



ANTAKYA MOBİLYA VE AYAKKABICILIK SEKTÖREL ARAŞTIRMA PROJESİ

Doç. Dr. Nermin ÖZGÜLBAŞ
Dr. Ali Serhan KOYUNCUGİL

ANTAKYA
2011

Önsöz

Antakya İlçesi gerek ayakkabıcılık, gerekse mobilyacılık sektörleri bakımından, usta-çırak ilişkisine dayalı geleneksel üretimden, modern teknoloji kullanımına uzanan bir üretimle günümüzün önemli üretici merkezlerinden birisini haline gelmiştir. Her ne kadar, mevcut kapasitesi itibariyle istenilen düzeyde ekonomik katma değer yaratamıyor olsa da, günümüzün popüler rekabetçi iş stratejilerinden İş Kümesi potansiyeline sahip bir sanayi bölgesidir.

Antakya İlçesi ayakkabıcılık ve mobilyacılık sektörlerinin gelişime dönük bu potansiyelinin, daha yüksek katma değer yaratır hale getirilebilmesi amacıyla, Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı (DOĞAKA) finansmanıyla, Antakya Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO) tarafından Antakya Ayakkabılık ve Mobilyacılık Sektörel Araştırma Projesi gerçekleştirilmiştir. Söz konusu proje kapsamında, ayakkabıcılık ve mobilyacılık sektörlerinin profillerinin belirlenmesinin yansira, mevcut potansiyellerini kullanarak daha yüksek katma değer yaratmaya yönelik ihtiyaçları, sorunları, zayıf ve güçlü yanları ile DOĞAKA ve ATSO'dan beklentileri ve talepleri belirlenmiştir.

Proje neticesinde elde edilen bulguların, literatür taraması, karşılaştırmalı yorumlar ile değerlendirmeler ve sektöre yönelik önerilerle zenginleştirilmesi neticesinde de bu kitap ortaya çıkmıştır. Antakya İlçesi ayakkabıcılık ve mobilyacılık sektörlerinin adeta röntgeninin çekildiği Antakya Ayakkabılık ve Mobilyacılık Sektörel Araştırma Projesi'ni temel alan bu kitabın, içerdiği stratejik öneriler nedeniyle ayakkabıcılık ve mobilyacılık sektörlerinin yanı sıra, alanında yazılmış ilk kitap olması nedeniyle bu konuda yapılacak diğer çalışmalara da kılavuzluk edeceği düşünülmektedir.

Yazarlar, çalışmanın veri toplama, işleme ve değerlendirme ile diğer istatistiksel ve raporlama süreçlerini yürüten Bağımsız İstatistik Bürosu'na (BİB Ltd. Şti.), söz konusu süreçleri yöneten Sayın Hüseyin Tolga KOYUNCUGİL ve Sayın Süzülay HAZAR'a yaptıkları titiz ve bilimsel çalışmalar nedeniyle teşekkür ederler; ayrıca, bu kitabın yazımına imkan tanıyan Antakya Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Sayın Hikmet ÇİNÇİN ve şahsında emeği geçen tüm ATSO çalışanlarıyla, kitabın yazımında sağladıkları destek ve yardımlar nedeniyle Antakya Ayakkabıcılık ve Mobilyacılık Sektörel Araştırma Projesi koordinatörleri Sayın Ecem Gaye EKŞİ ile Alparslan BİLECİK'e, kitabın yazımına vesile olan Proje'nin finansmanını sağlayan Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı'na da teşekkürü bir borç bilirler.

Antakya, 2010

Doç. Dr. Nermin ÖZGÜLBAŞ

Dr. Ali Serhan KOYUNCUGİL

İÇİNDEKİLER

Önsöz	III
İçindekiler	VI
Tablolar Dizini	VII
Kısaltmalar	XI
1. GİRİŞ	1
2. KÜÇÜK ve ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELER (KOBİLER)	4
2.1. KOBİ TANIMI ve SINIFLANDIRILMASI	6
2.2. KOBİLERİN ÖNEMİ	9
2.3. KOBİLERİN SORUNLARI	16
2.3.1. KOBİ'lerin Finansman Sorunları	17
2.3.2. KOBİ'lerin Üretim Sorunları	56
2.3.3. KOBİ'lerin Pazarlama Sorunları	59
2.3.4. KOBİ'lerin Yönetmel Sorunları	61
2.3.5. KOBİ'lerin İhracat Sorunları	62
2.3.6. KOBİ'lerin Kalifiye Eleman Sorunu	63
2.3.7. KOBİ'lerin Kümelenme Sorunları	63
3. AYAKKABICILIK ve MOBİLYACILIK SEKTÖRLERİNİN GENEL DEĞERLENDİRMELERİ	65
3.1. AYAKKABICILIK SEKTÖRÜ	65
3.1.1. Ayakkabıcılık Sektörünün Gelişimi	67
3.1.2. Ayakkabıcılık Sektörünün Analizi	70
3.1.3. Ayakkabıcılık Sektörün Sorunları	71
3.2. MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ	74
3.2.1. Mobilyacılık Sektörünün Gelişimi	75
3.2.2. Mobilyacılık Sektörün Analizi	77
3.2.3. Mobilyacılık Sektörün Sorunları	78
4. ANTAKYA AYAKKABICILIK ve MOBİLYACILIK SEKTÖREL ANALİZİ	83
4.1. HATAY İLİ ve ANTAKYA İLÇESİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER	83
4.1.1. Hatay	83
4.1.2. Antakya	87
4.2. ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ ve UYGULAMA	88
4.3. SEKTÖRLERİN İSTATİSTİKSEL DEĞERLENDİRMESİ	90
4.3.1. Ayakkabıcılık Sektörü	90
4.3.2. Mobilyacılık Sektörü	112

5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	135
5.1. AYAKKABICILIK SEKTÖRÜ	135
5.2. MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ	140
6. KAYNAKLAR.....	146
EK1. ANTAKYA AYAKKABICILIK ve MOBİLYACILIK SEKTÖREL ARAŞTIRMASI SORU KAĞIDI	160
EK 2. YAZARLARIN ÖZGEÇMİŞLERİ	164

Tablolar Dizini

Tablo 1.	AB KOBİ sınıflaması	8
Tablo 2.	KOBİ Tanımı	9
Tablo 3.	İmalat Sanayinde ve Türkiye Genelinde İşletme Sayıları	9
Tablo 4.	İmalat Sanayinde ve Türkiye Genelinde Çalışan Sayıları	10
Tablo 5.	Bazı AB Ülkelerinde İşletme Sayıları	11
Tablo 6.	EU-27 Ülkelerinde İşletme Sayıları	11
Tablo 7.	Dünya Bankasının Finansal Kriz Araştırması Sonuçları	15
Tablo 8.	KOBİ'lerin Finansal Risk Göstergeleri ve Değerleri	51
Tablo 9.	KOBİ'lerin Operasyonel Risk Göstergeleri ve Değerleri	54
Tablo 10.	Türkiye'de Ayakkabı Üretimi (2006).....	66
Tablo 11.	Türkiye'nin Ayakkabı İhracatı ve İthalatı (\$).....	67
Tablo 12.	Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İhracatı (\$).....	68
Tablo 13.	Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İthalatı (\$).....	69
Tablo 14.	Türkiye Mobilya Sektörünün İllere Göre Dağılımı	75
Tablo 15.	Yıllar İtibariyle Mobilya Üretimi (Milyon TL)	76
Tablo 16.	Türkiye'nin Yıllar İtibariyle İhracat ve İthalat Durumu (Bin \$).....	77
Tablo 17.	Hatay İli Çalışan Sayısına Göre İşyeri Sayıları ve Dağılımı.....	85
Tablo 18.	Hatay İli İşyeri, Sigortalı Çalışan Sayıları ve Günlük Ücret Dağılımı	86
Tablo 19.	Saha Çalışmasına Katılan İşletmelerin Sektörel Dağılımı	90
Tablo 20.	Ayakkabıcılık Sektöründeki İşletmelerin Hukuki Yapılarının Dağılımı	91
Tablo 21.	Ayakkabıcılık Sektöründeki İşletmelerde Çalışan Sayılarının Dağılımı.....	92
Tablo 22.	Ayakkabıcılık Sektöründe Çalışanların Eğitim Durumu Dağılımı	93
Tablo 23.	Ayakkabıcılık Sektöründeki İşletmelerin Yıllık Cirolarına Göre Dağılımı	93
Tablo 24.	Ayakkabıcılık Sektöründeki İşletmelerin Faaliyet Sürelerine Göre Dağılımı	94
Tablo 25.	Ayakkabıcılık Sektöründeki İşletmelerin Kalite Standartları Dağılımı	95
Tablo 26.	Ayakkabıcılık Sektöründeki İşletmelerin Enerji Harcamalarının Yıllık Ciro İçindeki Payları.....	96
Tablo 27.	Ayakkabıcılık Sektöründeki İhracat Yapan İşletmelerin Dağılımı	97
Tablo 28.	Ayakkabıcılık Sektöründe İhracatın İşletme Cirosu İçindeki Payı	97

Tablo 29.	Ayakkabıcılık Sektöründe En Çok İhracat Yapılan 5 Ülke	98
Tablo 30.	Ayakkabıcılık Sektöründe İhracatta Karşılaşılan Sorunların Dağılımı	98
Tablo 31.	Ayakkabıcılık Sektöründe İhracat Yapamama Nedenleri	99
Tablo 32.	Ayakkabıcılık Sektöründe İhracat Yapmayı Planlayan İşletme Sayısı	100
Tablo 33.	Ayakkabıcılık Sektöründe İthalat Yapmayı Planlayan İşletme Sayısı	101
Tablo 34.	Ayakkabıcılık Sektöründe İthalatın İşletme Ciroyu İçindeki Payı	101
Tablo 35.	Ayakkabıcılık Sektöründe İşletmelerin Rekabet Gücü	102
Tablo 36.	Ayakkabıcılık Sektöründe İşletmelerin Pazar Payı Değerlendirmesi	102
Tablo 37.	Ayakkabıcılık Sektöründe İşletmelerin Fuarlara Katılma Durumu	103
Tablo 38.	Ayakkabıcılık Sektöründe Fuarlara Katılan İşletmelerin Katıldıkları Fuar Türü	104
Tablo 39.	Ayakkabıcılık Sektöründe İşletmelerin Yazılım, Donanım ve Teçhizat Durumu	104
Tablo 40.	Ayakkabıcılık Sektöründe Bilgisayar Kullanan Kişi Sayısı	105
Tablo 41.	Ayakkabıcılık Sektöründe Yöneticilerin Durumu	106
Tablo 42.	Ayakkabıcılık Sektöründe Yöneticilerin Eğitim Durumu	106
Tablo 43.	Ayakkabıcılık Sektöründe İşletmelerin Finansal Başarı Durumu	107
Tablo 44.	Ayakkabıcılık Sektöründe İşletmelerin Finansal Bölümü Olma Durumu	107
Tablo 45.	Ayakkabıcılık Sektöründe İşletmelerin En Önemli 3 Sorunu ...	108
Tablo 46.	Ayakkabıcılık Sektöründe Makine ve Ekipman Tedarikçilerinin Yer Dağılımı	109
Tablo 47.	Ayakkabıcılık Sektöründe Hizmet Sağlayıcıların Yer Dağılımı	109
Tablo 48.	Ayakkabıcılık Sektöründe Hammadde Tedarikçilerinin Yer Dağılımı	110
Tablo 49.	Ayakkabıcılık Sektöründe Rakiplerin Yer Dağılımı	110
Tablo 50.	Ayakkabıcılık Sektörünün ATSO'dan Beklediği Hizmetler	111
Tablo 51.	Ayakkabıcılık Sektörünün DOĞAKA'dan Beklediği Hizmetler	112
Tablo 52.	Mobilyacılık Sektöründeki İşletmelerin Hukuki Yapılarının Dağılımı	113

Tablo 53.	Mobilyacılık Sektöründeki İşletmelerde Çalışan Sayılarının Dağılımı.....	114
Tablo 54.	Mobilyacılık Sektöründe Çalışanların Eğitim Durumu Dağılımı.....	115
Tablo 55.	Mobilyacılık Sektöründeki İşletmelerin Yıllık Cirolarına Göre Dağılımı	115
Tablo 56.	Mobilyacılık Sektöründeki İşletmelerin Faaliyet Sürelerine Göre Dağılımı	116
Tablo 57.	Mobilyacılık Sektöründeki İşletmelerin Kalite Standartları Dağılımı	117
Tablo 58.	Mobilyacılık Sektöründeki İşletmelerin Enerji Harcamalarının Yıllık Ciro İçindeki Payları	118
Tablo 59.	Mobilyacılık Sektöründeki İhracat Yapan İşletmelerin Dağılımı.....	119
Tablo 60.	Mobilyacılık Sektöründe İhracatın İşletme Cirosu İçindeki Payı	119
Tablo 61.	Mobilyacılık Sektöründe En Çok İhracat Yapılan 5 Ülke	120
Tablo 62.	Mobilyacılık Sektöründe İhracatta Karşılaşılan Sorunların Dağılımı	120
Tablo 63.	Mobilyacılık Sektöründe İhracat Yapamama Nedenleri	121
Tablo 64.	Mobilyacılık Sektöründe İhracat Yapmayı Planlayan İşletme Sayısı	122
Tablo 65.	Mobilyacılık Sektöründe İthalat Yapmayı Planlayan İşletme Sayısı	122
Tablo 66.	Mobilyacılık Sektöründe İthalatın İşletme Cirosu İçindeki Payı	123
Tablo 67.	Mobilyacılık Sektöründe İşletmelerin Rekabet Gücü	123
Tablo 68.	Mobilyacılık Sektöründe İşletmelerin Pazar Payı Değerlendirmesi	124
Tablo 69.	Mobilyacılık Sektöründe İşletmelerin Fuarlara Katılma Durumu	124
Tablo 70.	Mobilyacılık Sektöründe Fuarlara Katılan İşletmelerin Katıldıkları Fuar Türü	125
Tablo 71.	Mobilyacılık Sektöründe İşletmelerin Yazılım, Donanım ve Teçhizat Durumu.....	125
Tablo 72.	Mobilyacılık Sektöründe Bilgisayar Kullanan Kişi Sayısı	126
Tablo 73.	Mobilyacılık Sektöründe Yöneticilerin Durumu	127
Tablo 74.	Mobilyacılık Sektöründe Yöneticilerin Eğitim Durumu	128
Tablo 75.	Mobilyacılık Sektöründe İşletmelerin Finansal Başarı Durumu	128

Tablo 76. Mobilyacılık Sektöründe İşletmelerin Finansal Bölümü Olma Durumu	129
Tablo 77. Mobilyacılık Sektöründe İşletmelerin En Önemli 3 Sorunu	130
Tablo 78. Mobilyacılık Sektöründe Makine ve Ekipman Tedarikçilerinin Yer Dağılımı	130
Tablo 79. Mobilyacılık Sektöründe Hizmet Sağlayıcıların Yer Dağılımı ..	131
Tablo 80. Mobilyacılık Sektöründe Hammadde Tedarikçilerinin Yer Dağılımı	132
Tablo 81. Mobilyacılık Sektöründe Rakiplerin Yer Dağılımı	132
Tablo 82. Mobilyacılık Sektörünün ATSO'dan Beklediği Hizmetler	133
Tablo 83. Mobilyacılık Sektörünün DOĞAKA'dan Beklediği Hizmetler .	134

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ABS	Avustralya İstatistik Bürosu
ADNKS	Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi
AFBI	American Family Business Institute Amerika Aile İşletmeleri Enstitüsü
ANOVA	Tek Yönlü Varyans Analizi
AR-GE	Araştırma ve Geliştirme
ATSO	Antakya Ticaret ve Sanayi Odası
BDDK	Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
BİB	Bağımsız İstatistik Bürosu
CBPL	Yaratıcı İş Geliştirme Yasası
CE	Avrupa Birliği Pazarında Satılacak Bir Ürünün Tanınması Gereken Marka
CEO	Cheif Executive Officer İcra Kurulu Başkanı
CHAID	Chi-Square Automatic Interaction Detector Otomatik Ki-kare Etkileşim Keşfedicisi (Dedektörü)
DOĞAKA	Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
EBRD	Avrupa Kalkınma Bankası
EU-27	Avrupa Birliği Üyesi 27 Ülke
GMM	Generalised Method of Moments Genelleştirilmiş Moment Yöntemi
GSYİH	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
İGEME	İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi
İİT	İleri İmalat Teknolojileri
İMKB	İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
ISO	International Organization for Standardization Uluslararası Standard Organizasyonu
İSO 90002	Kalite Standart Belgesi
KDV	Katma Değer Vergisi

KEUS	KOBİ Erken Uyarı Sistemi
KKTC	Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
KOBİ	Küçük ve Orta Ölçekli İşletme
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
MOBSAD	Mobilya Sanayi İşadamları Derneği
MOSDER	Mobilya Sanayicileri Derneği
MYR	Malezya Para Birimi Ringgit
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı
OGT	Avrupa Birliği Ortak Tarifesi
OKİK	Orta ve Küçük İşletmeler Kurulu
PHP	Filipinler Para Birimi Peso
SEM	Yapısal Eşitlik Modellemesi
SGK	Sosyal Güvenlik Kurumu
SGM	Sanayi Genel Müdürlüğü
SMEDA	Small and Medium Enterprise Development Authority Küçük ve Orta İşletmeler Kalkınma Kurumu
SWOT	Güç, Zayıflık, Tehdit ve Fırsatları Gösteren Analiz
TASEV	Türkiye Ayakkabı Sanayi Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı
TBB	Türk Bankalar Birliği
TKB	Türkiye Kalkınma Bankası
TL	Türk Lirası
TSE	Türk Standartları Enstitüsü
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UEA	Avrupa Mobilya Üreticileri Federasyonu
UEAPME	Avrupa Birliği Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri
UTADIS	Kriter Karar Yöntemi Metodu
WB	Dünya Bankası

1. GİRİŞ

Antakya, çok kültürlü bir geçmişin getirdiği birikim ile özgün tasarımları, ince işçilikleri ve usta-çırak geleneğini barındıran nadir mobilya ve ayakkabı merkezlerinden birisi olmasına karşın, mevcut potansiyellerini ortaya çıkarma açısından yeterince etkin olamamıştır. Antakya'daki ayakkabıcılık ve mobilyacılık sektörleri etüd edildiğinde, gerek ölçek, gerek işletme profili bakımından çoğunun zanaatkâr kökenli, emek-yoğun çalışan, küçük işletmeler olduğu görülmektedir.

Geleneksel küçük sanayi siteleri olarak ayakkabıcılık ve mobilyacılık, Antakya'da çok önemli bir potansiyele sahiptir. Antakya Küçük Sanayi Sitesi'nde, yaklaşık 800 iş yerinin mobilya sektöründe imalat yaptığı bilinmektedir. Hatay Esnaf ve Sanatkârlar Odası Birliğinden alınan bilgilere göre; Antakya Marangozlar ve Hırcırcılar Esnaf Odası'na faal olarak 1.038, Antakya Ayakkabı İmalatçıları Esnaf ve Sanatkârlar Odasında faal olarak 458 firmanın kayıtlı olduğu bilinmektedir.

T.C. Hatay Valiliğinden alınan bilgilere göre; Türkiye'deki erkek ayakkabı gereksiniminin % 40'ı Hatay'dan karşılanmakta ve Antakya'da, ağaç işleri sektöründe üretim yapan, yaklaşık 1.500 firma bulunmaktadır. Bu firmalar, büyük ölçüde, el emeğinin ağırlıkta olduğu ve ustalık gerektiren işler yapmaktadır. Ayrıca, Antakya ayakkabıcılık ve mobilyacılık sektörlerinde faaliyet gösteren firmalar, birçok büyük firmalara, fason üretim yapmaktadırlar.

Antakya'da ayakkabıcılık ve mobilyacılık sektörlerinin mevcut durumu, sahip olduğu potansiyel, iş tecrübesi ve geleneksel üretim süreçlerinin teknolojik dönüşüme adapte olabilecek nitelikte olması nedeniyle, gelişime açık olduğunu göstermektedir. Antakya'da ayakkabıcılık ve mobilyacılık sektörlerinin bu kadar artışı ve gelişime açık yapısına rağmen, bu zamana kadar, mevcut potansiyelini aktive etmesine katkı sağlayacak stratejileri üretmesine kılavuzluk edecek herhangi bir sektörel araştırma yapılmamıştır. Antakya Ayakkabıcılık ve Mobilyacılık Sektörel Araştırma Projesi, bu noktadan hareketle, sektöre yönelik araştırma açığını kapatmak amacıyla hayata geçirilmiştir. Araştırmanın amacı, Proje sonucunda ortaya çıkan verilerin kullanımıyla, ATSO'nun bu iki sektöre yönelik çalışmalarına yön vermek olarak belirlenmiştir. ATSO, ayakkabıcılık ve mobilyacılık sektörlerinde, aynı işi yapan firmaların, ortak bir noktada birleşmelerini sağlayarak, rekabet güçlerini artırıp, makine-teçhizat-ekipman ortak giderlerini azaltıp, maliyet etkin, katma değeri yüksek, inovasyona açık, markalaşma yolunda mesafe katedilmesini sağlayacak sektörel iş kümelerinin hayata geçirilmesinde destek olmayı hedeflemektedir. Ayrıca ATSO, sektördeki firmaların en büyük eksikliklerinden olan pazarlama stratejilerinin oluşturulmasına katkıda bulunmayı da hedefleri arasında belirlemektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu 2009 yılı ihracat değerleri dikkate alındığında, Hatay ilinin, mobilyacılık sektöründe yaklaşık olarak 20 milyon dolar, ayakkabıcılık sektöründe ise 2 milyon dolar değerinde ihracat yaptığı belirtilmiştir. Bu sektörlerde öne çıkan diğer illerdeki, ihracat rakamlarına göre, Hatay ilinin oldukça geride kaldığı görülmektedir. Araştırma kapsamında, ihracat potansiyeline sahip firmaların, ihracat yapmalarına engel olan sorunlarının bulunarak, bu sorunların çözümü konusunda destek olunması ve öncülük edilmesi de amaçlanmaktadır.

Proje kapsamında ayakkabıcılık ve mobilyacılık sektörlerinde faaliyet gösteren firmalara yönelik olarak

- Sektörel profil,
- Rekabet gücü,
- Pazar payı,
- Finansal başarı durumu,
- İhracat profili, kapasitesi, karşılaşılan sorunlar ve engeller,
- İhracat profili,
- Enerji kullanımı,
- Teknolojik altyapı,
- Kalite standardizasyonu,
- Şirket yönetim profili,
- Karşılaşılan en önemli sorunlar,
- İş kümesi yapılanmasına uygunluk,
- Antakya Ticaret ve Sanayi Odası'ndan beklentiler,
- Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı'ndan beklentiler

başlıkları sorgulanmıştır.

Bu kitapta, söz konusu araştırma kapsamında, ayakkabıcılık ve mobilyacılık sektörlerinden yukarıdaki başlıklara yönelik elde edilen veri ve bulgular, analiz ve tabüle edilerek yorumlanmış ve sunulmuştur.

Birinci bölüm olan giriş bölümünde kitabın gelişim sürecinden bahsedilmiş, kitabın bölümleri ve içerikleri hakkında kısa bilgilendirmede bulunulmuştur.

İkinci bölümde, ayakkabıcılık ve mobilyacılık sektörlerinin ağırlıklı olarak ait olduğu işletme grubu olan KOBİ (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler) etüd edilmiş, KOBİ tanımı ve sınıflandırması, KOBİ'lerin önemi, KOBİ'lerin sorunları ulusal ve uluslararası ölçekten değerlendirilmiştir. Ayakkabıcılık ve mobilyacılık sektörlerinin genel profilinin KOBİ niteliklerinden dolayı, gerek ulusal, ge-

rekse uluslararası benzeşme ve farklılaşmaların vurgulanabilmesi için öncelikli olarak KOBİ kavramının irdelenmesi gerektiği düşünülmüştür.

Üçüncü bölümde ayakkabıcılık ve mobilyacılık sektörlerinin genel değerlendirilmesi gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, her bir sektör için sektörün gelişimi, sektörün analizi ve sektörün sorunları irdelenmiştir.

Dördüncü bölüm araştırma bulgularına dayalı olarak, kitabın özgün kısmını oluşturan, Antakya ayakkabıcılık ve mobilyacılık sektörel analizini içermektedir. Bu kapsamda, öncelikli olarak, Hatay ili ve Antakya İlçesi hakkında genel bilgiler verilmiş, ardından kitabın veri sağlayıcısı olan araştırma projesinin metodolojisi aktarılmış, akabinde her bir sektörün ayrı ayrı istatistiksel değerlendirmesi gerçekleştirilmiştir.

Beşinci bölüm olan sonuç ve öneriler bölümünde, dördüncü bölümdeki istatistiksel değerlendirmeler, karşılaştırmalı yorumlarla, önerilere dönüştürülerek, sektörel kalkınmaya yönelik stratejik katkılarda bulunulmuştur.

Altıncı bölümde ise kitapta kullanılan kaynaklar listesi sunulmuştur.

2. KÜÇÜK ve ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELER (KOBİ)

Türkiye’de reel sektörün can damarını oluşturan küçük ve orta ölçekli işletme (KOBİ) niteliğindeki işletmeler, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Genel Sanayi İş Yerleri Sayımı 2002 verilerine göre tüm işletmelerin %99,90’nını oluşturmaktadır. Tüm dünya ekonomisi dikkate alındığında işletmelerin % 95’ini, AB ülkelerinde ise işletmelerin % 99’unu oluşturan KOBİ’ler, toplam istihdamın yaklaşık % 66’sını ve toplam üretimin yaklaşık % 55’ini sağlamaktadır (OECD, 2004; OECD, 2009a).

Günümüzde KOBİ’ler esnek yapıları ile dünya ekonomisinin gözde kuruluşları haline gelmişlerdir. Amerika Birleşik Devletleri, Japonya ve AB için ekonomik büyümenin sağlanmasında önemli bir unsur olarak değerlendirilen KOBİ’ler bağımsız ekonomik birimler olarak mal ve hizmet sunarak ekonomiye katkıda buldukları gibi büyük işletmeler için bir “yan sanayi” görevi de görerek bu işletmelerin gelişimini tamamlamaktadır. Bunun yanında istihdam yaratması, ürün farklılaştırması, girişimciliği ve yenilikçiliği teşvik etmesi ile ekonomiye oldukça önemli katkıları bulunmaktadır. Bu işletmelerden elde edilen gelirle hayatlarını sürdüren işletme sahipleri ve ücretle çalışan işçilerin sayısı azımsanamayacak kadar çoktur. Bu nedenledir ki; KOBİ’ler ekonomik öneminin dışında sosyal olarak da oldukça önemlidirler.

KOBİ’lerin büyük işletmeler karşısında, KOBİ olma özelliklerinden kaynaklanan birçok avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır.

KOBİ’lerin dezavantajları aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Finansman temininde ve finansal yönetimde önemli sıkıntıları vardır,
- Kredilerden yeterince yararlanamamaktadırlar,
- Sermaye piyasasından yeterince yararlanamamaktadırlar,
- Teminat ve garanti ve kefalet verme güçlükleri bulunmaktadır,
- İleri teknolojik yatırımlar için kaynak eksikliği duymaktadırlar,
- Uygun yatırım alanlarına yönelmede sorun yaşamamaktadırlar,
- Yönetimsel ve finansal riskleri fazladır,
- Satış dalgalanmalarından çok hızlı etkilenirler,
- Modern pazarlama tekniklerini kullanamamaktadırlar,
- Kalite ve markalaşma eksiklikleri vardır,
- KOBİ yöneticisi ve çalışanlarının eğitim seviyesi ve kalitesi istenilen düzeyde değildir,
- KOBİ sahiplerinin yönetimsel becerileri düşüktür,

- Uzman bir finansman ekibi veya departmanından yoksunluk vardır,
- Özellikle stratejik kararların işletme sahip veya ortaklarınca alınıp, orta ve/veya alt düzey görevlilerin tam katılımının sağlanamaması söz konusudur,
- İşletme bünyesinde, mali danışman veya uzman istihdam edilmemektedir,
- Kalifiye eleman sağlayamamaktadırlar,
- Kurumsallaşamamaktadır,
- Kayıt dışılık yaygındır,
- Proje hazırlama ve yönetim tecrübesi eksiklikleri bulunmaktadır,
- İşletmelerin küçük veya orta ölçekli olması sonucu ihale vb. etkinlikleri izleyememektedirler,
- İşbirliği ve verimlilik düzeyleri düşüktür,
- Bilişim teknolojilerinin getirdiği imkanlardan yararlanma düzeyleri düşüktür,
- Teknoloji kullanma, AR-GE ve yeni ürün / yenilik konularında bilinç ve birikim eksiklikleri bulunmaktadır,
- Mevzuat ve bürokrasi.

KOBİ'ler büyük işletmelere göre önemli sorunlar yaşamakla beraber, küçük-lüklerinden kaynaklanan esnekliklerini kullanarak önemli avantajlara sahip olabilirler. Pazarı yakından takip edebilen, müşterilerin ihtiyaçlarını daha iyi bilen ve personeliyle daha yakın ilişkiler kurabilen KOBİ'ler, üretim, pazarlama ve hizmet konularında esnekliklerini kullanabilirler. KOBİ'lerin büyük işletmeler karşısındaki güçlü yanları ve ekonomiyeye katkıları ise aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- İstihdamın olumlu bir unsuru olup işsizlik sorununa çözümde önemli bir rol oynarlar,
- Bölgelerarası dengeli kalkınmaya katkıda bulunurlar,
- Bölgesel kalkınmaya katkı sağlarlar,
- KOBİ'lerde modern üretim tekniklerinin daha fazla benimsenmesi konusunda sürekli artan bir istek vardır,
- Yenilik, atılım ve girişimcilik için istek duymaktadırlar,
- Ekonomik konjonktürdeki değişikliklere kolay uyum sağlayabilmektedirler,
- Teknik değişikliklerle daha az girdiyle daha çok çıktı alabilirler,

- Üretimde boşlukları çeşitli birimler arasında daha hızlı olarak doldurabilmektedirler,
- Dinamik yapısıyla KOBİ'ler ekonomi için dinamizm kaynağıdır,
- Girişimcilik yönü kapasitesi yüksek olması nedeniyle uluslararası rekabet koşullarına uyumda azimli ve isteklidirler,
- Gelişmiş beşeri ilişkiler ve örgüt iklimine sahiptirler,
- Daha az kurmay personel ve bürokrasi vardır,
- Kişisel tasarrufların teşvik edilmesine yardımcı olurlar,
- Büyük işletmelere gerekli olan temel malzemeleri daha çabuk üretirler,
- El emeğinin ön planda olduğu sektörlerde önemlidirler.

Küreselleşen ekonomi ile birlikte işletmeler ulusal pazarlardan daha çok uluslararası pazarlara üretim yapmaya yönelmişlerdir. KOBİ'ler esnek yapıları dolayısıyla farklılaşan pazarlardaki farklı talepleri karşılayabilmekte aynı zamanda yeni ve yaratıcı ekonomik faaliyet alanları doğurabilmektedirler. KOBİ'ler yeni üretim yöntem ve tekniklerine, yeni pazarlama stratejilerine uyum sağlayabilecek esneklik ve yenilik niteliğine sahip oldukları için sanayileşme sürecinin itici gücünü oluşturmaktadırlar (KOSGEB, 2006). Ancak, KOBİ'lerin küreselleşme sürecinde mevcut durum ve özelliklerini değerlendirip rekabet gücü kazanacak şekilde bir stratejik yapılanma içine girmeleri gerekmektedir. Çünkü KOBİ'ler için iç pazarın ötesinde uluslararası piyasalardaki gelişmeleri analiz etmek, ülkelerin oluşturdukları grupların entegrasyon hareketlerini ve sermayenin hareketliliğini yakından incelemek, iş potansiyelini, işletme kapasitesini, kurumsal kültürü buna göre dönüştürmek kaçınılmaz hale gelmiştir.

2.1. KOBİ TANIMI ve SINIFLANDIRILMASI

KOBİ'ler sayıları, sanayi üretimindeki payları ve milli gelire katkıları bakımından ülke ekonomilerinde önemli bir yer tutmaktadır. Ancak, KOBİ'leri tanımlamakta ülkeden ülkeye ve yapılan çalışmanın amacına göre farklılıklar olduğu bilinmektedir. Birçok ülkede KOBİ tanımı ile ilgili bir fikir birliğine ulaşılamadığı da görülmektedir. KOBİ tanımında ya da sınıflamasında tek bir tanıma ulaşmanın en önemli nedeni ise kavramı belirleyen özelliklerin işletmenin yerine, zamana ve ortama göre değişmesidir. Başka bir ifade ile KOBİ kavramını ülkelerin gelişmişlik düzeyi ve sektörlerin yapısı doğrudan etkilemektedir (Müftüoğlu, 1991).

KOBİ'lerin tanımlanmasında isminden de kaynaklanan bir ölçek kullanılması gerekliliği nedeniyle değişik ülke, kurum, kuruluş ve uzmanlar tarafından nitel tanımlama kriterlerinin desteğinde nicel kriterler daha ön planda tutulmuştur. Bu nedenle en çok kullanılan kriterler; genellikle istihdam edilen personel sa-

yısı, yıllık satış hacmi, sermaye büyüklüğü, satış hasılatı, üretim kapasitesi, pazar payı, ihracat-satış oranı, sabit varlıkların toplamı ve yıllık bilanço değerleridir (Ceylan, 1982). Bunların arasında ölçümünün kolaylığı ve karşılaştırma kolaylığı nedeniyle en yaygın olarak kullanılan istihdam edilen işgücü sayısıdır.

Dünya ülkelerindeki KOBİ tanımlamalarını incelediğimizde, tanımların oldukça farklı olduğunu görülmektedir. Örneğin (SMEDA, 2007);

- Amerika’da 500 kişiden az eleman istihdam eden işletmeler,
- İngiltere’de çalışan sayısı 250 kişiden az, 25.9 milyon Sterlin’den az yıllık satışı olan ve 12.9 milyon Sterlin’den az toplam varlığı olan işletmeler,
- Avustralya’da hizmet sektöründe 20 kişiden az, üretim sektöründe 100 kişiden az eleman istihdam eden işletmeler,
- Kanada’da hizmet sektöründe 50 kişiden az, üretim sektöründe 500 kişiden az eleman istihdam eden işletmeler,
- Japonya’da üretim sektöründe 300 kişiden az eleman istihdam eden ve 100 milyon yen toplam varlığı bulunan, toptancılık sektöründe 100 kişiden az eleman istihdam eden ve 30 milyon yen toplam varlığı bulunan, perakendecilik sektöründe 50 kişiden az eleman istihdam eden ve 10 milyon yen toplam varlığı bulunan işletmeler,
- Çin’de 100 kişiden az eleman istihdam eden işletmeler,
- Endonezya’da 100 kişiden az eleman istihdam eden işletmeler,
- Malezya’da 75 kişiden az eleman istihdam eden ve 2,5 milyon MYR’den az varlık toplamı bulunan işletmeler,
- Filipinler’de 200 kişiden az eleman istihdam eden ve 40 milyon PHP’den az varlık toplamı bulunan işletmeler,
- Kore’de hizmet sektöründe 20 kişiden az, üretim sektöründe 300 kişiden az eleman istihdam eden işletmeler,

KOBİ olarak tanımlanmaktadır.

Avrupa Birliği ise Basel-II standartlarında kullanılmak üzere bir KOBİ tanımı geliştirmiştir. Avrupa Komisyonu, KOBİ’leri Tablo 1’de de görüleceği gibi Mikro, Küçük veya Orta Büyüklükteki işletmeler kapsamında olan, ayrıca anaparası veya oy hakkının %25’inden fazlası bir büyük işletme veya kuruluşun sahipliği veya kontrolünde bulunmayan işletmeler olarak tanımlamıştır. Avrupa Birliği’nde de tek bir tanım yapılmasında amaç yapılan uygulamalarda Küçük ve Orta Boy işletmeleri tam olarak tanımlamak ve yapılan uygulamalardan gerçekten KOBİ tanımına giren şirketlerin yaralanmasını sağlamaktır.

Tablo 1. AB KOBİ sınıflaması

İşletme Türü	Çalışan Sayısı	Yıllık Ciro	Bilanço
Mikro İşletmeler	1-9	2 milyon €	2 milyon €
Küçük İşletmeler	10-49	10 milyon €	10 milyon €
Orta Büyüklükteki İşletmeler	50-249	50 milyon €	43 milyon €
Büyük işletmeler	250 den fazla	50 milyon €'dan fazla	43 milyon €'den fazla

Ülkemizde yakın zaman kadar kullanılan, tamamı imalat sanayine yönelik çok sayıda KOBİ tanımı bulunmaktaydı. Ülkemizde çok sayıda tanım olması zaman zaman karmaşıklık yaratmış ve KOBİ'lerle ilgili sağlıklı verilerin oluşmasını engellemiştir. Yakın zaman kadar finanstan borsaya, sanayiden hizmete her sektörde farklılık gösteren KOBİ tanımı, uygulamada birçok aksamaya neden olmuştur. KOBİ'lere yönelik hizmet için kurulmuş Eximbank ve Halkbankası gibi bankalar, Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME) ve Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tanımları da dahil olmak üzere yaklaşık 11 farklı tanım ile bu işletmelerin büyüklüklerini farklı farklı tanımlanmıştır. Ayrıca, KOBİ'lerin tanımlanması KOBİ'lerin etkinliğini artırmak, rekabet güçlerini ve düzeylerini yükseltmek, ekonomik gelişmelere uyum sağlamak ve sanayiye entegre olmalarını kolaylaştırmak amacıyla sağlanan teşviklerden yararlanacak işletmelerin belirlenmesinde de KOBİ tanımı büyük bir önem taşımaktadır.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, KOBİ'lerde tanım karışıklığına son vermek üzere Basel-II standartlarını dikkate alarak yeni bir KOBİ tanımı üzerinde bir çalışma başlatmıştır. Tablo 2'de de yer alan 19/10/2005 tarihinde yürürlüğe konulan "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik"e göre

- Mikro işletme: On kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu bir milyon Yeni Türk Lirasını aşmayan çok küçük ölçekli işletmelerdir,
- Küçük işletme: Elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu beş milyon Yeni Türk Lirasını aşmayan işletmelerdir,

- Orta büyüklükteki işletme: İkiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu yirmibeş milyon Yeni Türk Lirasını aşmayan işletmelerdir.

