdan tutulan bir muhasebecinin var olduğu, bunun için lüzum görülmediği" açıklanmıştır. Oysa mevzuat sadece mali düzenlemelerden oluşmadığı için bu neden geçerli değildir. Burada yine bilgiye kapalılık gözlenmektedir.

1 Ocak 1996'dan itibaren Türkiye Gümrük Birliği'ne girmiştir. Bu gerçek şüphesiz KOBİ'leri yakından etkilemektedir. Ancak işletmelerin sadece % 42.4'ü Gümrük Birliği'nin işletmeyi nasıl etkileyeceği hakkında bilgi sahibi olduğunu ve % 57.6'sı bilgi sahibi olmadığını açıklamıştır.

Yöneticinin eğitim durumunu ortaya koyan Tablo: 2-1, anketin diğer bölümlerindeki ilişkili sorularla birlikte değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

İşletme faaliyetinin başarısı için önemli bir koşul yeni teknolojiyi takip etmektir. Teknolojiden faydalanmak için onu satın almak gerekmeyebilir. Teknoloji sadece maddi varlıklardan oluşmadığından, yeni gelişmeler hakkında bilgi sahibi olmak her zaman bir işletme için fayda sağlayabilir

Yöneticilerin eğitim düzeyi ile, teknolojiyi takip etme ilişkisi araştırıldığında şu sonuç ortaya çıkmıştır:

Tablo: 2-2 Eğitime Göre Üretimde Yeni Teknolojiler Hakkında Bilgi Edinebilme

	Evet %	***Hayır %***
İlk- ve Ortaokul Mezunları	64.6	35.4
Lise ve Meslek Lisesi Mezunları	58.8	41.2
Yüksekokul ve Fakülte Mezunları	70.0	30.0

Yöneticilere**,** "üretimde yeni teknolojiler hakkında bilgi edinebiliyor musunuz ?" diye sorulduğunda, Tablo: 2-2'de görüldüğü gibi üniversite mezunlarında teknolojiyi takip etme oranı % 70 iken ilk ve ortaokul mezunları % 64.6'da, hatta lise ve meslek lisesi mezunları % 58.8'de kalmışlardır. İlginç olan, lise eğitimi almış olanlar ile daha düşük eğitim almış olanlar arasında pek fark olmayışı, hatta lise mezunlarının bilgi edinme oranının 5.8 puan daha düşük olmasıdır.

Çok benzer bir ilişki yöneticilere "işletme mevzuatı ile ilgili gelişmeleri takip edebiliyor musunuz ?" sorusu sorulduğunda ortaya çıkmaktadır (Tablo: 2-3). Bu soruya karşılık "evet" olarak yüksekokul ve fakülte mezunları % 40 oranında olumlu cevap vermişlerdir.

Tablo: 2-3 İşletme Mevzuatı İle İlgili Gelişmeleri Takip Edebiliyor musunuz ?

	Evet %	***Hayır %***
İlk- ve Ortaokul mezunları	39.6	60.4
Lise ve Meslek lisesi mezunları	31.3	68.7
Yüksekokul ve Fakülte mezunları	40.0	60.0

Şüphesiz Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne girmiş olması, KOBİ'leri yakından etkilemiştir.

Yöneticilere Tablo 2-4'da "Gümrük Birliği'nin işletmenizi nasıl etkileyeceği hakkında bilgi sahibi misiniz?" sorusuna "evet" olarak yüksekokul ve fakülte mezunları % 60 oranında olumlu cevap vermişlerdir. Bu oran ilk ve orta okul mezunlarında % 35.5 ve lise ve meslek lisesi mezunlarında % 52.9'dur (Tablo: 2-5).

Tablo: 2-4 Gümrük Birliği'nin İşletmenizi Nasıl Etkileyeceği Hakkında Bilgi Sahibi misiniz ?

	Evet %	*Hayır %*
İlk ve ortaokul mezunları	35.5	64.5
Lise ve meslek lisesi mezunları	52.9	47.1
Yüksekokul ve fakülte mezunları	60.0	40.0

Bu sonuca göre, eğitim düzeyi ile Gümrük Birliği hakkında bilgilenme arasında doğru orantılı bir ilişki söz konusudur.

Öte yandan "ürün kalitesinde Batı standartları hakkında bilgi edinebiliyor musunuz?" (Tablo:2-5) diye sorulduğunda, olumlu yanıt ve eğitim düzeyi arasında çok güçlü bir ilişki gözlenmektedir. Burada lise ve meslek lisesi mezunları % 58.8, üniversite mezunları % 50.0'lık bir oranda evet cevabı verirken, ilk ve orta okul mezunları sadece % 27.1'lerde kalmıştır.

Tablo: 2-5 Ürün Kalitesinde Batı Standartları Hakkında Bilgi Edinebiliyor musunuz ?

	Evet %	*Hayır %*
İlk- ve Ortaokul mezunları	27.1	72.9
Lise ve Meslek lisesi mezunları	58.8	41.2
Yüksekokul ve Fakülte mezunları	50.0	50.0

Türkiye'de son yıllarda KOBİ'ler ile ilgili bir çok kurum ve kuruluş çeşitli hizmetler geliştirmiştir. Bu hizmetler danışmanlık, teknoloji laboratuarı desteği, finansman

sağlama gibi KOBİ'lerin bir çok ihtiyacına cevap verecek niteliktedir. Tablo: 2-6 bu kuruluşlar hakkındaki bilgilenme düzeyini göstermektedir.

Tablo: 2-6 Aşağıdaki KOBİ'lere Destek Veren Kuruluşlar Hakkında Bilgi Sahibi misiniz?

	Evet % KOSGEB	*Evet % Diğer*	*Evet % Toplam*	*Hayır % Bilmiyor*
İlk- ve Ortaokul mezunları	21.1	45.6	66.7	33.3
Lise ve Meslek lisesi mezunları	31.8	54.5	86.3	13.6
Yüksekokul ve Fakülte mezunları	44.8	41.4	86.2	13.8

Yöneticilerin eğitim düzeyi ile KOBİ'lerle ilgili kuruluşlar hakkında bilginin doğru orantılı ama yetersiz düzeyde olduğunu görüyoruz. İlginç olan, KOSGEB gibi bir kuruluşu ilk ve orta okul mezunlarının ancak % 21.1'inin, lise mezunlarının % 31.8'inin ve üniversite mezunlarının ise sadece % 44.8'inin tanımasıdır. Bu üç grup sırayla % 33.3, % 13.6 ve % 13.8 oranında KOBİ'lerle ilgili olan KOSGEB, TOSYÖV, MPM, TOBB, TÜBİTAK, Vakıfbank ve Halkbank'ın KOBİ hizmetlerinden haberdar değillerdir.

AR-GE faaliyetleri tüm ekonomi için olduğu gibi, her bir İşletme için den kaçınılmazdır. (Tablo: 2-7) "araştırma geliştirme için bu yıl ne kadar para ayırdınız ?" sorusuna ilk ve ortaokul mezunları % 10.4, lise ve meslek lisesi mezunları % 23.5, yüksekokul ve fakülte mezunları % 10.0 oranında, bütçe ayırdıklarını söylemişlerdir. Bu oranlar yetersiz kalmaktadır ve eğitim düzeyi ile bağlantılı olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo: 2-7 Araştırma Geliştirme İçin Bu Yıl Ne Kadar Kaynak Ayırdınız ?

	Ayrıldı %	*Ayrılmadı %*
İlk- ve Ortaokul mezunları	10.4	89.6
Lise ve Meslek lisesi mezunları	23.5	76.5
Yüksekokul ve Fakülte mezunları	10.0	90.0

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Nazilli'deki KOBİ'leri eğitim açısından değerlendirecek olursak, gerek işletme yöneticilerinin ve gerekse diğer personelin eğitim düzeyinin düşük olduğu gözlenmektedir.

Yönetici eğitimini işletme girdisi olarak değerlendirdiğimizde, üretimde yeni teknolojiler hakkında bilgi edinmede, işletme mevzuatı ile ilgili gelişmeleri takip etmede, Gümrük Birliği'nin etkilerini bilmede ve KOBİ'ler ile ilgili kuruluşlar hakkında bilgi sahibi olmada doğru orantılı bir ilişki olduğunu görüyoruz. Sadece AR-GE faaliyetleri ve eğitim düzeyi arasında bir ilişki görülmemektedir.

Bölüm : 3 MEVZUAT*

Bir ülkede demokrasinin, sosyal ve ekonomik istikrarın en önemli unsurlarından biri orta sınıf da olarak adlandırılan ve büyük bir çoğunluğunu küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin (KOBİ) oluşturduğu topluluktur. KOBİ'ler ülke ekonomisinin en dinamik kuruluşları olarak ekonomik gelişmenin ve sürdürülebilir kalkınmanın temel taşlarıdır.

Ekonomik istikrarın ve gelişmenin sağlanmasının yanı sıra, demokrasi ve sosyal istikrara yaptıkları katkılar dolayısıyla, AB dahil olmak üzere, gelişmiş ve gelişmekte olan bir çok ülkede KOBİ'ler büyük bir destek görmektedir.

Ülkemizde de KOBİ'lerin bu anlam ve önemlerinin gerek siyasi partiler ve politikacılar ve gerekse de merkezdeki karar organları tarafından kavranması sonucu 1996 ve 1997 yılları **KOBİ Yılı** olarak ilan edilmiş ve KOBİ'lerin desteklenmesi parti ve hükümet programlarına girmiştir. Nitekim ülkemizde KOBİ'ler imalat sanayiinde yer alan tüm işletmelerin % 98'ini, istihdamın % 53'ünü ve Katma Değerin % 38'ini oluşturmaktadır. Toplam istihdamın ise - tarım kesimi hariç- % 76.6'sını KOBİ'ler sağlamaktadır.

KOBİ'lerin en büyük problemlerinden biri finansman problemidir. Bu kuruluşlar yatırımlarını büyük oranda (% 80) öz kaynak kullanarak yapmaktadır. Bu durumda, yeterli öz kaynağı olmayan girişimcilerin bu girişimlerini gerçekleştirememeleri söz konusudur.

Bu işletmelerin en fazla yakındıkları bir diğer sorun da ağır vergi yüküdür. Bugün Türkiye'deki KOBİ'ler ağır bir vergi yükü altında bulunmakta ve ödemiş oldukları vergi türü 20'yi bulmaktadır.

Diğer taraftan KOBİ'lere rakipleri karşısında global ölçekte de rekabet gücünün kazandırılması gerekir ki; hem yurt içindeki rakipleri karşısında, hem de AB'deki rakipleri karşısında ayakta kalmaları sağlanabilsin. Bu nedenle sermayesini, çalışma gücünü ve hayallerini ortaya koyarak varolmaya çalışan bu insanların cesaret ve

---

* Ertuğrul ACARTÜRK, Tülin CANBAY

heveslerinin kırılmaması için gerek devlet tarafından, gerek bankacılık sektörü kanalıyla ve gerekse diğer sektörler tarafından teşvik edilmesi ve desteklenmesi şarttır.

