Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Dış Ticaret Politikalarının Önemi

Small and Medium Sizes Enterprises (SMEs) and Foreign Trade Policy

Asst. Prof. Dr. İlkay Noyan Yalman (Cumhuriyet University, Turkey)

Ph. D. Candidate Mutlu Türkoğlu (Cumhuriyet University, Turkey)

Dr. Yalçın Yalman (Cumhuriyet University, Turkey)

Abstract

A high level of a country's foreign trade is related to the growth of foreign earnings, to the acceleration of investments, to increase employment and contributes significantly to the growth of the country's economy. In this context, SMEs as one of the mile stones of the economy, foreign trade and economic growth are located in the leading roles. Especially SMEs sufficiently developed oppressed against strong opponents abroad, government policies or practices in trade restrictive policies are some of the reasons for this downside.

SMEs that exports goods, or the infrastructure needed to produce goods for SMEs who import raw materials as well as the country's foreign trade policies and developments in the world economy is important. SMEs to follow the development, recognizing competitors, new markets, new products is very important in terms of growth both business and the countries.

In this study, SMEs engaged in foreign trade in Sivas Province performing an application on in terms of both the business and government policy at the local level status will be examined. Data will be obtained on issues such as ultimately foreign trade potential of existing SMEs while doing foreign trade problems they face, strengths and weaknesses, market policies at national and international levels, the opinions about the state's foreign trade policy. The results obtained from the data on SMEs engaged in foreign trade by making general inferences about the data obtained on a micro scale, will allow making inferences on the macro scale.

1 Giriş

Dünya piyasalarındaki küreselleşme tüm ekonomileri etkilemekte ve gerçekleşen değişimlere uyum sağlayabilmeleri ekonomilerin başarı kriterlerinden biri olmaktadır. Özellikle dış ticaret alanında dünya ekonomisindeki gelişmeler, ülke ekonomileri için etkili olmakta ve dış ticaret yapan KOBİ'leri doğrudan ilgilendirmektedir. Bir ülkede dış ticaret hacminin artmasıyla, döviz girdilerinin çoğalması, yatırımların hızlanması, istihdamın artması ve ülke ekonomisinin büyümesi gibi makroekonomik dinamikler harekete geçmektedir. Bir ülke ekonomisinde ihracat, öncelikle üretim ve istihdamda sebep olduğu etkilerle ekonominin gelişimi doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda ekonominin temel taşlarından olan KOBİ'ler dış ticaret ve ekonominin büyümesinde başrollerde yer almaktadır.

Bu çalışmada KOBİ'lerin dış ticaretteki önemini vurgulanması amacıyla, Sivas'ta faaliyet gösteren ve ihracat yapan KOBİ'lerle ilgili bir uygulama yer almaktadır. Bu uygulama, dış ticaret yapan KOBİ'lerin mevcut dış ticaret potansiyelleri ve dış ticaret faaliyetleri ile ilgili olarak, işletmelere uygulanan anketlerin analiz sonuçlarına yöneliktir. Elde edilen sonuçlarla dış ticaretin yöre ekonomisindeki önemi analiz edilmeye çalışılmış ve dış ticaretteki sorunların giderilmesi ve geliştirilmesi konularında çözüm önerileri geliştirilmeye çalışılmıştır. Ayrıca KOBİ'lerin dış ticaret stratejileri geliştirmeleri önemine vurgu yapılmıştır.

2 KOBİ'ler ve Dış Ticaretteki Önemleri

KOBİ'ler daha az sabit sermaye yatırımları ile kurulabilmeleri, esnek üretim imkânlarına sahip olmaları, talep değişikliklerine daha kısa sürede uyum sağlayabilmeleri gibi özellikleriyle milli gelire, istihdama, verimliliğe ve girişimci yetiştirmeye sağladıkları katkılar nedeniyle çok önemlidir. Bir ülke ekonomisinde ihracat ve KOBİ'ler ekonominin temelini oluşturan unsurların başında gelmektedir. Küreselleşmenin etkisiyle artan dış ticaret ve KOBİ'lerin bu konudaki etkinlikleri de önemini artırmıştır. Özellikle 1980'lerden itibaren bir ülkenin hızlı kalkınma ve büyümesinin sağlanabilmesi için ihracatın teşvik edilmesi ve geliştirilmesinin önde gelen önemli bir faktör olduğu genel kabul gören bir görüş olmuştur. Hızlı büyüyen bir ihracat piyasası ekonomideki diğer bütün sektörleri uyarak GSYİH'nın büyümesine destek olmaktadır (Niroomand and Nissan, 1997:167). İhracattaki artış ve dış piyasalara açılma pozitif dışsalıklar sağladığı için ekonomik büyümenin anahtarı olarak ifade edilmektedir (Awokuse, 2006:299). İhracatla büyüme az gelişmiş ülkeler başta olmak üzere, hemen her ekonomide uzmanlaşmayı ve dolayısıyla ekonomik verimliliği artıran bir kaynak önem kazanmaktadır (Scott and Storper, 2003:19).