Tablo 2. KOBİ Tanımı

İşletme Türü	Çalışan Sayısı	Yıllık Ciro (Net Satışlar)	Bilanço Toplamı
Mikro İşletmeler	1-9	0- 1 milyon TL	0- 1 milyon TL
Küçük İşletmeler	10-49	1-5 milyon TL	1-5 milyon TL
Orta Büyüklükteki İşletmeler	50-249	5-25 milyon TL	5-25 milyon TL
Büyük işletmeler	250 den fazla	25 milyon TL'den fazla	25 milyon TL'den fazla

Ülkemizde AB KOBİ tanımına yakın ya da uyumlu bir tanımın esas alınmasındaki temel amaç KOBİ'lerin Avrupa'daki işletmelerle uyum içinde olmasını sağlamaktır.

2.2. KOBİLERİN ÖNEMİ

KOBİ'lerin önemini ekonomi içindeki büyüklükleri ve ülke ekonomisine verdikleri katkıları ile ifade etmek mümkündür. Tablo 3'de de görülebileceği gibi KOBİ'ler, tüm işletmelerin %99,90'unu, imalat sanayindeki işletmelerin ise %99,62'sini oluşturmaktadır.

Tablo 3. İmalat Sanayinde ve Türkiye Genelinde İşletme Sayıları

	İŞLETME SAYILARI (Çalışan Sayısına Göre Sınıflandırılmış)									
	Mikro İşletmeler (1-9)	%	Küçük İşletmeler (10-49)	%	Orta Büyüklükte İşletmeler (50-249)	%	Büyük İşletmeler 250+	%	Genel Toplam	%
İmalat Sektörü	246.011	90,27	21.212	7,78	4.267	1,57	1.023	0,38	272.613	100,00
Toplam	1.813.726	96,43	56.884	3,02	8.471	0,45	1.798	0,10	1.880.979	100,00
%	13,56		37,29		50,37		56,90		14,49	

Kaynak: TÜİK, 2003

Tablo 4’de de Türkiye’deki işletmelerde çalışan sayıları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde, KOBİ’lerin tüm işletmeler arasında toplam istihdamın % 81,48’ini, imalat sanayinde ise istihdamın % 69,47’sini sağladığı görülmektedir. Ayrıca, ülkemizde KOBİ’ler toplam katma değer % 38’ini, toplam yatırımların % 57’sini ve toplam ihracatın % 9’unu yaratmaktadır. Bu işletmelerin hukuki durumları incelendiğinde ise, % 81’inin ferdi mülkiyet, % 14’ünün limited şirket, % 2’sinin anonim şirket, % 1,7’sinin de adi ortaklık olduğu görülmektedir (TÜİK, 2003; DPT, 2004).

KOBİ’lerin önemi açısından istatistikler değerlendirildiğinde, firma sayısı, istihdam ve üretim açısından KOBİ’lerin ekonomide önemli bir paya sahipken, katma değer ve ihracat açısından yeterli paya sahip olmadığını söylemek mümkündür.

Tablo 4. İmalat Sanayinde ve Türkiye Geneline Çalışan Sayıları

	ÇALIŞAN SAYILARI (Çalışan Sayısına Göre Sınıflandırılmış)									
	Mikro İşletmeler (1-9)		Küçük İşletmeler (10-49)		Orta Büyüklükte İşletmeler (50-249)		Büyük İşletmeler 250+		Genel Toplam	
		%		%		%		%		%
İmalat Sektörü	586.596	27,58	444.718	20,91	446.238	20,98	649.344	30,53	2.126.965	100,00
Toplam	3.296.335	51,08	1.101.312	17,06	860.687	13,34	1.195.350	18,52	6.453.765	100,00
%	17,80		40,38		51,85		54,32		32,96	

Kaynak: TÜİK, 2003

Dünya ekonomisi göz önünde bulundurulduğunda, KOBİ’lerin toplam işletmelerin % 95’ini oluşturduğunu ifade etmek mümkündür (OECD, 2009a). AB’nin “KOBİ Yıllık Raporu”na göre, AB’deki ülkelerde (EU-27: Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Güney Kıbrıs, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Estonya, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yunanistan, Macaristan, İrlanda, İtalya, Litvanya, Letonya, Lüksemburg, Malta, Hollanda, Polonya, Portekiz, Romanya, Slovakya, Slovenya, İspanya, İsveç ve İngiltere) işletmelerin % 99,8’i KOBİ’dir ve KOBİ’ler 88 milyon kişiyi istihdam etmektedir. Tablo 5’de de görülebileceği gibi, AB’de 20 milyon üstünde işletme bulunmaktadır ve bu işletmelerin sadece 43.000’i (% 0,2) büyük işletmedir. KOBİ’lerin dağılımına baktığımızda, işletmelerin % 92’sinin 10’dan az kişi istihdam eden mikro işletme, % 7’sinin küçük işletme ve % 1’inin de orta büyüklükte işletme olduğu görülmektedir. Bu verilere göre, AB Ülkelerinde işletmelerin tipik yapısı mikro işletmedir (Audretsch, vd., 2009). AB Ülkelerindeki (EU-27) ve bazı ülkelerdeki KOBİ sayıları Tablo 5’de detaylı olarak görülebilmektedir.

Tablo 5. Bazı AB Ülkelerinde İşletme Sayıları

ÜLKELER	YIL	İŞLETMELER					
		MİKRO	KÜÇÜK	ORTA	KOBİ	BÜYÜK	TOPLAM
Sayılar							
İzlanda	2004	21.700	900	100	22.700	100	22.800
İsviçre	2004	260.000	30.000	5.000	294.000	1.000	295.000
Norveç	2004	214.000	17.000	2.000	233.000	1.000	234.000
Liechtenstein	2001	5.500	4.500	3.500	13.500	2.500	16.000
Amerika	2005	14.049.000	468.000	191.000	14.709.000	36.000	14.745.000
Japonya	2001	-	-	-	4.690.000	13.000	4.703.000
EU-27	2007	18.788.000	1.402.000	220.000	20.409.000	43.000	20.452.000
Yüzde (%)							
İzlanda	2004	95	4	0	100	0	100
İsviçre	2004	88	10	2	100	0	100
Norveç	2004	92	7	1	100	0	100
Liechtenstein	2001	34	28	22	84	16	100
Amerika	2005	95	3	1	100	0	100
Japonya	2001	-	-	-	100	0	100
EU-27	2007	92	7	1	100	0	100

Kaynak: EIM on the basis of EUROSTAT

KOBİ'ler büyüme oranı açısından da büyük işletmelere göre hızlı bir gelişim göstermektedir. Tablo 6'da görülebileceği gibi 2002-2007 yılları arasında AB Ülkelerindeki büyük işletmelerin sayısı % 4 artarken, KOBİ'lerin sayısı % 11 artmıştır.

Tablo 6. EU-27 Ülkelerinde İşletme Sayıları

İŞLETMELER	İŞLETME SAYILARI		ARTIŞ	
	2002	2007	Sayı	%
KOBİ	18.348.000	20.409.000	2.062.000	11
Büyük İşletme	41.000	43.000	2.000	4
TOPLAM	18.389.000	20.452.000	2.063.000	

Kaynak: EIM on the basis of EUROSTAT

özelliklerinin de etkisi büyüktür. Bu özellikleri ise aşağıdaki başlıklar altında özetlemek mümkündür (Alpugan, 1988, Sarıaslan, 1996; Çelik ve Akgemici, 1998; Müftüoğlu, 2002, Torlak ve Uçkun, 2005; OECD, 2005; OECD 2009b). KOBİ'ler:

- Daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlarlar,
- Ülkede gelir dağılımında denge unsuru sağlarlar,
- Daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlarlar,
- Yeni fikir ve buluşların kaynağı olup, sanayide gerekli olan esnekliğin sağlanmasına katkıda bulunurlar,
- Çabuk karar verme esnekliği nedeni ile daha az yönetim ve işletme gideri ile çalışırlar,
- Talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine uyum gösterebilirler,
- Büyük işletmelere girdi ve aramalı sağlarlar,
- Ülkede refah seviyesinin yükseltilmesine katkıda bulunurlar,
- Teknolojik gelişmelerin kırsal yörelere ulaşmasını sağlayarak, üretim teknolojisini tamamlarlar,
- Bölgeler arası dengeli kalkınmaya katkı sağlarlar,
- Ekonomide meydana gelen konjonktürel dalgalanmalara, büyük işletmelere göre daha az duyarlıdırlar,
- Bu tür işletmelerde işçi işveren ilişkileri daha yakın olduğundan, sosyal huzursuzluklara sık sık rastlanmamaktadır,
- Ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenen bir yapıya sahiptirler,
- Çabuk karar verme ve rekabet fırsatı elde edilmesini sağlarlar.

Küreselleşme, AB standartlarına uyum ve Basel-II'ye geçiş süreci devam ederken, KOBİ'ler bir yandan çok uluslu ve rekabet gücü fazla olan şirketler tarafından diğer yandan da mali/ekonomik düzenlemeler ve sorunlar ile sürekli tehdit edilmektedir. Temel amacı bankacılık sektörünü düzenleme olan ve 1974 yılında oluşturulan "Basel Komitesi" tarafından geliştirilen standartlar KOBİ'leri de yakından ilgilendirmekte ve KOBİ'leri standartlara hazırlıklı olmaya zorlamaktadır. 1988'de yayınlanan "Basel-I Standartları" ile başlayan standartlar, bankaların uymaları gereken çalışma kriterlerini belirlenmiş ve bankaların krizlere karşı dayanıklılığını artırmak üzere getirilmiştir. Ancak, zamanla mali piyasaların, daha da gelişmesi ve işlemlerin karmaşıklaşması sonucu, Basel-I kriterlerinin yetersiz kaldığı görülmüş ve "Basel-II Standartları" ortaya çıkmıştır. Yeni Basel Sermaye Uzlaşısı olan Basel-II, bankaların sermaye yeterliliklerinin ölçülmesine ve değerlendirilmesine ilişkin olarak Basel Bankacılık Denetim Komitesi (Basel Committee on Banking Supervision, 2001, 2003) tarafından yayımlanan ve yakın tarihte birçok ülkede yürürlüğe girmesi beklenen standartlar bütünüdür.

Basel-II bankalarda etkin risk yönetimini ve piyasa disiplini geliştirmek, sermaye yeterliliği ölçümlerinin etkinliğini artırmak, bu sayede sağlam ve etkin bir bankacılık sistemi oluşturmak ve finansal istikrara katkıda bulunmak için sunulmuş önemli bir fırsattır. Basel-II içerisinde sermaye yükümlülüğünün nasıl hesaplanacağı, maruz kalınan risklerin nasıl yönetileceği, sermaye yeterliliğinin nasıl değerlendirileceği ve nasıl kamuya açıklanacağına ilişkin hükümler mevcuttur. Basel-II içerisinde risk ölçümüne ilişkin olarak basit aritmetiğe dayalı standart yöntemler ile kredi, piyasa ve operasyonel riske ilişkin istatistikî/matematiksî risk ölçüm metodlarını içeren yöntemler bulunmaktadır. Bankalarda risk yönetimi kültürünün daha da gelişmesinin, dolaylı olarak, bankaların müşterisi konumunda olan reel sektör firmalarını da etkileyecek olması aşîkardır. Basel-II ile birlikte bankalar kredi tahsis etmeden önce şirketlerin finansal ve operasyonel (yönetsel) performansları ile ilgilenecekler, performansı iyi olan şirketler “iyi” derecelendirme notu alacak ve düşük maliyetle kredi imkânına kavuşacaktır. Bu gelişme ise hali hazırda kredi sağlama konusunda önemli sıkıntılar yaşayan KOBİ’leri kredi sağlamaları ve düşük maliyetlerle kredi temin etmeleri açısından yakından ilgilendirecektir.

Standartlar çerçevesinde bankalar kredi verdiği firmaların taşıdığı riskleri ölçümleyebilmek için firmalara derecelendirme notu verecektir. KOBİ’lerin finansman sorunlarının temelinde, sermaye yapılarının zayıflığı yatmaktadır. Bağımsız derecelendirme kuruluşları ile bankalar tarafından derecelendirmeye tabi tutulacak olan KOBİ’lerin, değerlendirilecek olan özelliklerinin başında, firmanın finansal verileri ve niteliksel faktörleri gelmektedir. Finansal verileri iyi, sermaye yapıları güçlü olan KOBİ’lere verilecek kredilerin maliyetleri daha düşük olacaktır. Niteliksel veriler yöneticilerin ve ortakların geçmişleri, firmanın pazar payı, dış ticaret kapasitesi gibi unsurlarının değerlendirilmesi sonucu elde edilecektir. KOBİ bilançolarının kredilendirmeye uygun olmaması (negatif sermaye, bilançodaki zarar), kayıt dışı işlemlerin bulunması, KOBİ’lerin derecelendirme aşamasında yaşayacağı zorlukların başında gelmektedir. İyi yönetilen, iyi finanse edilmiş ve gerekli tüm bilgileri (finansal ve operasyonel) zamanında ve yeterli bir şekilde sunarak şeffaflığı sağlayabilen KOBİ’ler, potansiyel olarak en iyi dereceyi almak suretiyle, en iyi şartlarda kredilendirilme imkânına sahip olacaklardır. Bu firmalar finansal ve operasyonel göstergelerinin de iyi olmasıyla kredi kuruluşları için daha az risk teşkil edecek, kuruluşlar bu firmalar için daha az sermaye tutacaklar, bunun etkisiyle de kredi maliyetleri aşağı düşecektir. Basel-II çerçevesinden bakıldığında KOBİ’lerin uygun maliyetler ile kredi temin edebilmeleri için finansal ve yönetsel (operasyonel) yapılarında gerekli düzenlemeleri en kısa zamanda yapmaları kaçınılmaz olmaktadır.

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizdeki KOBİ’ler hali hazırda yaşadıkları finansal sorunları aşmaya, daha güçlü finansal yapıya ulaşmaya çalışırken Basel-II’ye uyum sağlama gerekliliği KOBİ yöneticilerini oldukça fazla etkilemiştir. Henüz

bu süreç tamamlanmadan 2008 sonunda başlayan global ekonomik kriz tüm dünya da dalga dalga yayılmış ve en fazla etkiyi KOBİ'ler üzerinde göstermiştir.

European Association of Craft, Small and Medium-sized Enterprises (UEAPME) Haziran 2009 tarihinde 10 Avrupa ülkesinde (Avusturya (AT), Almanya (DE), İspanya (ES), Finlandiya (FI), Fransa (FR), İrlanda (IE), Litvanya (LT), Hollanda (NL), Polonya (PL) ve İngiltere(UK)) finansal ve ekonomik krizin KOBİ'ler üzerindeki etkilerini tespit etmek amaçlı olarak bir çalışma yapmış ve sonuçlarını yayınlamıştır. Bu çalışma sonuçlarına göre (UEAPME, 2009):

- Tüm ülkelerdeki KOBİ'lerin finansman imkanlarına ulaşmaları bir önceki yıla göre önemli derecede zorlaşmıştır.
- KOBİ'lerin yaklaşık % 4'ü kriz ile birlikte finansman sağlayamadıklarını rapor etmiştir.
- Bazı ülkeler özellikle işletme sermayesini finansman açısından sıkıntılar yaşadıklarını rapor etmiştir.
- Krizle birlikte risk primlerinin ve faiz oranlarının arttığı belirtilmiştir.
- Krizle birlikte bankaların KOBİ'lerden daha fazla teminat istediği belirtilmiştir.
- Kriz reel sektörde beklenen sonuçları olarak KOBİ'lerin % 48'i yatırımlarını durdurduğunu, % 33'ü de istihdamı küçülttüğünü ifade etmiştir.

Dünya Bankası (WB, 2009) Bulgaristan, Macaristan, Litvanya, Romanya ve Türkiye'de 2008 yılında yaşanan finansal krizin etkilerini ölçmek amaçlı bir araştırma yapmıştır. Krizin etkilerini belirlemek için satış hacmi, istihdam, finans ve gelecek beklentileri ile ilgili 42 indikatör geliştirilmiştir. Araştırma kapsamına KOBİ'lerin de dahil olduğu 1.686 işletme alınmıştır. KOBİ alınmıştır. Araştırma sonuçları oldukça çarpıcı olmakla beraber, en önemli bulgular Tablo 7'de özetlenmiştir. Tablo incelendiğinde tüm ülkelerde finansal krizin etkisinin yaşandığı, Türkiye'de de krizin ağır etkilerinin olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Dünya Bankasının Finansal Kriz Araştırması Sonuçları

BULGULAR	ÜLKELER					
	Bulgaristan	Macaristan	Litvanya	Letonya	Romanya	Türkiye
Kapanan firma	0,69	0,00	4,54	1,01	3,28	5,79
2008'in aynı ayına göre satışlarını artıranlar (%)	14,09	6,14	4,86	5,35	9,15	14,75
2008'in aynı ayına göre satışlarını düşürenler (%)	66,33	63,05	88,47	86,84	73,27	71,68
2008'in aynı ayına göre satışlarını düşürenler (5)	-20,53	-15,44	-41,07	-40,73	-25,20	-23,79
Yurt içi satışların ağırlıklı değişimi (%)	-0,93	-3,78	-4,37	7,46	-0,70	-5,78
Dolaylı ithalatın ağırlıklı değişimi (%)	133,20	-22,01	-14,69	-94,14	0,00	-32,88
Doğrudan ithalatın ağırlıklı değişimi (%)	-38,85	-5,61	-5,56	-47,18	36,86	-13,13
Düşük kapasite ile faaliyet gösteren firmalar (%)	76,79	55,28	71,60	74,12	36,25	61,84
Kapasite kullanımında değişim (%)	-24,80	-5,88	-23,34	-23,07	-2,69	-15,09
İstihdamı düşüren firmalar (%)	48,62	51,93	66,10	62,47	49,82	60,17
Geçici istihdamı düşüren firmalar (%)	7,72	13,46	17,73	21,83	15,35	9,15
Reorganizasyona giden firmalar (%)	15,31	1,27	27,78	3,28	25,17	25,09
İflasa giden firmalar (%)	0,49	2,48	0,16	2,10	3,13	1,88
Devlet desteği alan firmalar (%)	6,58	2,50	6,41	11,75	0,97	26,69
Borç seviyesi artan firmalar (%)	3,90	2,69	7,59	11,05	7,88	6,39
Kredi imkanları azalan firmalar (%)	4,63	0,86	2,29	3,23	5,49	6,42
Mal ve hizmet talebinde düşüş yaşayan firmalar (%)	78,12	70,32	75,43	70,77	78,47	71,30
İşletme sermayesini öz kaynakla finance eden firmalar (%)	78,15	52,78	72,00	54,91	64,16	-
Dövizle borçlanma (%)	21,40	35,30	39,50	20,73	31,18	21,75
Kısa vadeli borç kullanımı (%)	49,30	69,44	49,17	80,09	56,91	66,44
Vadesi geçmiş, ödenememiş borç miktarı (%)	28,98	34,67	40,59	40,66	29,62	36,65
Borçlarını yeniden yapılandıran firmalar (%)	12,02	19,16	25,90	26,66	4,90	16,83

Kaynak: Dünya Bankası, 2009

2.3. KOBİLERİN SORUNLARI

KOBİ'ler ekonominin dinamosu olarak faaliyet göstermekle beraber birçok sorunla mücadele etmek durumunda kalmaktadırlar. Çeşitli araştırmalar sonucu elde edilen bilgilere göre KOBİ'ler finansman, örgütlenme, tedarik, üretim, yönetim, yatırım, pazarlama, teknoloji, eğitim gibi konular başta olmak üzere birçok sorunla mücadele ederek ayakta kalmaya çalışmaktadır.

OECD'nin KOBİ'lerle ilgili 2006 yılı "Politika Özeti" adlı raporunda, OECD ülkelerindeki KOBİ'lerin ekonomik büyüme ve gelişmelerinin endüstrileşen ve gelişmekte olan ülkelerde önemli role sahip olduğu vurgulanmış ve KOBİ'lerin sorunları üzerinde durulmuştur. Raporda, 20 OECD ülkesi ve 10 OECD üyesi olmayan ülke incelenmiştir. Rapora göre; finansman eksikliği, yeni ürün geliştirme ve üretim faaliyetlerine yatırım yapmada sorunların varlığı tespit edilmiştir. Finansman eksikliğinin OECD ülkelerinde %80, OECD üyesi olmayan ülkelerde ise %90 olduğu tespit edilmiştir (OECD, 2006). KOBİ'lerin finansman için başvurduğu kaynaklar içinde bankaların oranı %79'dur. Bankalar dışında KOBİ'ler, leasing ve kiralamaya, yatırımı destekleyen kamu kurumlarına ve özel finansman kurumlarına da başvurmaktadır. Raporda ayrıca inovasyon temelli KOBİ'ler diğerlerinden daha fazla risk taşıdığı da belirtilmiştir. Bu KOBİ'lerin bankalar yerine, risk sermayesini sağlayan yatırımcılara güvendikleri tespit edilmiştir. Birçok ülkede inovasyon temelli KOBİ'lerin girişimini sağlamak için girişim sermayesi devlet tarafından desteklenmektedir. Raporda, girişim sermayesi yatırımlarının, İsrail'de milli gelirin içinde %0,8'lik bir paya, Amerika ve İzlanda'da %0,4'lük bir paya, Kanada'da %0,15 paya, Kore'de %0,1'lik bir paya ve bir çok Avrupa ülkesinde %0,1'lik paya sahip olduğu belirtilmiştir.

The Gallup Organization Europe Şirket'nin 2006-2007 tarihleri arasında AB üyesi 27 ülke ile Norveç, İzlanda ve Türkiye'de yaptığı araştırma, KOBİ'lerin özelliklerini ve farklılıklarını ortaya koymuştur. Çalışmada, KOBİ'lerin kısıtları, rekabet durumu, insan kaynakları problemleri, inovasyon verileri gibi konular araştırılmıştır. Araştırma, imalat, inşaat, ticaret, konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım, finansal hizmet, sağlık ve diğer hizmetler sektörlerinde faaliyet gösteren KOBİ'leri kapsamıştır. 14.683 tanesi AB üyesi toplam 16.339 KOBİ çalışmada yer almıştır. Araştırma sonuçlarına göre; KOBİ'lerin en önemli kısıtının finansman olduğu, bunun dışında ihracat sıkıntılarının yaşandığı, insan kaynakları maliyetinin yüksek olduğu, yönetsel sorunların yaşandığı, kalifiye eleman eksikliği olduğu ve yabancı pazarlar ile ithalat tarifeleri hakkında bilgi eksikliği olduğu belirlenmiştir. AB içindeki KOBİ'lerden sadece % 8'i ihracattan ciro elde edebilmektedir. Ayrıca, KOBİ'lerle ilgili önemli diğer konular, rekabetin artmış olması ve finansman yetersizliğine nedeniyle inovasyona kaynak ayıramamaktır.

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından ülkemizdeki KOBİ'ler için hazırlanan "KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı"nda KOBİ'lerin temel zayıflıkları ana başlıkları ile aşağıdaki gibi sıralanmıştır (DPT, 2003);

- Düşük Teknolojik Düzey ve Yetersiz Know-How
- Finans Ortamının Yetersizliği
- Türkiye ile AB Arasındaki Rekabet

Türkiye'de KOBİ'ler üzerine yapılmış bilimsel çalışmalar, bu işletmelerin en önemli sorunlarının finansman kaynakları ve yönetimi olduğunu vurgulamaktadır (Sarıaslan,1994; Sarıaslan,1996; Müftüoğlu, 1997, Müftüoğlu, 1998; Karabıyık,1998; Alkıbay vd, 1999; Özer ve Yamak, 2000, Özdoğan, 2001, Çolakoğlu, 2002, OECD, 2004; OECD, 2005; OECD, 2006; OECD 2009a). Ulusal ve uluslararası literatüre dayalı olarak tespit edilen KOBİ sorunları aşağıda sunulmaktadır.

2.3.1. KOBİ'lerin Finansman Sorunları

KOBİ'lerin karşılaştığı en önemli sorunlardan biri finansman sorunudur. KOBİ'ler finansman sıkıntısını kuruluş aşamasında yaşamaya başlamakta ve faaliyet sürelerince zaman zaman finansman güçlüğü yaşamaktadırlar. DPT'nin "KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı"nda belirtildiği gibi KOBİ'lerin kredi hacminin yaklaşık % 5 düzeyinde kalması finansman sorununun en önemli göstergesidir (DPT, 2003). KOBİ'ler tüm işletmelerin % 99,90'ını oluşturduğu dikkate alınır sa kredi hacminin sadece % 5 düzeyinde olması durumun önemini ortaya koymaktadır. Aynı oranların Amerika'da % 97,2 - % 42,7; Almanya'da %99,8 - % 35; İngiltere'de % 98,8 - %27,2; Fransa'da ise %97 - % 48 şeklinde olması bu sorunu daha da iyi vurgulamaktadır (Türker vd., 2005).

KOBİ'lerin yaşadığı finansman sorunları arasında finansman kaynağı bulamamaları, finansman maliyetinin KOBİ'ler için oldukça yüksek olması, bu maliyetlerin mali borç yükünü artırarak finansal göstergeleri bozması ve yeni yatırımlar için yeni finansman kaynağı talebinde bulunamamaları sayılabilir. Sayılan sorunların aşılammamasında KOBİ yöneticilerinin yönetsel yeteneklerinin, özellikle de finansal yönetim konusundaki bilgi ve deneyimlerinin eksikliğinin payı da oldukça fazladır. KOBİ'lerin büyük bölümünde yöneticiler teknik kökenli olduğundan, finansman ve muhasebe konusunda bilgi düzeyi oldukça düşük bulunmakta, çoğunda da bir uzman istihdam etme durumu bulunmamaktadır. Finans bilgisi ihtiyacı özellikle, finansal kriz dönemlerinde, dış ticaret yapmak isteyen işletmelerde ve Basel-II'ye hazırlanmak isteyen işletmeler de daha fazla ön plana çıkmakta yaşanan finansal sıkıntıları da artırmaktadır.

KOBİ'lerin finans güçlüğü çekmesinin en önemli nedenleri; finansman imkanlarının yetersizliği, kredi teminindeki zorluklar, Türkiye'de mali piyasaların ge-

İşmemiş olması ve finansal yönetimdeki yetersizliklerdir. Finansman imkansızlıklarına bağlı olarak finansman maliyetinin KOBİ'ler için oldukça yüksek olması, bu maliyetlerin mali borç yükünü artırarak finansal göstergeleri bozması ve yeni yatırımlar için yeni finansman kaynağı talebinde bulunamamaları da diğer sorunlar arasında sayılabilir. Ülkemizde son yıllarda KOBİ'lerin özsermaye ihtiyacının giderilmesi ve sermaye piyasası olanaklarından yararlanabilmesine yönelik olarak çeşitli çalışmalar yürütülmektedir. KOBİ'lerin için sermaye piyasalarından finansman imkanı yaratmak amaçlı olarak ön plana çıkan iki alternatif; girişim sermayesi ve halka açılmadır. Bu kapsamda, büyüme ve ihracat potansiyeli olduğu halde finansman yetersizliği olan KOBİ'lere girişim sermayeciliği ile ortak olmak suretiyle finansal destek sağlanabilecek, ayrıca İMKB'de mevcut Bölgesel Pazar ve Yeni Şirketler Pazarına ilave olarak ayrı bir KOBİ piyasasının oluşturulması ile de KOBİ'ler sermaye piyasasından özkaynak temin edebilecektir.

KOBİ'lerin özsermaye dışındaki en önemli finansman kaynağı bankacılık sektöründen elde edilen kredilerdir. Ancak KOBİ'lerin yönetim ve örgüt yapısındaki eksiklikler, finansal yönetim zafiyetleri, muhasebe normlarına uygun mali tablo üretememeleri, özkaynak yetersizliği, bankaların kredi istihbarat faaliyetlerinin görece olarak daha maliyetli olması ve teminat yetersizlikleri bankaların kredi vermesini güçleştirmekte ya da miktar, vade, faiz oranı ve teminat açısından zorlu kredi koşullarına maruz bırakmaktadır (TBB, 2004; BDDK, 2005). Bu sorunu çözmek amaçlı olarak, kredi borçlarını ödeme zorluğu çeken ve finansal sıkıntı içinde olan ve hatta iflas eşiğinde bulunan KOBİ'leri ekonomiye kazandırmak için "Anadolu Yaklaşımı" olarak anılan Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) tarafından hazırlanan "KOBİ'lerin Mali Sektöre Olan Borçlarının Yeniden Yapılandırılması Hakkındaki Kanun" hakkında çalışmalar başlatılmıştır. Bu yaklaşıma göre kısaca borçlu KOBİ'ler ile bankaların 2 yıllık süre içinde anlaşmaya varmaları öngörülmekte, ayrıca KOBİ'lerin devlete olan elektrik, doğalgaz, işveren primi ve vergi gibi borçlar da yeniden yapılandırma kapsamına alınmaktadır. Tüm bankacılık sisteminde KOBİ'lere ait sorunlu kredi sayısının büyüklüğü göz önüne alındığında bu çabaların hem KOBİ'lerin ekonomiye yeniden kazandırılması hem de bankacılık sektörünün sorunlarının aşılması açısından önemli adımlar olduğu ortadadır.

Ülkemizde ve dünyada KOBİ'ler reel sektörün can damarı olarak görülmektedir. Bu nedenle KOBİ'lerin sorunlarının tespit edilmesi ve çözülmesine yönelik çalışmalar akademisyenlerin, bankacıların, KOBİ'lere destek veren kuruluşların ve politikacıların ilgi odağı olmaktadır. KOBİ'lerin en önemli sorunu olan finansman sorunu, hem ulusal hem de uluslararası literatürde en çok araştırma, çalışma ve rapor yayınlanan konudur.

Türkiye’deki KOBİ’lerin ekonomik açıdan önemini vurgulayan ve finansal açıdan KOBİ’leri değerlendiren önemli çalışmalardan Sarıaslan (1994, 1996) ve Karabıyık (1998)’in çalışmaları, KOBİ’lerin finansman kaynaklarının yetersizliklerini açıkça vurgulayan çalışmalardır. Yazarlar, KOBİ’lerin ekonomik katkılarının arttırabilmesi için finansman sorunlarının acil olarak çözülmesi gerekliliğini vurgulamaktadırlar. Müftüoğlu’nun 1998 yılında gerçekleştirdiği çalışmada ise KOBİ’ler ile ilgili öne çıkan en önemli konunun KOBİ yatırımları olduğu görülmektedir. Yazar, KOBİ’lerin toplam yatırımlardaki payının %26,5 ve toplam üretimdeki payın ise %37,7 olduğunu vurgulayarak, KOBİ yatırımlarının ülke ekonomisindeki yeri ve önemi üzerine dikkat çekmiştir (Müftüoğlu, 1998). Özgen ve Doğan tarafından 1997 yılında, Akbulut tarafından 2000 yılında gerçekleştirilen çalışmaların ortak noktası ise KOBİ’lerin Türkiye ekonomisinin büyük bölümünü oluşturmalarına rağmen toplam kredilerden aldıkları payın ancak %4-5 civarında olmasıdır. Yazarlar, KOBİ’lerin bu önemli sorunun yanında yatırımlarının finansmanı için kaynak bulmada mevcut finansman yöntemlerinden yararlanamadıklarını, uzun vadeli kredi temin edemediklerini ve leasing, faktoring ve sermaye piyasası araçlarından neredeyse hiç faydalanamadıklarını da belirtmişlerdir (Özgen ve Doğan,1997; Akbulut, 2000).

Akdoğan ve Tenker (1998), çalışmalarında enflasyonun KOBİ’lerin parasal varlıkları üzerindeki etkilerine vurgu yapmışlar, KOBİ’lerin finansal açıdan en önemli sorunlarının ise satın alma güçlerindeki olumsuz etkiler olduğunu belirtmişlerdir. Atik vd. (2001) ise KOBİ’lerin finansman kaynakları ve sorunlarının yanında işletme yöneticilerinin finansal yönetim konusundaki bilgi ve deneyimlerdeki eksikliği vurgulamışlar ve mali konularda uzman eleman eksikliği olduğunu belirtmişlerdir. Yücel (2001) ise KOBİ’lerin finansal kaynak yaratma aşamasında karşılaştıkları sorunlara vurgu yapmış ayrıca sahip olunan kaynakların planlı, doğru ve firma amacını gerçekleştirecek doğrultuda kullanılmasında da sorunlar olduğunu ve önem arz ettiğini de ifade etmiştir. Yukarıda bahsedilen çalışmalara göre KOBİ’lerin finansal sorunlarının temel nedenleri; KOBİ’lerin hemen hepsinde sahip/yöneticilerin teknik kökenli olmaları yanında finansman ve muhasebe konusunda çok az bilgiye sahip olmalarıdır. Çalıpınar (2001)’in çalışmasında finansal açıdan vurgulanan en önemli konu, KOBİ’lerin imalat sanayisi içinde faaliyet gösteren işletmelerin %99,5’ünü, aynı sektördeki toplam istihdamın ise %56,3’ünü oluşmasına rağmen finansman olanaklarının yetersiz kalmasıdır.

Akgemci (2001) tarafından KOSGEB için hazırlanan “KOBİ’lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler” adlı rapor; KOBİ tanımı, KOBİ’lerin önemi, KOBİ’lerin sorunları ve KOBİ’lere verilen teşvikleri konu almıştır. Raporun finansal sorunlar kısmında ise; az maliyetli kredi imkanlarının olmaması, kredi olanaklarına yeterince sahip olamamaları, kredi başvurularında birtakım bürokratik uygulamalarla karşılaşmaları, ödeyemeyecekleri kadar yüksek faiz oranla-

rı ve ödeme koşulları ile karşılaşmaları, sermaye piyasalarından yeterince yararlanamamaları ve risk sermayesi ile finansal kiralama gibi mali enstrüman imkanlarından fazla yararlanamamaları gibi sorunlara yer verilmiştir.

Atik ve Sezer (2001) AB'ye entegrasyon sürecinde Kayseri ve Nevşehir illerinde yer alan KOBİ'lerin sorunlarının belirlenmesi ve bu sorunlara yönelik çözüm önerilerinin geliştirilmesi amacıyla Kayseri'de 30, Nevşehir'de 66 firmaya anket uygulamıştır. Çalışma sonucunda firmaların finansman sorunları; finansman bölümü bulunmaması, kredi kullanamama, gösterilen teminatın yetersizliği ve teşvik tedbirlerinden yararlanamama olarak belirlenmiştir. Özdoğan (2001) Kuşadası'nda faaliyet gösteren KOBİ'lerin ne tür finansman araçlarını kullandıklarını ve neden tercih ettiklerini saptayarak KOBİ'lerin finansman yönelimlerini ortaya koymak amacıyla basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçtikleri 76 işletmeye anket uygulamışlardır. Araştırma sonuçlarına göre, KOBİ'lerin finansman sorunlarının finansal konularda yeterince bilgi sahibi olmamalarından ve finansman kaynağı olanaklarının yetersiz olmasından kaynaklandığı belirtilmiştir.

Akkaya ve Yılmaz (2001) KOBİ'lerin finansman sorunlarına çözüm bulmak için yaptıkları çalışmalarında, ülkemizde finansal sistemin daha çok bankacılık sektörüne dayanmasına rağmen KOBİ'lerin banka kredilerinden yararlanmakta sıkıntılı olduğu vurgulanmaktadır. Yazarlar, KOBİ'lerin sağlıklı bir şekilde kaynak sağlayabilmeleri için alternatif bir model olarak risk sermayesini önermişlerdir.

Karabıçak ve Altuntepe (2001) KOBİ'lerin kredi yoluyla finansmanını incelemek amacıyla, Isparta ilindeki 130 işletmenin kredi başvuruları incelenmiştir. İnceleme sonucunda işletmelerin büyük çoğunluğunun kredi başvurusunda bulunmadıklarını tespit etmişlerdir. Bunun nedenleri olarak da faiz oranlarının çok yüksek olması, teminat sağlamanın zorluğunu ve kredi alacaklarına inanılmaması olduğunu belirlemiştir.

Demir ve Sütçü (2002) tarafından yapılan çalışma, Isparta'da orman ürünleri endüstrisinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin 2001 krizi sonrası üretim, teknoloji ve finansman açısından sorunlarını ortaya koymaya yöneliktir. Çalışmada yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. İncelenen 33 işletmenin 17'si şahıs işletmesi, 8'i limited şirket, 7'si anonim şirket ve 1'i de kolektif şirket statüsündedir. Üretim açısından bakıldığında KOBİ'ler stratejik bir düşünceyle değil de, gelecekteki metotları kullanarak üretim faaliyetlerini sürdürmektedirler. En önemli sorun olarak kabul edilen finansman açısından ise hem yeni teknoloji alımında hem de işletme faaliyetlerini gerçekleştirme aşamasında finansal yetersizlik görülmektedir. Finansal problemlerin temelinde yatan başlıca neden ise "peşin para ile satamama ve alacakların vadesinde tahsil edilememesi"dir. Bu

durumun kriz sonrasında daha da arttığı, ankete katılanlarca belirtilmiştir. Sonuç olarak, bu işletmelerin %71'i %80 kapasite değerinin altında çalıştığı belirtilirken, %10 ve altı kapasiteyle çalışanların oranı %16,1 düzeyinde gerçekleşmiştir. Yapılan çalışmada işletmelerin en fazla işletme sermayesi temininde (%84,8) finansman sıkıntısı çektikleri, bunu da daha çok banka kredileri ile giderdikleri görülmüştür (%60). Çalışmanın sonucunda, bu işletmelerin büyüme ve güçlenmeleri için devletin sağlayacağı vergi indiriminin önemli olacağı, bunun hem istihdamı arttıracığı hem de kriz sonrası ekonomik dinamizmi canlandıracağı vurgulanmıştır.