Bugün gelişmiş ülkelerde KOBİ'ler enerji kredi programından, teminat programlarına, ihracat sigortasından, dış fuarlara katılım ve teşvik programlarına, mesleki eğitim programlarından alt yapı ve arsa tahsis programlarına kadar devletten destek almaktadırlar. Örneğin; AB'de KOBİ'lere vergi indirimi, nakit yardım, AR-GE faaliyetlerinin finansmanı, sosyal sigorta primlerinde indirim, faiz sübvansiyonu, devletin öz kaynak katılımı, düşük faizli kredi, vergi ertelemesi gibi destekleyici ve teşvik edici uygulamalar mevcuttur.

Ülkemizde de KOBİ'lere; çeşitli kaynaklardan sağlanan fonlar ile bir kısım finansal sorunların çözümü, enerji teşviki, yatırım indirimi, teknik yardım ve danışmanlık hizmetleri ve yurt dışında yapılacak pazar araştırması, fuar ve sergilere katılma masraflarının bir kısmının desteklenmesi şeklinde sağlanan teşvik ve yardımlar bulunmaktadır. Bu sağlanan teşvik ve yardımlar her ne kadar gelişmiş ülkelerdekine benzerlik gösterse de gerek uygulamaların yeni olması, gerekse de uygulamada ortaya çıkan aksaklıklar nedeniyle tam işlerlik kazanamamıştır. Örneğin; ülkemiz sanayide kullanılan enerji bakımından dünya ülkeleri içerisinde en pahalı ülkelerden birisidir.

Bu çalışmada Nazilli'de faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekteki firmaların devlet desteği ve dolayısıyla teşvik mevzuatı ile ilgili sorunlarına ulaşılmak istenmektedir. Bu bağlamda, Nazilli'de faaliyet gösteren 117 imalat işletmesi baz alınarak yapılan bu anket çalışmasında 84 işletme ile anket yapılmış olup, bu işletmelere devlet desteği ve teşvikler ile ilgili olarak sorulan sorular ve verilen cevaplardan yola çıkarak ulaşılan sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

İş çevreleri, "işletme yönetiminde başarıyı olumsuz etkileyen faktörler" sorusuna finansman sorununu, birinci derecede ve en önemli faktör olarak göstermişlerdir. Tablo: 3-1'den de görüleceği üzere iş çevrelerinin % 42.4'ü finansman sorunundan yakınmaktadır. Gerçekten de az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin kalkınmada temel sorunlarından birisi yurtiçi tasarrufların yetersizliğidir. Bu nedenle söz konusu ülkelerde

Tablo: 3-1 İşletme Yönetiminde Başarıyı Olumsuz Etkileyen Faktörler

	%
Finansman Sorunu	42.4
Nitelikli Eleman Bulamama Sorunu	22.3
Pazar Bulamama Sorunu	10.6
Teknolojik Yetersizlik	9.4
Bürokratik Engeller	5.9
Yabancı Dil Sorunu	5.9
Mesleğinden Farklı Bir Alanda Çalışmak	3.5

devletin dış kaynakları, yabancı sermayenin teşviki, borçlanma ve/veya başka bir şekilde ülke içine çekmesi tavsiye edilir.

Bilindiği gibi, bu ülkelerde faaliyet gösteren işletmelerin büyük bir kısmı uluslararası arenada kendilerini tanıtamamış, kredibilitesi yüksek olmayan işletmelerdir. Bu işletmelerin yurt dışındaki kaynaklardan borçlanması devlet teminatına rağmen oldukça zordur. Bu nedenle söz konusu ülkelerde devletin mümkün olduğu kadar yurtiçi tasarruflara dokunmayarak özel sektöre bırakması ve kendi finansman ihtiyacını dış kaynaklardan sağlaması daha uygundur.

Ülkemizde kamu kesiminin ekonomide ciddi bir ağırlığı vardır. Devlet, imalattan hizmet sektörüne her alanda faaliyet göstermekte ve özel sektöre rakip olmaktadır. Buna bağlı olarak da kullanılabilir kaynakların önemli bir bölümünü kamu kesimi kullanmaktadır. Bu kaynakların büyük bir kısmı devlet tarafından cari harcamalarda, KİT zararlarında ve benzeri verimsiz, üretken olmayan alanlarda kullanılmakta ve israf edilmektedir. Bu kaynakların verimli, döviz getirici, ihracata dönük alanlarda değerlendirilmesi gerekir ki, devlet iç ve dış borçlara bağımlı hale gelmesin. Aksi takdirde belirli bir süre sonra devlet borçla borç öder hale gelebilir ve ülkeden net kaynak çıkışı yaşanabilir.

1995 yılı itibariyle ekonomide kullanılabilir mali kaynakların % 70'ini devlet kullanmaktadır. Dışarıdan gelen kaynakların % 80'ini, içerden gelen kaynakların da % 57'sini devlet kullanmaktadır. Özel sektöre bu kaynakların ancak % 30'u kalmaktadır. (Girişim Dergisi, Sayı:8, s:6) Günümüzde devletin süratle asli fonksiyonlarına dönmesi, özel sektörün faaliyet yapabildiği alanlardan çekilmesi ve rakip olmaması gerekmektedir. Böylece küçülen devlet, daha az kaynağa ihtiyaç duyacak ve özel sektöre daha fazla kullanılabilir kaynak aktarımı olacaktır.

Ankette **" İşletme Mevzuatı İle İlgili Gelişmeleri Takip Edebiliyor musunuz?"** sorusuna verilen yanıtlarda, işletmelerin % 36'sı mevzuatı takip edebildiğini, diğer % 36'lık grup ara sıra takip edebildiğini ve % 28'i ise hiç takip edemediğini bildirmiştir. İşletmelerin büyük bir çoğunluğu mevzuatı takip ettiğini söylemesine rağmen, ilginçtir ki anketimizde **"İşletmenizin Sorunlarını Önem Sırasına Göre Sıralayınız"** sorusunda hiç bir işletme mevzuattaki karışıklıklardan yakınmamaktadır. Kanımızca bu çelişkinin en önemli sebebi, bu anketin yapıldığı işletmelerden sadece % 14'ünün ihracat yapması, geriye kalan % 86'sının ise iç pazara dönük üretim yapan küçük işletmelerden oluşmasıdır. Bu nedenle ihracatla pek ilgili olmayan bu işletmelerin, mevzuatla ilgili fazla bir sorun yaşaması beklenemez.

İhracata yönelik üretim yapmayan işletmelerin ise, maliye ile olan ilişkileri çoğunlukla muhasebeciler tarafından yürütülmektedir. Geriye kalan iş güvenliği, iş yeri sağlığı, kredi almada ortaya çıkan zorluklar ve bunun gibi bürokratik uygulamalar ise işletmecilere ekstra yük getirmekle beraber, işletmeler bunları ancak üçüncü dereceden bir yük olarak görmektedir. Bunun yanında ilçemizdeki işletmelerin büyük çoğunluğunun kendi yağıyla kavrulan, dış dünyadan kopuk, suya sabuna dokunmadan varlığını devam ettirmeye çalışan küçük işletmelerden oluştuğu söylenebilir. Bu tip işletmelerinde mevzuatla ilgili önemli ölçüde sorunlar yaşaması beklenemez. Öyle sanıyoruz ki, mevzuat ve bürokratik engellerden şikayetler belirli bir grup işletmeden gelmiştir. Bu işletmeler daha çok kent bazında belirli bir büyüklüğe gelmiş, ihracata dönük işletmelerdir.

Kredi verirken devletin kredileri yönlendirmesi çok önemlidir. Bürokrasi etkinliğini bu konularda göstermelidir. Kredi verirken amaç, kalkınmaya en uygun ortamı yaratmak, ülkenin coğrafi imkanlarını ve doğal kaynaklarını baz alarak geleceğin sektörlerini ve ülkenin rekabet edebileceği sektörleri seçip, teşviklerini onlarda odaklaştırıp hızlı kalkınarak dünya pazarından tatmin edici bir pay almak olmalıdır.

Tablo: 3-2 Üretim Artışında Devletten Beklentiler

	%
Uzun Vadeli Düşük Faizli Kredi	62.5
Yatırım İçin Vergi İndirimi	15.0
Devlet Gölge Etmesin Yeter	12.5
Ucuz Girdi Temini	6.25
Dış Pazar Bulmada Yardım	2.5
Eximbank Kredilerinden Yararlanma Olanağı	1.25

İşletmelere üretim artışında devletten beklentileri sorulduğunda, Tablo: 3-2'den de görüldüğü gibi, işletmelerin % 62.5'inin uzun vadeli düşük faizli kredi beklentisi olduğu ortaya çıkmıştır. İlçemizdeki KOBİ'ler kredi almakta zorlandığı gibi, kredilerin niteliği (özellikle faiz oranı ve vade yapısı) konusunda da devletin desteğini beklemektedir. Ticari bankalar karşısında ekonomik yönden yeterli ve çok güçlü olmayan yapıları nedeniyle KOBİ'ler kredilerde miktar, vade, faiz oranı ve teminat açısından ölçeklerine oranla ağır kredi koşullarına muhatap olmaktadırlar.

KOBİ'lerin kredi almada karşılaştığı zorlukların süratle ortadan kaldırılması gerekmektedir. Özellikle Gümrük Birliği sürecine girilmesiyle birlikte üçüncü ülkelere Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) uygulamak zorunda kalan KOBİ'lerin, artan girdi fiyatları nedeniyle rekabet güçlerini kaybetmemesi için, devletin düşük faizli ve orta vadeli krediler ile bu işletmeleri desteklemesi şarttır. Bunun yanında kredi alırken bankalar tarafından istenen teminat miktarı uygulamada alınan kredinin iki katına kadar çıkmasına yol açmaktadır. Bu teminat miktarının işin hacmi de göz önüne alınarak makul bir seviyeye çekilmesi sağlanmalıdır.

İşletmelerin % 15'i ise yatırım için vergi indirimi istemektedir. Ülkemizde, 96/8615 sayılı "Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Yatırımlarında Devlet Yardımları Hakkında Karar" ile yerli makine ve teçhizatta KDV desteği uygulamasına başlanmıştır. Bu karar hükümlerinden sadece imalatçı KOBİ'ler yararlanabilecektir. Yeni makine ve teçhizat satın alan KOBİ'ler ödedikleri KDV'yi teşvik olarak geri alabileceklerdir.

Tablo: 3-2'de işletmelerin devletten beklentilerinin ne olduğu sorusuna % 12.5'lik kısım "devlet gölge etmesin yeter" şeklinde bir yanıt vererek devletten hiçbir beklentileri olmadığını, ancak köstek de olmamasını beklediklerini belirtmiştir. Tablo: 3-1'de ilçemizdeki işletmeler bürokrasiden ve bürokratik engellerden yakınmaktadır. Hantal bir bürokrasi yapısı olan ülkemizde ve özellikle ihracata yönelik işletmelerin çok muzdarip olduğu bürokrasiden Nazillili iş çevrelerinin haklı olarak şikayet ettiğini görüyoruz. Bu çerçevede gereksiz bürokratik engellerin kaldırılması, mevzuatın güncelleştirilerek anlamsız formalitelerden arındırılması ve neticede devletin işletmelere her alanda destek ve yol gösterici olması gerekmektedir

Nazilli'de çok kimsenin parası olduğu tahmin edilmekte, ancak bunların bir araya gelip ellerindeki kaynakları yatırıma dönüştürecek cesaretleri bulunmamaktadır. Bu durumda devlet, yatırım iklimini iyileştirmeli, gerekli alt yapıyı tamamlayarak mali mevzuatı uygun hale getirmeli ve makine ve teçhizat ithalinde yatırımcıyı daha özgür bırakarak teşvik etmelidir. Ayrıca yukarıda değindiğimiz gibi, devlet bankaları yoluyla girişimciyi yönlendirmeli ve bürokratlarla iş çevrelerinin uyum içinde çalışmaları sağlanmalıdır. Bunu için de sanayici - bürokrasi - üniversite üçgeninde işbirliği gerçekleştirilmelidir. Ayrıca işletmelerin, özellikle KOBİ'lerin kurulması ve gelişmesi ile ilgili gereksiz **İdari, Mali ve Hukuki** engellerin de kaldırılması gerekir. Bu bağlamda, genç girişimcilere yönelik iş kurma ve destekleme ile ilgili teşvik edici programlar uygulanmalıdır.