Michaely (1977), Balassa (1978), Edwards (1998) ve Wu (2004) yaptıkları çalışmalarda ihracattaki artışın ekonomik büyümeyi hızlandırdığını tespit etmişlerdir. Çalışmalarda genel olarak ihracat performansı ile ekonomik büyüme arasında doğru orantılı ilişki tespit edilmiş ve daha dışa açık ekonomilerde, büyümenin daha hızlı gerçekleştiği ortaya konmuştur. İhracat ile birlikte artan üretim, ekonomide dışsal ölçek ekonomilerin ortaya çıkmasına yol açarak maliyetlerin düşmesine ve yeni üretim metotlarının bulunmasına sebep olmaktadır. İhracat için etkin bir şekilde üretim yapan işletmeler, ekonomideki diğer işletmeleri de bu yolda üretim yapmaya teşvik ederek rekabetin artmasını ve verimliliğin yükselmesini sağlamaktadır (Kemer, 2003: 30). Ayrıca ihracatın artması, ihracat yapan sektörün üretiminde kullanılan faktörlere olan talebi artırarak faktör gelirlerinin yükselmesini de sağlamaktadır. İhracat yapan KOBİ'ler ise bu katkılara destek olmaktadır.

Ekonomide yaşanan küreselleşmeyle birlikte, ihracat yapan firmaların birbirleriyle rekabetleri artmış, daha kaliteli mal, daha düşük fiyat ve daha bol çeşit gibi rekabet üstünlüğü sağlayacak unsurlara dikkat etmek durumunda kalmışlardır. Bu konuda hükümetler ihracat yapan firmalara yönelik özellikle ihracatı özendirici politikalar başta olmak üzere, dış ticaret politikaları geliştirmişlerdir. İhracatı teşvik politikaları, firmaların daha verimli çalışabilmesi ve yeni teknolojilere daha çabuk uyum sağlayabilmesi, piyasada daha etkin olabilmesi konusunda oldukça önemli bir araçtır (Kurt ve Berber, 2008). İhracatı teşvik politikalarıyla ihracatın artması, milli geliri artırarak kalkınmayı doğrudan olumlu etkilerken, döviz darboğazını genişleterek de ekonomik kalkınmaya destek olmaktadır (Karluk, 2005). İhracatı teşvik politikalarının temel amacı, KOBİ niteliğindeki firmalar başta olmak üzere, ihracatçı firmaların ihracata yönelik faaliyetlerini gerek üretim, gerekse pazarlama aşamalarında destekleyerek, uluslararası pazarlarda karşılaştıkları sorunların giderilmesine yardımcı olmak ve rekabet gücü kazanmalarına olanak sağlamaktır (Ersungur ve Noyan Yalman, 2009:82). KOBİ'lerin içinde bulundukları özel şartlar göz önüne alınarak teşviklerin etkinliğinin artırılması noktasından bölgesel veya sektörel düzenlemelere gidilebilir (Aktürk ve Şenol, 2010).

KOBİ'lerin bölgesel dengesizliği azaltmada kilit rol oynadığı kabul edilse de bunun tam olarak sağlanamadığı görüşleri mevcuttur. Ertugal (2005)'a göre beş yıllık kalkınma planları, daima bölgesel dengesizlikleri azaltmaya öncelik vermelerine rağmen, bu hedefe ulaşmak tam olarak mümkün olamamış ve mekânsal boyuta göre değil, sektörel bir mantığa göre formüle edilmişlerdir. KOBİ'lerin geliştirilmesi ve desteklenmesi amacıyla kurulan Organize Sanayi Bölgeleri ve Küçük Sanayi Siteleri bazı bölgelerde yerel potansiyelin harekete geçirilmesine, sanayinin yerelleşmesine bölgenin gelişmesine katkı sağlamakla birlikte, bu durum tüm bölgeler için geçerli bir model olmamıştır (Özaslan, 2005).

3 Türkiye'de KOBİ'ler ve Dış Ticaret

Küreselleşmeyle birlikte rekabetin de artması ülkelerde ihracatın desteklenmesi gereğini ortaya koymuştur. Gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkeler vergi indirimi, vergi muafiyeti, girdi teşvikleri ve pazarlama araştırması gibi ihracatı teşvik edici uygulamalarla ihracatı artırmanın yollarını araştırmaktadırlar. Türkiye'de de ihracatın geliştirilmesi amacıyla, ar-ge yardımları, yurt dışı ve yurt içi fuar ve sergilere katılımın desteklenmesi, pazar araştırması ve istihdam yaratma desteği, marka tanıtımı faaliyetlerinin ve patent tescili harcamalarının desteklenmesi gibi benzer politikalarla devlet yardımları uygulanmaktadır (Çelik, 2008).