Arslan (2003) KOBİ'lerin çalışma sermayesi ve finansal yönetim uygulamalarını araştırmak ve uygulamalarını ortaya koymak için Ankara ilinde faaliyet gösteren 111 KOBİ'de bir araştırma gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda KOBİ'lerin özsermayeye dayalı bir finansman modeli olduğunu, leasing ve faktoring gibi yeni tekniklerden yararlanma imkanlarının olmadığı vurgulanmıştır.

OECD'nin "Türkiye'deki KOBİ'ler, Sorunlar ve Politikalar" adlı raporunda ise KOBİ'lerin hem özkaynak hem de yabancı kaynak finansmanında zorluklar çektiğini özellikle 2000-2001 krizinden sonra bankaların mali sıkıntılar yaşaması nedeni ile kredilerini kısması, Türkiye'de mali piyasaların gelişmemiş olması ve finansal yönetimdeki yetersizliklerin KOBİ'ler açısından finansal sıkıntılara yol açtığı belirtilmiştir (OECD, 2004).

Türkiye Bankalar Birliğinin raporunda ise Türkiye'de KOBİ'lerin finansal güçlük çektiği ve en önemli nedenin finansman imkanlarının yetersiz olması ve kredi teminindeki zorluklar olduğu vurgulanmıştır (TBB, 2004).

İstanbul Ticaret Odası (2005) tarafından hazırlanan "AB Müzakere Sürecinde KOBİ'lerin Korunması ve Uyum Stratejileri" raporunda KOBİ'lerin ülke ekonomisinde yeri ve sorunları irdelendikten sonra KOBİ'lere AB uyum sürecinde yol gösterici olacak 6 aşamalı bir yol haritası önerilmiştir. KOBİ'lerin finansal açıdan da değerlendirildiği raporda, KOBİ'lere AB'ye uygun standartlar belirlenmesi ve bu standartlara benchmarking tekniği ile ulaşılması önerilmektedir.

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK, 2005) için hazırlanan raporda KOBİ'lerin finansal dezavantajları: nitelikli eleman bulamama, finansal yönetim eksikliği, vergide kayıt dışılık, hesap ve kayıt düzeninde aksaklık, finansal planlamada yetersizlik, risk yönetiminin olmaması, finansman kaynaklarına erişimin zor olması, teşviklerden yararlanamama, kredi temin güçlükleri, alternatif finansman araçlarından yararlanamama, yurt dışı finansman imkanlarından yararlanamama olarak sıralanmıştır.

Tunçsiper ve Sürekçi (2005) KOBİ'lerin Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahip olmalarına karşın, henüz yeterince desteklenmediklerini göstermeyi

amaçladıkları çalışmalarında, Balıkesir merkezinde imalat sektöründe faaliyet gösteren seçilmiş 35 işletmeye anket uygulamışlardır. Çalışma sonucunda, kaynak yetersizliği, banka kredisi kullanımında finansal sıkıntılar (yüksek faiz oranları ve teminat problemi gibi), devlet teşviklerinin yetersizliği ve finansal yöneticilerin bulunmaması en önemli finansal sorunlar olarak belirlenmiştir.

Özder (2005) Türkiye’de ve AB ülkelerinde KOBİ’lerin yapı ve sorunlarının ortaya konulmasını ve bu sorunların rekabet farklılaşması yaratıp yaratmadığının belirlenmesi amacıyla, Türkiye’de faaliyet gösteren ve ihracat yapan 1.20 KOBİ’ye anket uygulamıştır. Çalışmanın sonunda, Türkiye’deki KOBİ’lerin banka kredileri yoluyla ve önemsiz miktardaki kredilerle yatırım, finans ve işletme sorunlarını çözmeye maruz kalmaları, uygulanan bazı teşvik politikalarıyla da sübvansiyonların büyük firmalara gitmesi, onları devletin bu alandaki desteğinden de mahrum bıraktığını düşündürdüğü belirtilmiştir.

Coşkun ve Erdem (2005) AB’ne giriş öncesinde, KOBİ’lerin rekabet gücünü etkileyebilecek finansal yapı sorunlarını ve nedenlerini tespit ederek, bu sorunlar için çözüm önerileri geliştirmeyi hedefledikleri çalışmalarında, Orta Karadeniz bölgesinde yer alan Amasya, Samsun, Sinop ve Tokat ilindeki toplam 252 KOBİ’ye anket uygulamışlardır. Araştırmanın sonucunda, işletmelerin %44,18’inin bir finansman sorunu olduğu ve bunun alacak tahsilindeki gecikmeler, maliyetlerdeki artış, kredi konusundaki güçlükler, satış karlılığının düşüklüğü ve özkaynak yetersizliğinden kaynaklandığı belirlenmiştir. Finansman sorununun temelinde ise sermaye yetersizliğinin görüldüğü tespit edilmiştir. İşletmelerin yabancı kaynak sağlamada karşılaştıkları sorunların başında ise teminat göstermedeki güçlükler gelmektedir. Diğer kaynak sağlama sorunları ise bürokratik işlemlerin fazlalığı, faizlerin yüksekliği, vadelerin kısalığı ve kredi miktarının azlığı olarak belirlenmiştir.

Doğan ve Şengül (2005) tarafından yapılan çalışmada AB’nin Lizbon stratejisini destekleyen girişimcilik politikası kapsamında, önemli girişimcilik teşvikleri ve destek programları ele alınarak, AB’ye üye ülkelerde uygulamalar incelenmiştir. Ayrıca, Türkiye’de KOBİ’lerin finansman sorunları ve bu sorunların çözümünde, girişimcilik teşvikleri ve destek programları irdelenmiştir. Çalışmada KOBİ’lerin temel finansman sorunları; kaynak yetersizliği, tesis ve yatırım kredisi imkanlarının kısıtlılığı, KOBİ’lerin devlet teşvik ve yatırımlarından yeterince yararlanamaması, sermaye yetersizliği, işletme sahiplerinin finansal yönetime ilişkin bilgi yetersizliği ve mali konularda uzman eleman eksikliği olarak açıklanmıştır.

Bedük, vd. (2005) AB sürecindeki Türk KOBİ’lerinin Avrupalı KOBİ’ler karşısında karşılaştıkları ya da karşılaşılabilecekleri temel sorunları incelemek amacıyla, Karaman Organize Sanayi Bölgesi’nde faaliyette bulunan gıda sektöründeki 25

KOBİ'ye yönelik bir uygulama araştırması yapmışlardır. Çalışmada KOBİ'lerin finansal sorunlarının büyük bir kısmının işletme yöneticilerinin yönetsel yeteneklerinin, özellikle de finansal yönetim konusundaki bilgi ve deneyimlerinin eksikliğinden kaynaklandığı, finansal sorunlarını giderme aşamasında kredilere yönelen KOBİ'lerin de bankaların teminat olarak gayrimenkul ipoteği istemesi ve işletmedeki mevcut makineler, tezgahlar, araç ve gereçlerin de ipotek olarak kabul etmemeleri nedeniyle ayrıca sorunla karşılaştıkları belirtilmiştir. Bunlara ek olarak KOBİ'lerin sermaye piyasası imkanlarından ve modern finansman tekniklerinden yeterince yararlanamaması da diğer finansman sorunları olarak belirlenmiştir.

Koyuncugil ve Özgülbaş (2006a) Türkiye'deki KOBİ'lerin finansal sorunlarını vurgulayarak, KOBİ Borsaları da dahil olmak üzere çözüm önerilerini irdelemişler ve sorunları çözmek için atılacak ilk adımın KOBİ'lerin finansal profillerinin belirlenmesi olduğunu ifade etmişlerdir. Yazarlar, İstanbul Menkul Kıymetler Borsasında (İMKB) işlem gören 135 KOBİ'nin 2004 yılı verilerini kullanarak Veri Madenciliği yöntemi ile finansal profillerini belirlemiştir. Çalışma sonucunda KOBİ'lerin finansal performanslarına etki eden en önemli faktörün finanslama stratejisi olduğu tespit edilmiştir. Çalışma sonuçları KOBİ'lerin finansal performanslarını artırmak için yabancı kaynak finansmanına ağırlık verilmelerinin gerekliliğini somut olarak ortaya koymuştur.

Koyuncugil ve Özgülbaş (2006b), çalışmalarında KOBİ'lerin finansal durumlarını takip edebilmeleri için finansal performanslarını ölçmeleri gerekliliğini vurgulayarak, KOBİ'ler için finansal performans ölçütü geliştirmişlerdir. İMKB'de işlem gören KOBİ'lerin 2004 yılı verilerini kullanarak Veri Madenciliği yöntemlerinden CHAID (Chi-Square Automatic Interaction Detector) Karar Ağaçları Algoritması ile KOBİ'lerin finansal performansını ölçmek için özsermaye karlılık oranını bir ölçüt olarak kullanılabileceğini tespit etmişlerdir.

Koyuncugil ve Özgülbaş (2006c) tarafından İMKB'de 2000-2005 yılları arasında işlem gören KOBİ'lerde yürütülen çalışmada, KOBİ'lerin finansal başarısızlığa etki eden finansal faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Veri Madenciliği yöntemlerinden CHAID Karar Ağacı Algoritması ile gerçekleştirilen çalışma sonucunda KOBİ'lerin finansal başarısızlığında özsermaye verimliliğinin, kar marjının, alacakların yönetiminin ve maddi duran varlıkların finansmanının etkili olduğu belirlenmiştir.

Özgülbaş ve Koyuncugil (2006) ve Özgülbaş vd. (2006) tarafından İMKB'de 2000-2005 yılları arasında işlem gören KOBİ'lerde yürütülen farklı çalışmalarda KOBİ'lerin finansal anlamda güçlü ve zayıf yönlerinin yanında, finansal performans durumunun KOBİ'lerin büyüklüğüne göre değiştiği ve orta büyüklükteki işletmelerin daha başarılı olduğu belirlenmiştir.

Akbulut (2007) tarafından yapılan çalışmada, Basel-II standartlarının Şanlıurfa'daki KOBİ'ler açısından etkilerini değerlendirmiştir. Yöredeki KOBİ'lerin yöneticilerine yöneltilen sorularla yüz yüze anket yapılmıştır. Analizler sonucunda işletmelerin %90'ından fazlasının perakende KOBİ niteliğinde olduğu ve dolayısıyla Basel-II standartlarının işletmeler için önemli avantajlar sağlayabileceği ifade edilmiştir.

Başar (2007) makalesinde Basel-II düzenlemelerinin KOBİ'ler için iki sonucundan bahsetmektedir. Bunlardan birincisi bankaların risk derecelendirmesine artan bir şekilde dikkat edecek olmaları ve kredi kararlarını derecelendirmeye bağlı olarak şekillendirmeleri, ikincisi ise KOBİ'lerin taşıdıkları risk düzeyine göre farklı fiyat seçenekleriyle ve farklı kredi koşullarıyla karşılaşacak olmalarıdır. Başar çalışmasında, Eskişehir ilindeki KOBİ'lerin Basel-II düzenlemelerinden etkilenme durumunu da analiz etmiştir. Araştırmada 52 KOBİ verisi kullanılmıştır. Araştırmadan çıkan en önemli sonuç, KOBİ'lerin önemli ölçüde bilgi eksikliği içerisinde olduklarıdır. Çalışmada elde edilen diğer önemli sonuçlar; KOSGEB tarafından verilen desteklerden yararlanamama (yaklaşık olarak %50'si yararlanamamaktadır) nedeninin bilgi eksikliği olduğu, KOBİ'lerin %46'sının iş planı yapmadıkları, finansal analiz ve planlama, sermaye bütçeleme ve varlıkların finansmanı konularında bilgi eksikliği olduğudur.

Çalçıncı ve Baç (2007) çalışmalarında, KOBİ'lerin işletme karakteristiklerinin inovasyon üzerine etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada evren olarak Ankara'daki gıda ve içecek sektöründe faaliyette bulunan KOBİ'ler seçilmiştir. Çalışmada anket yöntemi kullanılmış, 35 anket geri dönmüştür. KOSGEB'in KOBİ sınıflaması göz önüne alındığında, anketi cevaplandıranların %11'i küçük ölçekli, %89'u orta ölçekli işletme olduğu belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, ortalama ihracat, ortalama reklâm, ortalama patent ve ortalama dış ortaklıkla inovasyon düzeyi arasında %95 güven aralığında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ancak ortalama AR-GE harcamaları ile inovasyon düzeyi arasında ilişki anlamlı değildir. Bunun nedeni ankete katılan küçük işletmelerin AR-GE faaliyetlerini AR-GE departmanı olmaksızın ve ayrı bir kaynak ayrılması yapılmış olmaları şeklinde açıklanmıştır. Sonuç olarak, ihracat, reklam ve dış ortaklıklar inovasyon yapmayı etkilemektedir. Başka bir nokta ise, yaş daha büyük işletmeler eski teknoloji kullanarak daha fazla işçi çalıştırmaktadırlar ve yenilik yapma düzeyleri yeni işletmelere göre daha azdır. Çalışan sayısı ve işletme yaşı ile inovasyon düzeyi arasında ters bir ilişki olması da araştırmanın sonuçlarındandır. Çalışmada belirtilen karakteristiklerin yanında inovasyon faaliyetleri üzerinde etkisi olan, yönetimin kalitesi ve yeniliklere bakış açısı, geçmişteki inovasyon tecrübeleri, firmaların pazarlama gücü, çalışanların tecrübesi, örgütsel yapı, finansal performans, içinde bulunulan pazardaki rekabet düzeyi gibi birçok karakteristik vardır. Yazarlar, bu karakteristiklerin de çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren firmaların inovasyon faaliyetleri üzerindeki etkisinin yapılacak çalışmalarla belirtilmesi veya güncelleştirilmesini önermişlerdir.

Küçüközmen ve Dilek (2007) tarafından yapılan çalışmada, Türk Halk Bankası verileri ışığında KOBİ'lerin finansman sorunlarına alternatif çözümler geliştirilmesi amaçlanmıştır. Halk Bankası tarafından yapılan araştırmaya göre, Türkiye'de KOBİ'lerin %88'inin dış kaynak kullandığı, %12'sinin ise kredi talep etmediği tespit edilmiştir. Finansman kaynaklarının %71'inin banka kredisi, kalan kısmının ise ortaklardan avans yoluyla (%10) ve yakın çevreden (%19) sağlandığı görülmektedir. İşletmelerin kredi kullanmama nedenlerine bakıldığında ise en önemli sorunun % 40'lık bir oranla teminat şartlarının ağır ve formalitenin fazla olması oluşturmakta, bunu % 33 ile kredi faizinin yüksek olması, % 23 ile özsermayenin yeterli olması, % 4 ile kredi vadesinin kısa olması izlemektedir. Yapılan bu çalışmada ise Konya Organize Sanayi Bölgelerinde anketler uygulanmış ve ulaşılan veriler değerlendirilmiştir. 70 firma ile yapılan analiz ile işletmelerin büyük bir kısmı perakende KOBİ kapsamında olduğu belirlenmiştir. Bu işletmelerden kurumsal portföyde yer alanlara göre daha düşük maliyetli kredi temin edebilecekleri, ancak gösterdikleri teminatlara bakıldığında Basel-II ile teminat göstermede muhtelif sıkıntılar yaşayacakları tespit edilmiştir. Ayrıca, Kredi Garanti Fonunu teminat olarak kullanan hiçbir işletme bulunmadığı da belirtilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlardan bir diğeri de KOBİ'lerin Basel-II uygulaması hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları ve bu uygulamayı yeteri kadar ciddiye almadıklarıdır. KOBİ'lerin Basel-II hakkında daha fazla bilgilendirilmeye ve yönlendirilmeye ihtiyaçları olduğu sonucuna varılmıştır.

Çınaray (2008) tarafından yapılan çalışma, Türkiye'de faaliyet gösteren KOBİ'lerin yaşamakta olduğu genel sorunlarının ve özel olarak finansman sorunlarının incelenmesini ve çözüm yollarının bulunmasını ortaya koymaya yöneliktir. Çalışmada Türkiye'de KOBİ'lere yönelik teşviklerin düzensiz ve yetersiz kaldığı, istihdamda büyük yer tutan KOBİ'lerin gelecekte katma değerlerinin daha yüksek olmasının sağlanması için desteklenmelerinin bir zorunluluk olduğu, işletmelerin uzun dönemli finansal ve yönetsel gereksinimlerinin belli merkezce yönetilen teşviklerle desteklenmesinde fayda olacağı görüşlerine yer verilmiştir. Ayrıca bir KOBİ Bankası oluşturularak bu bankanın özellikle KOBİ'lerin makine ve teknolojilerini geliştirmeye yönelik orta vadeli krediler kullandırma özelliğinin olması gerektiği vurgulanmıştır. Sonuç olarak, dünya ekonomisinde yaşanan küreselleşme sürecinde, Türkiye'deki firmaların da yerelelikten kurtulup uluslararası boyutlara ulaşması ve bir dünya şirketi olmaları gerektiği belirtilmiştir. Bu tespit çerçevesinde KOBİ'lerin, uluslararası değişikliklere paralel olarak, rekabet üstünlüğü yaratacak şekilde yönetim anlayışlarını ve kalite arayışlarını iyileştirip güçlendirmesinin zorunlu olduğu ifade edilmiştir.

Deloitte Türkiye, Capital ve Ekonomist dergileri tarafından Mayıs ve Haziran 2007 aylarında yurt çapında gerçekleştirilen araştırmada KOBİ ölçeğindeki Aile Şirketleri ele alınmıştır (Deloitte, 2008). Araştırmaya, İç Anadolu, Marmara,

Akdeniz, Ege, Güneydoğu Anadolu ve Karadeniz bölgelerinin önde gelen illerinden 7 tanesinden 100'ü aşkın firma katılmıştır. KOBİ'lerin karşılaştıkları zorlukların kısa vadede "finansman" ve uzun vadede "yoğun rekabet" olduğu vurgulanmıştır. KOBİ'lerin büyük çoğunluğunun şirketlerinin değerlerini arttıracak 3 stratejiyi; ürün yeniliği, yönetim ekibinin becerilerini geliştirme, teknolojiye daha çok yararlanma olarak belirttiği görülmüştür. Ankette uzun vadede başarılı olmak için şirketlerin yönetim ekibinin becerilerini geliştirmeleri gerektiği belirtilmiştir. Başarıyı etkileyecek diğer faktörler ise; değişen iş ortamını önceden hissedip ayak uydurma, yenilik (inovasyon) yapma, farklılık yaratacak kararların şirket stratejisi haline getirme, şirket bilançosunu, gelecekte beklenmedik zorluklara adapte olabilecek ve çıkabilecek fırsatları kovalayabilecek, şekilde hazırlama ve lider olma şeklinde sıralanmıştır.

Eken (2008) tarafından yapılan çalışmada Basel-II kriterleri ile KOBİ'lerin finansman olanakları arasında bir ilişki olup olmadığı tartışılmıştır. Basel-II kriterlerinin KOBİ'ler açısından pozitif ayrımcılık yapacağını ifade eden yazar, Basel-II kriterlerinin KOBİ'lerin kredi temin olanakları ile kredi maliyetleri üzerinde ya hiç etkisi olmayacağını, ya da bu etkinin göz ardı edilebilecek kadar küçük olacağını belirtmiştir.

Kendirli vd. (2008) tarafından yapılan çalışmada kurumsallaşma ve kurumsal yönetimin firma mali yapısına katkısı incelenmiştir. Bu konuda sahada neler yapıldığını görmek amacıyla, Çorum KOBİ'leri üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırma kapsamına Çorum'da faaliyet gösteren ve KOBİ tanımına uyan işletmeler alınmıştır. Veri toplanması çerçevesinde anket çalışması yapılmıştır. Anketler, anketörler tarafından yüz yüze uygulanmıştır. Çalışmada Çorum KOBİ'lerinin ağırlıklı olarak üç sektör üzerinde yoğunlaştığı bulunmuştur. Bunlar taş-toprağa dayalı sanayi (%35), gıda sanayi (%27) ve makine sanayidir (%15). 100 KOBİ yöneticisinden alınan cevaplar ve yapılan analizler sonucuna göre, Çorum işletmeleri kurumsallaşma ve kurumsal yönetimin farkındadırlar. Ama bu alanda gerek işletme şartlarından dolayı gerekse personel durumundan dolayı KOBİ'lerin bu sürece çok fazla ayak uydurmadığı belirtilmiştir.

Koç (2008) çalışmasında, Turizm sektöründeki KOBİ'lerin finansal kaynaklarını araştırmıştır. Çalışma, Türkiye'deki turizm sektöründe hizmet veren KOBİ'ler için finansal alternatifler üzerinde durmakta, işletmenin büyüklüğüne göre hangi kaynakların daha uygun olacağını ortaya koymaktadır. Araştırma için 267 KOBİ üzerinde anket yöntemi uygulanmıştır. 267 turizm işletmesinin 125'i konaklama işletmesi, 58'i yiyecek içecek işletmesi, 24'ü turistik eşya imalatçısı, 2'si tur operatörü, 60'ı ise diğer turizm işletmeleri olarak belirtilmiştir. Örnekte, her KOBİ'nin birden fazla finansal kaynak kullanabileceği dikkate alınarak, toplam 310 adet finansal kaynak kullanıldığı tespit edilmiştir. Bulgulara göre, turizm sektöründeki KOBİ'lerin %59,6'sı özkaynaklardan finansman yolunu

tercih etmektedir. Banka kredileri %81,3'lük payla en çok kullanılan finansal kaynak olmuştur. KOBİ'lerin %1,5'u ise leasing kullanmaktadır. Yabancı kaynaklardan finansman bir bütün olarak değerlendirilirse, 310 finansal kaynağın %70'ini banka kredileri, %27'sini ise ticari alacaklar, avanslar oluşturmaktadır. İşletme büyüklüğüne göre; finansal kaynak olarak banka kredisi seçen işletmeler; 10'dan az çalışana sahip 182 işletmenin %81,8'i, 10'dan fazla çalışana sahip 64 işletmenin %75,3'üdür. Buna göre, işletmede çalışan sayısı arttıkça, banka kredisine bağımlılığın düştüğü söylenebilir. Ticari alacaklar ve avanslar ise daha önemli hale gelmektedir. Sonuç olarak, işletmenin büyüklüğü arttıkça, tercih edilen finansal kaynakların değişmekte olduğu, daha çeşitli kaynaklardan finansman sağlandığı ortaya konulmuştur.

Şafaklı (2008) tarafından yapılan çalışmada, Basel-II'nin büyük işletmeler, KOBİ'ler ve KKTC'deki KOBİ'lere etkilerini değerlendirmiştir. Şafaklı bu çerçevede, KKTC'deki KOBİ'lerin profilini ortaya çıkarmış ve Basel-II'ye uyumlarına yönelik öneriler geliştirmiştir. Lefkoşa, Mağusa, Girne, Güzelyurt ve İskele ilçelerine uygulanan anketler sonucunda, KKTC'de KOBİ'lerin Basel-II kriterleri hakkında farkındalıklarının olmadığı, gerek Basel-II gerekse çağdaş rekabetin gereği olarak profesyonel bir anlayışla kurumsallaşmayı öngörmedikleri ve aile şirketi kimliğini korumayı tercih ettikleri belirlenmiştir.

Koyuncugil ve Özgülbaş (2008) çalışmalarında KOBİ'lerin finansal sorunlarını çözebilmeleri ve risklere karşı korunmaları için erken uyarı sistemlerini önermiş, erken uyarı sistemlerinin KOBİ'leri finansal başarısızlığa karşı koruyacağını ve iflasları engelleyeceğini ifade etmişlerdir. Çalışmalarında, bu amaçla geliştirdikleri "Finansal Erken Uyarı Modeli"ni ve modelin işleyiş aşamaları açıklamışlardır.

Özgülbaş ve Koyuncugil (2010), KOBİ'lerin finansal risklerden korunmaları için geliştirdikleri "Finansal Erken Uyarı Sistemi" ile erken uyarı sinyalleri yanında, finansal yol haritalarını da belirlemişlerdir. Geliştirilen sistemin uygulaması İMKB'de de işlem gören KOBİ'lerde gerçekleştirilmiştir. Uygulama sonucunda 2007 yılında İMKB'de de işlem gören KOBİ'lerin % 54'ünün finansal risk içinde olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada KOBİ'ler için 2 finansal erken uyarı sinyali tespit edilmiştir. Bunlardan ilki varlıkların karlılığı göstergesi, diğeri de nakit oranıdır. KOBİ'lerin varlıkların karlılığı oranlarını % 0,02'nin, nakit oranlarını ise % 1'in altına düşürdüklerinde finansal sıkıntı yaşadıkları tespit edilmiştir. Çalışmada erken uyarı sinyallerini dikkate alarak, KOBİ'lerin finansal sıkıntıya düşmemeleri için 2 finansal yol haritası belirlenmiştir.

Ülkemizde gerçekleştirilen çalışmalardan da görülebileceği gibi KOBİ'lerin önemli finansal sorunları bulunmaktadır. Dünyadaki KOBİ'ler de ülkemizdeki KOBİ'ler gibi finansal sorunlar ile boğuşmaktadır. KOBİ'lerin finansal sorunla-

rını ve risklerini belirlemek amaçlı olarak gerçekleştirilen uluslararası çalışmalar aşağıda sunulmuştur.

Vos (1992) çalışmasında, küçük işletmeler için riskin ölçülmesini amaçlamıştır. Çalışmada matematiksel bir hesaplama tanımlanmış, Yeni Zelanda'da 88 küçük işletme için risk ölçülmüştür. Bir yatırımcı için riskin karşılığını ödemenin küçük işletmelerde işletmelere göre daha zor olduğu belirtilmiştir. Beklenen geri dönüş oranı hesaplanırken 3 boyut ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar; büyümenin etkisi, uzun vadeli veriye ulaşılabilirlik ve yeni karşılaşılan belirsizlik olgusudur. Küçük işletmeler için faydalı, basit ve risklerine uygun olarak geliştirilebilecek bir model için değişkenlik, büyüme, eğilim, gelecek beklentileri, veriye ulaşılabilirlik ve belirsizlikle karşı karşıya kalmaları faktör olarak alınmıştır. Daha karmaşık bir model için ise, pek çok girdiyi hesaba katmak gerekmektedir. Küçük işletmelerde finansal hesaplamalar için alınan pazar kararları ve önemli sistematik risk ölçümleri üzerinde çalışmalar yapılması önerilen konulardır.

McKiernan ve Morris (1994) çalışmalarında, literatürde çok ifade edilen KOBİ finansal performansındaki başarısızlıkla stratejik planlama eksikliği ve süreçteki uygunsuzluklar arasında doğrudan bir ilişki olduğu görüşünü araştırmıştır. "Formal planlama ile ortalamanın üstünde bir performansa sahip olmak ilişkili değildir" hipotezi, örnekleme oluşturan KOBİ'ler üzerinde değerlendirilmiştir. Finansal performans üzerinde aritmetik ve geometrik ölçümler yapılmış ve İngiltere için ortalama eğilimler çıkarılmıştır. CEO'ların düşünceleri değerlendirilerek, analizde kullanılan formalitenin ölçülmesi amaçlanmıştır. Araştırma verileri, 4 dönemi kapsamaktadır: 1980 bölgesel araştırması, 1990 bölgesel araştırması, 1974–1988 Finansal Verilerin Derlenmesi ve 1992 CEO'lar ile görüşmeler. Çalışmada sonuç olarak, 3 sektör (elektrik/elektronik, mekanik ve tekstil/deri ürünleri/giyim) için planlama sistemlerinin üstün performansla bir ilişkisi olmadığı bulunmuştur. Ancak, teorik nedenler ortaya konulduğunda, formal sistematik stratejik planlama ile finansal performans arasında pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Burada bulunan ilişkisizliğin, faktörlerin sayısından kaynaklandığı belirtilmiştir. Çalışmanın diğer bir sonucu da finansal performans ölçümü üzerindeki planlama tiplerinde farklılaşan bir etki görülmemesidir.

Paranque (1995) çalışmasında küçük perakende firmaların yüksek faiz oranları ödediğini, teknik problemlere ve kaynak eksikliklerine sahip olduklarını böylece sermaye pazarına ulaşmada zorluk çektiklerini vurgulamıştır. Böylece borca karşı özsermaye oranı yüksek çıkmaktadır. Genel olarak borç verenler ve yatırımcılar küçük perakende firmalarını risk taşıyan firmalar gözüyle bakmaktadır. Bu firmaların risk taşıdığı doğrulanmış, kapitalizasyon altında değer biçilmekte olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca, büyük firmaların borç verenlere karşı daha fazla bilgi ulaştırdıkları, küçük firmaların ise finansal taahhütlerini ortaya koymak için gereken kaynak üretimini beceremediği belirtilmiştir. Öte yandan,

küçük firmaların geleceği görmek anlamında handikaplarının olduğu, planlama ve uzun dönemde yaşamını sürdürme kapasitesi olarak yeterli bilgiye sahip olmadığı vurgulanmıştır.

Danset vd. (1998) makalesinde BACH veri bankasını kullanan KOBİ'lerin performansı ile ilgilenmiştir. Çalışmada 1990-1996 döneminde ve 9 ülkede (Avusturya, Belçika, Fransa, Almanya, İtalya, Portekiz, İspanya, Japonya ve Amerika) faaliyet gösteren perakendeci KOBİ'ler kapsama alınmıştır. Çalışma sonucunda; KOBİ'lerin daha yüksek etkinlik oranlarına sahip olduğu, personel maliyetlerinin daha yüksek olduğu, çalışma sermayesi gereksiniminin yüksek olduğu, Avusturya, Almanya, Portekiz ve Japonya'daki KOBİ'lerin büyük firmalara göre daha az özkaynak kullandığı belirlenmiştir.

Laitinen ve Chong (1998) çalışmalarında, erken uyarı sinyallerini kullanarak krizleri tahmin etmeyi amaçlanmıştır. Finlandiya ve İngiltere'deki analistler (karar verme süreçleri) ve banka müdürlerini kapsayan çalışmalar yapılmış, 2 farklı çalışmanın sonuçları özetlenmiştir. Bu çalışmalar, KOBİ'lerin finansal risklerinin tahminine dayanmıştır. Her 2 çalışma da 7 temel başlık ve riske neden olacak olası faktörlerden yaklaşık 40 alt başlık açıklanmıştır. Ağırlıklandırılmış ortalamalar her iki çalışmada da kullanılmış, faktörlerin önemi ortaya konmuştur. Sonuçlara bakıldığında, çalışmalarda önemli benzerlikler bulunmuştur. Bu noktada, yönetsel yeteneksizlik en önemli faktör olarak görülmekte, bunu takiben muhasebe sistemindeki eksiklikler ve müşteriye karşı tutum gibi sonuçlar gelmektedir. Fakat muhasebe çalışmasının düşük motivasyonu, Finlandiya için önemli bulunmuşken, İngiltere için bulunmamıştır. İngiltere'de ise muhasebe sistemleri ve içsel kontrolün önemini vurgulamıştır. Yine her 2 ülke, içsel kontrol departmanlarının önemi ve bütçesel kontrol sistemleri gibi yönetsel araçlar açısından farklılaşmaktadır. Sonuç olarak, bu 2 farklı AB ortamında benzerliklerin ilgi çekici ve faydalı olması, diğer ülkeler için benzer araştırmaların artması beklenmektedir.

Yeh-Yun-Lin (1998) makalesinde, KOBİ'lerin Tayvan'da ekonomik büyümeye katkıda bulunduğunu ifade etmiş ve bunu nasıl başardıkları üzerine odaklanmıştır. Çalışmada; yapıya, teknolojiye ve insan gücüne odaklanmış 43 KOBİ'nin başarı faktörleri ile ilgili vaka araştırması yapılmıştır. Çalışmanın önemli bulguları arasında, insan kaynaklı noktaların, yapı ve teknolojiye daha fazla öne çıktığı belirtilmiştir. Ayrıca, işletme kurucularının yönetim becerisi, müşteri odaklılık, kaynak tasarımı en önemli teknik beceriler olarak belirlenmiştir. Bunun yanında, vaka çalışmasına dahil edilen işletmeler katı yönetimden çok, yumuşak tavırla, becerilerle ve işlemsel metotlarla ilgili olmuşlardır. Ek olarak, işletme kurucularının gösterdiği yönetsel beceriler ve genel bakış açısı teknik becerilerden ve üretime yoğunlaşmadan daha önemli görülmektedir ki; bu da organizasyonel performansın toplamda pozitif olmasını sağlamaktadır. Son ola-

rak, insan gücü becerisinin de önemli bir ilgi odağı olarak büyük işletme çevresini geliştiren bir faktör olduğu belirlenmiştir.

Romano vd. (2000) çalışmalarında, KOBİ'lerin sermaye yapısı üzerine odaklanmışlardır. Araştırmaya göre, finansal kararlara etki eden birçok faktör vardır; kültür, girişimcilik özellikleri, girişimcilerin sermaye yapısı hususundaki önceki deneyimleri, işletmenin hedefleri, işletme ömründeki önemli dönüm noktaları, tercih edilen yöneticilik yapısı (kontrole ilişkin görüş, borç-özkaynak oranı, kısa vadeli uzun vadeli borç), firmanın yaşı ve büyüklüğü, büyüme için kullanılan fonlar, borç finansmanındaki tutum, bağımsızlık ve kontrolle ilgili önemli noktalar, algılanan risk ve kişisel riske karşı tutum. Araştırmada rastgele seçilen 5.000 işletme sahibine 250 maddelik "Avustralyalı Aile İşletmeleri ve Özel İşletmeler" adlı anket uygulanmıştır. Bulgulara göre, firma büyüklüğü, aile işletmesinin kontrolü, işletme planlaması, işletme hedefleri önemli derecede borç ile bağlantılıdır. Formal planlama sürecine sahip olmayan küçük aile işletmeleri ve sahipleri finansman kaynağı olarak aile kredilerine güvenmeye meyillidirler. Bunun yanında, sermayenin ve birikmiş karların kullanımı aile işletmelerinin planlamasında satışların artması sonucu büyümeyi gerçekleştirme anlamında önemlidir. Sonuç olarak araştırma, çoklu sosyal, aile ve finansal faktörler arasındaki karşılıklı etkileşimin karmaşık olduğunu vurgulamış ve dikkate alınmasını önermiştir.

Voulgaris vd. (2000) tarafından yapılan çalışmada amaç, KOBİ performanslarını değerlendirmek amaçlı, finansal oranlara dayanan bir analiz ve değerlendirme modeli geliştirmektir. Bu çalışma, çoklu Kriter Karar Yöntemi Metodunun (Utilities Additives DIScriminantes) açıklanması, KOBİ'leri önceden tanımlanan homojen sınıflara performanslarına göre sınıflayan bir karar modelinin geliştirilmesini içermektedir. Bu yaklaşımın açıklanabilirliği ve etkinliği, 1988–1996 dönemi içinde, Yunan endüstriyel KOBİ'lerinin finansal verilerinden yararlanılarak incelenmiştir. Çalışmada çoklu ve ekonomik tekniklerin (diskriminant, logit, probit analizi) karşılaştırılması yapılmıştır. UTADIS Metodunun uygulanması için 1988, 1991 ve 1996 yılları seçilmiş, 143 KOBİ 12 finansal oran üzerinden değerlendirilmiştir. Buna göre, dinamik, orta seviyede ve zayıf işletmeler olmak üzere 3 grup ortaya çıkmıştır. Belirtilen yıllar itibarıyla, dinamik işletmelerin artması, işletmelerin genel olarak büyüme içine girmesi şaşırtıcı değildir, bu 1988–1996 yılları arasında Yunanistan'da genel ekonomik durumun gelişmesiyle açıklanmıştır. Bu da KOBİ'lerin performansını ve finansal durumlarının gelişmesine yardımcı olmuştur. Araştırmada, finansal oranların ağırlıkları yıllar itibarıyla UTADIS Metodu çerçevesinde ortaya konulmuş, envanter toplam satış oranı 3 yıl için de önemli bulunmuş, bu da 3 grubu ayıran bir durum olmuştur. Ayrıca, toplam satış net sabit varlıklar oranı da 1988 ve 1996 yılları için önem teşkil etmiştir. Sadece 1 yıl için önem taşıyan finansal oranlar ise; 1988 için toplam borç toplam varlık oranı, 1996 için işletme sermayesi oranı ve

karlılık oranlarıdır. Bu sonuçlara göre, Yunan KOBİ'lerin performansı için başkın faktör, envanter yönetim politikasının etkinliğidir. Ortak performans değerlemesi finansal/kredi analistleri için günlük bazda ele alınması gereken önemli bir görevdir, bu firmaların büyüklüğünün ve zayıflığının ortaya konulması bakımından önerilmektedir.

McMahon (2001a) tarafından Avustralya'da yapılan çalışmada imalat sektöründe faaliyet gösteren 871 KOBİ'nin finansal profillerini karşılaştırmak ve farklılıklarını ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırma verileri Avustralya İstatistik Bürosu (ABS) tarafından elde edilmiş, 1994–95 ile 1997–98 arasındaki 4 mali yılı kapsamaktadır. Buradan hareketle, işletmenin büyümesiyle ortak finansal problemler arasında olası bağlantılar ve farklılaşan gelişim yolları ortaya konmuştur. Bulgular, toplu olarak KOBİ'lerin cari finansal bilgidен uzaklaştığını göstermiştir. Ayrıca, büyüme deneyiminin araştırılan KOBİ'ler üzerinde yatırımların, varlık yapısının, finansal yapının, likiditenin ve ödeme gücü oranının geri dönüşüne etki etmediği bulunmuş, fakat kar miktarı, işletme masrafları, toplam satış ve finansman gider oranı büyüme tarafından etkilendiği görülmüştür. Finansal profillerde bulunan tek farklılık, işletmenin büyüme sırasındaki kaynak ihtiyacı veya ölçekteki farklılık olarak açıklanmıştır. Çalışma sonucunda, KOBİ politikalarını oluşturanlar, finansçılar, kredi verenler ve işletme sahipleri için kapsamlı finansal profilin dikkat edilmesi gereken bir olgu olduğu ifade edilmiştir. Yazar, KOBİ yöneticilerine işletme içi karşılaştırmalara ve işletmeler arası kıyaslamaya da özen gösterilmesini önermiştir.