Gümrük Birliği'nin (GB) Türk KOBİ'lerine ne tür fırsatlar ve ne tür mükellefiyetler getirdiği iş çevrelerinde önemli bir çoğunluk tarafından henüz bilinmemektedir. AB'nin kendi KOBİ'lerine verdiği desteklerden ve Türk KOBİ'lerine vereceği teşviklerden , Türk KOBİ'lerinin maalesef bilgisi yoktur. Nitekim; **"Gümrük Birliği'nin işletmenizi**

nasıl etkileyeceği hakkında bilgi sahibi misiniz?" sorusuna işletmelerin % 55'i hayır cevabını vermiştir. Bu işletmelerin çok kolaylıkla ulaşabilecekleri GB mevzuatını takip etmediğini göstermektedir. Bu durum, bizde, işletme sahiplerinin büyük bir bölümünün mevcut işinden memnun olduğu, daha fazla büyümek, dışa açılmak gibi bir idealden uzak olduğu düşüncesini yaratmaktadır. "Bir hırka, bir lokma yeter" felsefesinin kurtlar sofrasında yeri yoktur. Hızla küreselleşen ve adeta büyük bir köye dönen dünyamızda, işletmeler dünyayla yarışmaya, rekabet etmeye hazır olmalılar. Aksi takdirde sırtlarındaki hırka ve ellerindeki lokmadan da olacaklardır.

Türkiye'nin GB çerçevesinde AB'den KOBİ'ler için yararlanabileceği, Türkiye ve AB arasındaki mali işbirliği programı ile Avrupa Topluluğu Yatırım Ortaklığı programları adı altında iki ana Avrupa Birliği kaynağı bulunmaktadır. Mali işbirliği programı kapsamında iki temel kaynaktan söz etmek mümkündür. Birincisi, AB ile Türkiye arasında gerçekleştirilen GB çerçevesindeki Özel Eylem programı, İkincisi de Türkiye'nin de içinde yer alacağı AB'nin Yeni Akdeniz Politikası kapsamındaki MEDA programıdır

Belli başlı finansman araçlarından birisi Avrupa Yatırım Bankası'dır. Avrupa Yatırım Bankası, sanayinin uluslararası arenada rekabet gücünün artırılması ve bunun tüm üye ülkeleri kapsayacak şekilde entegrasyonunun teşvik edilmesi amacıyla oluşturduğu özel fonlarla büyük, orta ve küçük ölçekli yatırımları finanse ederken, KOBİ yatırımlarını da dolaylı olarak kendi global kredilerini kullanarak desteklemektedir. Global fonlar ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde faaliyet gösteren aracı finans kurumları tarafından akdedilmiş olup ekonomik, teknik ve finansman kriterler dikkate alınarak bankanın da onayıyla kullanılabilmektedir. Bu krediler özellikle KOBİ'lerin endüstriyel yatırımları, hizmetler (öncelikle turizm) ve tarım sektörlerinin yanı sıra; bölgesel gelişme, çevre koruma, enerji ve ulaşım konularında da AB amaç ve hedeflerine katkıda bulunan küçük ölçekli altyapı yatırımlarında kullanılmaktadır.

Sonuç olarak, dinamik yapıları, yarattıkları katma değer ve istihdam olanakları ve kalkınmaya katkıları açısından anahtar sektör olarak kabul edilen KOBİ'ler, pek çok ülke tarafından ulusal, bölgesel ve yerel bazlarda hazırlanan çeşitli politikalar ve

programlar ile desteklenmekte ve teşvik edilmektedir. Bu politikaların amacı, girişimciliği daha kolay hale getirerek ve gereksiz bürokrasiden doğan mükellefiyetleri en aza indirerek,ülkedeki teşebbüs ruhunu, yaratıcılığı, üretkenliği arttırmaktır. Bu bağlamda,

1. KOBİ'lerin finansman sorunu acil olarak çözülmelidir.
2. Düşük faizli ve uzun vadeli krediler sağlanmalıdır.
3. Mevzuattaki karışıklıklar giderilerek, mevzuat açık ve anlaşılır duruma getirilmelidir.
4. Gereksiz bürokrasiden ve kırtasiyecilikten KOBİ'ler arındırılmalıdır.
5. KOBİ'ler üzerindeki ağır vergi yükü azaltılmalıdır.
6. Devlet tarafından enerji teşviki, yatırım indirimi... vb. teşviklerle KOBİ'ler desteklenmelidir.
7. Kredi almada karşılaşılan zorluklar ortadan kaldırılmalıdır.
8. KOBİ'lere yönelik Eximbank kredilerinin miktarı arttırılmalıdır.
9. Girişimcilik teşvik edilerek ana sanayinin yanında güçlü bir yan sanayi (KOBİ) oluşturulmalıdır.

Bölüm : 4 TEKNOLOJİ VE VERİMLİLİK*

Hızlı bir gelişim sürecinde olan ve globalleşen dünyamızda ekonomik açıdan da bir dinamizm söz konusudur. Bu değişim tabii ki Türkiye açısından da kaçınılmazdır. Bu süreç içerisinde hem dünyada hem de Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (KOBİ)'in önemini yitirdiğini düşünmek yanlıştır. Tam aksine KOBİ'lerin önemi günümüzde daha da artmıştır. KOBİ'lerin artan sosyoekonomik önemini iyi kavrayan gelişmiş ülkelerde bunlarla ilgili uzun ve kısa vadeli etkili politikalar geliştirilmekte, bu politikalar titizlikle uygulanmakta ve ortaya çıkan sorunlara danışmanlık firmaları tarafından çözümler üretilmektedir.

Rekabetçi bir piyasa ekonomisi içerisinde KOBİ'ler ekonomik kalkınma ve gelişmenin temel unsurlarıdır. KOBİ'ler, bölgesel istihdam yaratarak küçük yerleşim birimlerinden büyük şehir merkezlerine göçün durmasını sağlarlar. Böylece ekonomik kalkınma ve sanayileşme sürecinde bölgeler arasında denge sağlayıcı bir rol oynarlar. Bunun yanında ülkenin her yerine dağılmış olduklarından, milli gelirin dengeli dağılımında etkin rol oynarlar.

Ekonomik istikrarsızlığın özellikle son yıllarda arttığı Türkiye'de, bu istikrarsızlığa hassas olan KOBİ'lerin sorunları da giderek artmaktadır. KOBİ'lerin temel sorunu olan finansman sorunu, büyük ölçüde tedarik, üretim, pazarlama, teknolojik gelişme ve ihracat konularındaki sorunların da kaynağını teşkil etmektedir.

Sanayi Bakanlığı, KOSGEB, TOSYÖV, MPM, TOBB, TÜBİTAK, Vakıfbank, Halk Bankası, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Sermaye Dış Ticaret Kuruluşları ve Özel Danışmanlık Şirketleri KOBİ'lere teknoloji, finans, pazarlama gibi konularda danışmanlık hizmetleri vermektedir. Ancak bu kurum ve kuruluşların destekleri iş başındaki hükümetler tarafından KOBİ'lerle ilgili etkin politikalar üretilip titizlikle uygulanmadıkça yetersiz kalmaya mahkumdur. Özellikle Sanayi Bakanlığı'na burada önemli sorumluluklar düşmektedir.

---

* Funda ÇONDUR, Hasan SELİM

Sanayi üretiminde rekabet gücünün kazanılması ve sürekliliğin sağlanması için teknolojide atılım yapmak, yenilikleri yakalamak, yeni ürünler geliştirmek gerekmektedir. Firmaların ayakta kalabilmesi ve uluslararası pazarlarda yer alabilmesi için teknolojiyi yakından izleyebilmeleri, onlardan yararlanabilmeleri günümüz koşullarında kaçınılmazdır.

Büyük işletmeler bu yeniden yapılanmaya daha kolay uyum sağlayabilmektedir. Bazıları kendi bünyelerinde AR-GE (Araştırma-Geliştirme) birimleri kurmakta ve geliştirmektedirler. KOBİ'ler için teknolojik altyapı oluşturmak, buna uygun personel istihdam etmek her zaman mümkün olmamaktadır. Bu ölçekteki firmaların AR-GE yatırımlarını gerçekleştirmesi ise boyutları itibariyle akılcı değildir. Bu amaçla girişimcilere bu konuda destek veren kurumlara ihtiyaç doğmuştur. Türkiye'de 1980 sonrasında "Teknoloji Geliştirme Merkezi" olarak kurulan teknoparklar girişimcilere altyapı ve danışmanlık hizmetleri sağlamaktadır. Ülkemizin bilimsel ve teknolojik altyapısını güçlendirmek, uluslararası pazarlardaki rekabet gücünü arttırma potansiyeli taşıyan öncelikli bilimsel ve teknolojik araştırma ve geliştirme alanlarını tespit etmek, izlemek ve bu alanlardaki çalışmaları teşvik etmek, özel sektör- üniversite- kamu kuruluşları arasındaki bağları güçlendirmek amacıyla 1991 yılında "Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı" kurulmuştur.

Nazilli ilçe merkezinde faaliyet gösteren KOBİ'lerle ilgili yapılan araştırmada firma sayısının 117 olduğu saptanmıştır. Bu firmalardan 84'ünden anketle ilgili veriler alınabilmiştir. Bu veriler göz önünde bulundurularak ankete katılan işletmelerin **teknoloji ve verimlilik** açısından durumu belirlenmiş ve konu ile ilgili sonuç ve değerlendirmeler aşağıda sunulmuştur.

Ankete katılan firmaların hangi sektörlerde faaliyet gösterdikleri ve sektör dağılımları ile ilgili sonuçların ortaya konulması için yöneltilen soru sonucu aşağıdaki veriler elde edilmiştir. Tablo: 4-1'e göre, Nazilli ilçe merkezindeki firmaların bulundukları sektör itibariyle dağılımında % 27'lik payla tekstil, giyim, deri sektörü birinci sırada yer almaktadır. Bunu sırasıyla % 17'lik oranla gıda, içki, tütün sektörü; % 10'luk oranla metal eşya-makine-teçhizat sektörü izlemektedir. Tekstil, giyim, deri sektöründe faaliyet

gösteren firmaların yüzde dağılımının yüksek olmasının temel nedenleri arasında hammadde ve malzeme temininde sorun yaşanmaması, vasıfsız işçi çalıştırılabilir olması ve işçi ücretlerinin düşük olması yer almaktadır. Bunun yanı sıra, ülke genelinde olduğu gibi yatırımların tekstil sektörüne yönelmesi Nazilli'deki KOBİ'lerde de açıkça görülmektedir.