Türkiye'de KOBİ'ler ve dış ticaret konusunda yapılan çalışmalarda genel olarak KOBİ'lerin bu konuda karşılaştıkları sorunlara değinilmiştir. Dış pazarlarda rekabet gücünü etkileyen belli başlı sorunlar, kalite düşüklüğü, fiyatlamada yanlışlıklar, rakipleri tanıyamama, hatalı pazarlama stratejileri, ihracat konusunda nitelikli eleman ve bilgi eksikliği, üretim kapasitesi yetersizliği, psikolojik engeller ve dış ticaret organizasyonlarının yeterince yardımcı olmaması olarak sayılabilir (Akgemci, 2001). Bu sorunlarla birlikte geleneksel yönetim tarzı, iletişim sorunları, cesaretsizlik ve sabırsızlık gibi kişisel özelliklerde dış rekabet gücünü zayıflatan unsurlardır (Alpugan, 1988; Müftüoğlu, 1989).

KOBİ'lerin pazar araştırması yapmadan kişisel yöntem ve gözlemler ile dış pazarlarda başarılı olabilmeleri oldukça zordur. Bunun için, ucuz maliyetle yeterli düzeyde kaliteli ürün üretebilme, modern pazarlama tekniklerini kullanabilme, yeterli sermaye, etkin bir yönetim ve organizasyon ile nitelikli eleman ve deneyim sahibi olabilmeleri gerekir (Yücel, 2004). Bunların KOBİ'ler tarafından tek başına sağlanması oldukça güçtür. Ancak KOBİ'ler üretim, tedarik, pazarlama, finansman, yönetim gibi birçok alanda yapacakları işbirliği ile birçok avantaj sağlayabilirler (Müftüoğlu, 1989). Bu işbirliği sonucu KOBİ'lerin, teknolojik olarak yenilenme, pazarlama teknikleri konusunda uzmanlaşma, ürün kalitesini yükseltme, dağıtım harcamalarında azalma, bilgi birikimlerini artırma, yönetim üstünlüğü kazanma gibi avantajlar sağlayarak dünya pazarlarına daha kolay girebilecekleri düşünülmektedir. Bunun sonucunda ekonomiye dinamizm kazandırılmaları, yeni iş imkânları ve istihdam yaratmaları ve bölgesel kalkınmayı güçlendirerek dengeli kalkınmayı sağlamaları açısından kalkınmada önemli roller üstlenebilirler.

Sermayesi ve tecrübesi az olan birçok KOBİ'nin uluslararası piyasada rekabet şansının yükseltilmesi için 1980'lerden sonar ihracat stratejisiyle uyumlu olarak Dış Ticaret Sermaye Şirketleri kurulmuş, ancak bu şirketler amacı dışında faaliyetlere girmişlerdir. 1990'lı yıllardan sonar ise bir KOBİ örgütlenmesi olan sektörel Dış Ticaret firmaları kurulmuş, ancak bunlarda beklenen performansı gösterememişlerdir (www.ekodialog.com).

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ) KOBİ'lerin birtakım dezavantajlarını ve zayıflıklarını gidermek üzere ortaya çıkan bir oluşumdur. SDŞ aynı üretim dalındaki KOBİ'lerin ihracat sektörü içinde bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına açılmaları, dış ticarete uzmanlaşmaları ve etkin faaliyet göstermeleri amacıyla kurulmuştur. KOBİ'lerin "ihracat" hedefiyle yola çıkarak ihtiyaçlarının tespiti ve ortak bir stratejinin oluşturulması için SDŞ modelinin hayata geçmesi önem taşımaktadır (Diken,1998). Bugün itibariyle kurulu bulunan sektörel dış ticaret şirketlerinin sayısı 37 olarak tespit edilmiştir. SDŞ üyelerinin faaliyet gösterdiği sektörler tekstil ve konfeksiyon, deri, ayakkabı, gıda, tarımsal ürünler, kesme çiçek, mobilya, inşaat yan sanayi, yazılım, plastik işleme, otomotiv ve otomotiv yan sanayi, makina ve makina yan sanayi'dir. SDŞ modeline devlet tarafından sağlanan destekler şu şekilde sıralanabilir: • Pazar Araştırması Yardımı, • Eğitim Yardımı, • İstihdam Yardımı, • Marka Yardımı, • Yurt Dışı Fuar ve Sergilere Katılım Yardımı, • Yurt Dışı Ofis/Mağaza Yardımı

2008 verilerine göre KOBİ'ler Türkiye'de; toplam istihdamın %78'ini, toplam katma değer %55'ini, toplam satışların %65,5'ini, toplam yatırımların %50'sini, toplam ihracatın %56'sını oluşturmaktadır. KOBİ kredilerinin toplam krediler içindeki payı %23'tür.