McMahon (2001b) tarafından yapılan diğer bir çalışmada, Avustralya'da imalat sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerin büyüme ve performans sonuçları üzerinde finansal raporlama uygulamalarının etkisini açıklamak amaçlanmıştır. Araştırma için veri Avustralya Üretim Birliği'nden alınmış (1996), 1763 imalat işletmesine 53 kapalı uçlu anket sorusu (işletmenin karakteristiğine, performansına, finansal yönetim karakteristiğine ve uygulamasına yönelik) yöneltilmiştir. Bu araştırma ile kapsam ve sıklık açısından finansal raporlama uygulamalarının KOBİ büyüme ve performansı için istatistiksel olarak anlamlı ve ilişkili olduğu ortaya konulmuştur. Fakat finansal raporlama uygulaması analizde, önemli etkilere göre sınıflandırılmıştır. Yönetim, iç ve dış faktörlerin birbirini etkilediği karmaşık faaliyetler bütünü olarak tanımlanmıştır. Sonuç olarak, işletmelerin çoğunun ya büyümenin etkileyici deneyimini yaşadığını ya da büyüme yaşanmasa da büyüme yolunda övgüye değer gelişmeler gösterdiği görülmüştür. Finansal raporlamanın gerçeğe uygun bir şekilde ortaya konması ve finansal yönetimin geniş bir parçasını oluşturması gerekmektedir. Diğer işlevsel yetenekleri kullanarak, KOBİ'lerin daha etkili bir yönetim gerçekleştirmeleri önerilmektedir.

Sogorb Mira (2001) tarafından yapılan çalışmanın amacı, KOBİ sektöründeki sermaye yapısı seçiminin açıklanması için farklı finans teorilerinin uyumluluğunu test etmektir. Finans sektöründe olmayan 3.962 İspanyol KOBİ'sinin 1994-1998 yılları arasındaki panel verileri kapsamında ampirik analiz yapılmıştır. Sonuçlar, bu şirketlerdeki finans kararlarının mali teori, dengeleme teorisi ve finansman hiyerarşisi teorisi gibi temel sermaye yapısı teorileriyle açıklanabileceğini göstermiştir.

Wijewardena ve Zoysa (2001) çalışmalarında, KOBİ'ler için planlamanın ve kontrolünün finansal performans üzerindeki olası etkisini yakalamaya çalışmışlardır. Bu amaçla yapılan bütçeleme ve bütçe kontrolü süreci anket araştırması, Avustralyalı imalat sektöründe faaliyet gösteren 473 KOBİ'yi kapsamaktadır. ANOVA testinin sonuçlarına göre, hem finansal planlama hem de kontrol süreçlerinin çok yönlülüğü firmaların yüksek satış performansına yardımcı olmaktadır. Kısacası bulgular, yüksek derecede finansal planlama ve kontrolün beraberinde satışların büyümesini sağladığını ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, çalışmanın performans üzerinde daha fazla ölçüm yaparak ve daha geniş planlama ve kontrol süreçleriyle farklı ülke çerçevelerine uyarlanmasının önemi vurgulanmıştır.

Mambula (2002) tarafından yapılan çalışmada, Nijerya'da faaliyet gösteren KOBİ'lerin büyümelerine, finansal performanslarına ve gelişmelerine etki eden faktörler ve politika oluşturma yönünden faktörlerin ne anlam taşıdığı araştırılmaktadır. Çalışma için ülke çapındaki 32 küçük işletme girişimcisi ile görüşülmüştür ve buna ek olarak, girişimci cevaplarının geçerliliğini kontrol etmek ve doğrulamak için kaynak sağlayan kurumlarla görüşülmüştür. Bununla ilgili önemli bir noktanın, Nijerya'nın bağımsız olmasından itibaren, hükümetin, girişimci ve küçük işletme programları için dışsal fon kurumlarına fazlasıyla fon ayırdığıdır. Araştırmadan çıkan sonuçlara göre, Nijerya'da KOBİ'lerin gelişmesi için birçok reforma ihtiyaç vardır. Küçük işletmelerinde ihtiyaçlarını karşılamak için birbirlerini destekleyici şekilde birleşmeleri önerilmiştir. Bunun da, bu amaçla kurulan birliklerle başarılabileceği ifade edilmiştir.

Requejo (2002) tarafından yapılan çalışmanın amacı, hedef borç oranı araştırmasının önemini ve dengeleme teorisi, finansman hiyerarşisi teorisi ve alacaklılarla bilgi asimetrisi düşüncesi önerilerini takip ederek, sermaye yapısının belirleyicileri olarak finansal kısıtlamalar ve iç finans için tercihi incelemektir. Veriler 1998'de İspanyol endüstri ve enerji bakanlığı tarafından ortaya konulan 'iş stratejileri incelemesinden elde edilmiştir. Çalışmada 1.425 şirket kapsama alınmıştır. Sonuçlar, sermaye yapısının belirleyicileri olarak, finansal kısıtlamalardaki büyük önemi açıklamaktadır.

Bebzcuk (2004) tarafından yapılan çalışmanın amacı, Arjantin Endüstri Birliği tarafından 1999'da toplanan verilere dayanılarak ele alınan 140 Arjantin

KOBİ'sinin kredi alma imkanlarını değerlendirmiştir. Bu KOBİ'ler için yüksek yatırım hızlarının ve kısa vadede borçlanma yeteneğinin önemli faktörler olduğunu tespit etmiştir.

Teruel ve Solano (2004) tarafından yapılan çalışmada hedeflenen karlılık üzerinde çalışma sermayesi yönetiminin etkilerini belirtmektedir. Örnekleme, 8.872 İspanyol KOBİ'sini 1996-2002 dönemini kapsamaktadır. KOBİ'ler 1996 yılı AB kriterlerine uyan tanımlama ile seçilmiştir. Örneklemedeki KOBİ'ler maden, tarım, ticaret, inşaat, ulaşımla uğraşan çeşitli sektörlerden firmalardır. Bu çalışmada, çalışma sermayesi yönetimi karlılıkla ilişkilendirilmiş, İspanyol KOBİ'lerden seçilen örneklemede test edilmiştir. Çalışmadaki genel sonuçları özetlersek, KOBİ'lerin karlılığı ile alacak hesap gün sayısı ve envanter günleri arasında önemli negatif ilişki bulunmuştur. Sonuç olarak, KOBİ'ler çalışma sermayesi ile ilgilenmelidir çünkü nakit dönüşme döngüsünün en aza indirmek için çalışma sermayesi yönetimi önemlidir.

Altman ve Sabato (2005) tarafından yapılan çalışmada 3 ülke (Amerika, İtalya, Avustralya) verileri kullanılarak, Yeni Basel Sermaye Uzlaşısının KOBİ'ler için banka sermaye gereksinimleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmaya, 2000–2003 döneminde İtalya'da büyük bir İtalyan bankasından portföy oluşturan 20.193 KOBİ, Avustralya'da 10.000 firma, Amerika'da ise 3.552 firma dahil edilmiştir. Bulgulara göre, tüm ülkeler için, KOBİ'lerin müşteri olduğu dikkate alındığında, daha düşük sermaye gereksinimleri yönünden bankaların önemli faydaları olduğu bulunmuştur. Fakat KOBİ'ler yeni uzlaşma ile ileri düzey IRB yaklaşımı kullanmak ve birleşmiş bir temelde yönetilmek zorunda bırakılacaklardır. Bütün olarak KOBİ'ler için, Basel I Sermaye Uzlaşısı altında sermaye gereksinimleri biraz daha fazla olacağı ifade edilmektedir. Maliyet-gelir eşitleme analizi doğrultusunda, tüm ülkelerde bankaların cari sermaye gereksinimini (%8) sağlamak için bireysel KOBİ portföylerini en az %20 sınırlandırma zorunda kalacakları sonucuna ulaşılmıştır.

Bhaird vd. (2005) makalesinde 299 İrlandalı KOBİ'nin sermaye yapısı özelliklerini ampirik çalışmasında ortaya koymuştur. Böylece, firmanın yaşı, büyüklüğü, maddi olmayan aktivitelerin düzeyi, ortaklık yapısı ve karşılıkların tedarik edilmesi gibi özelliklerin etkisi sektörler göre sabittir ve aynı zamanda uluslar arası bilgi asimetrisi de gösterebilmektedir. Bu bilgi asimetrisi sektöre göre varlık yapısı farklılıklarından etkilenecek, sektörel olarak finansal seçimlerde ayrımlar gösterecektir.

Bretherton ve Chaston (2005) çalışmalarında, küçük ve orta büyüklükteki şaraphanelerin ne tür finansal kaynaklar kullandığını ve stratejik birleşmeler kullanılarak diğer kaynaklara nasıl ulaştıklarını göstermeyi amaçlamışlardır. Araştırmada, Yeni Zelanda'da faaliyet gösteren 4 orta büyüklükte (200.000 lt -2 milyon

lt. üretim yapan) ve 6 küçük işletmeyi (200.000lt'nin altında üretim yapan) kaynak kullanımı açısından incelemiştir. Bu şaraphanelerin nasıl organize oldukları ve içsel olmayan kaynaklara nasıl ulaştıkları araştırılmıştır. Sonuçlara göre, işletmeler nadir bulunan finansal kaynaklara ulaşılabilirliği sağlamak için stratejik birleşmeler gerçekleştirmişlerdir. Yüksek performansa ve rekabetçi avantaja sahip olanların uygun kaynaklara ulaşabildiği, düşük finansal performansa sahip olanların, stratejik birleşmeye daha fazla bağımlı olduğu bulunmuştur. Araştırma sonucunda, organizasyon için önemli olan kaynakların tahsis edilmesi ve geliştirilmesi ile kontrol altında tutulmasını önerilmektedir.

Daskalakis ve Psillaki (2005) tarafından yapılan çalışmada amaç, Yunanistan ve Fransa için KOBİ'lerin sermaye yapısının belirlenmesi ve bu iki ülke arasındaki tüm farklılıkların karşılaştırılmasıdır. Bunun için Yunan ve Fransız şirketlerine ait ICAP ve DIANE veri tabanlarından elde edilen panel veri metoduna başvurulmuştur. Bu çalışmada test edilen varsayım, şirketlerin borç oranlarının onların varlık yapısına, büyüklüklerine, karlılıklarına ve büyüme hızlarına bağlı olup olmadığıdır. Sonuçlar, bu iki ülkedeki KOBİ'lerin çok benzer olduğunu göstermiştir. Spesifik olarak iki ülke için varlık yapısı ve karlılığın şirket gücü ile ters orantılı olduğu gözlenmişken, şirket büyüklüğünün ve büyümenin borç oranıyla doğru orantılı olduğu gözlenmiştir. En önemli sonuç ise, Yunanistan ve Fransa için KOBİ'lerin sermaye yapısının belirleyicilerindeki büyük benzerlikler olmasıdır.

Gutter ve Saleem (2005) çalışmalarında, 2001 yılında yapılan bir araştırmanın verilerini kullanarak finansal yönden KOBİ sahiplerinin finansal kırılganlıklarını incelemiştir. Finansal kırılganlık, devam eden ihtiyaçlar fonu için ayrılan finansal kaynaklar ve emeklilik fonu için ayrılan kaynaklar olarak iki boyutta incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda, işletme sahiplerinin daha kırılgan oldukları; finansal portföylerinde- hem emeklilik hesaplarında hem likit varlıklarında görece olarak daha az paya sahip oldukları belirlenmiştir. Bunun sonucunda, işletme sahiplerinin portföylerini çeşitlendirmelerinin faydalı olacağı belirtilmiştir. Bulgulara bakıldığında, işletme sahiplerinin içinde perakende satış yapanların ve çiftçilerin daha kırılgan oldukları görülmektedir. Karşı karşıya kalılabilecek kısa dönemli dalgalanmalar, işin gerilemesine yol açabilmektedir. Hava şartları ve pazar fiyatlarının değişimi sonucu gerilemeler yaşanabilmektedir. Yazarlar sonuç olarak, doğru risk yönetimi stratejileri yapılmadan, fiyat değişimlerine ve karlılığı etkileyen diğer faktörlere boyun eğileceğini belirtmektedirler.

Hussain vd. (2005) tarafından yapılan çalışmada amaç, İngiltere ve Çin'de faaliyet gösteren KOBİ'lerin yöneticilerinin finansal kaynaklara ulaşılabilirlik düzeyleri ile ilgili bir profil çıkarılmaktır. Araştırma için, İngiltere ve Çin'de telefon görüşmeleri ile KOBİ yöneticileriyle görüşülmüştür. Detaylı bir anket 32 KO-

Bİ üzerinde uygulanmıştır. İngiltere ve Çin için seçilmiş örneklem, rasgele veya anlamlı olarak seçilmiş değildir. Araştırma kantitatif ve kalitatif bilgiyi içermektedir, işletmenin 3 sürecini (başlangıç aşaması, 2 yıl sonrası ve sıradaki 5 yıl sonrası) içeren hem tercih edilmiş hem de yöneticiler tarafından kullanılmış finansal kaynaklar değerlendirilmiştir. Bulgularda, İngiltere ve Çin'de KOBİ finansmanında benzerlikler ve farklılıklar ortaya konmuştur. Başlangıç fonlarına göre, yüksek orandaki katılımcılar yalnızca finansal desteğe güvenmektedir. İşletmeler 2 yıl sonrası için bankalara, diğer finansal desteklere ve kendi tasarruflarına güvenmektedirler. Devamlı ekonomik işlemlerin 5 yılı değerlendirildiğinde, İngiltere'deki örneklemi oluşturan KOBİ yöneticilerinin borçlanma ihtiyaçları için öncelikle finansal kurumlara ve daha az olarak kendi tasarruflarına güvendikleri, Çin'de ise çoğunlukla finansal desteğe bağlı oldukları ve finansal kurumlara daha az güvendikleri görülmektedir.

Ibbotson ve Moran (2005) tarafından yapılan çalışma hem küçük işletmelerin hem de bankaların, Kuzey İrlanda'da da faaliyet gösteren küçük girişimci işletmelerin büyümelerinde, gelişmelerinde ve başarılarında bankaların rolü konusundaki değerlendirmelerini belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırmada karma metodolojik yaklaşım kullanılmış, ilk aşamada KOBİ'lerle ve 3 önemli banka ile görüşmeler yapılmış, sonuç araştırması da 250 KOBİ'den oluşmuştur. Sonuçlar değerlendirildiğinde, işletmeler Kuzey İrlanda'da bulunan bankaların önemli düzeyde destek olduklarını ve girişimci firmaların büyüme ve gelişmelerinde önemli bir role sahip olduklarını belirtmişlerdir. Birçok KOBİ'ye göre yerel şube müdürlerinin işletmenin ihtiyaçlarına karşı anlayışlı olduğu ortaya konmuştur. Bulgularda, yerel şube müdürlerinin işletmeleri desteklemelerinin ve onların gelişmesine önemli bir katkı sağladığının altı çizilmiştir. Araştırma sonuçlarında, köklü bankaların, mevcut hizmetlerinin derecesinin geliştirilmesi yanın da çoğaltılması da önerilmektedir.

Jacobson vd. (2005) tarafından yapılan çalışmada Basel-II' ye göre, perakende satış ve KOBİ kredisinin özel bir işleme maruz kaldığı ve işletmeleri sistematik riske karşı korunmasız bıraktığı vurgulanmaktadır. Çalışma, kredi riski değerlendirme modelleri üzerine oluşturulmuştur. Veriler, İsveç ticari bankalarının 4 önemli bankasından 2'sinden ve danışman kredi bürosundan elde edilmiştir. 1 Ocak 1997- 30 Haziran 2000 dönemine ait, Banka A için, 39.521 firmanın verisi ile 338.118 inceleme yapılmış, Banka B içinse, 20.966 firma verisi ile 183.392 inceleme yapılmıştır. Carey's Nonparametric Metodu, 2 bankanın kredi portföyü için uygulanmış, bu borçlular üzerine işletilmiş, iç karlılık oranı hesaplanmış ve kredi kaybı 3 kredi tipine göre kıyaslanmıştır. Basel-II' ye göre ekonomik ve düzenli sermaye yeterliliği hesaplanmıştır. Ayrıca sonuçların perakende satış ve KOBİ kredisi anlamlılığına duyarlılığı test edilmiştir. Bulgular her iki portföyün genelde kolektif krediye göre daha riskli olduğunu ortaya koymaktadır.

Johnsen ve McMahon (2005)'un çalışmalarındaki amaç, Avustralya'daki KOBİ'lerin finansal davranışlarının endüstriden kaynaklanan etkisini bulmaktır. Avustralya Federal Hükümeti'nin Business Longitudial adlı araştırmasından alınan verilerle oluşturulan araştırma, 1994–1995 döneminden 1997–1998 dönemine kadar olan yılları kapsamaktadır. Her yıl için yaklaşık 6400 işletmeye anket gönderilmiştir. Araştırmanın sonuçları, KOBİ'lerin işletme büyüklükleri, işletme yaşları, karlılıkları, büyümeleri, varlık yapıları ve riskleri kontrol edildikten sonra finansal davranış açısından çapraz endüstri farklılıkları gerçekleştiğini göstermektedir. Endüstrinin, kısa vadeli borç üzerinde, özellikle inşaat ve toptancılık endüstrilerinde, istatistiksel olarak önemli bir etki yarattığı görülmektedir. Ayrıca endüstrinin uzun vadeli borç üzerinde, özellikle perakendecilik, ulaşım ve depolama endüstrilerinde, istatistiksel olarak önemli bir etki gösterdiği belirtilmiştir. Son olarak, endüstri, toplam borç üzerinde, özellikle inşaat, perakende, ulaşım ve depolama endüstrilerinde, istatistiksel olarak önemli bir etki göstermektedir. Bu araştırma, endüstrinin KOBİ'lerin finansal kararlarında bağımsız etki yaratması gerektiğini vurgulamaktadır.

Larsen ve Bjerkeland (2005) tarafından yapılan çalışmada vurgulanmak istenen KOBİ'lerin büyük işletmelere göre daha fazla beklenmedik kredi kayıpları yaşadığıdır. Kredi kayıpları beklenilir ve olağan veya beklenmedik olabilmektedir. Araştırma Norveç'te bulunan tüm limited işletmeleri, 1988–2001 döneminde kapsamaktadır. Sonuçlara bakıldığında KOBİ'lerin kredilerinde büyük işletmelerinkine göre beklenmedik kayıpların daha düşük olduğu söylenememektedir. Örneğin, Sebra Modeli sonuçlarına göre, tüm risk kategorilerinde tüm yıllar kapsamında, büyük işletmelerin beklenmedik kayıplarının çok değişim göstermediği ve çok fazla olmadığı ancak KOBİ'lerin beklenmedik kayıplarının yıllar itibarıyla arttığı görülmektedir. Kişisel riskin de KOBİ'lerde daha fazla olduğu belirtilmiş ve bunun büyük işletmelere göre genel gelişmelerle daha az ilişkili olduğu saptanmıştır. Araştırmada risk çeşitlendirmesi de değerlendirilmiş, her iki gruptan rastgele seçilen 50 işletme ile %95 güven aralığında ölçüm yapılmıştır. Araştırma sonucunda, Norveç'te çeşitlendirmedeki olasılıkların endüstrilerde oldukça kısıtlı olduğu vurgulanmıştır.

Maes vd. (2005), 218 küçük Belçikalı inşaat firmasında yöneticilerin, firma karakteristiklerinin ve yönetim uygulamalarının firmanın finansal performansı üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkileri üzerine bir model geliştirmişlerdir. Model sonuçlarına göre, yönetici ve firma karakteristiklerinin (deneyim, eğitim, finansal bilgi, maliyet hesaplamaları bilgisi, işletmenin büyüklüğü ve yaşı) finansal performans üzerinde doğrudan ve önemli bir etkisi bulunmamıştır. Ancak, yönetici, firma karakteristikleri ve yönetim uygulamaları (eşitlik, yönetim işleriyle uğraşılan zaman yüzdesi, planlama, finansal olmayan bilgiyi toplama, bütçeleme, kalite kontrol, taşeron işlerin yüzdesi) arasında birçok bağlantı tespit edilmiştir, yönetim işleriyle uğraşılan zaman yüzdesi ve taşeron işlerin yüzdesi

ile yönetici karakteristikleri arasında negatif ilişki görülmüştür. Yönetim işleriyle uğraşılan zaman yüzdesiyle firma büyüklüğü arasında ise pozitif, taşeron işlerin yüzdesiyle firma büyüklüğü arasında negatif ilişki bulunmuştur. Geri kalan diğer faktörlerle yönetici ve firma karakteristikleri arasında pozitif ilişki görülmüştür. İşte bu yönetim uygulamalarının da etkisiyle, firma yöneticisi ve firmanın karakteristikleriyle finansal performans arasında dolaylı bir bağ olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu çalışma, yapısal yaklaşımlar için iyi bir başlangıç noktası oluşturmuştur. Yazar, finansal olmayan çıktıların göstergesi olan kalite, müşteri memnuniyeti ve üretim faktörleri doğrultusunda da finansal performansın geliştirilebileceğini önermektedir.

Millward ve Lewis (2005) tarafından yapılan çalışmada, küçük imalat işletmeleri için yeni ürün geliştirmenin önündeki engeller ortaya konulmuştur. Araştırmada, ihmal edilmiş bölgelerde bulunan küçük imalat işletmeleri için yeni ürün gelişimi önündeki engeller ve fırsatlar detaylı olarak ortaya konulmuştur. Araştırma için, İngiltere’de bulunan 3 imalat işletmesinin verileri, yeni ürün gelişimi aktiviteleri açısından kullanılmıştır. Veriler, birtakım dokümanlardan ve teknik ve yönetsel kademedeki çalışan personelle yapılan görüşmelerden elde edilmiştir. Yönetsel noktaların yeni ürün gelişiminde üç önemli hususta etkili olduğu bulunmuştur; baskın yöneticinin etkisi, zamana odaklılık yanında önemli faktörlerin arkasındaki maliyet ve ürün tasarımının önemini anlamak. Çalışmada, birtakım yönetsel kısıtlamalarla karşı karşıya kalmak kaçınılmaz olsa da, yeni ürün gelişimi faaliyetlerinin ürün tasarımı ile ilgili sistematik yaklaşımı arttırması açısından incelenmesi önerilmektedir. Böylece üst düzey yöneticilerce formal bir tasarım çalışmasının kullanılacağı, ürün tasarımıyla ilgili teknik özellikler gibi basit tasarım araçlarının uygulanmasının sağlanacağı ifade edilmektedir.

Mohnen ve Nasev (2005) tarafından yapılan çalışmanın amacı, Almanya’daki KOBİ’lerin büyümesini açıklayan faktörlerin tanımlanmasıdır. Bunun için iyi bilinen Alman KOBİ ağlarından olan ASU ve BJU’nun araştırmalarından yola çıkılarak bazı şirketler ele alınmıştır. Bu çalışmada orantılı büyüme (Gibrat Kanunu) kanununa ve Jovanovic (1982) tarafından yapılan şirket büyüme modeline olduğu kadar yanal şekil ve insani sermaye teorilerine dayanarak şirket büyümesini etkileyen faktörler üzerine hipotez türetilmiştir. Sonuçlar, büyümenin şirket büyüklüğü ve yaşı ile ters ilişkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca, sınırlanmış borç altındaki şirketlerin tamamen borç altında olanlardan daha fazla büyüdüğü gösterdiği görülmüştür. İşçilerin insani sermayesinin ve atılımcının büyüme üzerinde büyük önemi olduğu anlaşılmıştır.

Sarno (2005) makalesinde, Güney İtalya’daki az gelişmiş bölgelerde bulunan KOBİ’lerin Kuzey İtalya KOBİ’lerine kıyasla nasıl yüksek likidite kısıtlarıyla karşılaştığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Veri setinin karakteristiklerine bakacak olursak, 10 ila 500 çalışana sahip, 6.550 gözlem yapılmıştır, araştırma

1992–1994 ve 1995–1997 yıllarını kapsamıştır. Kısıtların nedeni, firmaların gelişmemiş yapısı ve işletme aktivitelerinin daha yüksek risk içermesi olarak ortaya konmuştur. Ayrıca, firma üretimlerinin potansiyel büyümesi üzerindeki etkilerini analiz etmek amaçlı basit bir model geliştirilmiş, büyüme açısından değerlendirilmiştir. Sonuçlara göre, cari üretime bağlı olan finansal kaynakların darboğazının varlığı doğrulanmış, bu durum da olumlu pazar fırsatlarıyla karşılaşılsa bile, işletme sermayesinin birikmesini kısıtlanacağını belirtmiştir. Çalışma sonuçlarıyla, yaklaşımları bir noktada birleştirerek ilişkisel bankacılık yönünden öneriler getirmiştir. Banka-firma ilişkisi KOBİ'lerin büyümesinde çok önemli ve kilit bir faktördür.

Sogorb-Mira (2005) tarafından yapılan çalışmada, şirket karakteristiklerinin KOBİ'lerin sermaye yapısını nasıl etkilediğini test etmek amaçlanmıştır. Bunun için finansal olmayan 6482 İspanyol KOBİ'ye ait 1994-1998 yılları verisi analiz edilmiştir. Sonuçlar, borçsuz vergi kaldırıcının ve karlılığın KOBİ gücü ile negatif ilişkili olduğunu, buna karşın hacim, büyüme tercihleri ve varlık yapısının KOBİ sermaye yapısını pozitif olarak etkilediği görülmüştür.

Tagoe vd. (2005) çalışmalarında, Gana'daki KOBİ'lerin finansal yönetiminde finansal sektör liberalizasyonunun etkisini incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırma için literatür taraması yapılmış, ardından, 3 KOBİ'nin çalışanları, 1 banka, 1 finansal kurum (NBFİ) ve küçük ölçekli işletmelerin ulusal yönetim birimleriyle (NBSSI) görüşülmüştür. Finansal sektörün liberalizasyonun işletmeler için ne gibi kısıtlar ve fırsatlar yarattığı, zorlukların yönetimiyle nasıl başa çıkıldığı ve bu konuyla ilgili faktörler araştırılmıştır. Buna göre, KOBİ'lerin karşılaştıkları temel uğraştırıcı zorluk, uygun vadelerde, ihtiyacı olanı yapmaya, karşılamaya yetecek krediye ulaşma sıkıntısıdır. Bu, KOBİ'lerin finansal ihtiyacı ve yatırımcıların davranışı yönünden saptanmıştır. Yatırımcıların hareketi, onların risk algılarına ve alternatif yatırım araçlarının çekiciliğine bağlıyken, KOBİ'lerin finansal ihtiyacı işlemsel gereksinimleri yansıtmaktadır. Kamu borçlanmaları, genel ekonomik durum, alternatif finansal kaynaklara ulaşım, KOBİ'lerin kayıt altına alınmalarının kalitesi ve KOBİ yatırımcısının iletişim becerileri bu zorluğun yönetiminde etkili olmaktadır. Bu aktiviteler ve işletme büyüme araçlarının potansiyelinin etkisi de önemli olmaktadır. Bu çalışma, Gana örneği için açıklayıcı olmuştur ve finansal sektör liberalizasyonunu yerine getiren diğer Afrika ülkeleri için Gana'daki KOBİ'lerin deneyiminin önemli olacağı ifade edilmiştir.

Tsuruta vd. (2005) makalelerinde, finansal sıkıntı (distress) ile ilgili literatür araştırması yapılmış ve Credit Risk Information veritabanından 1996-2002 dönemi için 66,538 firma incelenmiştir. Japonya'daki iflas eşliğindeki ve sıkıntılı firmalara karşı banka fonksiyonları üzerine yoğunlaşan daha önceki çalışmalara karşın, burada bankalar değil, ticari kredi verenlerin bankalardan daha önemli bilgi avantajına sahip olduğunu ve kredi bilgisi elde etmek için güçlü bir şekilde

teşvik ettiğini belirtmiştir. Bu yüzden, bu kurumların sıkıntılı firmalara hemen kredi vermediğini ve sıkıntılı firmaların yasal iflası tercih ettiği görülmektedir. Bu önemli araştırmaya göre, küçük firmaların verisi incelendiğinde, daha yüksek ticari kredi oranı ve daha düşük ticari kredi büyüme oranı sıkıntılı firmaların kurtulmasında negatif etkilere sahiptir. Son olarak, kredi tedarikçilerinin daha fazla bilgi talep edebilecekleri belirtilmiştir.

Baas ve Schrooten (2006) çalışmalarında, KOBİ'lere ilişkin güvenilir bilginin finansal araçlar için zor bulunduğu ve maliyetli olduğu belirtilmiş, bu yüzden uygun borçlanma tekniği gibi bankalarla ilişkilerin hesaba katılması gerekliliği ortaya konulmuştur. Araştırma, KOBİ'lerin neden çoğu zaman borçlanma kısıtlarıyla karşı karşıya kaldığını teorik olarak açıklamaya çalışmıştır. Bankalarla ilişkiler ve bankaların fiyatlama davranışını analiz etmek için bir model önerilmiştir. Modelde, borç verme tekniği ve farklı pazar çevrelerinde bankanın davranışının KOBİ finansına etkisi analiz edilmiştir. Sonuçlara göre, borçlu ve banka arasında uzun vadeli ilişki olmasına rağmen güvenli bilginin eksikliği görece olarak yüksek faiz oranlarına sebep olmaktadır. Ayrıca, bankalar fiyat ayırımına teşvik vermemektedirler. Başka bir ifadeyle, kredi yatırım oranlarını marjinal maliyete eşit olacak şekilde fiyat istemektedirler. Sonuç olarak, öncelikle, etkin olabilmek için tüm işletme tipleri için uluslararası hesaplama standartlarının zorunluluk arz etmesi önerilmiştir. Bu standartlar banka sektörüne pozitif etki yaratmalıdır. Aynı zamanda, süreç boyunca elde edilen bilgilerin karar vermenin gelişmesine yardımcı olacağı tahmin edilmektedir.

Beck ve Kunt (2006) çalışmalarında, KOBİ'lerin finansal kaynaklara ulaşmalarını incelemişlerdir. Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde KOBİ'lerin özel sektörün önemli bir kısmını oluşturduğu ifade edilmektedir. Çalışmanın sonuçlarına göre, ülke araştırmalarında KOBİ'ler ile ekonomik gelişim arasında nedensel bağ şüpheli görülmektedir. Ayrıca, küçük firmaların büyüme kısıtlarının daha fazla olduğu ve dışsal finansal kaynaklara ulaşmalarının daha sınırlı olduğu ifade edilmektedir. Finansal ve resmi kurumlar bu kısıtı aşmak için önemli bir role sahiptirler. Ayrıca, bu büyüme kısıtlarında ve dışsal finansal kaynaklara ulaşımı kolaylaştırmada finansal ve kurumsal gelişme hafifletici ve yardımcı olacaktır. Araştırmaya göre, her büyüklükteki işletme için tahmini yatırım paylarını bankanın, özsermayenin, kiralamanın, firma kredisinin ve informal finanslamanın finanse ettiği görülmektedir. Bunun yanında, özel finansal kalemler, leasing ve factoring gibi, finansal kaynaklara ulaşmada gelişmiş kurumlarda bile yararlı olacaktır. Sonuç olarak KOBİ sektörü için hedeflenen çabanın önceliği, büyümeye engel olabilecek pazar zayıflık ve eksikliklerini göz ardı etmemek, kurumsal zayıflığın büyümeye engel olacağını unutmamaktır. Yazarlar, KOBİ'lerin ülke kalkınmasının lokomotifi olduğunu vurgulamıştır.

Bhaird vd. (2006) makalesinde 299 İrlandalı KOBİ'nin sermaye yapısının açıklanmasını hedeflenmiştir. "Pecking Order Teorisi" ve "Life Cycle Modeli" test edilebilir hipotezlere uygulanmıştır. Çalışmanın süreci 3 Mayıs-17 Haziran 2005 dönemini kapsamaktadır. Çoklu regresyon sonuçları yaş, büyüklük, ortaklık yapısı, sektör, maddi olmayan varlıklar ve uzun dönem borç, dış kaynak, özsermayenin kullanımı arasındaki ilişkiler belirtmiştir. Bulgulara göre, İrlandalı KOBİ'lerin sermaye yapıları "Life Cycle Modeli"ni takip edilmektedir. Bu çalışma ile sermaye yapısının finansman kaynağının süresi ve kredibiliteden etkilendiği belirlenmiştir.

Canovas ve Solano (2006) tarafından yapılan çalışmada, banka ile olan ilişkilerin faiz oranları üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Sistema de Analisis de Balances Espanoles (SABE) adlı veritabanından elde edilen verilerle, 1999–2000 dönemi için 322 firmanın muhasebe bilgisine ulaşılmış, finansal raporlardaki hatalar, eksiklikler vb. sonucunda örnekleme İspanya'da faaliyet gösteren 184 KOBİ oluşturmuştur. İşletme yaşı ve büyüklüğü de göz önüne alınarak ANOVA testi uygulanmıştır. Sonuçlara göre, daha az banka ile çalışan KOBİ'ler daha az maliyetli borç sağlamaktadırlar. Bu da, çok güçlü banka ilişkilerinin riskli firmalara borç verme belirsizliğini azaltacağını, bunun sonucunda da faiz oranlarını azaltmak şeklinde olacağını göstermektedir. Görüşmelerdeki esnekliğin fazla olmasının riskte azalma yaratacağı, faiz üzerindeki kontrolü arttıracacağı ifade edilmiştir. Eğer görüşme özelse, maksimum konsantrasyon sağlanacağı, bankanın monopol avantajını kullanabileceği ve firmaya daha fazla garanti sunulacağı belirtilmiştir. Uzun süreli banka ilişkisine sahip KOBİ'ler garanti sağlanmasını isteyebilecektir. Bu sonuca göre, KOBİ'lerin bankaları ile daha uzun süreli ilişki içinde olmaları önerilmektedir.

Castillo ve Wakefield (2006) çalışmalarında, 2002 yılında Mass Mutual Financial Group Raymond Institute tarafından gerçekleştirilen Amerika Aile İşletmeleri (AFB) adlı araştırma sonuçlarını değerlendirmektedirler. Bu araştırma, ABD'deki 526 aile işletmesini kapsamaktadır. 6'lı Likert Ölçeği ile memnuniyet değerlendirmeleri yapılarak, firma performansları ölçülmüştür. Sonuçlar için Kanonik Korelasyon Analizi kullanılmıştır. Tanımlayıcı istatistik sonuçlarına göre, işletmedeki borç yapısı tüm regresyonlarda önemlidir. İşletme sahibi borca girdiğinde, bunu akla uygun yatırımlara ve üretken kapasiteye aktardığı sürece büyüme yaşanacaktır. Kazancın yükseleceği beklentisi ve kullanılan güç sonucunda yatırımın geri dönüşü, sermaye yatırımı ve ekonomik değer de artacaktır. Ayrıca, işletme sahibinin yatırımının geri dönüşü ile aile mensubu olmayan yöneticilerin bir bağlantısı bulunmuştur. Bu, başkasının parasıyla doğru olanı yapma sorumluluğunun bir göstergesidir. Bunun yanında, sonuçlar, işletme içindeki eğitim ile nakit değişkenleri arasında pozitif bir ilişki ortaya koymuştur. AFB'nin önemi ve benzeri araştırmaların hem yöneticiler hem de araştırmacılar için içinde bulunulması ve rehberlik edilmesi gereken araştırmalar olduğu vur-

gulanmıştır. Aile şirketleri yöneticileri için finansal bilgiyi sağlamanın bir zorunluluk olduğu belirtilmiş, finansal analiz yapmaları önerilmiştir.

Hartarska ve Gonzalez-Vega (2006) tarafından yapılan çalışmada Rusya'daki küçük genç işletmeleri, oturmuş işletmelerle finansal kısıtlamaların ve firmadaki hak sahipliğinin yatırımlar üzerinde herhangi bir etki yaratıp yaratmadığının araştırılması amaçlanmıştır. Burada küçük ve genç firmalar 3 yaşını aşmamış ve 20'den az işçi çalıştıran firmalar olarak tanımlanmıştır. Genç firmalar arasında karşılaştırma yapıldığında, %32 nakit rezervine sahip firmalar, hiç nakit rezervi olmayanlara göre daha çok yatırım yaptıkları belirlenmiştir. Yaşı büyük olan işletmelerde ise, %23 rezerve sahip olanlar, hiç rezerve olmayanlara göre daha çok yatırım yapmaktadırlar. Bu da nakit rezervi olmayan firmaların önemli finansal kısıtlamalarla karşı karşıya kaldıklarını göstermektedir. Bir başka sonuç ise, genç firmalar için hak sahipliği güvencesi yatırıma etki etmemektedir, sadece çok başarılı girişimciler pazara girebilmektedirler. Hak sahipliği güvencesinin geliştirilmesi mikro işletmeler için bir doğuş olurken, oturmuş işletmeler için işlem maliyetlerinin azalmasına olanak sağlamaktadır. Önemli bir sonuç da, özsermaye kullanılabilirliğinin firmanın sabit sermayeye yatırım yapma olasılığı üzerinde pozitif ve önemli bir etkisi olduğudur. Ayrıca, hem genç hem yaşı büyük olan işletmeler için finansal kısıtlamalar vardır, genç firmalar dahili sermayeyi kullanılabilirlik ve bilgi maliyetleri yönünden kısıtlı bulunmuştur. Finansal kısıtlamalar büyüme üzerine etki etmektedir. Rusya'nın küçük işletmeleri için hak sahipliğinin yatırım kararı üzerinde düzensiz bir etki yarattığı görülmüştür. Yaşı büyük işletmelerde yatırım kararı ise hak sahipliği göstergesi üzerinde negatif etkilidir. Sonuç olarak, pazara yeni girecek işletmelerin artması için hak sahipliğinin korunması anlamında politikaların geliştirilmesi önerilmektedir.