Tablo: 4-1 Nazilli İlçe Merkezindeki KOBİ'lerin Sektörel Dağılımları

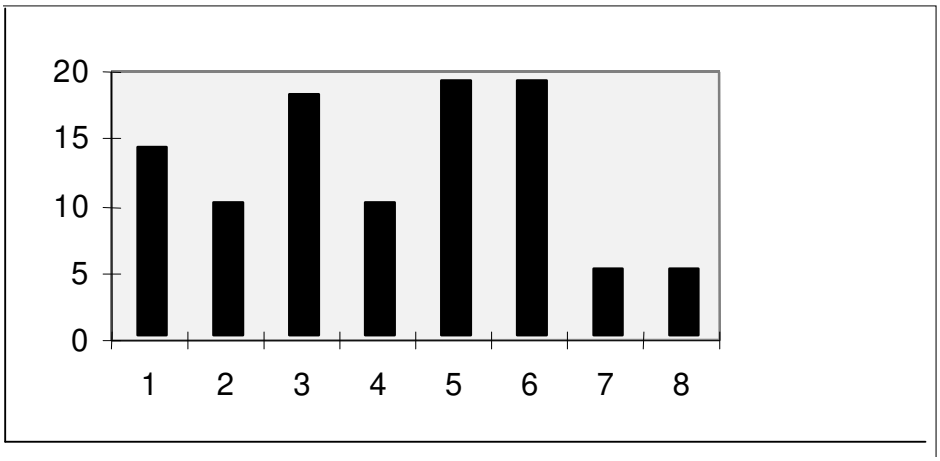
Sektörler	***Firma sayısı***	***%***
Tekstil, Giyim, Deri	23	27
Gıda İçki Tütün	15	17
Metal Eşya, Makine Teçhizat	10	10
Taş, Toprak Ürünleri	9	10
Kimya, Kömür, Plastik	7	8
Orman Ürünleri ve Mobilya	6	7
Tarım Ürünleri	5	5
Metal Ana Sanayi	4	4
Diğer	5	5
Kağıt ve Basım	-	-
TOPLAM	84	

Ankete katılan firmalara teknoloji ve verimlilik konusunda yöneltilen **"firmanız kapasitesinin yüzde kaçıyla çalışmaktadır?"** sorusuna verilen yanıtlardan alınan sonuçlar Tablo: 4-2'de görüldüğü üzere % 25'lik payla kapasite kullanımı % 41-60 oranda yoğunlaşmaktadır. Kapasite kullanım yoğunluğu % 22'lik payla kapasitenin % 21-40 bölümünde ikinci sırada bulunmaktadır. Nazilli'deki KOBİ'lerde tam kapasiteyle çalışan firmalar % 8'lik paya sahiptir. İşletmelerde kullanılmayan kapasite bulunmasının nedenleri arasında birinci sırada finansman yetersizliği yer almaktadır.

Tablo: 4-2 Kapasite Kullanım Oranları

Kapasite Kullanım Oranları (%)	*Firma sayısı*	*%*
0-20	17	20
21-40	18	22
41-60	21	25
61-70	10	12
71-80	5	6
81-90	6	7
91-100	7	8
TOPLAM	84	100

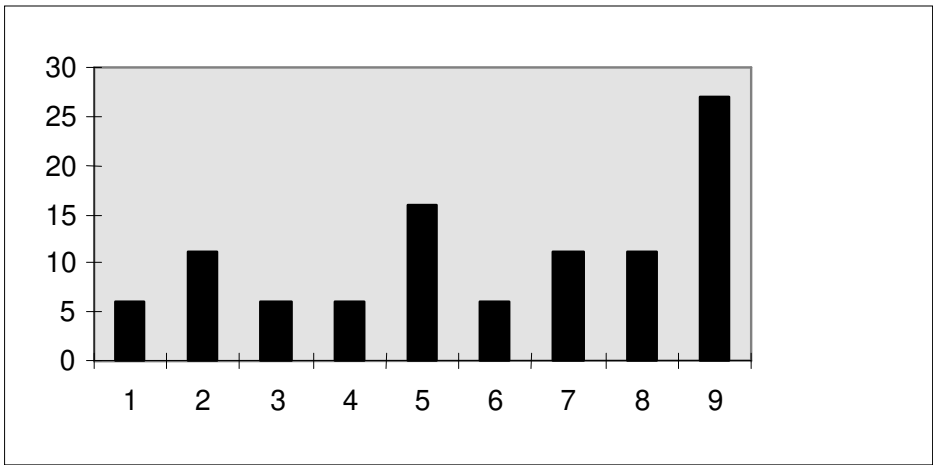
Grafik: 4.1 % 41-60 Kapasite İle Çalışan Firmaların Sektörel Dağılımları



1.Metal eşya, makine teçhizat (%14) 2.Metal ana sanayi (%10) 3.Gıda, içki,tütün (%18) 4.Diğer (%10) 5.Tekstil,deri (%19) 6.Taş,toprak ürünleri (%19) 7.Kimya,kömür,plastik (% 5) 8. Tarım ürünleri (%5)

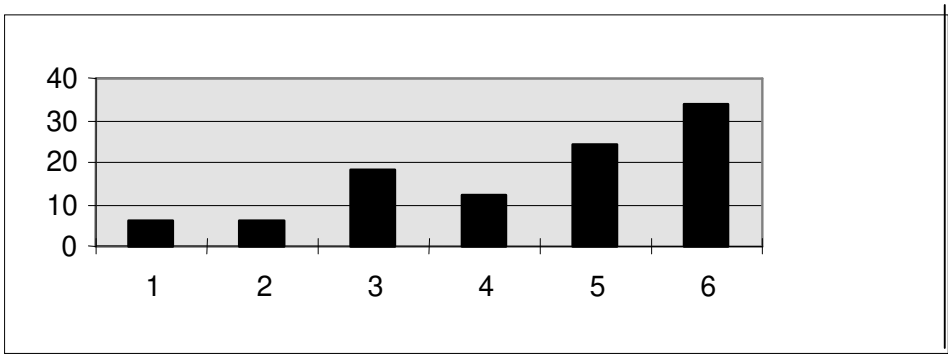
Kapasite kullanım oranları sektörler itibariyle incelendiğinde, kapasite kullanım oranı % 41-60 olan firmalardan tekstil, giyim, deri; taş, toprak ürünleri sektörleri %19'luk payla ilk sıradadır. Bunu % 18 ile gıda, içki, tütün sektörü ve % 14 ile metal eşya makine teçhizat sektörü yer almaktadır. Kapasite kullanım oranı % 21-40 olan firmalarda ise, %

Grafik:4.2 % 21-40 Kapasite İle Çalışan Firmaların Sektörel Dağılımları



1.Gıda, İçki, Tütün (%6) 2. Kimya , Kömür, Plastik (%11) 3.Metal ana sanayi (%6) 4. Taş, Toprak ürünleri (%6) 5. Tekstil, Deri (%16) 6. Orman ürünleri (%6) 7. Tarım ürünleri (%11) 8. Diğer (%11) 9. Metal eşya, Makine teçhizat (%27)

Grafik: 4.3 % 0-20 Kapasite İle Çalışan Firmaların Sektörel Dağılımları



1.Tarım ürünleri (%6) 2.diğer (%6) 3.Kimya,kömür,plastik (%18) 4.Taş-toprak ürünleri (%12) 5.Tekstil,giyim,deri (%24) 6.Gıda,içki,tütün (%34)

27 ile makine teçhizat, % 16 ile tekstil, giyim, deri, % 11 ile kimya, kömür, plastik ve tarım yer almaktadır. Kapasite kullanım oranında % 0-20'de ise; gıda içki tütün sektörü, % 35'lik payla birinci sırada yer almakta bunu % 23'lük dilimle tekstil giyim deri ve % 17 ile kimya, kömür, plastik sektörü izlemektedir.

Tablo: 4-3'de Nazilli'deki KOBİ'lerde kullanılmayan kapasite bulunmasının nedenlerine bakıldığında, önem sırasında ilk sırada % 54'lük payla finansman yetersizliği yer almaktadır. İkinci sırada kalifiye eleman yetersizliği yer almaktadır. Üçüncü derecede etkili olan faktör ise pazarlama imkanlarının yetersizliğidir. Buna göre yapılması gereken, başta Milli Eğitim Bakanlığı olmak üzere, ilgili bütün öğretim kurumları tarafından KOBİ'lere kalifiye eleman sağlanması konusunda tedbirler alınmasıdır. Teknolojik olarak iyileşme ve verimlilik artışı içinde eğitim-öğretim çalışmalarının artan bir ivmeyle devamı şarttır.

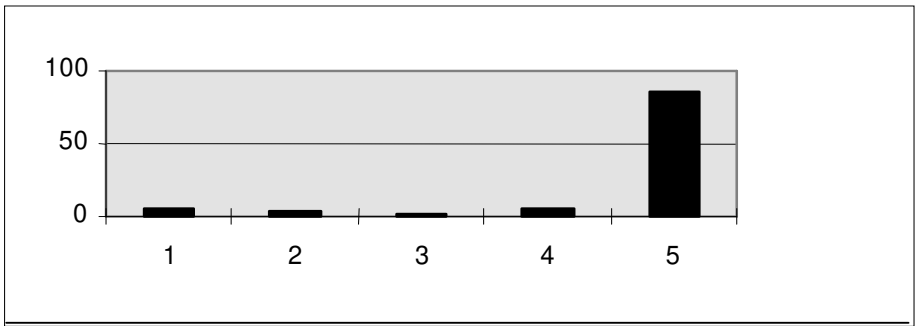
Tablo: 4-3 Kullanılmayan Kapasite Nedenlerinin Önem Sıralaması

Kullanılmayan Kapasite Nedenleri	***Dağılım***	***%***
Finansman yetersizliği	45	54
Kalifiye eleman yetersizliği	11	13
Pazarlama imkanlarının yetersizliği	10	12
Hammadde ve malzeme fiyat yüksekliği	8	9
Hammadde ve malzeme temini sorunu	4	5
Ülke ekonomisindeki dengesizlik	3	4
Teknolojik yetersizlik	1	1
Yurtdışı ekonomide dengesizlik	1	1
İç talep yetersizliği	1	1
İşgücü ücretlerinin yüksekliği	-	-
Dış talep yetersizliği	-	-
TOPLAM	84	100

Grafik: 4-4'de görüldüğü üzere Nazilli'deki KOBİ'lerin % 85'i AR-GE için bütçesinden pay ayırmamaktadır. Finansman yetersizliği ve profesyonel yönetici olmamasından dolayı bu tablo ortaya çıkmaktadır.

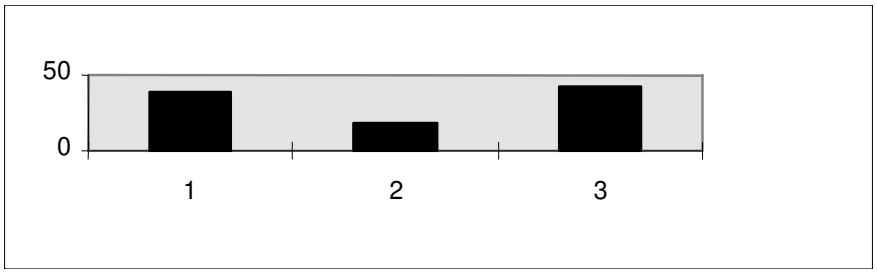
Tablo: 4-3'de görüldüğü üzere ürün kalitesinin geliştirilmesi için finansman sorununun öncelikli olarak çözümlenmesi gerekmektedir. Nitelikli eleman yokluğu ise bu sorun için ikincil derecede öneme sahip görünmektedir.