Türkiye'de KOBİ'ler en fazla ticaret ve imalat sektörlerinde ihracat yapmaktadır. Hizmet, inşaat, madencilik ve enerji sektörleri de diğer ihracat konularını oluşturmaktadır (Şekil:1).

Şekil 1. KOBİ'ler tarafından yapılan ihracatın sektörlere dağılımı *Kaynak: KOSGEB 2011 - 2013 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı, Ankara 2010 (2007 TÜİK ihracat istatistiklerine göre hesaplanmıştır)*

Grafik 1: KOBİ'lerin Dış Ticaretteki Payı (2011-2013) *Kaynak: <http://www.kobi.org.tr/index.php/tanimi/stats>*

Grafik 1'de 2011-2013 yılları arasında Türkiye'de KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilen ihracat ve ithalat oranları izlenmektedir. KOBİ'ler 2013 yılında ihracatın %59,2'sini gerçekleştirmiştir. İhracatta; 1-9 kişi çalışan mikro ölçekli girişimlerin payı %17,8 iken, 10-49 kişi çalışan küçük ölçekli girişimlerin payı %24,1, 50-249 kişi çalışan orta ölçekli girişimlerin payı %17,3, 250+ kişi çalışan büyük ölçekli girişimlerin payı ise %40,7 olmuştur. Girişimin ana faaliyetine göre KOBİ'lerin ihracatının %35'i sanayi, %60,4'ü ticaret sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'ler tarafından yapılmıştır.

KOBİ'lerin 2013 yılında ithalatındaki payı ise %39,9 olmuştur. İthalatta; 1-9 kişi çalışan mikro ölçekli girişimlerin payı %5,7, 10-49 kişi çalışan küçük ölçekli girişimlerin payı %16,2, 50-249 kişi çalışan orta ölçekli girişimlerin payı %17,9, 250+ kişi çalışan büyük ölçekli girişimlerin payı ise %60,1 olmuştur. Girişimin ana faaliyetine göre KOBİ'lerin ithalatının %34,9'u sanayi, %55,9'u ticaret sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmiştir. Ülke gruplarına göre 2013 yılında dış ticaret incelendiğinde, KOBİ'ler tarafından yapılan ihracatın %45,9'u Avrupa ülkelerine, %38,7'si Asya ülkelerine gerçekleştirilmiştir. KOBİ'ler ithalatının %51,4'ünü Avrupa ülkelerinden, %38,9'unu Asya ülkelerinden yapmıştır. KOBİ'lerin ihracatı içinde giyim eşyası sektörünün payı %14,5, "ana metaller" in payı %12,1 ve "tekstil ürünleri"nin payı %10,3 olmuştur. KOBİ'lerin ithalatında ise öne çıkan sektörler "kimyasallar ve kimyasal ürünler" (%15,6), "ana metaller" (%14,8) ve "başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipmanlar" (%12,7) olmuştur.

İtalya'nın Torino şehrinde düzenlenen Dünya Odalar Kongresi'nde konuşan B20 Türkiye ve TOBB Başkanı Rifat Hisarcıkloğlu, "2008 küresel krizinden beri dünyada büyümeyi sağlayamadık. Dengeli büyüemedik. Dünyanın bir bölgesi toparlansa, diğer taraflarda sıkıntı başlıyor. Büyümeyi dengelemek ve sürdürülebilir kılmak için tek yol KOBİ'leri ateşlemektir" ifadelerini kullanarak, KOBİ'lerin önemini ortaya koymuştur. Hisarcıkloğlu, G20'nin, 2008 krizinden bu yana küresel ekonomiyi uçurumun kenarından almak için iyi işler yaptığını belirterek, 2015 yılının KOBİ'ler yılı olacağını ifade etmiştir.

4 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın temel amacı, ihracatın ekonomik büyümedeki etkisine vurgu yaparak, ihracat yapan KOBİ'lerin bu konudaki önemini ortaya koymak ve bu alanda var olan sorunları tespit ederek, KOBİ'ler için ihracat paylarını artıracak dolayısıyla ekonomik gelişmeyi hızlandıracak çözüm önerilerine ulaşmaktır. Bu çalışmada elde edilecek veriler Sivas yöresinde faaliyette bulunan işletmelere ait olup, elde edilecek sonuçlar bölgeye özgü ve orijinal verilerdir. Bölge bazında elde edilen veriler, bölgeye yönelik yapısal özellikleri taşıdığından tespitler ve öneriler de genel verilere göre daha etkili olacağından önemlidir.