Honjo ve Harada (2006) çalışmalarında, gelişme sürecinde olan KOBİ'lerin finansal yapısını ve kamu politikasının etkilerini incelemişlerdir. Japon imalat endüstrisinin KOBİ'lerinden bir veri seti oluşturulmuş, KOBİ'ler için geliştirilmiş Yaratıcı İş Geliştirme Yasası (Creative Business Promotion Law, CBPL) adı verilen destek yasasının ve finansal yapının KOBİ'lerin büyümesine etki edip etmediği araştırılmıştır. Bunun sonucunda, KOBİ'lerin varlıklarını arttırmaya yöneleceği bulunmuştur. Ayrıca, durum göstermektedir ki; CBPL ve nakit akışı, yeni KOBİ'lerin gelişmesine de etki edecektir. Araştırma örneği 6.961 firmanın 1995–1999 arasındaki mali yıllarını kapsamaktadır. Burada, kamu politikası ve yeni KOBİ'lerin finansal yapısını ortaya koymak amaçlı örnek iki gruba ayrılmıştır; 1974'ten önce kurulan yaşı büyük olan KOBİ'ler ve 1974–1993 arası kurulan KOBİ'ler (sırasıyla 5.830 ve 1.131 KOBİ). Araştırma sonuçlarında; işletme büyümesiyle büyüklük arasında negatif bir ilişki çıkmıştır. Ayrıca yaşı artan KOBİ'lerin yaşı düşük olanlara göre büyümesinin daha az olduğu ortaya konmuştur. Bunun yanında nakit akışının KOBİ'lerin büyümesini önemli derecede etkilediğine dair bir bulgu bulunmamıştır. Başka bir sonuç, KOBİ'ler işgücü

ve varlıkların büyümesi için yüksek derecede içsel yatırım kaynaklarına güvenmektedir. Ayrıca, alacak varlık oranı ile satış artışı arasında pozitif ilişki çıkmıştır. CBPL'in firma büyümesine etkisi göz önüne alınarak, varlıkların artması modeli için önemli olduğu ortaya konmuştur.

Hutchinson ve Xavier'ın (2006) çalışmalarında gelişmekte olan, geçiş ekonomisindeki Slovenya firmaları ile gelişmiş Belçika firmalarının finansal açıdan büyümeleri karşılaştırılmıştır. Araştırmadaki veriler, Belçika için 1993–2000 dönemine ait, Slovenya içinse 1994–2003 dönemine aittir. Farklılıkları ortaya koymak amaçlı GMM (Generalised Method of Moments) adı verilen bir tahmin metodu kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, Slovenya'da mikro işletmelerin ve KOBİ'lerin büyük firmalara göre finansal olarak daha kısıtlanmış olduğu veya büyük firmaların büyümesinin içsel nakit akışına daha az duyarlı olduğu bulunmuştur. Genel olarak da Slovenya'nın mikro, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerinin Belçika'daki benzer özellikteki işletmelere göre daha fazla kısıtlandığı söylenebilir. Bunun yanında, GMM tahminlerine göre, içten büyüyen bir nakit akışı olasılığı hesaba katılırsa, Slovenya'daki büyük firmalar için içsel nakit akışı ile büyüme arasında güçlü pozitif bir ilişki vardır, bu da mikro işletmeler ve KOBİ'lerin sahip olduğu ilişkiden daha güçlüdür. Bu içsel finansın büyüme anlamında ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Belçika'da ise nakit akışındaki 1 birimlik artış, toplam varlıkların büyümesinde 0,69 veya 0,68'lik artışa neden olmaktadır. Belçika'daki KOBİ'ler Slovenya'dakilere göre içsel finansla daha az duyarlıdır. Dış borca ulaşılabilirlik açısından Slovenya KOBİ'leri, Slovenya'daki yüksek nakit akış katsayılarına rağmen borç alabilme seviyelerini yükseltmemektedirler. Böylece içsel nakit akışına daha duyarlı olmaktadır. EBRD (European Bank for Reconstruction and Development) raporuna göre, Slovenya finansal pazarının, ülkenin KOBİ'lerine finansal kaynaklara ulaşma anlamında gelişmesi önerilmektedir.

Klapper vd. (2006) makalesinde sermaye yapısı seçimleriyle ilgili çeşitli teoriler test edilmiştir. Veri setinde Polonya'daki hizmet sektöründe faaliyet gösteren özel ve KOBİ tanımlamasına uyan 15.315 adet firma yer almıştır. Genel olarak, firmaların finansal modelleri düşük güç oranına ve benzer olarak, düşük seviyedeki orta ve uzun vadeli finansmana sahiptir. Ortalama firma büyüme oranları incelenen dönem içindeki 5 yılda düşmüştür. Ortalama karlılık-büyüme oranları da yaş ve sektörle negatif ilişkilidir, büyük firmalar ise büyüme oranında en yüksek eksi kara sahiptir. İstatistiksel testler firma büyüklüğü ve orta vadeli finansmanı pozitif olarak kaydetmiştir. Büyük firmalar daha yüksek ticari kredi kullanımı dahil olmak üzere daha yüksek kuvvet oranı göstermiştir. Ayrıca, karlılığın kuvvet oranına negatif etki ettiği (daha karlı firmalar daha çok dışsal finansman kullanmaktadır) ve bunun da asimetric bilginin olduğu ortamlarda "Pecking Order Teorisi"ni desteklediği ortaya konmuştur. Sonuç olarak, rekabet ortamındaki firmaların kuvvet oranları daha yüksektir. Son olarak KOBİ'lerin

son yıllarda iş yaratma anlamında oldukça aktif oldukları belirtilmiştir. Bu firmanın daha çok karlılık ve pazar odaklı olması gerekliliğini göstermektedir. Finansal kısıtlamalar ise büyümelerini engellemektedir.

McMahon (2006), görünen fırsatları kullanmak amaçlı elde bulundurulmuş nakit ve benzeri varlıkları ve borç kapasitesinin doğası ve önemini belirlemek amacıyla imalat sektöründe faaliyet gösteren Avustralyalı 871 KOBİ üzerinde bir araştırma yapmıştır. İşletmeler Avustralya İstatistik Bürosu (ABS) kayıtlarından belirlenmiş, bu işletmelere anket uygulanmış, 1995–96 ve 1997–98 dönemleriyle 4 finansal yıl kapsamıştır. Burada bu gücün tasarlanması, yüksek likiditeye ve kullanılmayan borç kapasitesinin ortak varlığına ve durumuna bağlıdır. Bunun yapılması, yatırımlar ve finansman kararları üzerinde derin etkiler yaratabilir, risk profilinin önemli derecede değişmesini sağlayabilir. Sonuçlara göre, örneklemedeki KOBİ'lerin yaklaşık %15'inin her bir yıl için bu gücü ellerinde tuttukları bulunmuştur. Bu gücü ellerinde bulunduran KOBİ'lerin daha yerleşik ve oturmuş oldukları görülse de, varlıkların tasarruf hakkından olası bir yoksunluk, onları araştırmadaki diğer işletmelerden daha iyi duruma getirmeyecektir. Araştırmada finansal güce sahip işletmelerin %80'i, büyümedeki işgücü artışı, satış artışı ve varlık artışıyla yaşam tarzlarında sorunlar yaşamışlardır. Bir diğer sonuca göre, bahsedilen bu KOBİ'ler diğerlerinden farklı bir ortaklık ve yönetim yapısına sahip görünmemekte iken işlemlerinde üstün bir finansal performans sergilemektedirler. Sonuç olarak, bu güce sahip KOBİ'ler için önerilen, araştırma için daha çok masraf üstlenmeleri ve diğer formlarda inovasyon faaliyetlerini büyümeyle ilgili gelecek fırsatları elde etmek için yönetmeleridir.

Nguyen vd. (2006) tarafından yapılan çalışmada amaç, Vietnam'daki KOBİ'lerin sermaye yapısına etki eden faktörleri saptamaktır. Araştırma için "İşletmeler Kanununa" göre kayıtlı olan KOBİ'ler seçilmiştir. Rasgele seçimle 558 KOBİ kapsama alınmıştır, bunların 176'sı kamuya bağlıyken, 382'si özeldir. Ampirik sonuçlara göre, KOBİ'ler daha çok kısa vadeli borç ile işlemlerini finanse etmektedir. Firmanın mülkiyeti de KOBİ'lerin işlemlerini finanse etme yolunu etkilemektedir. Vietnam'daki KOBİ'lerin sermaye yapısı büyümeyle, işletme riskiyle, firma büyüklüğüyle, networking ile ve bankalarla olan ilişkilerle pozitif ilişkiyle, sabit varlıkların toplam varlıklara oranı ile negatif ilişkilidir. İşletmeler için karlılığın sermaye yapısı üzerinde önemli bir etkisi bulunmamıştır. Güçlü etki eden faktörler firma mülkiyeti, firma büyüklüğü, bankalarla ilişkiler ve networking gibi faktörlerdir ve fon akışkanlığı sürecinde Vietnam gibi geçiş ekonomilerinde asimetrik özellikler yansıtmaktadır. Araştırmaya göre, özel sektör yöneticilerinin banka kredilerine ulaşabilmelerindeki sıkıntının en önemli nedeni asimetrik bilgidir. Bunun iki taraf içinde azaltılması önerilmektedir. Ayrıca, Vietnam'daki politika yapıcıların da, özel sektör KOBİ'lerinin banka kredilerine ulaşmadaki adil olmayan durumunu fark etmeleri, ticari bankalardan krediye ulaşma anlamında fırsatların eşit verilmesi gerekliliği ifade edilmiştir.

Reynolds ve Lancaster (2006) tarafından yapılan çalışmada, küçük girişimci firmaların pazar araştırması faaliyetlerinde maliyet tekniklerini nasıl yerleştirebileceklerini ve satışlara öncelik vererek-satışları arttırarak ve dolayısıyla kar miktarını nasıl yükseltebileceklerini göstermeyi amaçlamıştır. Akademik kaynaklar ve işletme kayıtlarıyla desteklenen, araştırma ile ilgili görüşmeler, grup çalışmaları, anket çalışması ve durum çalışmaları kullanılan verileri oluşturmaktadır. Wholesale Electro Ltd., İngiltere ile RDS, İngiltere şirketleri bu çalışmada yer almaktadır. Bu araştırma, olası riskleri minimize etmesi beklenen düşük riskli büyüme stratejilerinin nasıl ortaya konacağını belirtmiştir. Küçük işletme modeli tartışılmış, büyüme aşamasındaki kritik noktalar incelenmiştir. Sonuçlar, müşteri servisi değerlendirme araştırmasının kullanılabilir ve kayda değer bilgiye ulaşmada önemli olduğunu, girişimcilerin kullanması halinde kısa bir dönem içinde işletme performansına önemli gelişmeler sağlayabileceğini göstermiştir. Küçük girişimci firmaların hem büyüme hem de mevcut pazar durumunu korumak amacıyla izlediği çeşitli yollar incelenmiş, daha çok ölçüme dayanan, kontrol edilebilen, daha az maliyetli ve riskli olan müşteri temellilik önemli bulunmuştur. Araştırma sonucunda, potansiyel ve mevcut müşterilerin gözünde tahmini değerlerini geliştirmek için bu servis kullanılmalıdır. Bunun yanında, daha büyük firmalarla karşılaştırıldığında fiyat rekabet yeteneği eksikliklerini karşılamak için bu servisin kullanılması önerilmektedir.

Sarapaivanich ve Kotey (2006) çalışmalarında, KOBİ finansal performansına etki eden birçok faktör olduğunu belirtmekte, bu faktörlerden özellikle de finansmana ulaşma becerisini dikkate almaktadırlar. Bu amaçla, ticaretle uğraşan Bangkok, Chiang Mai ve Khon Kan'daki 407 KOBİ üzerinde yüz yüze görüşmelerle anket uygulanmıştır. Yapısal Eşitlik Modellemesi (SEM) uygulanmış ve sonuçlara göre finansal bilginin performans ve yöneticinin dışsal kaynaklara ulaşma algıları üzerinde pozitif etkisi olduğu bulunmuştur. Ayrıca kaynağa ulaşım algısının da performans üzerinde önemli ve pozitif bir etkisi saptanmıştır. Finansal kaynaklara ulaşma işletmenin iç ve dış çevresinin değişkenlerinden etkilenmektedir. Araştırmaya göre, KOBİ'lerin dış kaynaklara ulaşmaya gücü yetmemekte, çünkü yatırımları hazır olmamaktadır.

St-Pierre ve Bahri (2006) tarafından yapılan çalışmada amaç, toplam risk göstergesi anlamında muhasebe betasının doğru olup olmadığını kanıtlamaktır. Bu, toplam riskin ticari firmalardaki ölçümü anlamındadır. Araştırmada, muhasebe betasıyla ilişkili olan KOBİ'lerin toplam riskinin bileşimlerini ölçmek için faktör ve regresyon analizleri kullanılmıştır. Bu analizler Kanada'da faaliyet gösteren özel imalat yapan 128 KOBİ için gözlemlenmiştir. Bu KOBİ'ler 10 ile 450 çalışana sahiptir. Sonuçlara göre, muhasebe betası, KOBİ'lerin riskinde birleşik bir ölçüm olarak gözükmektedir, bu da ticari, teknolojik yönetim veya girişimsel risk bileşenleriyle değil, çoğunlukla finansal riskle açıklanmaktadır. Ayrıca, muhasebe verisinin KOBİ'lerin toplam riskini anlatmada kullanılmayaca-

ğı çünkü onların yeterince kapsamlı ve gelecek durumları için iyi tahmin ediciler olmadığı belirtilmiştir. Araştırmada, hem finansal hem de finansal olmayan boyutlarına bakmak için, muhasebe betalarının dışında diğer modellere de bakılmıştır. Sonuç olarak, tüm modellerin dışsal finansal kaynaklara ulaşımı kolaylaştırmaya katkıda bulunabileceği ve büyümeleri için gerekli olabileceği ifade edilmiştir.

Trovato ve Alfo (2006) çalışmalarında, kamu desteğinin gelişme yolundaki İtalyan KOBİ'lerine etkilerini analiz etmeyi amaçlamışlardır. Araştırma 11–500 arası çalışanı olan, yaklaşık 1.900 işletme için 1989–1994 dönemi için yapılmıştır. Buradan hareketle, MedioCredito adlı veri tabanından alınan verilerle (hem kantitatif, hem kalitatif bilgiler) oluşturulan örneklem, imalat firmalarından oluşmaktadır. Çalışmada Markov Regresyon modeli kullanılmıştır, bu modelle tam olarak her yanıtın geçmiş değerleri ele geçirilmiş ve o firmaya uygun yanıtlar arasında bir yapı oluşturulmuştur. Sonuçlar olarak kamu desteğinin ve kredi kolaylıklarının KOBİ'leri desteklediği yönündedir.

Abor (2007) çalışmasında, Ganalı ve Güney Afrikalı küçük ve orta büyüklükteki firmaların sermaye yapılarının finansal performansları üzerine etkilerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Sermaye yapısı ile finansal performans arasındaki ilişkileri ortaya koymak için Panel Veri Analizi uygulanmıştır. Gana için küçük ve orta büyüklükteki firma, işçi sayısı 100'ün altında olan firmalardır. Güney Afrika için küçük ve orta büyüklükteki firmalar hem 200 işçinin altında işçi çalıştırmalı, hem de cirosunun 50 milyon Rand, toplam varlıklarının gayrimenkuller hariç 18 milyon Rand'ı aşmaması gerekir. Araştırma için 1998–2003 arası toplanan verilerle 160 Ganalı ve 200 Güney Afrikalı firma seçilmiştir. Sonuçlara göre, sermaye yapısı finansal performansı etkilemektedir ancak tek etken bu değildir; uzun vadeli ve toplam borç oranı da finansal performansı negatif etkilemektedir. Her iki ülke için, kısa vadeli borç önemli derecede ve negatif olarak brüt kar marjıyla ilişkiliyken, uzun vadeli borç önemli derecede ve pozitif olarak brüt kar marjıyla ilişkilidir. Ayrıca her ikisi için de, toplam borç oranı ile brüt kar marjı arasındaki ilişki önemli ve negatiftir. Ticaret kredisi ile brüt kar marjı arasındaki ilişki istatistiksel olarak önemli ve negatiftir. Gana için sonuçlara bakıldığında, sermaye yapısıyla ilgili tüm ölçümlerle varlıkların karlılığı arasındaki ilişki önemli derecede negatiftir. Güney Afrika'da ise, varlıkların karlılığı ile kısa vadeli borçlar ve ticaret kredisi arasında önemli derecede pozitif ilişki vardır. Fakat uzun vadeli borç ve toplam borç açısından bakıldığında, varlıkların karlılığı ile uzun vadeli borçlar ve toplam borç arasında istatistiksel olarak önemli derecede negatif bir ilişki vardır. Sonuç olarak, sermaye yapısı özellikle uzun vadeli ve toplam borç oranı KOBİ performansı üzerinde negatif etkilidir. Negatif ilişkiler sonucunda, KOBİ'lerin genel olarak fazla özkaynak kullanımına karşı olduklarını ve sermaye yapısında daha fazla borç oranının uygun geldiği söylenebilir. Yazar, endüstri ortalamasıyla kendilerini karşılaştıran

KOBİ'ler için borç politikaları peşinde olmalarının yanında aşırı borçların performans üzerindeki negatif etkilerinden kaçınmak için sermaye yapısındaki öz-kaynak kısmını arttırmalarını önermektedir.

Altman ve Sabato (2007) çalışmalarında, KOBİ'lerin kredi risklerini belirlemek için birçok bir tahmin modeli geliştirilmiştir. KOBİ'lerin finansal göstergeleri trend analizi ile analiz edilmiş ve bir tahmin modeli kurmak için kredi değerleme tahminindeki önemli değişkenler seçilmiştir. Araştırmada örneklem, 2.010 ABD KOBİ' sinin (satışları 65 milyon doların altında olanlar) finansal verisinden oluşmaktadır. Araştırma 1994–2002 dönemini kapsamış ve analizlerde Lojistik Regresyon Tekniği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda 1 yıllık tahmin modeli geliştirilmiştir. Buradaki amaç, KOBİ'lerin yeni Basel Sermaye Ulaşısı gereklerini dikkate alarak, modelin bankaların daha düşük sermaye gereksinimleri açısından yeteneğini gözlemektir. Araştırma, bankaların KOBİ'ler ile büyük kolektif firmalara kredi sürecinde farklı prosedürlerin uygulanmasını önerme de, KOBİ portföyünde skorlama ve oranlama sistemlerinin kullanılması gerekliliği belirtilmiştir.

Behr ve Güttler (2007) çalışmalarında, Almanya'daki KOBİ'lerin borçlarını ödeyememeleri üzerine bir model geliştirmişlerdir. Bir skorlamaya dayanan modelin, KOBİ'ler için borç ödeyememe risklerine karşı bilgi sahibi yapabilecek, onların uygun olabilecek seviyedeki borç maliyetlerine yakınlaşmaları açısından kullanılabilir olması hedeflenmiştir. Ayrıca KOBİ'lerin, bankaların fiyat koyma davranışlarını algılayabilmelerine neden olacağı ve bu da borç veren ile borç alan arasındaki bilgi farklılıklarını azaltacağı beklenmektedir. Araştırma, önemli bir Alman destek bankasından 1992- 2002 döneminde alınan 40.154 firmanın verileriyle yapılmıştır. Bireysel kredi riskini hesaplamada en uygun metod olarak kabul edilen çift yönlü Lojistik Regresyon modeli uygulanmıştır. Araştırma sonuçları, firmadaki öz kaynak oranının ve satışların artmasının firmanın dengesini mükemmel bir şekilde koruyacağını ve bunun da borç ödeyememe riskini azaltacağını göstermektedir. Alman KOBİ'leri için borç ödeyememe riskini etkileyen önemli bir durum olarak düşünülmektedir. Yapılan analizler sonucunda Doğu Almanya'da olan firmaların borç ödeyememe riskleri daha fazla olduğu bulunmuştur. Ancak, yazarlar bu farklılığın bazı sektörlerin yapısal problemlerine bağlanmaması gerektiğini de ifade etmektedirler. Araştırmaya göre orta ve büyük işletmelerin, küçük işletmelere göre daha büyük borç ödeyememe riskine sahip oldukları görülmüştür. Bunun yanında, Almanya'da inşaat sektöründe bulunan firmalar diğer sektörlerle göre borçlarını ödeyememe hususunda daha riskli bulunmuştur. Son olarak, ortaklıkla yönetilen firmalar tek kişinin sahip olduğu firmalara ve büyük kuruluşlara göre borçlarını ödeyememe anlamında daha risklidir. Yazarlar sonuç olarak, modelin KOBİ'lerin borç ödeyebilme olasılıkları hakkında kendilerini değerlendirmelerini sağlayabileceğini

ifade etmişlerdir. Bu doğrultuda, KOBİ'lerin pazar bazlı finansmanları için alacağı finansal kararlarda modelin kullanılması önerilmektedir.

Raja ve Kumar (2007) yaptıkları çalışmada her ülkede olduğu gibi Hindistan'da da KOBİ'lerin yaygın olduğunu, Hint endüstrisinin gelişmesinde önemli rol oynadığını belirtmişlerdir. Araştırmanın amacı, Hindistan hizmet sektörü firmalarında ortak yönetim uygulamalarının firma finansal performansı üzerinde nasıl bir etki yarattığını ortaya koymaktır. Burada bahsedilen yönetim uygulamaları, kontrol mekanizması sistemidir. Temel hedef firmada diğer hissedarların da yararlarını gözeterek, hissedarın servetini arttırmaktır. Yazarlara göre bu yönetim uygulamalarının firma performansı üzerindeki etkisi pozitif olacaktır. Buradan hareketle, faktör analizi kullanılarak bu yönetim verilerinin anlamlı faktörlere indirgenmesi amaçlanmıştır. Bu açıdan, ortak yönetim verileri 4 farklı faktör altında gruplanmıştır; sahiplik-mülkiyet bölümü, yönetim kurulu bölümü, komite (yönetimde bulunan komiteler) bölümü, yönetim prosedürleri bölümü. Araştırma için, Bombay Menkul Kıymetler Borsasının İndeksinde yer alan (2005) 505 firma arasından, hizmet sektöründe faaliyette bulunan 51 küçük ve orta büyüklükteki özel firma seçilmiştir. Ancak kullanılan CMIE veritabanında kayıtlı 40 firma araştırma kapsamına alınabilmiştir. Sonuç olarak, komite bölümü faktörü ile firma finansal performansı arasındaki ilişki istatistiksel olarak oldukça anlamlı çıkmıştır. Ayrıca firma yaşı ile firma performansı arasında da negatif ilişki bulunmuştur.

Toby'nin (2007) çalışmasında, Nijerya'daki KOBİ'lerin büyüme, likidite ve karlılık göstergelerinin yatırım ve finansman kararlarına etkisini araştırmıştır. Çalışmada KOBİ'lerin 1999–2003 yılları arasındaki verileri kullanılmıştır. Araştırmanın sonuçları, Nijerya KOBİ'leri için, brüt kar marjıyla cari varlıklar arasında ters bir ilişki olduğunu göstermektedir. Fakat işletme sermayesi aralığı ile brüt kar marjı arasında pozitif korelasyon vardır. Cari orandaki %1'lik yükselme, borç-özkaynak oranı ile borç-varlık oranında orantılı bir düşüş getirmektedir. Nijerya para politikası sonuçları KOBİ likidite profili üzerinde çeşitli etkiler yaratmaktadır. KOBİ cari varlıklar oranı, ticari bankaların likidite oranı, nakit rezerv oranı ve kredi-mevduat oranına duyarlıdır. Ayrıca, sonuçlara göre Nijerya küçük ve orta boy işletmeleri etkililik üzerine fazla önem göstermemektedir. Etkililikle işçi deneyimi, fiziki sermayenin modernizasyonu ve inovasyon arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Çalışmanın sonucunda, nakit akışlarındaki kısıtlamalar iflasi beraberinde getirebileceğinden net değer negatif olması önerilmektedir.

Tsuruta vd. (2007) makalesinde Japonya'daki finansal anlamda sıkıntılı küçük firmaları değerlendirmiştir. 176.104 kurum 1996-2002 döneminde incelenmiştir. Makalede, finansal olarak sıkıntılı firmaların ticari kredileri çok kullanmasının firmaları hızla iflase sürüklediği belirlenmiştir. Ayrıca, bu firmalar ticari öde-

neklerinde keskin düşüş yaşarsa, iflasa gitmeleri daha sık görülmektedir. Dağınık ve çok sayıdaki kredi verenler arasındaki koordinasyon eksikliği finansal sıkıntı yaşayan firmaların iflasına katkıda bulunmaktadır.

Yun ve Chen (2007) çalışmalarında, Tayvan'daki KOBİ'lerin günlük inovasyon uygulamaları üzerinde durmaktadırlar. Ayrıca, inovasyon ve performans arasındaki ilişki de regresyon analizi kullanılarak ortaya konmuştur. Telefonla görüşme yöntemiyle yapılan bu çalışmada, Tayvan'daki KOBİ tanımına uygun olarak 200'den az çalışana sahip imalat ve hizmet endüstrisinde bulunan 877 firmaya ulaşılmıştır. Bu çalışma, bu amaçla Tayvan'da yapılan ilk büyük çaptaki araştırmadır. Bulgulara bakıldığında, firmaların %80'inin bazı inovasyon çalışmalarının olduğu, geri kalan %20'nin ise hiçbir inovasyon çalışması yapmadığı belirlenmiştir. Gerçekleştirilen inovasyonlar teknolojik ve pazarlama olarak ikiye ayrılmıştır. İnovasyonla firma satışları arasında zayıf bir bağlantı bulunmuş, firma satışlarını kesin olarak artırdığı kanıtlanamamıştır. Satışların açıklanmasında yönetsel inovasyonların teknolojik inovasyonlara göre çok daha önemli olduğu vurgulanmış ve performansa etkileri belirtilmiştir.

Daskalakis vd. (2008) makalesinde Yunan ve Fransız KOBİ'lerin sermaye yapısındaki belirleyicileri araştırmıştır. Çalışma, 1997-2002 döneminde 6.260 Yunan firmasını ve 10030 Fransız firmasını kapsamaktadır. Çalışmada önemli olan hususlar her iki ülke için KOBİ'lerin sermaye yapılarının belirleyicilerinin benzer faktörleri içerip içermediği, ülke ya da firmaya özel faktörlerin fark yaratıp yaratmadığı, finansal pazarın önemli faktörlerinin büyüklüğü ve yapısının ülke KOBİ'lerinin sermaye yapısında değişiklik yaratıp yaratmayacağı şeklinde özetlenebilir. Çalışmaya göre firmaların borç karşısındaki varlık oranı, varlık yapısına, büyüklüğe, karlılığa, büyüklük oranına bağlıdır. Sonuçlar göstermektedir ki; her iki ülkedeki KOBİ'lerin sermaye yapısı seçimleri arasında benzerlikler belirlenmiştir. Varlık yapısı ve karlılıkla sonuç almak için kullanılan güç arasında negatif ilişki bulunurken, firma büyüklüğü ile borç karşısındaki varlık oranı arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Büyüme Fransa'da istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş, borçlanma ile arasında pozitif ilişki kaydedilmiştir. Bulunan benzerlikler kurumsal özelliklere, ortak yönler hukuk sistemlerine bağlanmıştır. İki ülke arasında sermaye yapısı ilişkisinin güçlülüğü açısından farklılıklar bulunmuştur. Bu farklılıklar firma temellidir, ülke faktörleriyle ilgili değildir.

Yukarıda özetlenen çalışmalardan ve raporlardan elde edilen ortak sonuç, ülkemizde ve dünyadaki KOBİ'lerin finansman ile ilgili sorunlarının benzer olduğudur. Özellikle ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelerde bu sıkıntıların temel nedenlerinin başında ise ülke ekonomisindeki koşullar, KOBİ'lere kaynak sağlayacak para ve sermaye piyasalarının gelişmemesi ve finansal yönetim ve yönetici eksikliği olduğu görülmektedir. Bu sıkıntılar zaman içerisinde KOBİ'lerde başarısızlığa ve performans düşüklüğüne yol açabilmekte ve bu sorunların üstesin-

den gelemeyerek ekonomik ortamdan çekilmekte, bir kısmı ise zor koşullarda faaliyetlerini sürdürebilme mücadelesine devam etmektedir. Ekonomik kalkınma açısından kendilerine önemli bir görev yüklenen KOBİ'lerin özellikle kriz ortamlarında finansal sıkıntı yaşamamaları ve bunun için de finansal başarısızlık durumunu önceden tahmin etmeleri gerekmektedir.

İşletmelerin finansal başarısızlıklarını tahmin etmeye ve etkileyen nedenleri bulmaya yönelik çalışmalar başta finans yöneticileri olmak üzere yöneticiler, yatırımcılar, kreditorler, denetçiler, işletme ortakları ve akademisyenler tarafından oldukça ilgi çekmektedir. Finansal başarısızlığı tahmin etmek için kullanılan araçlardan ya da başka ifade ile yöntemlerden biri mevcut ya da gelecekteki nakit akımlarının analizidir. Bu yöntemin en önemli avantajı yöneticinin sadece ilgili döneme yoğunlaşmasıdır. Finansal başarısızlığı tahmin etmede kullanılan ikinci bir yöntem işletme strateji analizidir ve bu analiz nakit akışları yanında işletmenin maliyetleri, rekabet durumu, pazar payı ve hizmet kalitesini de irdemeyi kapsar. Üçüncü bir yöntem ise işletmelerin finansal tablolarındaki bilgilerin analizini kapsar. Bu analizler tek bir değişkeni kapsadığı gibi (tek değişkenli modeller), finansal değişkenlerin kombinasyonunun analizini de (çok değişkenli modeller) kapsayabilmektedir. Son bir yöntem ise işletme dışı kuruluşlar tarafından yapılan işletmeye yönelik derecelendirmelerdir ki bu dereceler ya da puanlar işletmenin nakit akışı, işletme stratejileri ve finansal tablo bilgilerinin tamamını kapsamaktadır (Foster 1986).

Finansal olarak başarılı ve başarısız işletmeleri ayırmaya yönelik çabalar Beaver'ın (1966) rasyoları kullanarak gerçekleştirdiği tek değişkenli ve Altman'ın 1968'de Çoklu diskriminant analizine dayalı Z-skorumu ile başlamıştır. Çok değişkenli istatistik modelleri kullanan diğer önemli çalışmalar; Çoklu diskriminant modelini kullanan, Altman vd. (1977), Taffler ve Tisshaw (1977); Lojit ve probit modellerini kullanan Zmijewski (1984), Zavgren (1985), Jones (1987), Pantalone ve Platt (1987), Rudolph ve Hamdan (1988), Ward (1993), Ward (1994), Jones ve Hensher (2004) örnek olarak sayılabilir.

KOBİ'lerde finansal performans düşüklüğüne yol açacak risk faktörlerin belirlenmesi için geliştirilecek bir sistem, KOBİ'lerin finansal başarısızlığa ya da iflasa uğramasını engelleyecektir. Bu amaçla KOBİ'lerin Erken Uyarı Sistemlerini kullanmaları gerekmektedir. KOBİ Erken Uyarı Sisteminin (KEUS), hem KOBİ yöneticilerinin isteklerine, hem de günümüzdeki Basel II beklentileri gibi gelişmelere uygun bir sistem olması gerekmektedir. Bu nedenle finansal risk faktörleri yanın da operasyonel risk faktörlerinin de değerlendirildiği bir sistem olması şarttır.

Özgülbaş, Koyuncugil, Sarıaslan ve Ersoy (2010) tarafından yürütülen ve TÜBİTAK tarafından desteklenen "KOBİ'leri için Erken Uyarı Sistemi Geliştirilme-

si Projesi” ile Veri Madenciliği Yöntemine dayalı olarak bir KOBİ Erken Uyarı Sistemi (KEUS) geliştirilmiştir. Araştırmada 7.853 KOBİ’nin finansal verisi yanında 2.630 firmanın operasyonel verisi kullanılmıştır. KEUS, KOBİ’lerin finansal krize sürüklenmelerine engel olacak, kolay anlaşılır, kolay yorumlanır, kolay uygulanır, minimum düzeyde teknik bilgi gerektiren, izlenmesi gereken yolu adimsal olarak tarif eden yol haritalarını içeren, otomatik çalışan, akıllı sistem olarak tanımlanabilecek niteliklere sahip ve Türkiye’deki KOBİ’lerin özelliklerini dikkate alan risk bazlı bir sistemdir.

Bu çalışma, Türkiye’deki KOBİ’lerin finansman sorununa ilişkin gerçekleştirilmiş en kapsamlı araştırmadır. Çalışmanın bulguları, KOBİ yöneticileri, kredi kuruluşları, bankalar, ilgili kurum ve kuruluşlar ile KOBİ politikalarına yöne veren kamu kurumları açısından önem taşımaktadır. Bu nedenle çalışmanın bulguları detaylı olarak ele alınmıştır.

Çalışmada 42 farklı finansal değişkenin finansa riski etkileme durumu değerlendirilmiş ve finansal riski etkileyip erken uyarı sinyali olabilecek göstergeler Tablo 8’de özetlenmiştir. Tablo’da KOBİ’lerin;

- Finansal performansına etki eden finansal risk göstergeleri,
- Finansal risk yaşamamak için göstergelerin alması gereken değerler (riskin en az olduğu durumu yansıtan değerler),
- Bu değerlere ulaşıldığında finansal performans sonuçları

yer almaktadır.

Tablo 8. KOBİ'lerin Finansal Risk Göstergeleri ve Değerleri

Finansal Risk Göstergeleri	En İyi Göstergeler	Finansal Performans Durumu
Vergi Öncesi Kar / Özkaynak (Özsermayenin Brut Karlılığı)	0,19-0,36	% 89 iyi
Net Kar / Öz Kaynak Oranı (Özsermayenin Karlılığı)	0,00	% 88 iyi
Birikmeli Karlılık Oranı	>0,04	% 93 iyi
Yabancı Kaynaklar Toplamı / Varlık Toplamı Oranı (Borç Oranı)	0,20- 0,75	% 78 iyi
Faaliyet Giderleri / Net Satışlar Oranı	0,05	% 85 iyi
Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar/Yabancı Kaynaklar Top. (Kısa Vadeli Borç Oranı)	> 0,86	% 89 iyi
Falz Giderleri / Net Satışlar Oranı (Faiz Giderlerinin Oranı)	< 4,7	% 95 iyi
Banka Kredileri / Varlık Toplamı Oranı (Banka Kredileri Oranı)	< 0,52	% 94 iyi
Özsermaye Devir Hızı	> 5,9	% 86 iyi
Duran Varlıklar / Devamlı Sermaye Oranı (Sabit Varlık Oranı)	< 0,73	% 98 iyi
Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar/ Kaynak Toplamı Oranı (Uzun Vadeli Borç Oranı)	≤ 0,13	% 94 iyi
Brüt Satış Kârı / Net Satışlar Oranı (Brüt Kar Marjı)	> 0,13	% 64 iyi
Alacak Devir Hızı	> 0,03	% 100 iyi
Kısa Vadeli Alacaklar / Varlık Toplamı Oranı (Alacak Oranı)	>0,016	% 81 iyi
Uzun Vadeli Borçların Devamlı Sermayeye Oranı	≤ 0,26	% 90 iyi

KOBİ'lerin finansal performansına etki eden risk göstergeleri ve bunlara ilişkin bulgular;

Vergi Öncesi Kar/Özkaynak yani Özsermayenin Brut Karlılığı değerinin 0'dan küçük ya da eşit olması durumunda (≤ 0) KOBİ'lerin tamamının finansal performansının kötü olduğu ve bu durumun finansal riski artırdığı tespit edilmiştir. Özsermayenin Brut Karlılığı arttıkça KOBİ'lerin finansal performans durumunun da arttığı belirlenmiştir. KOBİ'lerin finansal riske girmemeleri için Özsermayenin Brut Karlılığının 0,19-0,36 arasında olması gerekmektedir.

Net Kar/Öz Kaynak Oranı başka ifade ile Özsermayenin Karlılığı değerinin 0'dan küçük ya da eşit olması durumunda (≤ 0) Özsermayenin Brut Karlılığında da olduğu gibi KOBİ'nin tamamının finansal performansının kötü olduğu ve bu durumun finansal riski artırdığı tespit edil-

miştir. Özsermayenin Karlılığı artıkça KOBİ'lerin finansal performans durumunun da arttığı belirlenmiştir. KOBİ'lerin finansal riskini azaltmak için Özsermayenin Karlılığının mümkün oldukça yüksek olması gerektiğini söylemek mümkündür.

Birikmeli Karlılık Oranı incelendiğinde değerin 0,000002'dan küçük ya da eşit olması durumunda KOBİ'lerin finansal performansının düştüğü ve finansal riskin artırdığı görülmektedir. Birikmeli Karlılık artıkça KOBİ'lerin finansal performans durumunun da arttığı tespit edilmiştir. Oranın 0,04'ün üzerine çıkması durumunda KOBİ'ler en yüksek düzeyde performansa ulaşmaktadır.

Yabancı Kaynaklar Toplamı/Varlık Toplamı Oranı (Borç Oranı) incelendiğinde KOBİ'lerin %20'nin altında borç kullanması durumunda finansal performansın düştüğü ancak, %75'in üstüne çıkması durumunda da yine finansal performans durumunun düştüğü görülmektedir. KOBİ'lerin borcu az kullanıp özsermayeye ağırlık vermesi durumunda, sermaye maliyeti artıracığından, finansal performanslarının düştüğünü ifade etmek mümkündür. Aşırı borçlanma durumunda da sermaye maliyeti arttığından, KOBİ'ler performans düşüklüğüyle karşı karşıya kalmaktadır. Bulgulara göre, finansal risk açısından KOBİ'ler için en ideal borç oranının %19 ile %75 olduğunu söylemek mümkündür.