Grafik: 4.4 AR-GE İçin Ayrılan Pay



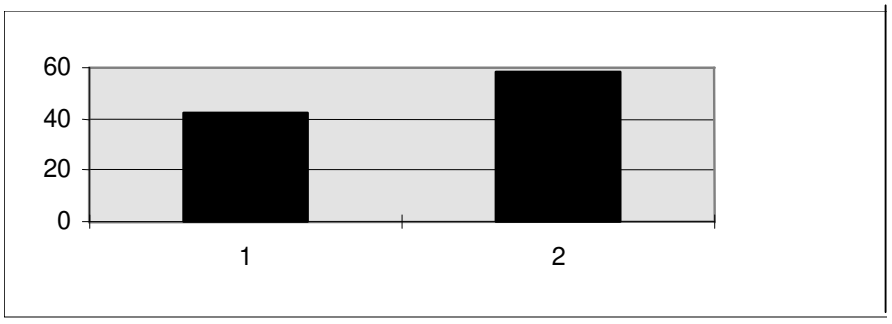
1. 0-50 milyon (%5) 2. 51-100 milyon (%4) 3. 101-250 milyon (%1) 4. 251 milyon ve üstü (%5) 5.Ayrılmadı (%85)

Grafik: 4.5 Ürün Kalitesini Geliştirmede Karşılaşılan Sorunlar



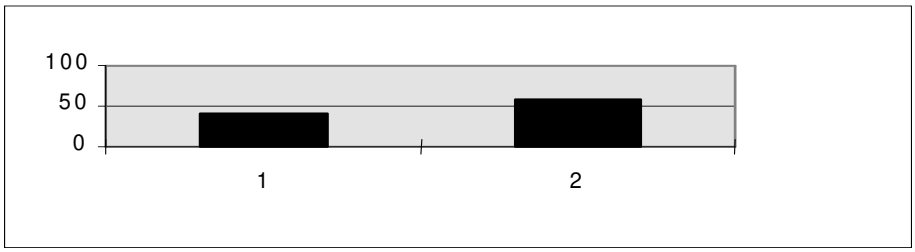
1.Nitelikli eleman yokluğu (%38) 2.Teknolojiyi takip edememe (%19) 3.Finansman sorunu (%43)

Grafik: 4-6 Teknolojik İhtiyaçların Giderilmesinde Pazarlar Hakkındaki Bilgi Durumu



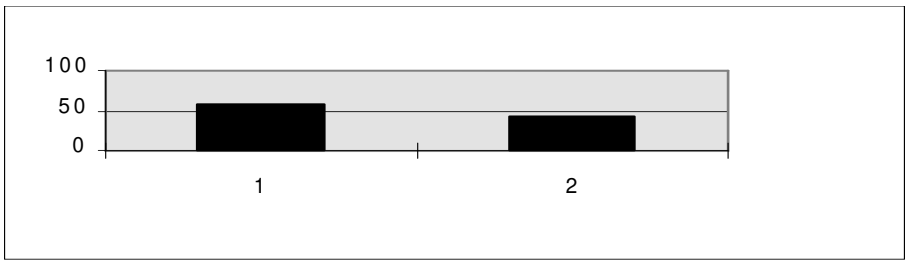
1.Hayır (%42) 2.Evet (%58)

Grafik: 4.7 Üretim Aşamalarında Verimlilik Ölçümleri



1. Hayır (%40) 2. Evet (%60)

Grafik: 4.8 Teknolojiyi Yenilemede Herhangi Bir Kuruluşa Danışılıyor mu?



1. Hayır (%58) 2. Evet (%42)

"Mamul üretiminde *Gümrük Birliği Kalite Standartları'*nı göz önünde bulunduruyor musunuz?" sorusuna cevap olarak; yapılan ankette % 46'lık kesim olumlu yanıt ifade etmişken, % 23'lük kesim üretimin tüm aşamalarında GB kalite standartlarını göz önünde bulundurduğunu, % 20'lik bir kesim ise standartlar hakkında bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir.

Sonuç olarak; KOBİ'lerin yeni teknolojiyi edinebilmesi ve yatırımlarını arttırabilmesi için finansal destekler sağlanmalıdır. KOBİ'ler kendi aralarında birbirlerinden teknoloji, makine-ekipman ve bilgi alarak yararlanmaları teşvik edilmelidir. KOBİ'lerde ortak çalışma bilinci oluşturulmalı, küçük işletmelerin birleşerek daha büyük, daha güçlü ve rekabet gücü olan işletmeler kurmaları özendirilmelidir. Tüm bunlar için KOBİ'lerle ilgili kuruluşlar danışmanlık ve hizmet birimleri ile üyelerine uygulamalı, çözüme yönelik hizmetler vermelidir.

Bölüm : 5 FİNANSMAN*

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulduğu günden bu yana sanayileşerek kalkınma, ekonominin temel hedefini ve itici gücünü oluşturmuştur. Bu hedefe varmak için, Atatürk tarafından başlatılan sanayi hamlesi, maalesef sonraki dönemlerde aynı hızla devam ettirilememiştir. Bunun nedenlerinin başında sermaye birikiminin yetersizliği gelmektedir. 1960'lı yıllarda planlı ekonomiye geçilmesi de sanayileşme hamlesinin istenilen düzeye gelmesine yetmemiştir. Bu açıdan Türkiye, hala sanayileşme sürecini tamamlayamamış, fakat bu yönde ciddi adımları ve çabaları olan bir ülke görünümündedir.

Sanayi Devrimi'nden bu yana hep ön plana çıkarılan büyük işletme, sanayileşmenin motoru olarak kabul ediliyordu. Fakat, son yıllarda adından sıkça söz edilen küçük ve orta boy işletme, gerek sanayileşmiş ülkelerde gerekse gelişmekte olan ülkelerde büyük rağbet görmekte ve bu işletmelerin gelişmesi için büyük yardımlar sağlanmaktadır.

Avrupa Parlamentosu'nun 1983 yılını " *Avrupa Küçük ve Orta İşletmeler Yılı* " olarak kutlaması da konuya verilen önemi vurgulamak açısından son derece dikkat çekicidir. Avrupa Birliği, Avrupa Yatırım Bankası kanalıyla bu işletmelerin finansman sorununu çözmek için büyük oranda kaynak transferinde bulunmaktadır. Bunun dışında hibe, modernizasyon desteği ve eğitim konularında da bir takım yardımlarda bulunmaktadır.

Büyük işletmeye giden yolun, küçük işletmeden geçtiği düşünülürse, küçük işletmelerin önemi bir kat daha artar. Dolayısıyla, küçük işletmelerin küçümsenmesi yerine, bunların büyük ölçekli işletmelerin bir ön aşaması olarak kabul edilmesi gerekir. Ama, bu gereksinim her işletme için gerekli ve zorunlu bir süreç değildir.

Konuya bir de toplumsal açıdan bakılırsa, KOBİ'lerin önemli bir fonksiyonu daha yerine getirdiği görülecektir. Öncelikle, küçük işletmeler toplumsal barışın ve demokrasinin devamında vazgeçilmez bir unsur olması yanında ekonomik istikrarın ve barış içinde kalkınmanın da en önemli güvencesidir. Buna ek olarak, KOBİ'lerin piyasa

---

* Osman Peker, Özlem ÇETİNKAYA

aksaklıklarının giderilmesinde, rekabetin ve verimliliğin oluşmasında da önemli katkıları olabilir.

Türkiye, KOBİ'lere verilen önem bakımından, maalesef, dünyanın gerisinde kalmıştır. Bu kadar önemli bir konuma sahip olmalarına rağmen KOBİ'lere ilgili bilinç bizde yeni yeni oluşmaya başladı. Türkiye'de KOBİ'lerin bir çok sorunu olmakla birlikte, en önemlilerinden birisi *finansman* sorunudur. Bu işletmelerin önemli bir kısmı, etkin bir *mali disiplinden* yoksun olarak faaliyetlerini sürdürmektedirler. Genellikle, hem işletmenin sahibi ve hem de yönetimi aynı kişide toplandığı için nakit akışının planlanması ve kullanımı sağlıklı bir şekilde yürümemektedir. Bazı işletmeler ellerinde fazla bulunan fonları atıl olarak tutmakta, bazıları ise, şiddetle ihtiyaç duyduğu fonları nereden ve nasıl elde edeceklerini bilememektedirler.

Yukarıda yapılan açıklamalardan da anlaşılacağı üzere KOBİ'ler ekonomik kalkınma ve toplumsal refah için son derece önemli bir konuma sahiptirler. Bu yazıda, *1997 yılında Nazilli ilçe merkezinde faaliyet gösteren küçük ve orta boy işletmelerin sorunlarının saptanması* ile ilgili yapılan anket çalışmasından yararlanarak *finansman* konusu irdelenecektir.

Üniversite, Nazilli Ticaret Odası, NAZGİAD ve NASİAD ile iş birliği içerisinde yapılan çalışmada, anket kapsamında olan 117 imalat işletmesinden 84'ünün katılımı sonucu aşağıda ayrıntıları ile verilecek sonuçlar elde edilmiştir. Eğitim, teknoloji, ihracat ve pazarlama ile ilgili sorunların yanında *finansman* sorunları Türkiye gerçeğine paralel bir durum arz etmektedir.

Tablo: 5-1'den de görüldüğü üzere, finansman sorunu işletme yönetiminde başarıyı olumsuz yönde etkileyen faktörlerin en önemlilerinden biridir.

Ankette "*İşletmeniz finansmanı hangi yolla sağlıyor*?" sorusuna verilen yanıtlarda; işletmelerin % 68'isinin öz kaynaklarından, % 7'sinin ihracat ve teşvik kredilerinden, % 21'inin banka kredilerinden ve % 3'ünün diğer yollardan finansman sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu soruya çoğunluğun verdiği cevaptan şu sonucu çıkarabiliriz: ülkemizde mali piyasalar henüz tam olarak gelişmemiştir. Bu açıdan işletmelerin büyük çoğunluğu

Tablo: 5-1 İşletme Yönetiminde Başarıyı Olumsuz Yönde Etkileyen Faktörler

	%
Finansman sorunu	42.4
Nitelikli eleman bulamama sorunu	22.3
Pazar bulamama sorunu	10.6
Teknolojik Yetersizlik	9.4
Yabancı dil sorunu	5.9
Bürokratik engeller	5.9
Mesleğinden farklı bir alanda çalışmak	3.5

ihtiyaç duyduğu finansmanı, daha çok enformel yollarla elde etmektedirler. Nazilli'deki işletme sahipleri de bu duruma paralel görüşler beyan etmişlerdir. Beyana göre enformel yollarla kastedilen şudur: aileden kalan miras, işletme sahibinin yakın ilişki içinde bulunduğu kimselerden aldığı borç para, vb. Ankette bu yolla finansman sağlayan işletmelerin oranı % 68'dir. Formel yollarla finansmanı sağlayan yani, mali piyasalara başvurmak suretiyle bu sorunu halletmeye çalışan işletmelerin oranı da % 21'e karşılık gelmektedir.