Grafikte Sivas'a ait ihracat verileri yer almaktadır. 2009 yılında finansal krizin etkisi olarak bir azalma izlense de Sivas'ta ihracat değerlerinde sürekli bir artış izlenmektedir.

Grafik 2: Sivas'a ait ihracat verileri

Sivas TSO'dan alınan verilere göre 2014 ihracat rakamları da 197 milyon dolar olan Sivas'tan 78 ülkeye ihracat yapılmaktadır. %12 metal ürünleri, %52 doğal taş ve madenler, %24 tekstil ve hazır giyim olarak ifade edilmektedir.

4.1 Araştırmanın Kapsamı Ve Sınırları

Araştırma, Sivas İlinde 2013-2014 yıllarında ihracat yapan KOBİ'lere yönelik yapılmıştır. Sivas'ta faaliyet gösteren ve ihracat yapan firmalar I. Organize Sanayi Bölgesinde faaliyette bulunan firmalarla sınırlandırılmıştır.

4.2 Araştırmanın Varsayımları

Araştırmaya kaynaklık eden firma yetkililerinin, anket sorularını doğru olarak algıladıkları ve doğru yanıtlar verdikleri varsayılmıştır.

4.3 Araştırmanın Yöntemi

Araştırma için veriler yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır. Cevaplama oranının yüksek olması ve daha fazla soru sorabilme avantajı nedeniyle yüz yüze görüşme tekniği tercih edilmiştir. Sivas TSO verilerine göre 2013-2014 döneminde ihracat yapan 46 firma ile görüşülmüştür. Verilerin değerlendirilmesinde SPSS paket programı kullanılmıştır.

4.4 Araştırma Verileri Ve Değerlendirilmesi

Bu bölümde anket formlarında yer alan sorulara verilen cevaplarla elde edilen veriler yardımıyla çeşitli tablolar oluşturulmuş ve değerlendirmeler yapılmıştır.

4.5 Firmaların Genel Özellikleri

Araştırmaya katılan 46 firmanın genel özellikleri şu şekilde özetlenebilir:

- Araştırmaya katılan firmaların kuruluş süreleri; %6,3'ü 4-10 yıl, %69,8'i 11-20 yıl ve %23,8'i 20 yıldan fazladır.
- Araştırmaya katılan firmaların faaliyet alanları; %12,7'si maden,%9,5'i medikal, %23,8'i makine, %25,4'ü mobilya, %7,9'u inşaat, %9,5'i gıda, %11,1'i hizmetlerdir.
- Araştırmaya katılan firmaların %4,8'i 1-10 kişi, %39,7'si 11-50 kişi, %25,4'ü 51-100 kişi, %9,5'i 101-250 kişi ve %19,0'i 250'den fazla kişi çalıştırmaktadır.
- Araştırmaya katılan firmaların %7,9'u hammadde, %4,8'i yarı mamul ve %87,3'ü mamul mal üretmektedir.
- Araştırmaya katılan firmaların %49,2'si ithalat yapmakta, %50,8'i se ithalat yapmamaktadır.
- Araştırmaya katılan firmaların %20,6'sı 1-4 yıldır, %58,7'si 5-10 yıldır ve %20,6'sı ise 10 yıldan fazladır ihracat yapmaktadır.
- Araştırmaya katılan firmaların %84,1'inde dış ticaret departmanı var, %15,9'unda ise yoktur.
- Araştırmaya katılan firmaların %25,4'ü e-ticaret yapmakta, %66,7'si ise yapmamakta, %7,9 u ise cevap vermemiştir.
- Araştırmaya katılan firmaların %76,2'si ihracat teşviklerinden faydalanmış, %15,9'u faydalanmamış, %7,9'u ise soruya cevap vermemiştir.
- Araştırmaya katılan firmalar başta Avrupa ülkeleri olmak üzere, Arap ülkeleri, Amerika, Latin Amerika ülkeleri, Türk Cumhuriyetleri, Çin ve bazı Doğu Asya ülkelerine ihracat yapmaktadır.

İşletmelerin dış ticaretlerini etkileyen gelişmelerle ilgili yöneltilen sorulara verilen cevaplar tablo 1'de izlenmektedir. Tablo genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye'de yapılan dış ticaretin yurt dışındaki ekonomik ve siyasi krizlerden etkilendiği, Türkiye'deki firmaların ve ürünlerin yurt dışında tercih edildiği, dış ticarete ödemeler konusunda fazla sıkıntı yaşanmadığı söylenebilir. Tabloda dış ticaret yaparken iletişim kurma konusunda sorun yaşamadıkları konusunda kararsız ve katılmayanların oranları dikkat çekicidir. Bu konuda yapılan görüşmelerde yabancı dil bilen kalifiye eleman sıkıntısı yaşadıkları belirtilmiştir.