Faaliyet Giderleri/Net Satışlar oranının %5'in üstüne çıktığında finansal performansın arttığı gözlenmektedir. Faaliyet giderlerinin artması finansal risk açısından istenen bir durum olmamakla beraber, bulgular bu artışın koşullu bir artış olduğunu göstermektedir. KOBİ'ler incelendiğinde, Faaliyet Giderleri/Net Satışlar oranı %5'in üstüne çıkan KOBİ'lerin özsermaye devir hızının da 5,9'un üstüne çıkması durumunda finansal performanslarının arttığı görülmektedir.

Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar/Yabancı Kaynaklar Toplamı (Kısa Vadeli Borç Oranı) değerlendirildiğinde KOBİ'lerin finansal performanslarını artırmak için kısa vadeli borç kullanımına yönelmeleri konusunda teşvik edici sonuçlara ulaşılmıştır. Yabancı kaynakları içinde %86'dan daha fazla kısa vadeli borç kullanan KOBİ'lerin finansal performansının daha iyi olduğu görülmektedir. Bu oranın altına düşen KOBİ'ler ise finansal performanslarını yükseltmek için Yabancı Kaynaklar Toplamı/Varlık Toplamı Oranını (Borç Oranı) %20'nin üstüne çıkartmak durumundadırlar.

Faiz Giderleri/Net Satışlar Oranı (Faiz Giderlerinin Oranı) incelendiğinde KOBİ'lerin bu oranı 0,0000048'in üstüne çıkarmaları durumunda performanslarında düşme olduğunu söylemek mümkündür.

Banka Kredileri/Varlık Toplamı Oranı (Banka Kredileri Oranı) incelendiğinde KOBİ'lerin bu oranı % 52'nin üstüne çıkarmaları durumunda performanslarında düşme olduğunu görülmektedir. KOBİ'lerin finansal performanslarını yükseltmek için toplam varlıklarının % 52'sinden fazla banka kredisi kullanmaması gerekmektedir. KOBİ'lerin toplam varlıklarının % 52'sinden az banka kredisi kullanıp bunun toplam kaynakları içerisindeki uzun vadeli borç oranını % 13'ün altında tutarsa finansal performansın daha da yükseldiği gözlemlenmektedir. KOBİ'lerin toplam varlıklarının % 52'sinden fazla banka kredisi kullanıp bunun brut kar marjını % 13 düzeyinde tutarsa finansal performanslarını yükseltme şansları olabilecektir.

Duran Varlıklar/Devamlı Sermaye Oranı (Sabit Varlık Oranı) incelendiğinde, bir işletmede sabit varlıkların payının %,73'ün üstüne çıkması durumunda risk teşkil ettiği ve KOBİ'lerin finansal performanslarında düşme olduğunu tespit edilmiştir.

KOBİ'ler için diğer bir risk göstergesi ise Uzun Vadeli Borçların Devamlı Sermayeye Oranıdır. Bu oranın % 26'nın üstüne çıkması durumunda KOBİ'ler için risk söz konusu olmakta ve finansal performans düşmektedir.

Alacakların tahsilatı ile ilgili bir gösterge olan Alacak Devir Hızı da KOBİ'ler için bir finansal risk göstergesidir. KOBİ'lerin alacak tahsilatının yavaşlaması durumunda performansının düştüğü görülmektedir. Bu oranın, 3'ün altına düşmesi durumunda KOBİ'lerin finansal performanslarında düşme olduğunu söylemek mümkündür.

Çalışmada, alacaklar ile ilgili bir gösterge daha tespit edilmiştir. Bu gösterge, Kısa Vadeli Alacaklar/Varlık Toplamı Oranıdır (Alacak Oranı). KOBİ'lerin özsermaye devir hızının 0,03'den büyük olması durumunda alacakların toplam varlıklar içindeki payının 0,016'nın üstüne çıkmasının finansal performansı artırdığını söylemek mümkündür.

Çalışmada çok sayıda operasyonel değişkenin finansal risk göstergesi olup olmadığı analiz edilmiş, risk göstergesi olarak finansal performansı etkileyen operasyonel değişkenler Tablo 9'da sunulmuştur. Tabloda KOBİ'lerin;

- Finansal performansı etkileyen operasyonel risk göstergeleri,
- Finansal risk yaşamamak için bu göstergelerin alması gereken değerler (riskin en az olduğu durumu yansıtan değerler),
- Bu değerlerde ulaşılabilecek finansal performans durumu

yer almaktadır.

Tablo 9. KOBİ'lerin Operasyonel Risk Göstergeleri ve Değerleri

Operasyonel Değişkenler	En İyi Göstergeler	Finansal performans
Faaliyet Süresi	>9 yıl	% 100 iyi
İhracatın Yıllık Ciroya Oranı	% 45-%70	% 100 iyi
Ar-Ge'nin Ciroya Oranı	% 2-4	% 100 iyi
Basel-II'ye Hazır Olma Durumu	1 yıl içinde	% 100 iyi
Pazardaki Rekabet Gücü	Güçlü	% 100 iyi
Basel-II'nin Etkisi	Faiz oranlarının artması	% 90 iyi
Şirketin Ortaklık Yapısı	Karma	% 50 iyi
Enerji Giderlerinin Giderler içindeki Oranı	>% 10	% 100 iyi
Finansal Danışmanlık Alma	Finansal Yönetici	% 8 iyi
Denetim Yapma	Bağımsız Denetim	% 25 iyi
Finansal Faaliyetlerin Yönetiminden Sorumlu Kişi	Finans Yöneticisi	% 100 iyi
Finansal Yönetim Stratejisini Belirleyen Kişi	Profesyonel Finansçılar	% 100 iyi
Hukuki Yapı	Limited	% 100 iyi

KOBİ'lerin finansal performansına etki eden operasyonel risk göstergeleri ve bunlara ilişkin bulgular;

Tabloda da görülebileceği gibi faaliyet süresi 9 yıldan daha fazla olan KOBİ'lerin finansal performansının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Diğer gösterge olarak ihracat yapmanın finansal performans açısından önemli bir değişken olduğu belirlenmiştir. İhracat yapan KOBİ'lerden ihracatın yıllık ciroya oranını arttıran KOBİ'lerin finansal performanslarının arttığı ancak bu oranın %45 ile % 70 arasında kalmasının finansal riski azaltmak için en ideal durum olduğu tespit edilmiştir.

Ar-Ge faaliyetlerinde bulunmanın yine finansal performansı arttırdığı tespit edilmiştir. KOBİ'lerin Ar-Ge giderlerinin yıllık ciroya oranının artması ile finansal performansın da arttığı tespit edilmiştir. Bu bulguya göre KOBİ'lerin Ar-Ge giderinin yıllık cironun %2 ile %4'ü kadar olmasının finansal riski azaltmak için uygun bir oran olduğu belirlenmiştir.

KOBİ'lerin Basel-II'ye hazır olabilmeleri finansal riski etkileyen değişkenler arasındadır. 1 yıla kadar Basel-II koşullarına hazır olabileceğini düşünen KOBİ'lerin finansal performansı hiç hazır olamayacağını ya da 2

yıla kadar hazır olacağını ifade edenlere göre daha iyidir. Ayrıca Basel II'nin muhtemel etkileri konusunda bilgisi olan KOBİ'lerin özellikle banka kredileri faiz oranlarını etkileyeceğini ifade eden KOBİ'lerin finansal performanslarının diğerlerine göre daha iyi olduğu belirlenmiştir.

KOBİ'lerin rekabet koşullarına ayak uydurmaları finansal risk açısından önemlidir. Pazardaki rekabet gücünün yüksek olduğunu ifade eden KOBİ'lerin finansal performanslarının da yüksek olduğu belirlenmiştir.

Şirketin ortaklık yapısı yine finansal performansı etkileyen bir risk göstergesidir. Tamamıyla aile şirketlerine ya da ortaklık şirketlerine göre aile ve ortaklık şirketi şeklinde başka bir ifade ile karma ortaklık şeklindeki KOBİ'lerde finansal performansın daha iyi olduğu belirlenmiştir.

Enerji giderlerinin toplam giderler içindeki oranı finansal performansı etkileyen bir faktördür ve bu oranın % 10'dan fazla olduğu KOBİ'lerin finansal performansı daha iyidir.

Finansal yönetim konusunda farkındalık ve bilgili olmak finansal performansı etkilemektedir. Finansal faaliyetleri finansal yöneticiler tarafından yürütülen, gerekli olması durumunda finansal yöneticilerden danışmanlık alınan ve finansal stratejilerin belirlenmesi için profesyonel destek alan KOBİ'lerin finansal performansları daha iyidir.

İşletmelerin denetime tabi tutulması yine finansal riski etkileyen göstergelerdendir. Bağımsız denetim şirketlerince denetlenen KOBİ'lerin finansal performansları daha iyidir.

Hukuki yapının da bir gösterge olduğu belirlenmiştir. Limited şirket statüsündeki KOBİ'lerde finansal performans daha iyidir.

KEUS'u kullanan KOBİ'ler, sistemin aşağıdaki katkılarından faydalanabilecektir;

- KOBİ'lerin finansal ihtiyaçları ve zaafı ortaya koyulacaktır,
- Finansal yönetim gibi uzmanlık gerektiren bir alanda KOBİ'lerin uzmanlık bilgisine minimum düzeyde ihtiyaç duyarak finansal stratejilerini belirleyebilmesi mümkün olacaktır,
- KOBİ'lerin kendi finansal risk düzeylerini görmeleri sağlanacaktır,
- Finansal kriz yaşama ihtimali azaltılacaktır,
- Finansal kaynakların daha etkin kullanımı sağlanacaktır,
- Finansal krizlere karşı kendini koruyabilen KOBİ'lerin rekabet gücü artacaktır,
- Finansal esneklik teknolojik yatırımlar dahil tüm yatırımlara imkan sağlayacaktır,

- Finansal olarak güç kazanan KOBİ'lerin ihracat için imkanları artacaktır,
- İflas eden şirket sayısının azalması ve istihdama katkısı ekonomiye olumlu etki sağlayacaktır,
- Ülkede yeni girişimler ve devlete vergi desteği artacaktır,
- Bilimsel olarak özgün bir çalışma ile sektörel kullanıcılara somut çıktılar sunulacaktır,
- Çalışma çıktıları bir çok yeni araştırmaya öncülük yapacaktır,
- BASEL II kriterlerini sağlamada anahtar karakteristik olan risk faktörlerinin KOBİ'ler tarafından belirlenip, riski indirgeyecek strateji izleme imkanı doğması nedeniyle KOBİ'lerin, bankaların ve derecelendirme kuruluşlarının rahatlaması sağlanacaktır.

2.3.2. KOBİ'lerin Üretim Sorunları

KOBİ'lerin üretim açısından en önemli sorunu üretimde inovasyon ve değişiklik sağlayacak, kapasite kullanımı artıracak ve maliyetleri düşürecek üretim teknolojisindeki eksikliklerdir. Bunun adı kısaca teknoloji sorunudur. Teknoloji her türlü üretim ve üretim sonrası bilgileri kapsayan bir kavramdır. Teknoloji, “işletmelerin tüm işlevlerinde karşılaşılan sorunların çözümünü içeren yöntemler” başka bir ifade ile “malların veya hizmetlerin üretiminin planlanmasından, dağıtımının gerçekleştirilmesine kadar geçen süre içerisindeki teknik ve yönetsel yöntemlerin ve bilgilerin tümü” olarak tanımlanabilir (Karacasulu, 2001). Üretim sektöründe teknolojinin kullanımı 1980 sonrasında hızla yaygınlaşmış ve firmaların dizayn, üretim ve kalite fonksiyonlarının, proses ve yönetim sistemlerinin gelişmesini sağlamıştır. KOBİ'lerin üretim süreçlerinde teknolojiden yararlanma durumlarının düşük olması rekabet gücü kaybına uğramalarıyla sonuçlanmaktadır.

KOBİ'lerin teknoloji yanında üretimde yaşadıkları diğer sorunları; düşük düzeydeki hammadde ve yarı mamul siparişlerinden dolayı maliyetlerin yükselmesi, hammadde alımlarında vadeli koşullardan yararlanma imkanlarının kısıtlı olması, girdi temininde sıkıntılar yaşanması, finansal güçlükler, enformasyon konusundaki yetersizlikler, kalitesiz üretim ve alt yapı yetersizlikleri olarak sıralanabilir. Ayrıca, hızlı değişen tüketici talebine yanıt verecek esnek üretim sistemlerine sahip olamamak, kalite standartlarını koruyamamak, tüketiciye tasarım ürünlerini sunamamak, bilişim altyapılarının zayıflığı, üretim, teknoloji ve kalite açısından büyük firmalar ile rekabet edememek de üretim ile ilgili sorunlardır. KOBİ'lerin atıl kapasite ile çalışmaları üretimle ilgili olarak karşılaşılan başka bir sorundur. KOBİ'lerin düşük kapasiteli olarak faaliyet göstermelerinin temel nedenleri arasında talep yetersizliği ve hammadde yetersizliği yer almaktadır. KOBİ'ler, sermayeleri sınırlı olduğu için, pazar şartlarının gerektirdiği stokları bulunduramamakta, dağıtım, depolama gibi, büyük işletmelerin

yararlandığı araçlardan yararlanamamaktadırlar. KOBİ'lerin üretim işlevine ilişkin sorunlarından biri de, fason üretim planında karşılaşılan güçlüklerdir (Öçal vd., 1990; Turan ve Gökçalp, 1993; Özok, 1993; Çetin, 1996; Özgen ve Doğan, 1997; Bektaş, 2001; Eroğlu vd, 2000; Wolf ve Musaoğlu, 2002).

KOBİ'ler, Gümrük Birliği'ne girilmesiyle özellikle kalite ve standardizasyon konusunda da önemli zorluklar yaşamaktadırlar. Eski teknolojilerin kullanılması, KOBİ'lerin dış pazarlardaki rekabet gücünü azaltmaktadır (OKİK, 1993). Bugün, CE işareti ve ISO 90002 standartları (serisi) yüksek maliyetli ve detaylı çalışmaları gerektirmektedir. Henüz, bu konularda KOBİ'lere destek verebilecek kurum sayısı ise yok denecek kadar azdır. Aynı şekilde KOBİ'ler yatırım yaparken bilgi alabilecekleri herhangi bir kurum bulunmamaktadır. Üretim yönetimi ve teknolojisindeki büyük bilgi eksikliğinin neden olduğu sorunların çözümlenememesi, kalitesiz üretim, yüksek maliyet, hammadde, işgücü, makine, tezgah kapasitesi israfının daha da artmasına sebep olmaktadır.

Ülkemizde KOBİ'lerin üretim sorunlarına yönelik gerçekleştirilmiş araştırmalardan bazılarının göre KOBİ'lerin üretim sorunları aşağıda sunulmuştur.

Okay (2009) teknolojik bakımdan kendilerini yenileyerek ileri imalat teknolojileri (İİT) kullanan KOBİ'lerin karşılaştıkları sorunlarını belirlemek amaçlı olarak Denizli Organize Sanayi Bölgesinde İİT kullanan 84 işletmede araştırma yapmıştır. Okay'a göre İTT kullanan işletmelerin sorunları:

- Sürekli artan enerji maliyetleri,
- Finansal kaynaklılığının sınırlılığı ile paralel olarak mevcut teknolojilerini yenilemekte güçlükler,
- Kalifiye işgücü eksikliği,
- Kurumsallaşmalarını tamamlayamayan, aile şirketinden kurumsal bir kimlik kazanmaya evrilen süreçte yönetim ve organizasyonlardan kaynaklanan sorunlar,
- Hükümet politikaları ve yasalar,
- Rakipleri ile yaşadıkları rekabet,
- Ürünlerini pazarlama,
- Ürettikleri ürünleri, taşıma, depolama ve dağıtımlarında ve yabancı dil konusunda sorunlardır.

Göker (2010) KOBİ'lerin, büyük ölçekli firmalara göre çok daha yaratıcı ve yenilikçi oldukları ya da olabilecekleri; onun için, teknolojik yeniliklerin damgasını vurduğu çağımızda, öncelikle KOBİ'leri desteklemek gerektiği savını ileri sürmüştür. Çalışmada belirtilen sorunlar beş ana başlıkta toplanabilir:

- Genellikle, girişimcilik ve inovasyon kültürü ile iş yönetimi ve teknoloji yönetimi becerisinden yoksundurlar.
- İşletme ölçeklerinin küçüklüğü nedeniyle, gereksindikleri bazı hizmetleri kendileri üretebilme gücüne sahip değildirler. Ürettiği ürünü geliştirmek, yakaladığı bir fikri yeni bir ürüne dönüştürmek isteyen bir KOBİ, bunun için gerekli olan ekonomik ve teknolojik yapılabirlik çalışmasını, AR-GE ve tasarım faaliyetini, bu konularda yeterli olmadığı ya da kendi işletme ölçeği açısından ekonomik olmayacağı için, kendi bünyesinde yürütemeyecektir. KOBİ'ler, bu tür hizmetlerde ya da yeni bilimsel ve teknolojik bulgulara erişebilmelerinde, bunları kavrayıp, teknoloji gereksinmelerini karşılamak ve ticarileştirilebilmek üzere kullanabilmelerinde, kısacası teknoloji transferinde kendilerine yardımcı olacak teknoloji danışmanlarına ve teknoloji destek hizmetleri verecek kuruluşlara muhtaçtırlar.
- Finansman kaynağı bulmakta sıkıntı çekerler; çünkü, çoğu kez, karşılık gösterebilecekleri bir teminattan yoksundurlar.
- KOBİ'lere iş ortamı, uymak zorunda oldukları mevzuat karmaşık gelir. Ölçekleri dolayısıyla, pek çok idari, hukuki, ticari işlemi yerine getirmekte zorlanırlar. İş ilişkilerinin elektronik ortama (e-ticaret vb.) taşındığı bir dünyada, KOBİ'ler yeni sıkıntılarla karşılaşacaklardır.
- Bir yanda "Küreselleşme" diğer yanda "Bölgesel Bloklama" gibi küresel süreçlerin söz konusu olduğu bir dünyada, KOBİ'lerin ulusal sınırlar ötesindeki pazarlara erişmeleri, büyük firmalara göre çok daha zorlamaktadır. Enformasyon imkanları da kısıtlıdır.

Uygun ve Kazan (2002), KOBİ'lerin üretim sorunlarını belirlemek ve bilgisayar teknolojilerinin kullanımını önermek amaçlı olarak Konya'da imalat sanayinde faaliyet gösteren 150 KOBİ üzerinde araştırma yapmışlardır. Çalışmada KOBİ'lerin bilgisayar teknolojilerini optimal olarak kullanabilmeleri için; maliyetleri düşürme, bürolarda etkinliğin artısını sağlama, müşterilere daha iyi hizmet sunma, personeli gerektiğinde azaltma yoluna gitme, verimliliğin artısını sağlama, rekabet gücünü arttırma, kaliteli mamul üretme, mümkün olduğu kadar stoksuz çalışma, gerektiği zaman stok bulundurma, stok düzeyine dikkat etme, bilgi akışını düzenli bir şekilde sağlama, ani olarak doğacak talepleri göz önünde bulundurarak hazırlıklı olma, mamul tasarım ve üretimini bilgisayar yardımıyla gerçekleştirme gibi sorunları çözmeleri gerektiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca, bilgisayar teknolojisiyle çalışan KOBİ'lerin; zamandan tasarruf ederek karı maksimum, maliyeti minimum yapabileceği, kaliteli mamul ürettiği için sürümden veya satıştan kar edebileceği, malzeme kullanım israfını önleyebileceği, pazarda güvenilirliğini arttırabileceği, müşteri zevk ve tercihlerine göre anında mamulün tasarımını yapıp, üretime geçeceğinden müşteri potansiyelini arttırabileceğini ifade etmişlerdir.

Ülkemizde KOBİ'lerin verimliliğini ve rekabet gücünü artırmak ve etkinliğini sağlamak için tasarım ve üretim sistemlerinde teknolojinin kullanılması gerekmektedir. KOBİ'lerin yüksek rekabet gücüne sahip olmaları ve üretimde esnekliği sağlayarak tüketici taleplerini eksiksiz ve istenilen zamanda cevap verebilmeleri için KOBİ'lerin teknolojiden faydalanmaları kaçınılmazdır.

2.3.3. KOBİ'lerin Pazarlama Sorunları

KOBİ'ler faaliyetleri süresince pazarlama konusunda pek çok sorunla karşı karşıya kalmakta ve bu sorunları çözmek için büyük çaba göstermektedirler. KOBİ'lerin pazarlama sorunlarını üretim sorunlarından ayrı düşünmemek gerekir. Pazarlama, üretilen malların satışa sunulması faaliyetleri olduğuna göre, KOBİ'lerin pazarlama ve üretim sorunlarının içiçe olduğunu söylemek mümkündür. KOBİ'ler hem hammadde ve yardımcı malzeme satın alırken, hem de ürünlerini pazarlarken yeterli pazar ve fiyat araştırması yapmamaktadırlar. Ayrıca, pazar konusunda bilgi eksiklikleri nedeniyle hammadde ve yardımcı malzeme ithali ve ihracatında da sorunlar yaşanmaktadır (Erol ve Yılmaz, 2001). KOBİ'ler, yeni pazarlara girmekte ve onları tanımakta zorluk çekmekte, öte yandan, bu mamullere ihtiyacı olan kişi ve kuruluşlarda, üretici ve tüketiciye yönelik bilgileri bulamamaktadırlar. KOBİ'ler, tüketicilerin zevk ve tercihlerindeki hızlı değişimleri izlemede ve bu değişikliklere ayak uydurmada da başarılı değildirler (Çetin, 1996). Bu bilgileri toplayacakları pazar araştırmalarını yapmakta da oldukça geri kalmışlardır. KOBİ'lerin pazar araştırmalarına gereken önemin verilmemesi, özellikle uluslararası pazarlara açılma sürecinde oldukça etkilidir. Diğer önemli bir noktada KOBİ'lerin piyasayı yakından izleme, fuarlara ve sergilere katılma olanakları oldukça kısıtlıdır. Bu ise KOBİ'lerin rekabet şanslarını ve bilgi kaynaklarını azaltmaktadır.

Yeterli bir pazarlama bilincine sahip olmayan KOBİ'lerin çekindikleri en önemli konu, dış pazarlarda rekabet edip edemeyecekleridir. Gerek standart, gerekse de kalite bakımından yeterli rekabet gücüne sahip olmamaları, KOBİ'lerin dış pazarlara açılmasını engelleyici bir rol oynamaktadır (Akgemci, 2001). Bu ise KOBİ'lerin ihracattaki paylarını düşürmektedir. KOBİ'lerin özellikle uluslararası pazarlarda rekabet gücünü düşüren önemli bir faktör de dil sorunudur. Bunun yanında, ihracatla ilgili nitelikli eleman eksikliği ve eğitim olanaklarının yetersizliği de önemli bir sorundur.

Bunun yanı sıra KOBİ'ler, değişime uyum sağlama, değişimi tahmin ve değişimi üretme konuları için, AR-GE çabalarına girememektedirler. AR-GE, KOBİ'ler için bir rekabet aracı işlevi de görmektedir (Akdemir, 1990).

Uluslararası dağıtım kanallarında karar verme sorunlarını azaltmak için, özellikle pazara girme biçimi ve dağıtım kanalının seçimi arasında bir ayırım yapmak gerekmektedir. KOBİ'lerin dış pazarlarda kendi dağıtım kanalını kurma-

sı oldukça maliyetli bir iştir. Pek çok KOBİ, bu konuda zorluklarla karşı karşıya bulunmaktadır (Karafakıoğlu, 2009).

KOBİ'ler hammadde ve yardımcı malzemeyi Kamu İktisadi Kuruluşları'ndan temin ediyorsa bu kuruluşlar genellikle tekel durumunda oldukları için yüksek fiyat uygulamakta ya da sık sık fiyat artışlarına gitmektedirler. Bu ise maliyetlerin kontrolünü engellemektedir.

KOBİ'lerin pazarlama ile ilgili sorunlarının temelinde yeterli bilgi düzeyinin olmaması ve finansman yetersizlikleri yatmaktadır. Finansman sıkıntısı içinde olan KOBİ'lerin pazarlama faaliyetlerine ayırabilecekleri bütçenin de kısıtlı olması doğaldır.

Karadal (2001), KOBİ'lerin, uluslararası pazarlara açılmalarını zorlaştıran nedenleri analiz etmek amacıyla, Türkiye'de faaliyet gösteren 294 KOBİ'ye anket uygulanmıştır. Çalışma sonucunda, KOBİ'lerin uluslararası pazarlara açılmasını etkileyen en önemli unsurun ekonomik/finansal sorunlar olduğu anlaşılmıştır.

Şahin ve Demir (2005), Mersin Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı, bu ilde tekstil ve/veya konfeksiyon sektörlerinde faaliyet gösteren KOBİ'ler üzerine yaptıkları çalışmalarında, bu firmaların pazarlama sorunlarını araştırılmıştır. Çalışmada, KOBİ'lerin önemli bir çoğunluğunun kendi markalarını oluşturamadıkları, pazarlama ve pazarlama araştırması fonksiyonlarını tam olarak gerçekleştiremedikleri, büyük işletmelere fason üretim yaptıkları, bilgi-işlem teknolojilerini pazarlama fonksiyonlarında kullanmanın kendilerine sağlayacağı yararları henüz tam olarak bilmedikleri saptanmıştır. Araştırmacılar, KOBİ'lerin pazarlama sorunlarını aşabilmeleri için bilgi çağını yakalayabilmeleri gerektiğini ve elektronik ticaret ile elektronik pazarlamayı kullanmaları gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu çözüm için KOBİ'lerde görev yapan eleman ve yöneticilerin elektronik ticaretin yararları ve uygulanması konularında bilinçlendirilmeleri ve eğitim almasını önermişlerdir.

Torlak ve Uçkun (2005), Eskişehir'deki KOBİ'lerin finansman ve pazarlama sorunlarının neler olduğunu belirlemeye çalıştıkları araştırmalarında en önemli pazarlama sorunlarının sırasıyla, yeni ürün geliştirme güclüğü, taklit ürünlerin çoğalması, tüketici tercihlerindeki hızlı değişim, rakiplerin fiyat anlaşmaları ve ürün farklılaştırma zorlukları olduğu görülmüştür. Ayrıca, bu pazarlama sorunları karşısında KOBİ'lerin ağırlıklı olarak, ürün, hizmet, fiyatlandırma ve satış çabaları üzerinde yoğunlaştıkları ortaya çıkmıştır. KOBİ'lerde karşılaşılan finansman ve pazarlama sorunlarının işletme büyüklüğüne ya da faaliyette bulunulan sektörlere göre farklılık göstermediği yapılan analiz sonucunda ortaya çıkmıştır.

2.3.4. KOBİ'lerin Yönetsel Sorunları

Türkiye'deki KOBİ'lerde yönetim genelde işletme sahiplerine ait olmakta ve aile işletmesi niteliğinde yönetilmektedir. Bu durum KOBİ'lerin yönetimi açısından önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca kurucu olan sahiplerin genellikle mühendis, teknisyen veya usta kökenli olması da bir sorun teşkil etmektedir. İşin üretim kısmı ile ilgili konularda oldukça yetenekli ve tecrübe sahibi olan bu kişiler, piyasaya yönelik olarak düşünme ve değerlendirme yapma konusunda yeterince başarılı olamamaktadırlar. Başka bir ifade ile yöneticilerin pazarlama, finansman ve yönetim konusunda aynı derecede başarı gösterememektedirler. Teknik kökenli işletme sahiplerinin yetersiz kaldıkları en önemli konulardan biri finansman sorunudur. KOBİ sahiplerinin, işletmenin tüm politikalarını belirleyen kişiler olarak, finansman konusunda yeterli bilgiye sahip olmaları, işletmenin geleceği açısından çok önemlidir. KOBİ yöneticilerinin birçoğu yeni finansman tekniklerinden, nakit yönetimi ve işletme sermayesi yönetimi gibi temel finansman kavramlarından haberdar bile değildir. Bunun sonucunda da, sağlam bir finansal yapıya sahip olamamaktadırlar.

KOBİ'lerde, gerek yöneticilerin gerekse de personelin eğitimi konusunda da önemli sorunlar yaşanmaktadır. Ülkemizde eğitime yeterince önem verilmemesi ve bu konuda yeterince finansal kaynak ayrılmaması nedenleri ile yöneticilerin, idari ve teknik personelin sektörleri ile ilgili güncel bilgilere ulaşması zorlaşmaktadır. Genellikle, küçük işletmelerin istihdam ettiği usta, çırak ve kalfaların gerekli eğitim ve öğretimden yoksun olmaları, verimli çalışmalarını etkilemekte ve atıl kapasite yaratmaktadır. Öte yandan, bugün standardizasyon, kalite kontrolü gibi konularda gerekli eğitimi görmüş kişilerin eksikliği, üretilen malların kalitesini olumsuz yönde etkilemekte ve değerinden daha az bir fiyatla satılmasına neden olmaktadır.

Eğitim eksikliği bulunan yöneticilerin ihtiyacı olan hizmetleri danışmanlık şeklinde temin etmesi beklenirken, yöneticilerin danışmanlık hizmetlerinden de yeterince faydalanmadığı görülmektedir. KOBİ'lerin finansman, fizibilite çalışmaları, pazarlama teknikleri, üretim planlaması ve modern makinelerin işletmeye alınmasına, yeni teknolojiler konularında danışmanlık hizmetleri alınması beklenebilir. Türkiye'de, KOBİ'lere danışmanlık hizmeti veren en önemli kurum KOSGEB'dir. Ancak, sınırlı bütçe ve kadrosu nedeni ile hizmetleri de sınırlı kalmaktadır.

Yönetim açısından önemli bir konu da alınan kararlarda niceliksel ve niteliksel bilgilerin yeterince kullanılmaması, karar destek sistemlerinden yararlanılmamasıdır. KOBİ'lerin başarısızlık nedenlerinin çoğunun arkasında bilgi eksikliği yatmaktadır. Pek çok KOBİ, bilgi toplama, bilgi işleme ve bilgi değerlendirme için harcanan paraları gereksiz bir masraf olarak görmektedir. Türkiye'deki KOBİ'lerin bilgi almasına yönelik bilgi işlem sistemleri yetersizdir. KOBİ'lerin

finans, planlama, standardizasyon, üretim ve stok kontrol gibi karmaşık hizmetlerin verimli bir şekilde yürütülmesi için etkili bir bilgi işlem sistemi oluşturması ya da kullanması gerekmektedir. Özellikle KOBİ'lerin yaşadığı en önemli sorun ve KOBİ'lerin faaliyetlerinin sona ermesinde en önemli neden olan finans yönetiminde “Finansal Erken Uyarı Sistemleri”nin kullanılması kaçınılmazdır.

Özgener (2003), araştırmasında Nevşehir un sanayinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin büyüme sürecindeki yönetim ve organizasyon sorunlarını analiz etmiştir. Araştırma sonucunda işletmelerin yönetim tarzı, personel tedariki ve eğitimi, organizasyon yapıları, planlama becerileri, yetki devri, karar verme, kurumsallaşma, kalite anlayışı ve büyüme konusundaki eğilimlere ilişkin sorunlar tespit edilmiştir.

Sayılgan (2006) çalışmasında KOBİ'lerin yönetsel açıdan değerlendirmiş ve büyük işletmelere göre daha kolay iş bölümü yapabildiklerini, ancak işletme bünyesinde uzman veya mali danışman istihdamı olmaması nedeniyle profesyonel destekten yararlanamadıklarını ve stratejik kararların işletme sahip veya ortaklarınca alınıp, orta ve/veya alt düzey görevlilerin tam katılımının sağlanamadığını belirlemiştir.

KOBİ'lerin karşılaştıkları yönetim sorunlarını, yönetim ve yönetici sorunları, nitelikli personel bulunamaması, işletme sahiplerinin teknik kökenli olması, yöneticilerin ve personelin eğitim sorunları, uzmanlaşma, enformasyon (bilgi) eksikliği, idari ve teknik danışmanlık, rehberlik hizmetlerinden yoksunluk, örgüt ve örgütlenme sorunları şeklinde ifade etmişlerdir.

2.3.5. KOBİ'lerin İhracat Sorunları

KOBİTEK tarafından yayınlanan İhracat Raporu'nda, KOBİ'ler ihracatta yaşadığı sorunların temelini; finansmanın, teknoloji kullanımının ve dış pazarlardaki sert rekabetin oluşturduğu ifade edilmektedir. Raporu göre KOBİ'lerin büyük bölümünün teknoloji yatırımı yapmadığı, geri kalanların ise mümkün olduğunca teknolojik yatırımlarını sürdürmelerine rağmen, finansman darlığı nedeniyle yeteri kadar etkin bir yatırım söz konusu yapamadığı görüşü yer almaktadır. Raporu, ihracat konusunda finansman ve teknoloji eksikliği yanında önemli konular olarak sert rekabet ve büyük firmaların ihracat bağlantısı avantajları da yer almaktadır (Kobitek, 2010).

Ülkemizdeki KOBİ'lerin ihracat sorununu değerlendirebilmek için ihracat payını diğer ülkeler ile kıyaslamamız mümkündür. Ülkemizde KOBİ oranı % 99 civarındayken, ihracat payı %9-10 civarında; Amerika'da KOBİ oranı % 99 civarındayken, ihracat payı % 31 civarında; Japonya'da KOBİ oranı % 99 civarındayken, ihracat payı % 38 civarında; Hindistan'da KOBİ oranı % 99 civarındayken, ihracat payı % 50 civarında ve Almanya'da KOBİ oranı % 99 civarındayken, ihracat payı % 31 civarındadır.

Ay ve Talaşlı (2007), çalışmalarında Türkiye'nin 2006 yılı toplam ihracatının 85.8 milyar \$ ve bu ihracat rakamı içinde sanayi sektörünün payının %86.2 olduğunu tespit etmişler ve KOBİ'lerin ihracata katılma payları çok düşük olup %8-10 arasında kaldığını ifade etmişlerdir.

2.3.6. KOBİ'lerin Kalifiye Eleman Sorunu

Kalifiye eleman temini, Türk KOBİ'leri için çok önemli bir sorundur. KOBİ'lerin büyük bölümünün emek yoğun çalışması, alınan siparişlere göre farklı işler yapmak zorunluluğu gibi nedenlerden dolayı, çok yönlü kalifiye elemana daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Türk sanayinde kalifiye eleman açığı çırak-kalfa-usta üçlüsünden yüksek okul mezununa kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Kalifiye eleman ihtiyacının karşılanmasına yönelik eğitim programları; çırak-kalfa-usta üçlüsü ile çeşitli konulardaki teknik ve idari elemanlar ve yöneticiler yanında bizzat girişimleri de kapsamaktadır (Müftüoğlu, 1991).

Bunun yanında bazı KOBİ'lerde, kaliteli personel istihdam etme konusuna sadece giderler açısından bakılmakta, kaliteli personelin işletmeye sağlayacağı yararlar göz ardı edilmektedir. Eleman istihdamındaki diğer bir önemli sorunda elamanların aileden ya da yakın çevreden temin edilmesidir. Aile işletmelerinde akrabalara verilen ücretler hem daha yüksek olmakta, hem de bilgi ve kabiliyetlerinin işe uygunluğu göz önüne alınmamaktadır. KOBİ'lerde çalışanların beceri, yetenek ve ilgilerine uygun olmayan işlerde istihdam edilmeleri, iş ile işçi arasında bazı uyumsuzluklara yol açmakta, bu da çalışanların verimini olumsuz yönde etkilemektedir.

Bu kapsamda, hem yeni istihdam edilecek elemanların eğitim düzeyi, hem de mevcut personelin eğitimi önemlidir. Eğitim, işletme örgütlerine genel anlamda iş verimliliği artışı örgütte moral yükselmesi, kontrol faaliyetlerinin azalması, iş kazalarının azalması, işletme örgütünde süreklilik ve uyumluluk sağlayabilmektedir.

2.3.7. KOBİ'lerin Kümelenme Sorunları

Kümelenme, ortak fırsatlar ve tehditler ile karşı karşıya olan KOBİ'lerin sektörel ve coğrafi yoğunlaşmasıdır. Porter'a (1998) göre kümelenme, birbiriyle ilişkili işletmelerin ve kurumların belirli bir coğrafi alanda (yörede) yoğunlaşması ile oluşur ve yarattıkları iktisadi değer oluşumuna katkıda bulunan sektör, kurum ve kuruluşların tamamını kapsar. Rosenfeld (1997) ise iş kümelerini, benzer, ilişkili ve tamamlayıcı iş gruplarının coğrafi olarak belirli bir alanda yoğunlaşması ile meydana gelen, uzmanlaşmış ortak altyapıyı, iş gücü ve hizmetleri paylaşarak birbirleri ile ticari faaliyetlerde bulunmaya, iletişime ve diyaloga açık, ortak fırsatlar ve tehditler ile karşı karşıya olan bir oluşum olarak tanımlamaktadır (Rosenfeld,1997).

Kümelenme ile ilgili ilk çalışmalar Harvard Üniversitesi Rekabet Enstitüsü profesörlerinden Michael Porter ve ekibi tarafından Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'de başlamıştır. Bu çalışmalar kümelenme temelli ekonomik kalkınma uygulamalarını da başlatılmıştır. Son yıllarda ülkemizde de kümelenme çalışmaları başlatılmış, ancak henüz istenildiği kadar yaygınlaşmamıştır.

KOBİ'lerin yukarıda açıklanan birçok sorunu aşabilmesi ise kümelenmeye gitmeleri kaçınılmazdır. Kümelenmenin KOBİ'lere sağlayabileceği faydalar;

- Yenilik faaliyetini, yeni şirket kurulmasını ve yeni ürünlerin çıkmasını (inovasyon) destekleyerek yeniliğin ticarileşmesini kolaylaştırır,
- Kaynak, hizmet, bilgi ve eğitime daha kolay ulaşım, paylaşım ve koordinasyonla verimliliği artırır,
- Kaynak verimliliği ve işbirliği ile maliyetlerin düşmesine katkı sağlar,
- İşbirliği ile rekabet gücünü artırmayı sağlar,
- İhracat kalitesini yükseltir ve uluslararası rekabet gücünü artırır,
- İstihdama kolaylık sağlar ve istihdam merkezleri oluşturur,
- Kalite güvence standartlarına ulaşmaya yardımcı olur.