Anketin*"Kredi kullanmada hangi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?"* sorusuna verilen yanıtlar önem derecesine göre Tablo: 5-2'de gösterildiği gibidir:

Tablo: 5-2 Kredi Kullanımında Karşılaşılan Sorunlar

	%
Faizlerin Yüksekliği	27.9
Teminat Gösterme Zorluğu	20.6
Kredi Alma	17.6
Kredi Geri Ödeme	16.2
Kredi Bulma	7.4
Bürokrasi	7.4
Kredi Kullanmıyorum	2.9

Tablo: 5-2'de görüleceği üzere işletmeleri en çok mağdur eden sorunlardan birisi, faizlerin yüksekliğidir. 5 Nisan kararlarından sonra uygulanan iktisat politikaları neticesinde kredi faiz oranları yükselme yönünde bir ivme kazanmıştı. Bu durum özel sektörün dışlanması olarak bilinen *crowding out* durumunu ortaya çıkarmıştır. Nazilli'de yapılan çalışmada da görülmüştür ki işletmeler bu yüksek faiz oranı karşısında ezilmişlerdir. Mali piyasalardan adeta bir kaçış yaşanmıştır.

Bugün Nazilli'nin sanayileşme açısından geri kalmışlık çemberini yıkması, öncelikle bu işletmelere sağlanacak ucuz kredilerle mümkün olabilecektir. Bunun yanında görüşülen işletmelerin en çok yakındığı sorunlardan biri de kredi alırken ve teminat gösterirken son derece ağır bürokratik işlemlere maruz kalmaları durumudur. Tablo: 5-2'de bu durum açık bir şekilde görülmektedir. Ayrıca, alınan kredilerin geri ödeme şartlarının katı kurallara bağlanması KOBİ'lerin belini bükmektedir. Yine işletmelerin yakındığı diğer bir konu, kredi almada kendilerinin eşit muamele görmemeleridir. Sonuç olarak bu işletmeler mecburen finansman sorunlarına çözüm bulabilmek için enformel yollara başvurmaktadırlar.

Nazilli'deki KOBİ'lerin üretim artışında devletten beklentilerine baktığımızda alınan yanıtlar Tablo: 5-3'te verilmiştir:

Tablo: 5-3 Üretim Artışında Devletten Beklentiler

	%
Uzun vadeli düşük faizli kredi	62.5
Yatırım için vergi indirimi	15.0
Devlet gölge etmesin yeter	12.5
Ucuz girdi temini	6.2
Dış pazar bulmada yardım	2.5
Eximbank kredilerinden yararlanma olanağı	1.2

Tablo: 5-3'e göre, Nazilli'deki KOBİ'lerin devletten beklentilerinde en üst sırada uzun vadeli düşük faizli kredi yer almaktadır. Aynı tabloda, önem sırasına göre ikinci derece

önemli beklenti, yatırım için vergi indirimi sağlanması ve son olarak da Eximbank kredilerinden yararlanmadır. Küçümsenmeyecek bir oranda bazı işletmeler ekonomik faaliyetleri sırasında devletin mümkün olduğunca kendilerine müdahale etmemesini de dile getirmişlerdir.

Finansmanla ilgili bölümde sorulan son soru, KOBİ'lere destek veren kuruluşlarla ilgili bilgilerinin olup olmadığının tespitine yöneliktir. Buna göre; Nazilli'deki KOBİ'lerin Dış Ticaret Müsteşarlığı, Sermaye Dış Ticaret Kuruluşları ve Özel Danışmanlık Şirketleri hakkında yeterli bilgilerinin olmadığı sonucuna varılmıştır. Buna karşılık en çok bilinen kuruluşlar şunlardır: KOSGEB, Halkbank, Vakıfbank, TOBB. Bunun dışında Nazilli'deki işletmelerin bir kısmının adı geçen kuruluşlarla ilgili önemle vurguladıkları konu, bu kuruluşların bazılarının kendilerine pek faydası olmadıkları yönündedir.

Buraya kadar anlatılanlardan şu sonuç çıkarılabilir: Nazilli'deki KOBİ'lerin en büyük sorunlarından birisi finansmandır. Bu konuda devletin yardım ve desteğine ihtiyaç vardır. Öncelikle yapılması gereken, sağlanacak ekonomik istikrar ortamında işletmelere düşük faizli uzun vadeli kredi temininin sağlanmasıdır. Bu konuda Üniversite, Nazilli Ticaret Odası, NAZGİAD ve NASİAD işbirliğinin devamlı olması ve yapılacak çalışmalar ışığında merkezi hükümete, TOSYÖV'e ve diğer ilgili kurumlara sorunların aktarılması ve çözümü konusunda bir işbirliği ağının oluşturulmasıdır.

Bölüm : 6 PAZARLAMA*

Türkiye'de dışa açık sanayileşme modelinin uygulanmaya çalışıldığı 1980'li yıllardan bu yana, yurt içinde uluslararası piyasa koşullarına uygun pazarlama ve satış işlemlerinin örgütlenmesi zorunlu hale gelmiştir. Artık günümüzde klasik işletme anlayışının dışında, bilgi ve teknoloji üretebilen, nitelikli işgücü çalıştırabilen şirketler piyasada önemli bir yer edinebilmektedir. Rekabetin yoğunlaştığı ve kalite anlayışının geliştiği, buna karşılık bilinçli ve seçme şansı yüksek bir tüketici kitlesinin bulunduğu piyasalarda işletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmesi için pazarlama ve satış tekniklerini geliştirmesi gerekmektedir. Bu bağlamda büyük firmalar esnek üretim teknolojisi kullanarak ürünü alıcının tercihleri doğrultusunda hazırlayıp pazarlama anlayışını benimsemişlerdir. Bu anlayış beraberinde nitelikli işgücü kapasitesini artırmayı ya da firma içi eğitim çalışmalarına ağırlık vermeyi gerektirmiştir. Böylelikle kar maksimizasyonuna yönelik seri üretim yerine, ürün kalitesini ve pazar payını artırıcı işletmecilik anlayışı ön plana geçmiştir. Ancak, Türkiye'de imalat sanayi üretiminin yaklaşık % 98'ini gerçekleştiren küçük ve orta boy işletmeler genellikle yalnızca üretimle ilgilenmekte, satış öncesi ve sonrası pazarlama etkinliklerini gözardı etmektedir.

Türkiye'deki toplam 910 ilçeden en zengin 100 ilçe arasında Nazilli 69'uncu sırada yer almaktadır. Nazilli ilçesinin Türkiye'nin milli geliri içindeki payı % 0,33'dür. Aynı zamanda Aydın iline bağlı ilçeler arasında % 21,74'lük gelir payı ile birinci sırayı almaktadır. Nazilli'nin bu başarıyı küçük ve orta boy işletmeler ile gerçekleştirdiği dikkate alındığında araştırmanın önemi de ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada Nazilli ilçe merkezinde faaliyet gösteren küçük ve orta boy imalat işletmelerinin dökümü yapılmaya ve sorunları saptanmaya çalışılmıştır. Sonuçta, söz konusu işletmelerin pazarlama ve satış tekniği yönünden hangi konum ve anlayış içinde olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır.

1997 yılında Nazilli Ticaret Odası'na kayıtlı 117 kuruluştan halen üretim yapmakta olan

---

* Mine YILMAZER, Ece ARMAĞAN AKSU, Mustafa DOĞANER

84'ü ile gerçekleştirilen anketlerde, bu işletmelere pazarlama ve satış tekniklerinden yararlanma durumlarını saptamak üzere çeşitli sorular yöneltilmiştir.

Tablo: 6-1 Ürünlerin Satışında Kullanılan Kanallar

Ürünlerin Satışında Kullanılan Kanallar	***Dağılım***	***Yüzde***
Kendisi Pazarlayanlar	52	61
Siparişe Göre Üretenler	18	21
Toptancıya Verenler	9	11
Bağımsız Pazarlama Kuruluşları ile Çalışanlar	5	7
Toplam	84	100

Tablo: 6-1'de gördüğünüz gibi "ürünlerinizin satışında hangi kanalları kullanıyorsunuz?" sorusuna alınan yanıtlara göre işletmelerin % 61'i ürününü kendisi pazarlamakta; % 21'i siparişe göre üretmekte; % 11'i toptancıya vermekte; % 7'si ise bağımsız pazarlama kuruluşları ile çalışmaktadır. Nazilli'deki küçük ve orta boy işletmeler genellikle sahipleri tarafından yönetilmektedir. Bu işletmeler ayrıca bir profesyonel yönetici çalıştırmadıkları için pazarlama etkinliklerini de yine firma sahipleri üstlenmiştir. Bu tür işletmeler üretim öncesi pazar araştırması gerçekleştirmeli, üretilecek mala olan tüketici kitlesinin durumu, diğer üreticiler ve malın hangi kanallardan pazarlanacağı ile ilgili veriler toplanmalıdır.

İşletmelere ürünlerine olan talebi olumsuz yönde etkileyen ilk üç faktör sorulduğunda alınan yanıtların dökümü Tablo: 6-2'de yapılmıştır. Ürünlerin satışını olumsuz yönde etkileyen faktörlerden birinci derecede önemli olanların başında fiyat, kalite ve marka gelmektedir. Fiyatlar, Türkiye'de süregelen yüksek enflasyona paralel olarak yükselmektedir. Bu kuruluşlar küçük ölçekli oldukları için maliyeti düşürme ya da bir miktar maliyetin altında, yani karsız satış yaparak satışlarını artırma şansına sahip değildir. Aynı şekilde bu tür işletmelerin finansman sağlamakta karşılaştıkları güçlükler ve üretimi çoğu kez öz kaynaklarla sürdürme zorunluluğu içinde olmaları kalite ve marka sorunlarını da gündeme getirmektedir.

Tablo: 6-2 Ürünlere Olan Talebi Olumsuz Yönde Etkileyen Faktörler

Talebi Olumsuz Yönde Etkileyen Faktörler	*Firma Sayısı*	*%*
Fiyat	29	34
Kalite	22	27
Marka	14	16
Pazarlama Sorunları	7	8
Dağıtım	5	6
Olumsuz Faktör Yok	4	5
Reklam	3	4
Ambalaj	-	-
Toplam	84	100

Tablo: 6-3 Ürünlerin Pazarlanmasında Kullanılan Reklam Türleri

Reklam Türleri	*Dağılım*	*%*
Reklam kullanmıyorum	33	39
Diğer	26	32
Radyo	14	16
Gazete	5	6
Afiş	4	5
TV	2	2
Toplam	84	

İşletmelerin % 39 gibi önemli bir bölümü ürünlerini pazarlamada reklam kullanmıyor. İşletmelerin % 16'sı radyo, % 5'i afiş, % 6'sı gazete ve % 2'si TV kanalıyla ürünlerini tanıtıyorlar. Çok sayıda üreticinin ve buna karşılık bilinçli bir tüketici kitlesinin bulunduğu piyasalarda küçük işletmeler satış artırıcı etkinliklerden yararlanmak durumundadır. Afiş, radyo, gazete ve TV kanalıyla yapılan reklamlar ile tüketici kitlesi

özendirilebilir. Küçük işletmeler için maliyeti oldukça yükselten bu tür satış kanallarını kullanmak oldukça zordur. Bu nedenle 84 işletmeden yalnızca 19'u yerel radyo ve gazetelerden yararlanmaktadır (Tablo: 6-3).