	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum
Ülkemizdeki ekonomik gelişmeler dış ticaretimizi <u>olumlu yönde</u> etkiliyor	20,6	60,3	14,3	4,8
Ülkemizdeki ekonomik istikrar yurt dışında firmamızın imajını <u>olumlu</u> etkiliyor.	30,2	60,3	4,8	4,8
Mısır ve Suriye olayları ticaretimizi <u>olumsuz yönde</u> etkiliyor.	27,0	52,4	6,3	14,3
AB ülkelerindeki kriz ticaretimizi <u>olumsuz yönde</u> etkiliyor.	7,9	63,5	9,5	19,0
Yurt dışındaki firmalar Türk firmalarla ticaret yapma konusunda <u>istekli davranıyor</u> .	23,8	65,1	4,8	6,3
Yurt dışındaki firmalardan alacaklarımızı genellikle zamanında tahsil ediyoruz.	28,6	63,5	6,3	1,6
Yurt dışındaki firmalara ödemelerimizi genellikle zamanında öduyoruz.	33,3	60,3	4,8	-
Dış ticaret yaparken iletişim kurma konusunda sıkıntı yaşamıyoruz.	28,6	36,5	20,6	9,5
Dış ticaret kazancımızı artırmak için yerli aramalı (ithal olmayan) kullanmaya özen gösteriyoruz.	28,6	36,5	19,0	14,3
İhraç ettiğimiz ürünler yurt dışında tanınıyor ve tercih ediliyor.	24,4	55,6	14,3	-

Tablo 1: Dış Ticareti Etkileyen Başlıca Faktörler

İşletmelerin yurt içi ve yurt dışı fuarlara bakışları ve katılımları ile ilgili yöneltilen soruya verilen cevaplar tablo 2'de izlenmektedir. Tablo genel olarak değerlendirildiğinde fuarların işletmeler açısından avantajları kabul edilmiş görülmektedir. Ancak fuarlara yeterince hazırlanamadıklarını belirten işletmeler özellikle sözlü görüşmelerde yine yabancı dil eksikliğini dile getirmişlerdir.

	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum
Firmamızın tanıtımında etkili oluyor.	44,4	42,9	1,6	-
Piyasa şartlarını tanımamıza yardımcı oluyor.	33,3	54,0	1,6	-
Rakip firmaların ürünlerini tanıma şansı yakalıyoruz.	33,3	49,2	4,8	1,6
Rakip firmaların teknolojilerini tanıma fırsatı yakalıyoruz	27,0	50,8	6,3	1,8
Yeni Pazar fırsatları yakalıyoruz.	36,5	52,4		
Satış ve siparişlerimiz artıyor	30,2	41,3	15,9	1,6
Firmamızın vizyonuna katkı sağlıyor.	38,1	46,0	-	4,8
Firma olarak fuarlara yeterince hazırlanamıyoruz.	1,6	36,5	14,3	36,5
Fazla fayda sağlayamıyoruz.	-	7,9	27,0	54,0

Tablo 2: Yurt İçi-Yurt Dışı Fuarların işletmelere katkıları

İşletmelerin ihracat yaparken karşılaştıkları sorunlarla ilgili sorulara verilen cevaplar tablo 3’de yer almaktadır. İhracatta karşılaşılan sorunlara her işletmenin değişik oranlarda katıldıkları görülmektedir. En yoğun karşılaşılan sorunlar; dış pazarlardaki güçlü rakipler, döviz fiyatlarındaki yükseliş, dünya ekonomisindeki olumsuz gelişmeler ve Sivas ekonomisinde piyasa şartlarının olumsuzluğu olarak belirtilmiştir. Ardından girdi fiyatlarının yüksek olması, kalifiye eleman eksikliği, teşviklerin yetersizliği olarak tespit edilmiştir.

	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum
İhracattaki yoğun bürokrasi	25,4	33,3	19,0	22,2
Döviz fiyatlarındaki yükseliş	7,9	69,8	17,5	4,8
Hammadde girdi fiyatlarının yüksekliği	17,5	50,8	14,3	17,5
Dış pazardaki güçlü rakipler	3,2	74,6	-	22,2
Dünya ekonomisindeki olumsuz gelişmeler	20,6	69,8	4,8	4,8
Finansman sorunları	1,6	25,4	27,0	46,0
Pazarlara ulaşmadaki zorluklar	1,6	20,6	14,3	63,5
Teşviklerin yetersizliği	19,0	39,7	12,7	28,6
Gümrük sorunları	12,7	36,5	1,6	49,2
Yabancı dil eksikliği	-	41,3	22,2	34,9
Bu alanda kalifiye eleman eksikliği	12,7	58,7	3,2	23,8
Ulaşım/taşıma sorunları	4,8	34,9	-	58,7
Sivas’taki piyasa şartlarının yetersiz olması	27,0	69,8	-	1,6