3. AYAKKABICILIK ve MOBİLYACILIK SEKTÖRÜNÜN GENEL DEĞERLENDİRMELERİ

3.1. AYAKKABICILIK SEKTÖRÜ

Ayakkabı sektörü yapısı itibariyle büyük ölçüde hammadde, yardımcı madde ve emek yoğun bir özellik arz etmektedir. Ayakkabı imalatında kullanılan girdilerin çok fazla olması sektörde büyük oranda yan sanayiye bağımlılığı da beraberinde getirmektedir. Sektör girdileri itibari ile, deri, tekstil, metal, plastik gibi bir çok işkolu ile ilişki içindedir. Ayrıca bu alanda faaliyet gösteren firma sayısının fazlalığı da pazarlamada yoğun bir rekabetin yaşanmasına yol açmaktadır. Günün modasına uygun tarzda ve kaliteli ayakkabı üretimi ürünün pazarını ve fiyatını belirleyen en önemli etkenlerdir. Bütün bu özellikler aynı zamanda ürünün piyasada rekabet şansını da belirlemektedir (TKB, 2005).

Ayakkabı sektörü ise, ayakkabı üretenler ve bunlara girdi sağlayan yan sanayi işletmeleri ile ayakkabı üreten ana işletmeye fason olarak hizmet veren firmalardan oluşmaktadır. Birleşmiş Milletler yayını olan Bütün Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Tasnifi ve Endeksleri'ne göre Ayakkabı Sanayi aşağıdaki gibi sınıflandırılmıştır (DPT, 2007):

- Tabanı ve yüzü, kauçuk ve suni, plastik maddelerden ayakkabılar,
- Tabanı tabii, suni veya terkip yolu ile elde edilen ayakkabılar,
- Tabanı tahta ve mantardan ayakkabılar,
- Tabanı diğer maddelerden yapılmış ayakkabılar,
- Getrler, tozluklar, bacak koruyucuları ve bunların aksamı.

Ülkemizde 1950 yılından itibaren sanayileşmeye başlayan ayakkabıcılık sektörü, özellikle 1980 sonrasında önemli gelişmeler kaydetmiştir. Sektörde oldukça ciddi sayılabilecek makine parkı yatırımları yapılmış ve böylelikle sektörün yaklaşık %35'i sanayileşmesini tamamlamıştır. Atölye tipi üretim tarzının hakim olduğu bu sektör, emek yoğun özelliği dolayısıyla gelişmekte olan ülkelerde istihdamın artışı için önemli bir kaynaktır. Sektör girdileri nedeniyle deri, tekstil, metal, plastik gibi birçok iş kolu ile yakından ilgilidir. Ayakkabı üreten işletmeler üretim teknolojileri açısından üç gruba toplanmaktadır:

- Üretimin tamamı, bir fabrika sistemi içinde makine kullanılarak yapılan tamamen makineleşmiş işletmeler,
- Kısmen makine ve el aletleri kullanılarak üretim yapılan yarı makineleşmiş işletmeler,
- El aletleri ile üretim yapan işletmeler (Konya Ticaret Odası, 2007).

Sektördeki işletmeleri bu üç gruba göre değerlendirdiğimizde, ayakkabıcılık sek-

törünün % 15'ini tamamen makineleşmiş işletmelerin, % 70'ini yarı makineleşmiş işletmelerin ve % 15'ini bünyesinde hiç makine bulunmayan işletmelerin oluşturduğunu söylemek mümkündür (DPT, 2007)

Sektörde 300.000 kişinin çalıştığı, bunun 20.000 kişilik grubunun sanayileşmiş, kalan 280.000 kişilik grubun ise sanayileşmemiş işletmelerde istihdam edildiği varsayılmaktadır. Sektördeki işletmelerin çoğunluğu İstanbul ve İzmir'de yoğunlaşmıştır. Üretici işletmelerin yaklaşık % 50'si İstanbul'da faaliyet göstermektedir. İzmir, Konya, Bursa, Ankara, Gaziantep, Manisa, Denizli Adana, Malatya, Çorum (İskilip) ayakkabı üretiminin yapıldığı diğer önemli şehirlerdir. 500 milyon çift üretim kapasitesi olduğu söylenen ayakkabı sektörümüzde, bu kapasitenin ancak yarısı kullanılabilir. Resmi rakamlarda ise üretim miktarı çok daha az olarak görülmektedir (İGEME, 2010b).

İGEME Ayakkabıcılık Sektörü Raporu'na göre ülkemiz ayakkabı sektöründe, 2006 yılında 106.284.604 milyon çift ayakkabı ve 134.601.702 adet ayakkabı parçaları üretilmiştir. Tablo 10'da da görülebileceği gibi üretimin yaklaşık % 52'sini yüzü tekstil maddelerinden yapılmış ayakkabılar, yaklaşık % 20'sini deri ayakkabılar ve yaklaşık % 15'ini kauçuk ya da plastik tabanlı ve yüzü ayakkabılar oluşturmaktadır (İGEME, 2010b).

Tablo 10. Türkiye'de Ayakkabı Üretimi (2006)

ÜRÜN GRUPLARI	ÜRETİM	
	MİKTARI (Çift)	%
Kauçuk ya da plastik tabanlı veya yüzü, su geçirmeyen ayakkabılar	4.469.257	4.20
Kauçuk ya da plastik tabanlı ve yüzü ayakkabılar	16.279.863	15.32
Deri yüzü ayakkabılar	21.335.568	20.07
Yüzü tekstil maddelerinden yapılmış ayakkabılar, spor ayakkabıları hariç	55.004.985	51.75
Kauçuk veya plastik tabanlı ve yüzü tekstil maddelerinden yapılmış antrenman ayakkabıları	1.599.205	1.50
Metalden koruyucu burunlu ayakkabılar	3.592.460	3.38
Diğer spor ayakkabıları, paten ayakkabıları hariç	4.003.266	3.77
TOPLAM	106.284.604	100.00
Ayakkabı parçaları	134.601.702	

Kaynak: İGEME, 2010b

Son yıllarda tasarıma yönelen Türk ayakkabı sektöründe moda uygun koleksiyonlar hazırlanmaktadır. Ayakkabı sektöründe eğitim faaliyetlerine de önem verilmektedir. Sektördeki dernek ve kuruluşlar bir araya gelerek Türkiye Ayakkabı Sanayi Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)'i kurmuşlardır.

3.1.1. Ayakkabıcılık Sektörünün Gelişimi

TÜİK'in 2002 Genel Sanayi Sayımına göre ayakkabı ve terlik imalatı sektöründe işyeri sayısı 4.753, çalışan sayısı ise 26.954 kişi olarak gözükmektedir (TÜİK, 2003)

Sektörle ilgili diğer göstergelerden ithalat ve ihracat rakamları incelendiğinde ayakkabıcılık sektörünün oldukça geri kaldığını ifade etmek mümkündür. Dünya ayakkabı ihracatı içinde ise Türkiye'nin payı % 0,3 olup bu rakam sektörün dünya ihracatı içinde önemli bir yere sahip olmadığını ve yurt içi piyasa odaklı üretim yapıldığını göstermektedir. Ülkemizde ayakkabı ihracatı, işletmelerin büyük bölümünün atölye tipi olması, kalifiye olmayan işgücü, ayakkabı yan sanayi girdilerinde standart ve kalite eksikliği gibi nedenlerle geri kalmış bulunmaktadır. Tablo 11'de de görülebileceği gibi ihracat yıllar itibarıyla artış göstermiş ve 2009 yılında 289 milyon Dolara ulaşmıştır. Bu gelişim beklenen bir gelişme olmamakla beraber, 2002 yılından itibaren ithalat rakamlarının ihracatı geçtiği de görülmektedir.

Tablo 11. Türkiye'nin Ayakkabı İhracatı ve İthalatı (\$)

YIL	İHRACAT	İTHALAT
1999	109.542.360	79.747.307
2000	114.184.806	116.317.967
2001	126.116.480	84.222.227
2002	131.883.679	116.209.270
2003	183.779.402	191.057.766
2004	204.747.638	303.284.161
2005	215.576.433	412.712.611
2006	236.542.954	514.967.309
2007	316.650.101	569.928.759
2008	345.040.548	672.917.487
2009	289.636.625	538.988.138

Kaynak:DTM İstatistikleri

Tablo 12'deki ayakkabı sektörü ihracatının ürün gruplarına göre dağılımına baktığımızda ise değer bazında % 51'ini yüzü deriden mamul ayakkabıların oluşturduğu görülmektedir. 2008 yılında 188 milyon dolarlık, 2009 yılında 147 milyon dolarlık yüzü deriden mamul ayakkabı ihracatı gerçekleşmiştir. İkinci önemli ürün grubu ise yüzü kauçuk veya plastik maddeden diğer ayakkabılar oluşturmakta olup, 2008 yılı ihracatı 67,8 milyon dolar, 2009 yılında ise 68,5 milyon dolar ihracat gerçekleşmiştir. 2009 yılında ayakkabı ihraç ettiğimiz başlıca ülkeler arasında Rusya Federasyonu, Irak, Suudi Arabistan, Almanya ve Hollanda yer almaktadır. 2009 yılında söz konusu beş pazara 132 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir (İGEME, 2010b).

Tablo 12. Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İhracatı (\$)

ÜRÜNLER	YILLAR					
	2007	%	2008	%	2009	%
Dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik su geçirmez ayakkabılar	5.752.904	1.82	6.225.123	1.80	3.532.746	1.22
Dış tabanı, yüzü kauçuk veya plastik maddeden diğer ayakkabılar	58.702.859	18.54	67.868.681	19.68	68.591.967	23.68
Yüzü deri, tabanı kauçuk, plastik, tabii veya suni deri ve kösele ayakkabılar	167.766.594	52.98	188.067.631	54.53	147.710.070	51.00
Yüzü dokuma maddelerinden, tabanı kauçuk, plastik vb. Ayakkabılar	28.417.455	8.97	29.410.393	8.53	20.574.420	7.10
Diğer ayakkabılar	22.688.815	7.17	24.265.471	7.04	23.916.922	8.26
Ayakkabı aksamı, iç taban, topuk rampası, getr, tozluk, dolak, vb	33.321.474	10.52	29.062.552	8.43	25.310.500	8.74
TOPLAM	316.650.101	100	344.899.851	100	289.636.625	100

Kaynak: İGEME, 2010

Ayakkabıcılık sektörünü ithalat açısından değerlendirdiğimizde ise ithalatın hızla arttığını ifade etmek mümkündür. Tablo 11’de görülebileceği gibi ithalat rakamı 2009 yılında 538,9 milyon Dolara yükselmiştir. Yıllar içinde ayakkabı ithalatımızın artmasının en önemli nedeni, AB ve Türkiye arasındaki Gümrük Birliği ile gümrük vergilerinin AB ülkelerine karşı sıfırlanması, üçüncü ülkelere karşı ise AB’nin ortak tarifesi (OGT)’nin adapte edilmesi nedeniyle mevcut gümrük vergilerinde %60-70’ler oranında indirim durumunda kalınmasıdır. AB, ayakkabı üreticilerinin rekabet gücünü haksız olarak azalttığı gerekçesiyle Çin ve Vietnam’dan ithal edilen deri ayakkabılara ekim 2006 tarihinden itibaren üç yıl süre ile % 16.6 ve % 10 oranında anti dumping vergisi uygulamıştır (İGEME, 2010b).

Tablo 13. Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İthalatı (\$)

ÜRÜNLER	YILLAR					
	2007	%	2008	%	2009	%
Dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik su geçirmez ayakkabılar	1.442.327	0,25	1.709.189	0,25	3.277.932	0,61
Dış tabanı, yüzü kauçuk veya plastik maddeden diğer ayakkabılar	163.655.167	28,72	207.971.460	30,91	171.704.459	31,86
Yüzü deri, tabanı kauçuk, plastik, tabii veya suni deri ve kösele ayakkabılar	269.830.234	47,34	302.160.527	44,90	230.128.407	42,70
Yüzü dokuma maddelerinden, tabanı kauçuk, plastik vb. Ayakkabılar	96.598.217	16,95	113.989.641	16,94	98.678.378	18,31
Diğer ayakkabılar	8.683.676	1,52	12.747.206	1,89	9.766.909	1,81
Ayakkabı aksamı, iç taban, topuk rampası, getri, tozluk, dolak, vb	29.719.138	5,21	34.339.464	5,10	25.432.053	4,72
TOPLAM	569.928.759	100	672.917.487	100	538.988.138	100

Kaynak: İGEME, 2010b

Ülkemizde 2002 yılından sonra uzak doğu ülkelerinden ayakkabı ithalatı hızla artmış ve bu yıldan itibaren ithalat rakamları ihracat rakamları geçmiştir. Ayakkabı ithalatı yapılan ülkeler arasında en önemli paya Çin sahiptir. 2009 yılında ithalatın yaklaşık % 50'si Çin'den yapılmış ve 288 milyon dolarlık ithalat gerçekleşmiştir. Uzak doğu ülkelerinden yapılan ithalatın payı ise toplam ithalatın % 81'i kadardır.

3.1.2. Ayakkabıcılık Sektörünün Analizi

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT, 2007) tarafından yayınlanan SWOT analizine göre Türkiye Ayakkabıcılık Sektörünün güçlü ve zayıf yönleri ile sektörün fırsat ve tehditlerini aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür.

Sektörün Güçlü Tarafları

- Esnek ve cesur girişimci yapısı,
- İçi ve dışı deriden mamul üretiminde Çin'den daha kaliteli üretim,
- Moda ve tasarım zevki açısından Batı'ya yakınlık ve takip kabiliyeti,
- AB, Ortadoğu ve Rusya pazarına yakınlık,
- Ufak montanlı işleri zamanında üretme, hızlı renk ve model değiştirme yeteneği,
- Değişik tip ve modellerde üretebilme becerisi ve kapasitesi,
- Geniş teknolojik imkanlar,
- İç pazardan yoğun talep,
- Tamamlayıcı üretim bölgelerine yakınlık,
- Fason üretim imkanları.

Sektörün Zayıf Tarafları

- Ayakkabıcılık eğitimi veren eğitim kurumlarının az olması,
- Sanayi ve üniversite işbirliğinin olmaması,
- Finansman yetersizliği,
- İşletmelerin büyük bölümünün KOBİ olması,
- Yetersiz AR-GE faaliyetleri,
- Moda takibi ve tasarımında yetersizlikler. Tasarım için yeterli bütçe ayıramama,
- Pazar hakkında yetersiz bilgi,
- Reklam, tanıtım, promosyon eksiklikleri,
- Kurumsallaşamama,
- Yurtdışı pazarlara açılmada yabancı dil ve bilgi yetersizlikleri,

- İşçilik maliyetlerinin yüksek olması,
- Firmaların model oluşturma konusunda birbirlerini taklit etmesi,
- Markalaşamama.

Sektörün Fırsatları

- Kaliteli yerli hammaddenin çoğalması ve temin olanaklarının çoğalması,
- El üretimi ürünlere talebin artması,
- Özellikle deriden mamul ürünlerde kalitesiz ürünlere (Çin gibi) talebin azalması,
- İşgücünün AB'ye göre ucuzluğu,
- Sınır komşusu olan ve ihracat yapılan ülkelerde gelişen ekonomik ve politik ilişkiler,
- Yeni sektörel eğitim yatırımları,
- Yeni sektörel AR-GE yatırımları,
- Kamu alımlarının artması.

Sektörün Tehditleri

- Kullanıcıların ucuz fiyatı, kaliteye tercih etmeleri doğrultusunda, kayıt dışı üretim ve satışın yapıldığı imalatçıların malına talebin artması,
- KDV'nin yüksek olması,
- Enerji maliyetlerinin yüksek olması,
- Uzakdoğu ürünlerinin pazara hakim olması,
- Çin'in deri üretimini teşvik etmesi,
- Gayri resmi ithalat yapılması,
- Kayıt dışı üretimin, satış ve istihdam,
- İthal malların fiyatının, yerli malların fiyatına göre sürekli düşmesi.

3.1.3. Ayakkabıcılık Sektörünün Sorunları

Türk ayakkabıcılık sektörünün rekabet gücünü ve büyümesini etkileyen temel sorunlar (DPT, 2006; DPT, 2007; Konya Ticaret Odası, 2007; İGEME, 2010b)

Tasarım, AR-GE ve Markalaşma Sorunu

Ayakkabıcılık sektöründe yaşanan önemli sorunlardan biri tasarım eksikliği ve modellerin taklit edilmesidir. Firmaların büyük yatırım ve uğraşlarla oluşturduğu koleksiyonların taklit ediliyor olması sektörde haksız bir rekabeti de ortaya çıkarmaktadır. Taklit ürün ve sanayi hırsızlığı sorununu ihracat yapan firmaları yasal yükümlülüklerden dolayı sınırlamaktadır. Ancak iç piya-

saya çalışan üreticiler, kayıt dışında kalabilme avantajlarını kullanarak maliyetlerini düşürmekte ve arada oluşan bu farkı tüketiciye yansıtarak haksız rekabet sağlamaktadırlar. Bu durumun önlenmesi için yasalardaki boşlukların giderilerek yeni düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Zira haksız rekabet, ihracat yapan firmaların büyümesini de engelleyerek markalaşma hareketini de sekteye uğratmaktadır.

Marka deyince, ilk akla gelen tasarım oluyor. Markalaşmak, kendine has bir çizgi oluşturmaktan, kendine has çizgi oluşturmak da tasarımcılar eşliğinde yoğun bir çalışma yaparak model oluşturmaktan geçmektedir. Ancak, ülkemizde ayakkabı yan sanayi sektörün arkasından geldiğinden tasarım yaratacak malzemeleri bulmak mümkün olmamakta, bu ise ayakkabı modellerinden oluşan bir koleksiyon yaratmayı güçleştirmektedir. Ayrıca, marka olmak tüketiciye güven vermek ve lojistik açıdan yaptığınız ürünün arkasında durmak anlamına gelmektedir. Marka, aynı zamanda tüketici açısından bir kalite standardı olarak da görülmektedir. Dolayısıyla marka yaratıldığında katma değeri yüksek ürünler de üretilmiş olmaktadır.

Sermaye Yetersizliği

Ayakkabıcılık sektöründe de en önemli sorunlardan biri sermaye yetersizliği ve kredi maliyetinin yüksekliğidir. İşletmeler para piyasalarından, özellikle ticari bankalardan uygun koşullarda kredi temininde zorlandıklarından, faaliyetlerini genellikle öz kaynaklarından finanse etmektedirler. Bunun bir sonucu olarak, sürekli işletme sermayesi sıkıntısı yaşanmaktadır. Ayrıca, ayakkabı ihracatçılarının rekabet gücünü desteklemek için uluslararası finansman imkanlarından yararlandırılmaları da gerekmektedir. Eximbank gibi finansman kuruluşlarının ayakkabı sektörünü teşvik etmesi, uygun vade ve faizlerle kredi imkanları sağlaması gerekmektedir.

Kapasite Kullanım Sorunları

Ayakkabı sektörü; yapısı itibariyle büyük ölçüde hammadde, yardımcı madde ve emek yoğun bir özellik arz etmektedir. Ayakkabı imalatında kullanılan girdilerin çok fazla olması sektörde büyük oranda yan sanayiye bağımlılığı da beraberinde getirmektedir. Sektörde oldukça ciddi sayılabilecek makine parkı yatırımları yapılmış ve böylelikle sektörün yaklaşık %35'i sanayileşmesini tamamlamıştır. Ancak öte yandan ayakkabı sektörü, mevcut üretim kapasitesinin hemen hemen yarısını kullanabilen bir sektör halindedir (İGEME, 2010b). Özellikle ivme kaybeden ithalat rakamlarını canlandırmak için kapasite kullanımının artırılması gerekmektedir. Diğer yandan, ayakkabı sektöründe İstanbul'da yoğunlaşmış olmasına rağmen İzmir, Gaziantep, Konya, Adana, Antakya, Manisa ve Denizli gibi şehirler de sektörün yaygınlaşması üretim gücüne önemli katkılar sağlamaktadır.

İhracat ve İthalat Sorunu

Ülkemiz ayakkabı sektörü ihracat açısından henüz arzu edilen seviyeye ulaşmamıştır. Özellikle İspanya, Portekiz gibi Avrupalı üreticilerle rekabet edebilecek büyük bir arz olan Türk ayakkabıcılık sektörü henüz dünyada bilinmemektedir. Özellikle Avrupa’da ürünlerimizin tanıtımının yapılması için firmaların yurtdışındaki önemli uluslararası fuar ve sergilere katılması önemlidir. İhracatı artırmak için yurtdışında perakende ayakkabı mağazaları açma girişimleri de önerilebilir.

Son yıllarda ülkemiz ayakkabıcılık sektörünün karşı karşıya olduğu en önemli sorunlardan birisi Uzak Doğu’dan ithal edilen ucuz ayakkabılar oluşturmaktadır. İthalatın % 50’si Çin’den olmak üzere % 81’i Uzak Doğu’dan yapılmaktadır. Bunların yanı sıra, sektör hammadde ve işlenmiş hammadde ihtiyacının önemli kısmını ithal etmek durumunda kalmaktadır. Bu durum maliyetleri artıran önemli faktörlerden biridir. Ayakkabı yan sanayi, girdilerinin yüzde 30’u ithal, yüzde 70’i yerli üretim olmasına karşın bazı ürünlerde yüzde 60-70 oranında dışa bağımlılık söz konusudur. Bu aşamada, yan sanayiye yatırım yapmaktaki zorluklar da düşünülürse, ulusal ekonominin müsaade ve imkan verdiği ürünlerin ithalatına gitmekten kaçınmak gerekmektedir.

Profesyonel Yönetici ve Kalifiye İşgücü Eksikliği

Türkiye’de her alanda yaşanan eğitim sorunu, ayakkabı sektörünün de önemli bir sorunudur. Sektörün yetişmiş eleman ihtiyacını karşılayacak eğitim kurumları oldukça yetersizdir. Ayrıca, tüm KOBİ’lerde olduğu gibi eğitim eksikliği hem üretim, hem de yönetim konusunda işletmeleri sıkıntıya sokmaktadır. Yöneticilerin özellikle finans konusundaki bilgi eksiklikleri, bir finans yöneticisi çalıştırmamaları, sağlıklı kayıtların tutulamaması ve gerekli finansal analizlerin yapılamaması işletmeleri finansal krize sürüklemektedir. Yönetici ve çalışanlara yönetim, finans, pazarlama vb. konularda eğitim vermek amacıyla seminerler düzenlenebileceği gibi, tasarım, üretim ve işletme konularında uzman kişilerin çalıştırılması önerilebilir. Ayrıca, KOBİ’lerin kolaylıkla kullanabilecekleri finansal erken uyarı sistemleri gibi otomasyon sistemlerinin yaygınlaşması gerekmektedir.

Pazarlama, Dış Pazarlar Konusunda Bilgi, Deneyim ve İletişim Eksikliği

Sektördeki işletmelerin pazar bilgisine sahip olmaması sektör ihracatının sınırlı kalmasına neden olmaktadır. Firmaların rekabet avantajı sağlamak ve kendilerini tanıtmak için reklama ihtiyacı bulunmaktadır. Bunu sağlamak için ise hem finansal kaynaklara hem de bilgiye sahip olunması gerekmektedir. Sektördeki firmaların birçoğu dış pazarlara açılmak ve talebi artırmak için dış piyasalar hakkında yeterli deneyim ve bilgiye de sahip değildir. Bu nedenle, işletme-

lere dış pazarlara ait bilgilerin ulaştırılması, bu pazarların tanıtılması, uluslararası sergi ve fuarlara katılmalarının teşvik edilmesi gerekmektedir. Ayrıca, sektörün hem iç hem de dış pazarlarda elektronik ticaretten faydalanma oranı oldukça düşüktür. Sektörün gelişimi açısından elektronik ticaretin de teşvik edilmesi gerekmektedir.

3.2. MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ

Ülkemizdeki mobilya sektörü genelde küçük ölçekli aile işletmelerinden oluşan, çoğu geleneksel yöntemlerle faaliyet gösteren ve emek yoğun bir sektördür. Mobilyalar görevleri, kullanım alanları, yapıları, amacı, tarzları, malzemesi ve üst yüzey işlemlerine göre:

- İç mekan veya dış mekan mobilyaları,
- Bireysel (kişisel mobilyalar) veya toplu kullanıma yönelik mobilyalar (kentsel mobilyalar, endüstriyel mobilyalar),
- Modüler mobilya,
- İngiliz, İtalyan, İskandinav mobilyası,
- Fonksiyonel mobilya,
- Klasik veya modern mobilya,
- Demonte veya monteli mobilya,
- Sabit veya hareketli mobilya,
- Mutfak, salon, yatak odası mobilyaları, ofis mobilyaları,
- Ahşap, panel, hasır vb. mobilyalar

şeklinde sınıflandırılabilirler (Çınar, 2008).

Ülkemizde mobilyacılık sektörü makineleşmenin hızlı girişi ile 2000'li yıllardan itibaren hızlı bir dönüşüm ve atılım göstermiştir. Bu dönüşümün arkasında yatan en önemli unsur küreselleşme olmuştur. Küreselleşme süreci ile rekabete uyum sağlayan ve dünya standartlarında üretim yapan tesisler kurulmuş, ulusal pazarlar dışa açılmaya başlamıştır. Ayrıca, ülkemizde artan ve bayilik teşkilatlarıyla sektör hem ülke çapında hem de dünyaya ürün satar konuma ulaşmıştır.

Türkiye'nin gelişen bir ülke olması ve nüfusun hızla büyümesi iç pazardaki talebi etkileyen en önemli faktörlerdir. Ülkemizde mobilya sektöründe talep artarak büyümekte, bunun yanında talebin niteliğinde de önemli değişimler olmaktadır. Artan nüfusa bağlı olarak konutlaşmanın artması ve gelir artışı yanında mobilya talebini etkileyen diğer faktörleri aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür:

- Yeni evlilikler,
- Eski mobilyaların kullanılamaz hale gelmesi,
- Konut politikası ve anlayışındaki değişiklikler,

- Okullaşma oranının artışı, kentleşmenin hızlanması,
- Moda ve stil değişikliklerine uyum,
- Ofis ve hizmet sektörünün gelişimi

Mobilya sektörü imalat sanayinin yaklaşık %3 lük kısmını oluşturmaktadır. Mobilya İmalat Sektörü, 2005 yılı verilerine göre Türkiye İmalat Sanayisinde %8'lik büyüme ile en hızlı büyümeyi gerçekleştiren sektörlerden biri olmuştur. 6 milyar \$'lık üretim kapasitesi ile dünya mobilya pazarında üretimin %2,7'sini oluşturmakla birlikte, 2007 yılındaki 1.020.097 bin \$ ihracat ile dünya mobilya ihracatından yaklaşık %1 pay almıştır. Bu gelişime paralel olarak Türk Mobilya Sektörü dünyada ilk 25, Avrupa'da ilk 6 arasında yer almaktadır. (SGM, 2010; Bulut, 2010).

Ülkemizde mobilya üretimi Bursa, Ankara, İstanbul, Kayseri, Adana ve İzmir gibi büyük kentlerde yoğunlaşmış bulunmaktadır. Mobilya Sektörü'nde halen dünyanın farklı coğrafyalarındaki 170 ülkeye ihracat yapılmaktadır.

3.2.1. Mobilya Sektörünün Gelişimi

Ülkemizde gerçekleştirilen en son işyeri sayımı olan TÜİK 2002 Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı sonuçlarına göre sektörde faaliyet gösteren resmi kayıtlı işletme sayısı 29.346 olup istihdam edilen kişi sayısı ise 92.567'dir. Tablo 14'de de görülebileceği gibi sektörde ilk sıraları alan şehirler; İstanbul, Ankara, Bursa (İnegöl), Kayseri, İzmir ve Adana'dır (TÜİK, 2003).

Tablo 14. Türkiye Mobilya Sektörünün İllere Göre Dağılımı

İller	İşyeri		İstihdam Düzeyi	
	Sayı	Dağılımı (%)	Sayı	Dağılımı (%)
İstanbul	6.458	22,01	36.633	23,15
Ankara	5.361	18,27	30.062	19,00
Bursa	213	0,73	16.096	10,17
Kayseri	740	2,52	2028	1,28
İzmir	2.379	8,11	14.142	8,94
Adana	900	3,07	2.369	1,50
Antalya	823	2,80	1.905	1,20
Samsun	640	2,18	1.757	1,11
Konya	757	2,58	1.746	1,10
Çanakkale	91	0,31	1856	1,17
Diğerleri	10.984	37,43	49.619	31,36
Toplam	29.346	100,00	158.213	100,00

Kaynak: İGEME, 2010a; TÜİK, 2003

Ülkemizde mobilya sektörünün hızlı bir gelişim göstereceği ve ekonominin önemli sektörlerinden biri olarak ekonomiye önemli katkılar vereceği beklentisi bulunmaktadır. DPT'nin 9. Kalkınma Programı Mobilya Sektörü Özel İhtisas Komisyonu Raporu'na göre 2007–2013 yıllarını kapsayan 6 yıllık dönemde mobilyacılık sektöründe:

- yurt içi talebin yılda ortalama % 13 artarak 14.000 milyon \$ seviyesine ulaşacağı,
- üretimin yılda ortalama %13 artarak 19.000 milyon \$ seviyesine ulaşacağı,
- ihracatın yılda ortalama % 26 artarak 5.000 milyon \$ seviyesine ulaşacağı,
- ithalatın yılda ortalama % 15 artarak 1.500 milyon \$ seviyesine ulaşacağı,

öngörülmüştür.

İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME) tarafından hazırlanan Mobilya Sektörü Raporu'na (2010a) göre Türkiye'deki mobilya üretimi 2005 yılında 4.121 milyon TL iken 2008 yılında 6.206 milyon TL'ye yükselmiştir (Tablo 15). Türkiye Mobilya Sanayicileri Derneği'nin (MOSDER) değerlendirmelerine göre mobilya sektörü 2009 yılında büyümeye devam ederek, pazar hacmi 7.500 milyon Dolar'a ulaşmış ve ekonominin lokomotif sektörlerinden biri olmaya devam etmiştir (MOSDER, 2009).

Tablo 15. Yıllar İtibariyle Mobilya Üretimi (Milyon TL)

	YILLAR			
	2005	2006	2007	2008
Üretim	4.121	5.158	5.714	6.206

Kaynak: İGEME, 2010a

İGEME tarafından hazırlanan Mobilya Sektörü Raporu'na (2010a) göre sektörün ithalat ve ihracat açısından göstermiş olduğu gelişimi ise Tablo 16'da görmek mümkündür. Bu verilere göre, Türkiye'nin 2009 yılındaki ihracatı 1.153.381 bin \$ iken ithalatı 537.352 bin \$ olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 16. Türkiye'nin Yıllar İtibariyle İhracat ve İthalat Durumu (Bin \$)

FAALİYET	YILLAR		
	2007	2008	2009
İhracat	1.032.658	1.332.922	1.153.381
İthalat	680.169	738.204	537.352

Kaynak: İGEME, 2010a

3.2.2. Mobilya Sektörünün Analizi

Avrupa Mobilya Üreticileri Federasyonu'nun (UEA, 2006), Sanayi Genel Müdürlüğü (SGM, 2010) ve Mobilya Sanayi İşadamları Derneği (MOBSAD, 2008) yayınladıkları SWOT analizlerine göre Türkiye Mobilya Sektörünün güçlü ve zayıf yönleri ile sektörün fırsat ve tehditlerini aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür.

Sektörün Güçlü Tarafları

- Dinamik iç pazar yapısı ve hedef pazarlara yönelik ihracat çalışmalarına hız verilmiş olması,
- Dış pazarlarda rekabet avantajının bulunması,
- Sektöre hareket kazandıracak bakir bir alan olan el işçiliğinin hala yaygın olarak kullanılıyor olması ve bu anlamda hali hazırda büyük bir nitelikli iş gücüne sahip olunması,
- Sanayicinin kaliteli üretime önem vermesi ve sürekli gelişime odaklı çalışmalar yürütmesi,
- Modern teknoloji ile üretim yapan firma sayısının giderek artması,
- Yeni tasarımların oluşmaya başlaması ve kaliteli ürünlerle birçok ülke pazarına girilmesi,
- Ürün yelpazesinin geniş olması,
- Geniş dağıtım ağının olması

Sektörün Zayıf Tarafları

- Sektörün bir arada ortak hareket edememesi,
- Hammaddede dışa bağımlı kalınması,
- İstihdam üzerindeki vergi yüklerinin yüksek olması,
- Aile şirketlerinin bazılarının kurumsallaşma süreçlerini henüz tamamlamaması,

- Markalaşma, kalite ve imaj sorununun tam anlamıyla aşılmaması,
- Tanıtım faaliyetlerinin istenilen ölçüde olmaması ve pazarlama eksikliği,
- Kalifiye eleman sıkıntısı (Meslek Liseleri'nin çoğaltılması ve gençlerin bu bölümlere yönlendirilmesi mobilya sektörünü olumlu etkileyecektir.)
- Kayıt dışı üretimin yaygınlığı ve buna bağlı haksız rekabet.
- Tasarım çalışmalarının yetersizliği,
- Sektörün küçük ve orta ölçekli işletme yoğun bir yapıya sahip olması nedeni ile sektörün rekabet gücünü düşük olması.

Sektörün Fırsatları

- Sektörün gelişime açık olması
- Ürün kalitesi ve çeşitliliği
- Son yıllarda tasarım çalışmalarının artması
- Sektörün işbirliğine ve yatırıma açık yapısı
- El işçiliğinin gelişmiş düzeyde olması
- İhracata yönelik çalışmaların artırılması
- Ucuz iş gücü

Tehditler

- Ham madde sıkıntısı
- Enerji sorunu
- Kalifiye iş gücü yetersizliği
- Pazarlama eksikliği
- Markalaşma sorunu
- Teknoloji yetersizliği
- Tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği

3.2.3. Mobilya Sektörünün Sorunları

Türk mobilya sektörünün rekabet gücünü ve büyümesini etkileyen temel sorunları aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (DPT, 2006; Bulut, 2009; İnal ve Toksarı, 2006; SGM, 2010; MOBSAD, 2008).

Sermaye Yetersizliği

Türkiye'de birçok sektörde olduğu gibi mobilya sektöründe de işletmelerin büyük bölümü KOBİ'lerden oluşmaktadır. Sektörün temel sorunu, sermaye yeter-

sizliği ve kredi maliyetinin yüksekliğidir. İşletmeler para piyasalarından, özellikle ticari bankalardan uygun koşullarda kredi temininde zorlandıklarından, faaliyetlerini genellikle öz kaynaklarından finanse etmektedirler. Bunun bir sonucu olarak, sürekli işletme sermayesi sıkıntısı yaşanmaktadır. Ayrıca, mobilya ihracatçılarının rekabet gücünü desteklemek için uluslararası finansman imkanlarından yararlandırılmaları da gerekmektedir. Eximbank gibi finansman kuruluşlarının mobilya sektörünü teşvik etmesi, uygun vade ve faizlerle kredi imkanları sağlaması gerekmektedir.

Tasarım ve AR-GE Yetersizlikleri

Ulusal ve uluslararası pazarlarda talebin artması açısından mobilyacılıkta tasarım ve bu konudaki AR-GE faaliyetleri önem taşımaktadır. Ancak, ülkemizde 2000’li yıllara kadar sektörde tasarım konusunda fazla bir gelişim gözlenmemiştir. 2000’li yıllarda özellikle büyük firmaların tasarıma yönelmesi sektörün canlanmasına da neden olmuştur. Tasarım konusunda sektörün teşvik edilmesi önemlidir.

Markalaşma

Her ülke sahip olduğu markalar kadar güçlü ve her sektör tasarım yeteneği kadar rekabetçidir. Sektörün öne çıkan üreticilerinin marka olgusuna verdiği önemi ve yaptıkları yatırımı orta ve küçük ölçekli firmaların da yapmaları gerekmektedir. Türkiye mobilya sanayicilerinin temel misyonu, Türk mobilya marka ve ürünlerinin olgunlaşmasını sağlamak ve dünya standartlarına uygun, kaliteli ve özgün tasarımlı mobilyalar ile rekabetçi fiyatlara sahip olan Türk Mobilyası Kimliği ile marka oluşturmak olmalıdır (Aras, 1999). Markalaşma süreci ile birlikte, firmalar özgün tasarımlı ve kalitede dünya standartlarını yakalamış koleksiyonlar üretmeli, sadece üretici kimliğiyle işçilik değeri üreten bir sektör olmaktan çıkıp aynı zamanda marka kimliği ile katma değerli çalışmaya geçmelidir. Türkiye’nin ihracat rakamlarının artmasında, büyük ölçekli işletmelerin markalaşması etkili olmuştur. Marka oluşumu tasarım ile birlikte teşvik edilmeli ve markalaşma ödüllendirilmelidir.

Devlet İhalelerine Katılmama

Mobilya sektörü için devlet ihaleleri önemli bir kaynak olabilir. Ancak, mobilya sektöründeki işletmelerin büyük bölümünün KOBİ’lerden oluşuyor olması bu ihalelere girmesini zorlaştırmaktadır. Devletin özellikle KOBİ niteliğindeki işletmeleri teşvik etmek için ihaleleri KOBİ’lerin de katılımını sağlayacak şekilde düzenlemesi önemlidir.