Tablo: 6-4 İç ve Dış Pazarlarla İlgili Bilgileri Edinme Yolları

Bilgi Edinme Yolları	***Dağılım***	***%***
Basını İzleyerek	42	50
Diğer	30	36
İhracatçı Birlikleri Aracılığı İle	8	9
İnternet Aracılığı İle	3	4
Üniversite Aracılığı İle	1	1
Sermaye Dış Ticaret Şirketleri Aracılığı İle	-	-
Toplam	84	100

Tablo: 6-4'e göre işletmelerin % 49'u iç ve dış pazarlarla ilgili bilgileri basını izleyerek, % 37'si de diğer kanallardan elde ediyorlar. Toplam 84 işletmeden 9'u ihracatçı birlikleri, 4'ü İnternet ve yalnızca 1'i üniversite aracılığı ile pazar bilgileri alıyorlar. Küçük ve orta boy işletmelerden alınan yanıtlara göre işletmeler kendi bölgeleri içinde ya da dışında satışlarını artırmak istemektedirler. Ancak iç ve dış pazarlarla ilgili bilgileri edinmek ya da mevcut bilgilerini artırmak için herhangi bir uzman kuruluşa başvurmamaktadırlar. Bu nedenle % 86 gibi oldukça yüksek bir grup iç ve dış pazar ile ilgili bilgileri basından ya da diğer kaynaklardan elde ettiğini söylemiştir.

Nazilli'deki işletmelerin birinci sırada plana alınmış en önemli hedefleri yeni teknolojilerden yararlanma ve mevcut pazar payını artırmaktır. Toplam 84 firmadan 68'i, yani % 80'i mevcut pazar payını artırmayı ve yurt içi yeni pazarlara girmeyi ilk üç hedef arasında görmektedir. Ancak bu firmaların % 33'ünden fazlası reklam kullanmıyor. Ürününü tanıtmaya çalışmadan pazar payını artırmayı amaçlamak arasında önemli bir zıtlık söz konusudur.

İşletmelerin % 32'si ürününe pazar bulmakta sıkıntı çektiğini söylemekte ve bunu ilk üç önemli sorunu arasında görmektedir. Küçük ve orta boy işletmelerin sorunlarını aşmada en önemli engel olarak piyasalardaki istikrarsızlığı ve finansman yetersizliğini gördükleri anket sonucu ortaya çıkmıştır. 84 firmadan 57'si de finansman yetersizliğinden yakınmışlardır.

Gerçekten Türkiye'de son yıllarda ortaya çıkan politik kargaşa sonucu kısa vadeli, günü kurtaran kararlar alınması piyasadaki belirsizliği artırmış ve buna eklenen yüksek enflasyon özellikle KOBİ'leri kapanma noktasına getirmiştir. Bu nedenle ancak konusunda eğitimli, gelişmeleri takip edebilen bir girişimcilik anlayışı ile kaliteli, belli standartlara uygun mal üretebilen ve bunun satışını uzman pazarlamacılık kanalıyla gerçekleştirebilen işletmeler ayakta kalabilmektedir.

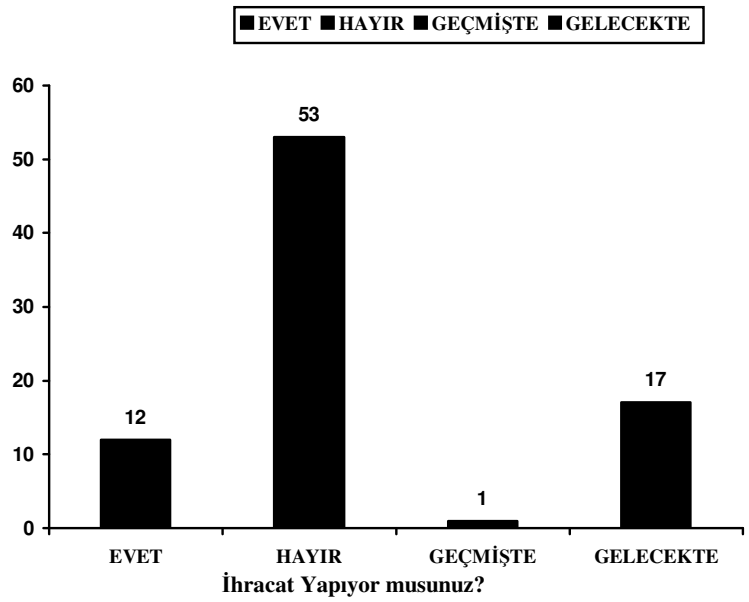
Orta ve özellikle küçük boy işletmelerin önemli bir verimlilik artırma tekniği olarak pazarlamanın önemini kavradıkları söylenemez. Pazarlama, üretime yön veren, satış ve satış sonrası etkinlikleri kapsayan bir araç olarak değil, satışla eş anlamlı bir sözcük olarak kullanılmaktadır. Bu anlayış, işletmelerin hala yalnız üretimle ilgilenip, pazarlamayı üretim sonrası bir faaliyet olarak değerlendirmelerinin bir sonucudur. Oysa modern pazarlama anlayışında pazarlama, üretim öncesinden başlayıp satıştan sonra da devam eden bir faaliyettir. Üretilecek malın seçimi için en uygun yol şüphesiz pazarlama araştırmasıdır. Ancak orta ve özellikle küçük boy işletmelerde işletme sahiplerinin ve/veya yöneticilerinin, bilginin işletme için önemini anlamamaları, pazarlama araştırmalarını gereksiz ve pahalı bulmaları, kalifiye personel gerektirmesi ve bunları bulma güçlüğü vb nedenlerle pazarlama araştırmaları kullanılmamaktadır.

Bir işletmenin eğer mevcut durumu koruma dışında pazara dönük gelişme hedefleri varsa finansman ve ürün geliştirme (teknoloji) sorunlarını aştıktan sonra pazarlama ve satış konusunda başarılı olması gerekmektedir. Finans, teknoloji ve pazarlama alanlarında danışmanlık hizmeti veren KOSGEB, TOSYÖV, MPM, TÜBİTAK, Vakıfbank ve Halkbank gibi kuruluşlar yanında, üniversitelerin ilgili fakülteleri (Gıda, Endüstri, Makine Mühendisliği, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü, Ziraat Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi) KOBİ'lere destek olabilmektedir.

Bölüm : 7 İHRACAT*

Gümrük Birliği'ne girdiğimiz, Avrupa Birliği'ne tam üyeliğin tartışıldığı günümüz ekonomisinde dış ticaretin gelişmesi büyük önem taşımaktadır. Türkiye'nin dış ticaretinde önemli bir paya sahip olan KOBİ'lerin geliştirilmesi ve sorunlarının çözümü yönünde çalışmalar yapılmaktadır. Ankette Nazilli'deki KOBİ'lerin mevcut durumu ve sorunlarının tespiti amaçlanmaktadır. Bu bölümde Nazilli'deki KOBİ'lerin dış ticaret açısından durum tespiti yapılmaktadır. Yapılan ankette "ihracat yapıyor musunuz?" sorusuna, deneklerden 12'si (%14) evet yapıyorum, 53'ü (% 65) yapmıyorum, 1'i (%1) geçmişte yapmıştım ama şimdi yapmıyorum, 17'si (% 20) gelecekte ihracat yapmayı planlıyorum şeklinde cevaplamıştır. Bu soruya ilişkin grafik aşağıda gösterilmiştir.

Grafik: 7-1 İhracat Gerçekleştirme Oranları



İhracat yapan şirketlerin % 51'i üretiminin % 60'ı ve daha fazlasını, % 25'i üretiminin % 1 ile % 10'unu, % 24'ü üretiminin % 11 ile % 25'ini ihraç etmektedir. Nazilli'deki bütün KOBİ'ler içinde ihracat yapanların oranı Türkiye geneli ile karşılaştırıldığında,

* Necmiye CÖMERTLER, İsmet ATEŞ, Kutay KESİM

Nazilli aleyhine bir durum ortaya çıkmaktadır. Türkiye'deki KOBİ'lerin % 60'ı ihracat ağırlıklı çalıştığı halde Nazilli'dekiler henüz % 14 gibi bir seviyede kalmaktadır (Finans Dünyası, Ağustos 1997, s.75).

Nazilli'de ihracat yapan KOBİ'lerden 4'ü adi şirket, 4'ü limitet şirket ve diğer 4'ü de anonim şirket statüsündedir. Şirketleşme açısından değerlendirildiğinde ihracat yapan KOBİ'lerin % 66'sı şirketleşmeye yönelmiştir ki bu da ihracat ile şirketleşme arasında Nazilli'de pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Nazilli'deki KOBİ'lerin sektörel dağılımına baktığımızda ise % 66'sı tekstil alanında, %16'sı taş-toprak ürünleri alanında % 9'luk diğer kesimi de metal eşya-makine teçhizatı ile metal ana sanayinde faaliyet göstermektedir.

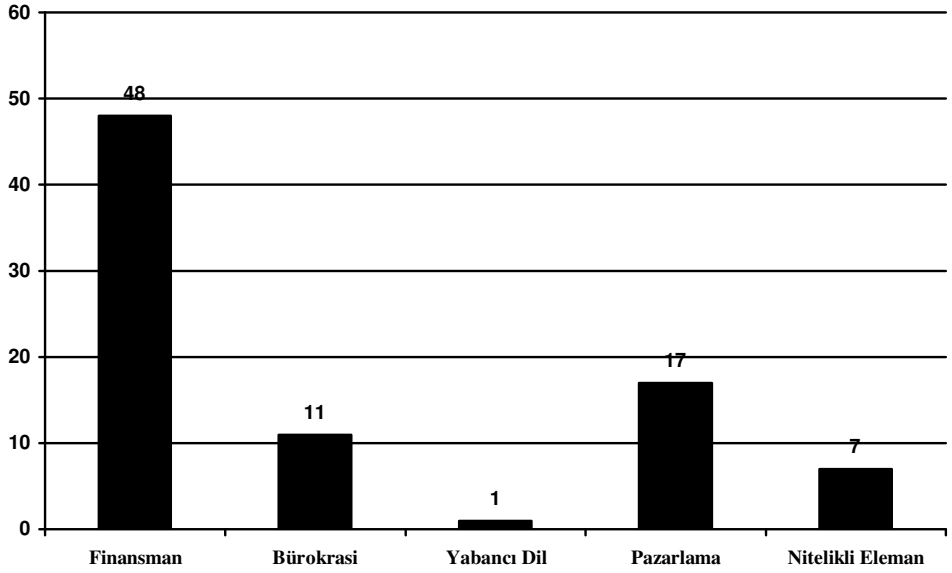
İhracat yapan KOBİ'lerin % 33'ünün özkaynak değeri (Temmuz 1997 itibari ile) 5-9 milyar TL, % 33'ünün 10-19 milyar TL, % 16'sının 100 milyar ve üzeri ve % 9'unun ise 1-4 milyar TL ve 20-49 milyar TL arasındadır.