Tablo 3: İhracat yaparken karşılaşılan başlıca sorunlar

Tablo 4’de işletmelerin ihracat teşviklerinden faydalandıkları ve faydalanmadıkları kalemler izlenmektedir. Tabloya göre en fazla fuar desteğinin kullanıldığı izlenmektedir. Fuarlara katılımı ilgili sorulara alınan cevaplara paralel olarak, teşviklerde de en fazla fuar desteğinden faydalanılması anlamlı bir sonuçtur. Ayrıca KOSGEB’den faizsiz ihracat kredisi kullanan işletmelerin oranı da fazladır.

	Faydalandım	Faydalanmadım
Dahilde İşleme Rejimi	47,6	42,9
İhracat Kredi Garantisi	28,6	67,3
Fuarlar	79,4	14,3
İhracat Seminerleri	34,9	55,6
İhracat Finansmanı	27,0	63,5
Yurt Dışı Ofis-Mağaza Yardımı	9,5	90,5
İstihdam Yardımı	28,6	52,4
Patent ve Endüstriyel Tasarım Yardımı	38,1	49,2
Uluslararası Pazar Araştırmaları	23,8	66,7
Yabancı Alıcılarla Tanıştırma	33,4	57,1
Ticaret Misyonları ve Gezileri	20,6	69,8
Firmaların Ürünlerinin Yurtdışında Tanıtımı	41,3	49,2
Satış Geliştirme Faaliyetleri	27,0	63,5
Türkiye'de Danışmanlık	14,3	76,2
Birebir İhracat Danışmanlığı	23,8	66,7
İhracat Yapılan Ülkede Danışmanlık	14,3	76,2
Test, Analiz ve Kalibrasyon Desteği	41,2	49,2
Çevre Yardımı, Eğitim Yardımı	38,0	52,4
KOSGEB Faizsiz İhracat Kredisi	60,3	33,3

Tablo 4: İşletmelerin İhracat teşviklerinden faydalandıkları alanlar

5 Sonuç

Dünya genelinde hemen her ekonomide ekonomik büyümenin sağlanmasında ihracatın önemi artık kabul edilmiştir. KOBİ'ler ise ekonomideki pozisyonları itibarıyla değişimlere çabuk ayak uydurabilen ve bu değişimlerden çabuk etkilenen bir yapı içerisindeyler. İhracat yapan KOBİ'ler bir ekonominin gelişmesinde ve büyümesinde etkin rol oynamaktadır ve dolayısıyla ihracat yapan KOBİ'lerin hükümetler tarafından desteklenmesi gereklidir.

KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlarla ilgili yapılan çalışmalarda ortaya çıkan temel unsurlar; finansman sorunları, bilgi yetersizliği, bürokratik sorunlar, pazar sorunları, teşvik yetersizliği, kota sorunları, hammadde sorunları, bilgi ve veri sorunları, dış talep yetersizliği, nitelikli işgücü sorunları ve üretim, kalite ve standardizasyon sorunları olarak sayılabilir (Kendirli vd.,2003:47, Akgemici, 2001:30, Keski, Koşan, Ayık, 2009, Aktürk ve Şenol; 2010).

Türkiye'de bu alanda yapılan çalışmalarda ihracat yaparken karşılaşılan sorunlar ve yoğunlukları değişim göstermektedir. Daha önceleri pazarlara ulaşım, bilgi eksikliği ya da ekonomik istikrarsızlık daha fazla sorun iken son yıllarda bunların oranlarında azalma olduğu izlenmektedir. Bürokrasi, kalifiye eleman eksikliği, rekabet edebilirlik gibi sorunların ise hala yoğun biçimde yaşandığı belirtilmektedir.

Sivas ile ilgili sonuçlar değerlendirildiğinde dış pazarlardaki güçlü rakipler, döviz fiyatlarındaki yükseliş, dünya ekonomisindeki olumsuz gelişmeler ve Sivas ekonomisinde piyasa şartlarının olumsuzluğu, girdi fiyatlarının yüksek olması, kalifiye eleman eksikliği, teşviklerin yetersizliği olarak tespit edilmiştir. Sivas ölçeğinde yapılan çalışmada ise Sivas'taki işletmelerin özellikle finansman, dış talep eksikliği ve pazarlara ulaşmada daha az yoğun sorunlar yaşaması dikkat çekicidir. Katılımcıların dışardaki işletmelerle rekabet gücünün zayıf olması üretim, maliyet, kalite, pazarlama ve iletişim gibi konularda destek almalarını gerektirmektedir.