Gümrük Birliği'nin işletmelerini nasıl etkileyeceği hakkında bilgi sahibi olup olmadığını sorduğumuz ihracat yapan KOBİ'lerin % 66'sı bilgi sahibi olduklarını belirtirken geri kalan % 34'ünün herhangi bir bilgi sahibi olmadığı anlaşılmıştır.

İhracat yapan KOBİ'lerin mamul üretiminde *Gümrük Birliği Kalite Standartları*'nı göz önünde bulundurup bulundurmadığına ilişkin yapılan değerlendirmede; % 41'inin üretimin tüm aşamalarında, % 17'sinin üretimin bazı aşamalarında anılan standartları göz önünde bulundurduğu; geriye kalan % 42'sinin ise göz önünde bulundurmadığı ya da standartlar hakkında bilgi sahibi olmadığı anlaşılmaktadır. Buradan da Nazilli'deki KOBİ'lerin büyük bir kısmının Gümrük Birliği'ne hazır olmadıkları anlaşılmaktadır.

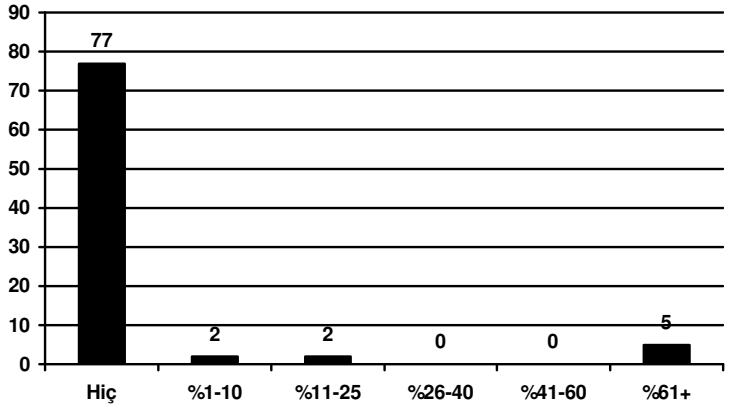
Nazilli'deki ihracat yapan KOBİ'lerin % 47'sinin finansman ihtiyacını banka kredileri yolu ile, % 40'ının özkaynakları ile, % 13'ünün ise ihracat ve teşvik kredileri sağladığı belirlenmiştir.

Grafik: 7-2 İhracatta Karşılaşılan Sorunların Öncelik Sıralaması



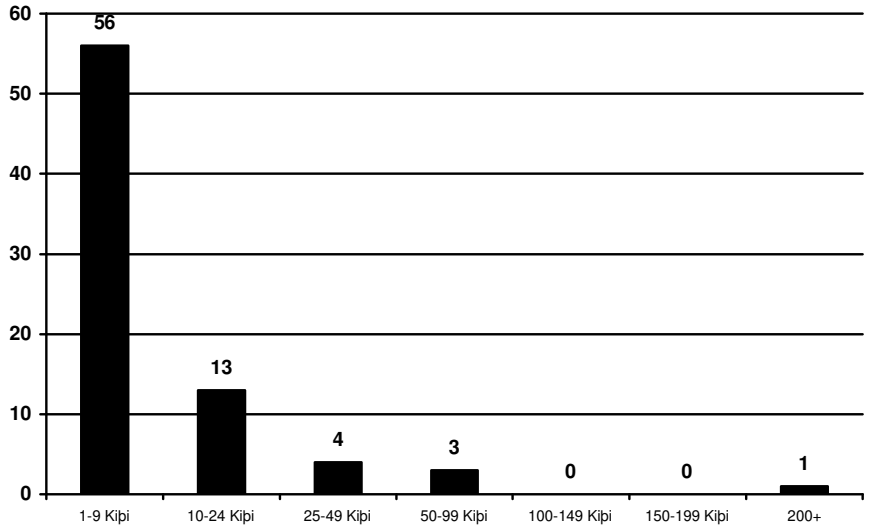
Grafik: 7-2'den de anlaşıldığı gibi ankete katılan firmaların ihracat gerçekleştirmede karşılaştıkları ve\veya karşılaşabilecekleri sorunlardan en önde geleni finansman sorunudur. Deneklerin büyük çoğunluğu finansman yetersizliğini birinci öncelikli sorun olarak değerlendirmişlerdir. İkinci olarak pazarlama zorlukları, üçüncü olarak da bürokratik engeller gelmektedir.

Grafik: 7-3 İhracat Oranları



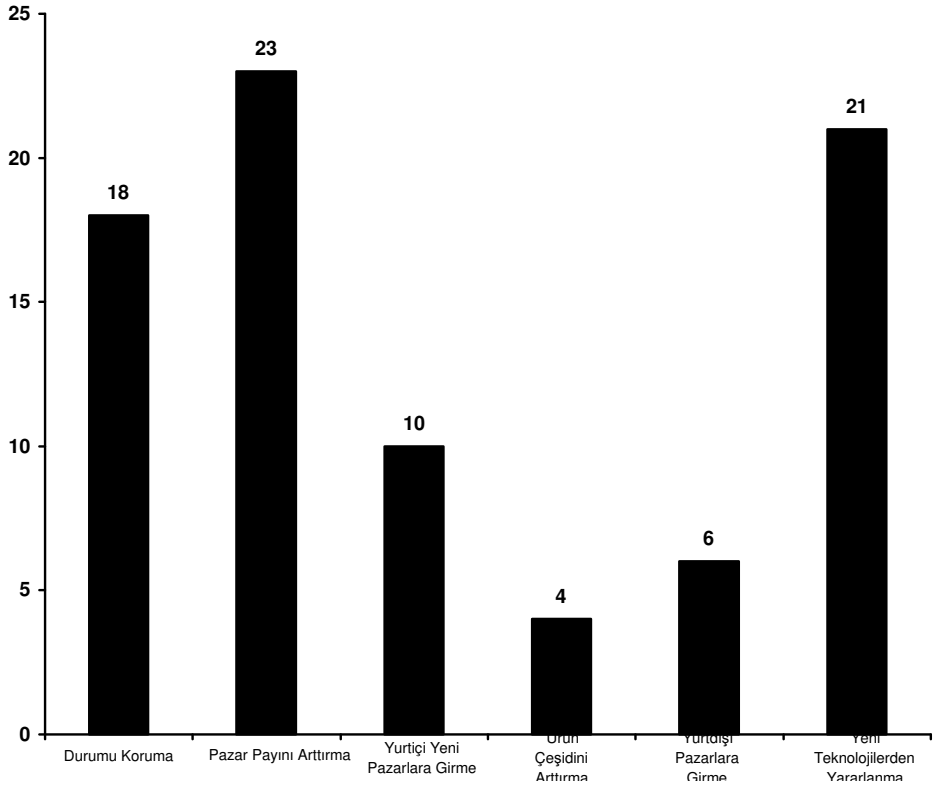
Grafik: 7-3'ten anlaşılacağı üzere KOBİ'lerin % 89'u ihracata dönük üretim yapmazken sadece % 11'i ihracata dönük üretim yapmaktadır. Grafik 7-1'deki verilerin ışığında yapılan bir değerlendirme sonucunda görülmektedir ki % 3'lük kendi üretmediği bir mamulü ihraç etmektedir.

Grafik: 7-4 İhracat Yapmayan KOBİ'lerin Çalıştırdığı Personel Sayısı Dağılımı



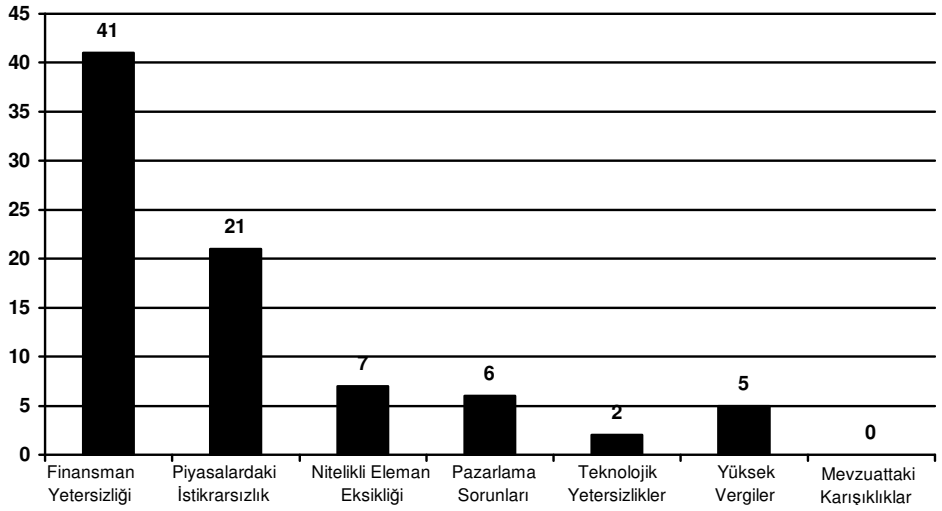
Nazilli'de ihracat yapmayan KOBİ'lerin istihdam ettiği personel sayısına ilişkin veriler Grafik: 7-4'te görülmektedir. İhracat yapmayan firmaların % 72'si 1-9 kişi ararsında personel istihdam etmektedir. Ayrıca ihracat yapmayan şirketlerin % 57'sinin birinci dereceli önceliğinin yurt dışı pazarlara açılmak olmadığı da belirlenmiştir. Dış pazarlara açılmak bu grup için ikinci derecede önemlidir. Bu konu ile ilgili yapılan ayrıntılı değerlendirmenin Grafik 7-3' tedir..

Grafik: 7-5 İşletmenin Plana Alınmış En Önemli Hedeflerinin Öncelikleri



Grafik 7-5' te kolonlar sırası ile (soldan sağa) mevcut durumu koruma, mevcut pazar payını arttırma, yurtiçi yeni pazarlara girme, ürün çeşidini arttırma, yurtdışı pazarlara girme, yeni teknolojilerden yararlanma hedeflerinin öncelik sırasını göstermektedir. Buna göre en çok işaretlenmiş öncelikli hedef mevcut pazar payını arttırmaktır. İkinci olarak en çok işaretlenmiş hedef yeni teknolojilerden faydalanma, bunları takip eden üçüncü hedef mevcut durumu korumak olmaktadır.

Grafik: 7-6 KOBİ'lerin Öncelikli Sorunları



Ankete katılanlar içerisinde finansman yetersizliğini işletmesinin birinci öncelikli sorunu kabul edenlerin oranı % 49'dur. Piyasalardaki istikrarsızlığı birincil önemli sorun olarak kabul eden işletmelerin oranı ise % 25'dir. Nitelikli eleman yokluğu ise % 8 oranında işletme için birinci dereceden öncelikli sorun olmaktadır.

Sorunlar göz önüne alındığında Nazilli'deki KOBİ'lerin Avrupa Birliği'ndeki KOBİ'lerle büyük ölçüde benzerlik gösterdiğini görmekteyiz. Avrupalı KOBİ'ler de genel olarak gelişmelerini engelleyen faktörler arasında işletme sermayelerinin yetersiz oluşunu, finansman maliyetlerinin yüksekliğini ve kalifiye eleman bulma zorluğunu öne sürmektedirler. Sonuç olarak, şirketlerin sadece % 14'ünün ihracat yapması Nazilli'deki şirketlerin ihracatı gerçekleştirme yönünde yetersiz kaldıklarını göstermektedir.