Sivas'ta ihracat yapan firmaların dış ticaret politikaları geliştirmeleri ve uygulamaları gerekmektedir. En önemli sorunlar arasında yer alan nitelikli eleman eksikliğinin giderilebilmesi için sanayi ve eğitim kurumları arasındaki işbirliklerinin artırılması (eğitim programlarının sanayinin ihtiyaçlarına göre düzenlenmesi, işbaşı eğitim ve staj olanaklarının çoğaltılması vb.) gerekmektedir. KOBİ'lerin uyum yeteneklerinin artırılmasına dönük projeler arttırılmalıdır. İşletmeler arası işbirlikleri (network üretim sistemleri ve dış büyüme yöntemleri) arttırılmalı risk önleyici ve azaltıcı (sigorta sistemleri, pazar çeşitlendirmesi) uygulamalar geliştirilmelidir.

Kaynakça

- Akgemci, Tahir, (2001), KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, KOSGEB
- Aktürk, Ahmet ve Hasan ŞENOL, (2010) “Kobi’ler Açısından İhracat Teşviklerinin Önemi Ve Etkinliğinin Arttırılmasına Yönelik Öneriler” Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi C.15, S.2 s.375-391.
- Alpugan, Oktay. (1988). Küçük İşletmeler Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- Awokuse, Titus O. (2007), “Casuality between Exports, Imports, and Economic Growth: Evidence From Transition Economies”, Economics Letters, 94.
- Balassa, Bela (1978), “Export Incentives and Export Performance in Developing Countries: A Comparative Analysis”, Review of World Economics, Vol: 114, Number:1, March.1978.
- Çelik, Doğan. (2008). Makro İktisada Giriş, (1. Baskı), Trabzon: Murathan Yayınevi.
- Diken,1998: 49
- Edward,S. (1998) “Opennes, Productivity And Growth: What Do We Really Know?”, The Economic Journal, 108:March, ss: 383-398
- Ersungur ve Noyan Yalman, “Bölgesel Kalkınmada İhracat Teşviklerinin Etkinliği: Sivas İlinde Bir Uygulama”2009:82
- Ertugal, Ebru. (2005). Strategies For Regional Development: Challenges Facing Turkey On The Road to EU Membership. Turkish Policy Quarterly, 4, 3, 63-86.
- Eryılmaz, Ünal, “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Dış Ticaret Performansları” Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Seminer Dersi Notları, Ankara 1999.
- [http://kobi.tobb.org.tr/\(2015\)](http://kobi.tobb.org.tr/(2015))
- [http://www.tobb.org.tr/\(2015\)](http://www.tobb.org.tr/(2015))
- <http://www.ekodialog.com/Makaleler/ihracat-stratejisi-makale.html>
- Karluk, Rıdvan; Türkiye Ekonomisinde Yapısal Dönüşüm, Beta Yayınları. 2005, İstanbul.
- Kemer, Osman Barbaros (2003), İhracat Teşvikleri, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Kendirli, Selçuk, (2003) "Türkiye’deki Küçük Ve Orta Ölçekli İşletme (KOBİ)’lerin İhracat Durumlarına Yeni Bir Çözüm: Elektronik Ticaret Ve Çorum’da Faaliyet Gösteren KOBİ’lere Yönelik Uygulama Örneği", Üçüncü Sektör Kooperatifçilik , 36-59 pp.,
- Keskin, Gülümser, A. Kadir KOŞAN, Y. Ziya AYIK, (2009) “Bölgesel Gelişme Aracı Olarak Kobi’ler ve İhracat Sorunları (Erzurum’da Bir Araştırma)”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 13 (2): 279-290
- KOSGEB 2011 - 2013 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı, Ankara 2010
- Kurt, Serdar ve Metin BERBER (2008), “Türkiye’de Dışa Açıklık ve Ekonomik Büyüme”, Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, Cilt:22, Sayı:2.
- Michaely, Michael (1977), “Export and Growth: An Empirical Investigation” Journal of Development Economics, Vol: 4, p:49-53.
- Müftüoğlu, Tamer, (1989) “Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler”, A.Ü. Siyasal Bilimler Fakültesi, II Baskı, s.35
- Niroomand, Farhang and Edward Nissan (1997), “An Inquiry Into Openness in International Trade”, Journal Economics Studies, Vol:24, No:3.
- Özaslan, Metin. (2005). Recent Local Development Models in Turkey. Turkish Policy Quarterly, 4(3), 121-139.
- Scott, Allen J. and Michael Storper (2003), “Regions, Globalization, Development”, Regional Studies, Vol:37, 6&7, p: 579-593)
- Wu, Yanrui (2004), “Opennes, Productivity and Growth in the APEC Economies” Empirical Economics, 29: 593-604.
- www.dtm.gov.tr (2015)