Pazarlama, Dış Pazarlar Konusunda Bilgi, Deneyim ve İletişim Eksikliği

Yapılan çeşitli araştırmalar mobilya üreticilerinin, pazarlama ve iletişim konusunda kendilerini yetersiz bulduklarını ortaya koymaktadır (Güner, 1997, Kotler, 2005) Bu durum üreticilerin rekabet şansını azaltmaktadır. Mobilya sektöründe pazarlama kanallarının uygun olmaması, talebe göre üründen öte ürüne göre tüketici aranması sorun teşkil etmektedir (Gürer,1997). Türkiye’de mobilya sektörünün büyük ölçüde iç pazara yönelik olmasından dolayı, üreticiler dış piyasalar hakkında yeterli deneyim ve bilgiye de sahip değildir. Geleneksel işletme yöntemleriyle çalışan bu işletmeler uluslararası pazarlara açılmaktan ve rekabet etmekten kaygı duyduklarından gelişme gösterememektedirler. Bu nedenle, işletmelere dış pazarlara ait bilgilerin ulaştırılması, bu pazarların tanıtılması, uluslararası sergi ve fuarlara katılmalarının teşvik edilmesi gerekmektedir.

Pazarlama konusunda önemli faktörlerden biri de etkin bir iletişim kurabilmektir. Globalleşmenin ve internet kullanımının tüm dünyada büyük bir hızla yaygınlaşması sonucunda elektronik ticarete büyük önem kazanmıştır. Ülkemizdeki mobilyacılık sektörünün dış pazarlara açılabilmesi için elektronik ticaretin çok fazla kullanılmadığı ve kullanması gerektiği ifade edilebilir.

Profesyonel Yönetici ve Kalifiye İşgücü Eksikliği

Ülkemizdeki tüm KOBİ’lerde de yaşanan bu sorun hem üretim, hem de yönetim konusunda işletmeleri sıkıntıya sokmaktadır. Yöneticilerin özellikle finans konusundaki bilgi eksiklikleri, bir finans yöneticisi çalıştırmamaları, sağlıklı kayıtların tutulmaması ve gerekli finansal analizlerin yapılamaması işletmeleri finansal krize sürüklemektedir. Yönetici ve çalışanlara yönetim, finans, pazarlama vb. konularda eğitim vermek amacıyla seminerler düzenlenebileceği gibi, tasarım, üretim ve işletme konularında uzman kişilerin çalıştırılması önerilebilir. Ayrıca, KOBİ’lerin kolaylıkla kullanabilecekleri finansal erken uyarı sistemleri gibi otomasyon sistemlerinin yaygınlaşması gerekmektedir.

Fiziksel Mekan Yetersizlik

Mobilyacıların bir çoğu şehir içlerinde düzensiz, dağınık ve uygun olmayan mekanlarda imalat yapmaktadırlar. Mobilyacıların küçük sanayi siteleri ve organize sanayi bölgelerinde toplanmaları; eğitim, know-how paylaşımı, kalite geliştirme vb. imkanlardan yararlanma şansı verecek ve uzmanlaşmaya yardımcı olacaktır.

Kayıtdışlığın Yüksek Olması

1980’lerden sonra Türkiye’deki ekonomik ve sosyal gelişmeler özellikle büyük metropollerde kaliteli, fonksiyonel, çağdaş konfor anlayışına uygun mobilya taleplerini artırmış ve sektöre ivme kazandırmıştır. Ancak, kayıt dışılık nedeniyle

mobilyacılık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin sayısı tam olarak bilinememektedir. Kayıt dışılık oranının % 50 – 60 kadar olabileceği tahmin edilmektedir. Bu nedenle, sektörde garanti belgesi, fatura v.b. denetimler yeterince yapılamamakta, kapasite kullanımı, ölçeksel imalat envanterleri çıkarılamamaktadır. Sektörde kayıt dışı ticareti önleyici tedbirler öncelikle alınmalı ve denetimler sıklaştırılmalıdır. Kayıt dışı ticaret, kurallara uygun çalışan firmaların gelişimini ve rekabeti olumsuz etkilemektedir.

İhracatla İlgili Yaşanan Sorunlar

Son yıllarda mobilyacılık sektöründeki ihracat rakamları artış göstermiş olsa da ülke ekonomisine verilen katkı nedeniyle ihracatın her zaman desteklenmesi gerekmektedir. Bu açıdan mobilyacılık sektöründeki dış pazarlar konusundaki bilgi eksikliği, pazarlama eksikliği, finansman yetersizliği, tasarımcılığın geliştirilmesi ve yabancı dil sorunun çözülmesi için adımlar atılması ve devletin destek vermesi gerekmektedir. Bu amaçla, yurt dışı pazarlarda ajanslar kurulması, ihracata ilişkin teşvikler, üretim ve pazarlama konularında İGEME, Halk Bankası, Eximbank ve KOSGEB v.b. kurumlarca destek sağlanmalıdır.

Vergi, Prim ve Teşvikler ile İlgili Sorunlar

Ülkemizdeki KOBİ niteliğindeki işletmelerin finansman, yatırım ve ihracat konusunda destek ve teşviklere ihtiyacı bulunmaktadır. Bu bağlamda AB ile müzakere sürecinde artarak sürmesi beklenen KOBİ'lere dönük; işe başlangıç desteği, KOBİ teminat programı, çekirdek sermayesi programı, bölgesel kalkınma programları vb. ile yenilikçilik ve AR-GE'ye yönelik çalışmaların desteklendiği Çerçeve Programları gibi teşviklerden yararlanmasını sağlayacak bilgilendirme programları, sektörel örgütler ve ilgili kamu kurumlarınınca yaygınlaştırılmalıdır. Mobilya sektöründe uygulanan yüksek vergi oranları yanında SSK primlerinin yüksek olması, rekabeti olumsuz etkileyen ve kayıtdışı arttıran faktörlerdir. Bu oranların makul düzeylere taşınması, dış pazarlarla rekabet için önem taşıdığı gibi, vergi kaçırma ve kayıtdışı ticaret engellenecektir.

Enerji Fiyatları

Türkiye'de enerji fiyatları rakip ülkelere göre yüksektir. Üretimi ve ihracatı teşvik etmek bakımından enerji fiyatlarıyla ilgili düzenlemeler yapılması zorunlu görülmektedir. Mevcut şartlarda sektörün rekabet gücü kırılmakta, ucuz maliyetli ülkelere kaçışlar olmaktadır.

Uluslararası Standartlara Uyum ve Kaliteli Üretim

Türkiye mobilya sektörünün genelde küçük ölçekli firmalardan oluşması ve zanaat geleneğini devam ettirmesi fark yaratan bir üstünlük olarak değerlendirilebilir. Bu avantajın yanında, seri üretim yapan işletmelerde uluslararası standart-

lara uygun üretim/otomasyon teknolojilerine önem verilmeli, uzmanlaşmalar sağlanmalı ve yeni üretim teknolojilerinin kullanımı teşvik edilmelidir. Ulusal ve uluslararası pazarlarda istenen kaliteye ulaşmak için firmaların TSE belgesi almalarının teşvik edilmesi, uluslararası kalite belgeleri ile ilgili birimler kurulması, toplam kalite yönetimi konusunda seminerler verilmesi önerilebilir. Ancak TSE'nin mobilya kalite testlerinde yeterli donanım ve uzman kadroya sahip olmaması üreticiler için olumsuzluk yaratmaktadır. Bu kapsamda, mobilya kalite testlerinin standartlara uygun olarak yapılabileceği bir laboratuvar kurulması veya mobilya eğitimi veren fakültelerdeki laboratuvarlardan bu konuda faydalanılması önerilebilir. Mobilyalarda kalite güvence sistemleri ve insan sağlığı ile ilgili faktörler dikkate alınmak zorundadır. Bu maksatla çağdaş ülkelerde üretimde kullanılan malzemeler ile ilgili uluslararası standartlara uyum sağlanmalıdır. Günümüz global ticaret mekanizmasının önemli unsurları haline gelmiş olan ISO 9000 Kalite Yönetim Sistemleri, ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemleri, OHSAS 18000 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetimi Sistemi ile ilgili kuralara uyum sağlanmalıdır.

4. ANTAKYA AYAKKABICILIK VE MOBİLYACILIK SEKTÖREL ANALİZİ

1.1. HATAY İLİ ve ANTAKYA İLÇESİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

4.1.1. Hatay

Hatay Türkiye'nin güneyinde 5403 km² alana sahip olup, Adana, Osmaniye, Gaziantep ve Suriye arasında yer alan bir sınır vilayetidir. Hatay'ın, Altınözü, Antakya, Belen, Dört Yol, Erzin, Hassa, İskenderun, Kırıkhan, Kumlu, Reyhanlı, Samandağı ve Yayladağı ilçeleri bulunmaktadır. Hatay'da 12 ilçe, 76 belediye ve 362 köy bulunmaktadır. Hatay'ın il merkezi Antakya'dır

Antakya Ticaret ve Sanayi Odası'nın yayınladığı Hatay Sosyo Ekonomik Raporu'na (2010) göre Hatay ili ilgili önemli ekonomik ve sosyal göstergeleri aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür:

2000 yılındaki nüfus sayımına göre, 1.253.726 kişi olan Hatay'ın nüfusu, 2009 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi kapsamındaki sayım sonuçlarına göre %15 artarak 1.448.418 kişiye yükselmiştir. Nüfusun 733.163 erkek, 715.255'sini kadınlar oluşturmaktadır. Şehirde yaşayanların oranı % 49, köyde yaşayanların oranı % 51'dir. Yine aynı nüfus sayımı sonucuna göre, il merkezi nüfusu 202.216, ilin nüfus yoğunluğu ise km² başına 249 kişidir. Nüfus bakımından en büyük ilçeleri sırasıyla Antakya (% 30), İskenderun (% 22), Dört Yol (% 10) ve Samandağ'dır (% 9). Türkiye nüfusunun %2'si Hatay'da ikamet etmektedir. Hatay ili toplam nüfusu ile Türkiye'nin 13.büyük ilidir (ATSO, 2010).

2009 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi kapsamındaki sayım sonuçlarına göre, 28.547 kişi Hatay iline göç etmiş, 32.296 ise Hatay ilinden başka illere göç etmiştir. Hem göç alan hem göç veren bir il olan Hatay'ın göç hızı %-2.58'dir.

Hatay ili nüfusunun, %76'sı okuma yazma bilmektedir. Nüfusun % 26'sı okuma yazma bilmesine rağmen herhangi bir okul bitirmemiştir. Hatay ilinde ikamet eden kişilerin % 39'u ilköğretim, %11'i lise veya dengi okulları, %4'ünde yüksek okul veya fakülte mezunudur. Hatay ilinde toplam 710 okul bulunmaktadır. Okulların ilçelerdeki genel dağılımları sırasıyla; %23 Antakya, %15 İskenderun, % 11'ide Kırıkhan'da bulunmaktadır. Hatay il genelinde 292.768 öğrenci bulunmaktadır. Öğrencilerin ilçelerdeki genel dağılımları sırasıyla; %32 Antakya, %21 İskenderun, %10 'uda Dört Yol'da eğitim görmektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2009 yılı verilerine göre, Hatay ilindeki işsizlik oranı %19 olup, 81 il içerisinde 6. sırada bulunmaktadır. İşgücüne katılım oranı ise %46,6 olup, 81 il içerisinde Hatay 50.sı-

rada yer almaktadır. İllerin istihdam oranı incelendiğinde Hatay ili, %37,8 istihdam oranı ile 81 il içerisinde 57.sırada yer aldığı görülmektedir.

Hatay'ın sanayisi, 1975 yılında İskenderun Demir Çelik fabrikasının kurulmasına kadar tarım ve tarıma dayalı sanayi dallarında yoğunlaşmıştır. Hatay'da tarım, demir-çelik sanayi yanında otomotiv yan sanayi de önemli sanayi dalıdır. Ülkemizde üretilen otomotiv ve yan sanayi filtrelerinin %63' ü Hatay'da bulunan 15 adet firma tarafından üretilmektedir. Yörede, pamuk, buğday, zeytinyağı, yaş sebze meyve ve seracılık gelişmiştir. Sanayi bunlara bağlı olarak pamuk çırçır ve prese fabrikaları, iplik fabrikaları, zeytinyağı fabrikaları, un fabrikaları, gıdaya dönük yatırımlar, tarım alet ve makineleri yapımı yönünde gelişmiştir. Antakya'da geleneksel olarak dericilik, ayakkabıcılık ve mobilyacılık da yapılmaktadır.

Son 10 yılda Hatay'da ihracatçı firma sayısı %62, ithalatçı firma sayısı ise %15 oranında artmıştır. Hatay 2009 yılında 659 ihracatçı firması ile 81 ilin içerisinde 12.sırada, 252 ithalatçı firması ile 15.sırada yer almıştır. Hatay'ın ihracat değeri 1999 yılına oranla; %434 oranında ihracatını artırırken, Türkiye'nin genelinde ise bu artış oranı %284 olmuştur. Hatay'ın ithalat değeri 1999 yılına oranla %1729 artarken, Türkiye'nin genelinde ise bu artış oranı %246 olmuştur. 1999 yılında Türkiye'nin ihracatı içindeki payı % 1 olan Hatay'ın, 2009 yılında Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı % 1,38'dir. 2009 Yılı sonu itibarı ile TUIK verilerine göre, Hatay 1,4 milyon \$ ihracat gerçekleştirmiştir.1999 yılında Türkiye'nin ithalatı içerisinde ilimizin payı %0,36 olurken 2009 yılında bu oran %1,92 olup yaklaşık 2,8 milyar \$ seviyesine ulaşmıştır. 2009 yılı sonu itibarıyla Hatay'ın en çok ihracat yaptığı ilk 5 ülke sırasıyla; Suudi Arabistan, Mısır, Rusya Federasyonu, Suriye ve Romanya olmuştur. 2009 yılı sonu itibarıyla Hatay'ın en çok ithalat yaptığı ilk 5 ülke sırasıyla; Avustralya, A.B.D, Rusya Federasyonu, Kanada ve Ukrayna olmuştur.

2009 yılı sonu itibarıyla Hatay'ın en çok ihracat yaptığı ilk 5 fasıl sırasıyla; Demir ve çelik, yenilen meyveler, kabuklu yemişler, turunçgil ve kavun kabuğu olmuştur. 2009 yılı sonu itibarıyla Hatay'ın en çok ithalat yaptığı ilk 5 fasıl sırasıyla; mineral yakıtlar, yağlar ve küstahsalları, mumlar, demir ve metal cevherleri, cüruf ve kül ve gübreler olmuştur. Dış ticaret hacmi, 2009 yılı sonu itibarıyla yaklaşık 4,2 milyar dolar olmuştur.

2001 yılı verilerine göre, GSYİH payı %1,5 ile 12. Sırada olan Hatay, kişi başına GSYİH 1.757 USD ile Türkiye ortalamasının altında ve 35. sı-

rada yer almaktadır. Hatay, 2003 yılında Devlet Planlama Teşkilatı'nın "İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması" araştırmasına göre yapılan il sıralamasında ise 29. sırada yer almaktadır. Şehir (Antakya) ve ilçe merkezlerindeki istihdamın %62'si tarım, %26'sı hizmetler, %8'i sanayi ve %4'ü inşaat sektörlerinde çalışmaktadır.

Sosyal Güvenlik Kurumunun (SGK,2010), verilerine göre Ağustos 2010 tarihi itibarıyla Hatay ilindeki işyeri sayısı 14.901 adettir. İşyerlerinin çalışan sayısına göre dağılımını Tablo 17'de yer almaktadır. Tablo incelendiğinde de görülebileceği gibi Türkiye genelindeki işyeri sayısı içindeki Hatay'ın payı % 0,15'dir. İşyerleri çalışan sayısına göre değerlendirildiğinde işyerlerinin % 99,82'sinin KO-Bİ niteliğinde olan 250 kişiden az işçi çalıştıran işyeri olduğu, bunlardan ise % 88,06'sının mikro işletme olduğu görülmektedir. .

Tablo 17. Hatay İli Çalışan Sayısına Göre İşyeri Sayıları ve Dağılımı

Çalışan Sayısına Göre İşyeri Büyüklüğü		İŞYERİ SAYISI				
		HATAY			TÜRKİYE	
		Sayı	%*	%**	Sayı	%***
Mikro	1 Kişi	5.457	36,62	1,18	462.637	4,66
	2-3 Kişi	4.378	29,38	0,53	832.009	8,37
	4-6 Kişi	2.249	15,09	0,25	914.484	9,20
	7-9 Kişi	1.038	6,97	0,16	668.721	6,73
Küçük	10-19 Kişi	931	6,25	0,07	1.319.965	13,28
	20-29 Kişi	347	2,33	0,05	768.324	7,73
	30-49 Kişi	251	1,68	0,03	998.286	10,05
	50-99 Kişi	139	0,93	0,01	946.798	9,53
Orta	100-249 Kişi	83	0,56	0,01	1.281.710	12,90
Büyük	250-499 Kişi	18	0,12	0,00	783.143	7,88
	500-749 Kişi	8	0,05	0,00	339.530	3,42
	750-999 Kişi	0	0,00	0,00	166.825	1,68
	1000+ Kişi	2	0,01	0,00	455.487	4,58
Toplam		14.901	100,00	0,15	9.937.919	100,00

Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu, 2010

* İşyerlerinin Hatay İli toplam işyeri sayısına göre dağılımı

** Çalışan işçi sayısına göre Hatay İli işyerlerinin Türkiye'ye göre dağılımı

*** İşyerlerinin Türkiye İli toplam işyeri sayısına göre dağılımı

Tablo 18, Hatay ilindeki işyeri sayılarını, zorunlu sigortalı olarak çalışan sayılarını ve ortalama günlük kazançları çalışma statüsü, çalışılan kurumun mülkiyeti ve cinsiyete göre dağılımlarını görmek mümkündür.

Tablo 18. Hatay İli İşyeri, Sigortalı Çalışan Sayıları ve Günlük Ücret Dağılımı

İŞYERİ, ÇALIŞAN ve GÜNLÜK KAZANÇ			
	STATÜ	HATAY	TÜRKİYE
İŞYERİ SAYISI	Daimi	12.348	1.107.981
	Mevsimlik	2.553	164.966
	Kamu	476	31.775
	Özel	14.425	1.241.172
	Toplam	14.901	1.272.947
ZORUNLU SİGORTALI SAYISI	Daimi	74.726	7.989.172
	Mevsimlik	31.065	1.948.747
	Kamu	11.382	866.972
	Özel	94.409	9.070.947
	Erkek	89.341	7.615.860
	Kadın	16.450	2.322.059
	Toplam	105.791	9.937.919
ORTALAMA GÜNLÜK KAZANÇ (TL)	Daimi	43,44	44,75
	Mevsimlik	33,23	34,30
	Kamu	75,90	83,57
	Özel	36,50	39,10
	Erkek	41,19	43,09
	Kadın	37,73	42,06
	Toplam	40,65	42,85

Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu, 2010

T.C. Hatay Valiliğinden alınan bilgilere göre; Türkiye'deki erkek ayakkabı gereksiniminin % 40'ı Hatay'dan karşılanmakta ve Antakya'da, ağaç işleri sektöründe üretim yapan, yaklaşık 1.500 firma bulunmaktadır. Bu firmalar, büyük ölçüde, el emeğinin ağırlıkta olduğu ve ustalık gerektiren işler yapmaktadır.

Türkiye İstatistik Kurumu 2009 yılı ihracat değerleri dikkate alındığında, Hatay ilinin, mobilyacılık sektöründe yaklaşık olarak 20 milyon Dolar, ayakkabıcılık sektöründe ise 2 milyon Dolar değerinde ihracat yaptığı belirtilmiştir.

4.1.2. Antakya

Hatay'ın merkez ilçesi olan Antakya'nın yüzölçümü ve nüfus açısından da en büyük ilçedir. 2009 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) kapsamındaki sayım sonuçlarına göre Antakya'nın nüfusu 445.381 kişidir.

Antakya ekonomisinde en belirgin özellik ve etkinlik ticarettir. Amik Ovasının tarımsal ürün ve potansiyeli Antakya'da değerlendirilmekte, tarım ve tarıma dayalı sanayi ile tarımsal makine imalatı önemli bir ekonomik faaliyet olmaktadır. Ayrıca Antakya'da el sanatları, dericilik, ayakkabıcılık ve mobilya sanayisi de gelişmiş durumdadır. Antakya ve Hatay ulaştırma sektöründe Türkiye'de İstanbul'dan sonra en büyük araç potansiyeline sahip olup, kara yolcu ve yük taşımasında söz sahibi bir ildir (Antakya Rehberi)

Antakya'nın Türkiye'deki toplam 872 ilçe arasındaki ekonomik durumunu gösteren veriler aşağıda belirtildiği gibidir (Antakya Rehberi):

- Vergi gelirlerinin ülke içindeki payı % 0,20 ile tüm ilçelerde 17. sırayı almaktadır,
- Fert başına Genel Bütçe Geliri 131.665 TL ile 107.sıradadır,
- Tarımsal üretimin ülke içindeki payı, % 0,41 ile sıralamada 43.'dür,
- Tarım sektöründe çalışanların oranı % 56,97 ile 693. sıradadır,
- Sanayi sektöründe çalışanların oranı % 9,24 ile 180. sıradadır,
- Hizmetler sektöründe çalışanların oranı % 33,78 ile 173. sıradadır,
- İşsizlik oranı % 5,09 ile 442. sıradadır,

Hatay'da faaliyet gösteren ve Sanayi Sicil Belgesi almış toplam 674 işyeri bulunmaktadır. İşletmelerin ilçelere göre dağılımına bakıldığında, bu işletmelerin %44,5'inin Antakya'da, 19'unun ise İskenderun'da bulunduğu görülmektedir.

Antakya Organize Sanayi Bölgesi, 1995 yılında Belen İlçesi, Şenbük, Bakras ve Çakallı köyleri sınırlarında 152 hektar alanda İl Özel İdaresinin ve Antakya Ticaret ve Sanayi Odasının %50 ortak katılımı ile kurulmuştur. Organize Sanayi Bölgesinin 88,1 hektarı sanayi parseli olarak ayrılmıştır. Şu andaki parsel sayısı 58'dir. Gıda Sanayi, Demir ve Çelik Sanayi, Kimya Sanayi, Elektrikli Makineler ve Dokuma Giyim Sanayi ağırlıklı sektörleri bulunan, Antakya Organize Sanayi Bölgesinde 42 adet firma faaliyet göstermekte, 8 adet firma proje aşamasında ve iki adet parsel ise inşaat halindedir. Faaliyette olan firmalarda çalışan kişi sayısı 1.035 kişidir (Antakya Organize Sanayi Bölge Müdürlüğü).

Antakya bölgesinde tarım ürünleri olarak pamuk, buğday ve zeytinyağı gelişmiştir. Sanayide bunlara bağlı olarak pamuk çırçır ve prese fabrikaları, iplik fab-

rikaları, zeytinyağı fabrikaları, un fabrikaları, gıdaya dönük yatırımlar, tarım alet ve makineleri yapımı yönünde gelişmiştir. Antakya’da geleneksel olarak dericilik, ayakkabıcılık ve mobilyacılık da yapılmaktadır.

Antakya’da ihracatta öne çıkan başlıca ürünler; yaş sebze, meyve (turunçgiller, havuç, soğan, domates üzüm vb.), hububat ve bakliyat (kırmızı mercimek, yeşil, mercimek, fasulye, nohut, buğday vb.), zeytin, zeytinyağı ve bitkisel yağlar, mobilya, ahşaptan yapılı ambalaj sandığı, motorlu kara taşıtları ve yedek parçaları, römork ve yarı römork, sebze ve meyve konserveleri tarım alet ve makineleri, sulama boruları, pamuk ve linterdir (Antakya Gönüllüleri).

Antakya ilçesinin, mobilya ve ayakkabı sektörleri, önemli bir ticaret potansiyeline sahiptir; ancak bu potansiyel verimli bir şekilde kullanılamamaktadır. Bu sektörlerin ihracat açısından gelişmişlik düzeyi, yetersiz olmakla birlikte, özellikle Avrupalı üreticilerle rekabet edebilecek büyük bir arz potansiyeli vardır; ancak bu potansiyel dünyada yeterince bilinmemektedir.

Antakya Mobilya ve Ayakkabı sanayisinde sahip olunan avantajlara rağmen, küçük atölye tipi üretim biçiminin hakim olması, kalifiye olmayan işgücü, yan sanayi girdilerinde standart ve kalite eksikliği gibi yapısal sorunlar nedeniyle ihracat potansiyeli yeterince değerlendirilememektedir.

Antakya’da Mobilya ve Ayakkabı sektörlerinin bu kadar artıları olmasına rağmen, bu zamana kadar bu sektörler ile ilgili kapsamlı bir araştırma yapılmamıştır. Faaliyette olan işyerlerinde, kaç kişinin emek verdiği, çalışanların eğitim durumları, üretim miktarları, pazarlama oranları, fason imalat oranları, markalaşma durumları, sektör firmalarının AR-GE ve tasarım konusundaki ilerleme durumları, ihracat rakamları ve Dünya’da hangi ülkelere ihracat yapıldığı, sektörlerde makine ve ekipman durumunun teknolojiye hangi seviyede olduğu, yurtiçi ve yurtdışı fuarlara katılım oranları, sektör firmalarının tanıtım - reklam çalışmalarını da içeren çok kapsamlı bir çalışma bulunmamaktadır.

4.2. ÇALIŞMA METODOLOJİSİ ve UYGULAMA

Antakya Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO) tarafından, Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı (DOĞAKA) finansmanı ile gerçekleştirilen Antakya İlçesi Ayakkabıcılık ve Mobilyacılık Sektörel Araştırması projesi kapsamında, sektörel durum tespiti için saha araştırması planlanmıştır. Saha araştırması ve ilgili süreçler Bağımsız İstatistik Bürosu (BİB) tarafından gerçekleştirilmiştir.

Saha araştırması kapsamında, 23.10.2010 tarihinde İstatistik Uzmanı tarafından, Süpervizör ve Anketörlere anket çalışmasına ilişkin içerik ve uygulama eğitimi verilmiştir. Ayrıca aynı gün anketör el kitabı, yaka kartı ve saha materyalleri dağıtılmıştır.

Saha araştırmasında uygulanacak soru kağıdının (EK 1) tasarımı gerçekleştirildikten sonra, hem soru kağıdının anlaşılabilirliği, hem de saha araştırması sürecinin işlerliğinin test edilmesi için 25 Ekim 2010 tarihinde bir Pilot Çalışma gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma İstatistik Uzmanı denetiminde, süpervizör liderliğinde anketörlerce Tabakhane Ayakkabıcılar Sitesinde gerçekleştirilmiştir.

Pilot çalışma kapsamında, tasarlanan araştırma soru kağıdının, 50 adet şirkete uygulanması hedeflenmiştir. Yüz yüze mülakatla, anketörler tarafından uygulanan ankete, 50 işyerinden 49'u cevap vermiş, 1 şirket ise şirket adresini verdikten sonra sorulardan hiçbirisine cevap vermemiştir. Dolayısıyla, Pilot Çalışma kapsamında soru kağıdına 49 şirketten cevap alınabilmektedir. Pilot çalışma sonunda soruların işlerliği konusunda herhangi bir sorun olmadığı görülmüş ve Pilot Çalışma sonucu bir raporla Antakya Sanayi ve Ticaret Odası'na bildirilmiş; ankette hassasiyete yol açan hususlar belirlenerek, anketörlere gerekli talimatlar verilmiştir.

Saha çalışması, ATSO'dan alınan iş kayıtları baz alınarak, Süpervizör'ün belirlediği saha planı çerçevesinde anketörlere verilen yönlendirmelerle gerçekleştirilmiştir. Çalışma sırasında her öğlen ve akşam durum değerlendirilmesi yapılmış ve durum değerlendirmesi günlük rapora bağlanmıştır. Saha çalışması, 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı ve Pazar günleri işyerlerinin kapalı olması nedeniyle, iş günleri ve Cumartesileri gerçekleştirilmiştir.

Saha çalışmasına, Antakya Ticaret ve Sanayi Odası'ndan alınan şirket adres listeleri üzerinden gidilmiştir. Bu kapsamda, saha çalışmasına ayakkabı imalatçısı olan tabakhaneden başlanmış, daha sonra Esatağa İşhanı ve Çarşı taranmıştır. Mobilyacılık sektöründe ise Yeni Sanayi, Ada Çarşısı ve Uzun Çarşı taranmıştır.

Saha çalışması kapsamında, ayakkabıcılık ve mobilyacılık sektörlerinin her birisinden 500'er adet firmanın ziyaret edilmesi hedeflenmiştir. Ancak, cevapsızlık oranının veya bir başka deyişle anket cevaplama red oranının çok yüksek olması nedeniyle, cevaplanan anket sayısını artırmak için her iki sektör için de tüm kayıtlı firmalara ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda, Hatay Esnaf ve Sanatkârlar Odası Birliğine kayıtlı toplam 1.496 ayakkabı ve mobilya firması ile Antakya Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı toplam 311 ayakkabı ve mobilya firması olmak üzere toplam 1.807 firma ile görüşme yapılmıştır.

Yapılan ziyaretler neticesinde 1.807 firma ile görüşme yapılmasına karşın 627 firma anketi tam olarak cevaplamıştır. Araştırma hedefi olan 1000 adet görüşme dikkate alındığında, istatistiksel açıdan anlamlı cevaplılık oranı olan % 50'nin oldukça üzerine çıkılarak % 62,7 cevaplılık oranına ulaşılmıştır. Dolayısıyla, yapılan araştırma istatistiksel açıdan anlamlı bir cevaplılık oranına ulaşarak, başarıyla tamamlanmıştır.

Cevaplanan anketlerin, soru kağıdının birinci sorusu olan ‘İşletmenizin sektörü’ sorusunda sorgulanan sektörel dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 19. Saha Çalışmasına Katılan İşletmelerin Sektörel Dağılımı

Sektör	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Ayakkabıcılık	263	41,9
Mobilyacılık	364	58,1
Toplam	627	100,0

Anket ile elde edilen verilerin güvenilirliğinin tespiti için de anketörler, ziyaret ettikleri işyerlerinden fiziki delil olarak ‘İşyeri kartvizitleri’ni temin etmişlerdir. Ayrıca, anketler tamamlandıktan sonra da her bir işyerine telefonla ulaşılarak, anketlerin işyerlerince verilen cevaplar doğrultusunda doldurulduğu da teyit edilmiştir.

Güvenilirliği teyit edilen soru kağıtlarındaki veriler, proje için özel olarak hazırlanmış veri giriş yazılımı kullanılarak manyetik ortama aktarılmıştır. Veri giriş yazılımındaki çapraz tutarlılık testleri ile anket içi veri tutarlılığı sınanarak veri giriş gerçekleştirilmiştir.

Veri giriş sonrası elde edilen veriler, istatistik yazılımı kullanımıyla tabüle edilmiş ve şirketlerin verdiği cevaplara ait tablolar yorumlanarak değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar, her bir sektör için ayrı ayrı etüd edilmiş ve sonuçlar sektörel bazda ayrı ayrı sunulmuştur.

4.3. SEKTÖRLERİN İSTATİSTİKSEL DEĞERLENDİRMESİ

Saha çalışması sonucu elde edilen bulgular, her bir sektör için ayrı ayrı etüd edilmiş ve sonuçlar sırasıyla “Ayakkabıcılık Sektörü” ve “Mobilyacılık Sektörü” olarak aşağıda sunulmuştur.

4.3.1. Ayakkabıcılık Sektörü

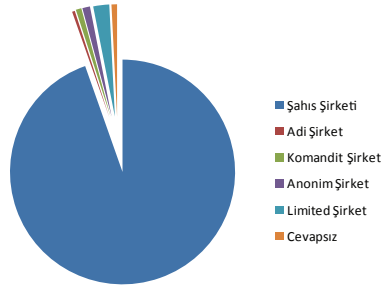
Araştırmaya, ayakkabıcılık sektöründen 263 firma katılmıştır. Ayakkabıcılık sektöründe yer alan firmalara uygulanan anket soruları ve sorulardan elde edilen bulguların dağılımı aşağıdaki gibidir.

Soru 2. İşletmenizin hukuki yapısı nedir?

Tablo 20. Ayakkabıcılık Sektöründeki İşletmelerin Hukuki Yapılarının Dağılımı

Hukuki Yapı	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Şahıs Şirketi	249	94,7
Adi Şirket	1	0,4
Komandit Şirket	2	0,8
Anonim Şirket	3	1,1
Limited Şirket	6	2,3
Cevapsız	2	0,8
Toplam	263	100,0

'İşletmenizin hukuki yapısı nedir?' sorusuna ankete katılan toplam 263 kişinin, % 94,7 sini temsil eden 249 kişinin şahıs şirketi, % 2,3'ünü temsil eden 6 kişinin limited şirket, % 1, 1'ini temsil eden 3 kişinin anonim şirket, % 0,8'ini temsil eden 2 kişinin komandit şirket, % 0,4'ünü temsil eden 1 kişinin ise adi şirket cevabı verdiği, % 0,8'ini temsil eden 2 kişinin ise soruya cevap vermediği görülmektedir.



Soru 3. İşletmenizde kaç kişi çalışmaktadır?

Tablo 21 incelendiğinde, 'İşletmenizde kaç kişi çalışmaktadır?' sorusuna ankete katılan toplam 263 kişinin, % 2,3'ünü temsil eden 6 kişinin cevap vermediği, cevap verenlerin % 62,6'sının 5 veya daha az çalışana sahip olduğu, % 29,5'inin 6-10 arası çalışana sahip olduğu, 10 kişiden fazla çalışana sahip firma sayısının ise % 7,7 paya sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 21. Ayakkabıcılık Sektöründeki İşletmelerde Çalışan Sayılarının Dağılımı

Çalışan Sayısı	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
1	39	14,8
2	25	9,5
3	44	16,7
4	29	11,0
5	28	10,6
6	18	6,8
7	18	6,8
8	13	4,9
9	10	3,8
10	19	7,2
12	2	0,8
14	1	0,4
15	4	1,5
20	4	1,5
25	1	0,4
30	1	0,4
50	1	0,4
Cevapsız	6	2,3
Toplam	263	100,0

Soru 4. İşletmenizde çalışanların eğitim durumlarına göre sayılarını belirtiniz.

Tablo 22 incelendiğinde, 'İşletmenizde çalışanların eğitim durumlarına göre sayılarını belirtiniz.' sorusuna imalatta çalışanlar ve imalat dışı çalışanlar olmak üzere iki ayrı başlık altında cevap alınmış ve 263 firmadan beyan edilen toplam 1.385 çalışanın, 1.269'unun imalatta çalıştığı ve eğitim durumları incelendiğinde, 737 kişinin ilk öğretim, 158 kişinin bir okul bitirmedeği bir başka deyişle ilk öğretim mezunu ve daha az öğrenime sahip çalışanların 895 kişiyle toplam imalatta çalışanlar içerisinde % 70,5'lik bir paya sahip olduğu, ilköğretimden fazla öğrenim görenlerin ise 374 kişi ile imalatta çalışanlar içerisindeki toplam payının % 29,5'lik bir paya sahip olduğu görülmektedir. İmalat dışı çalışanlar da ise 116 kişinin 56'sı ilköğretim veya daha az bir öğrenime sahip olup, imalat dışı çalışanlar içerisindeki payının % 48,3, ilköğretimden fazla öğrenime sahip olanlar ise 60 kişi olup, imalat dışı çalışanlar içerisindeki payının % 51,7 olduğu görülmektedir.

Tablo 22. Ayakkabıcılık Sektöründe Çalışanların Eğitim Durumu Dağılımı

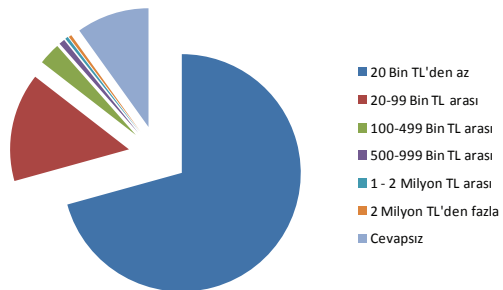
ÇALIŞANLAR	EĞİTİM DURUMU								
	Üniversite	Meslek Yüksek Okulu	Meslek/ Teknik Lise	Lise	Çıraklık Okulu	İlk Öğretim	Okur Yazar	Okur Yazar Değil	Toplam
İmalatta Çalışanlar	1	14	72	136	151	737	35	123	1.269
İmalat Dışı Çalışanlar	8	0	2	50	0	56	0	0	116
Toplam	9	14	74	186	151	793	35	123	1.385

Soru 5. 2009 Yılı cironuz yaklaşık olarak aşağıdaki aralıklardan hangisine uymaktadır?

Tablo 23. Ayakkabıcılık Sektöründeki İşletmelerin Yıllık Cirolarına Göre Dağılımı

Yıllık Ciro (2009)	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
20 Bin TL'den az	186	70,7
20-99 Bin TL arası	39	14,8
100-499 Bin TL arası	8	3,0
500 – 999 Bin TL arası	2	0,8
1 - 2 Milyon TL arası	1	0,4
2 Milyon TL'den fazla	1	0,4
Cevapsız	26	9,9
Toplam	263	100,0

Tablo 23 incelendiğinde, '2009 Yılı cironuz yaklaşık olarak aşağıdaki aralıklardan hangisine uymaktadır?' sorusuna 20 Bin TL'den az cevabı verenlerin sayısı 186 kişi ve toplam içerisindeki payı % 70,7, 20-99 Bin TL arası diyenlerin sayısı 39 kişi ve payı % 14,8, 100-499 Bin TL arası di-



yenilerin sayısı 8 ve payı % 3, 500-999 Bin TL arası diyenlerin sayısı 2 ve payı % 0,8, 1-2 Milyon TL arası diyenlerin sayısı 1 ve payı % 0,4; 2 Milyon TL'den fazla diyenlerin sayısı 1 ve payı 0,4 olarak gözlenmiştir. Soruya cevap vermeyen 26 firmanın toplam içerisindeki payı da % 9,9 olarak belirlenmiştir.

Soru 6. İşletmeniz kaç yıldır faaliyet göstermektedir ?

Tablo 24. Ayakkabıcılık Sektöründeki İşletmelerin Faaliyet Sürelerine Göre Dağılımı

Faaliyet Süresi (Yıl)	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
1	16	6,2
2	9	3,4
3	9	3,4
4	6	2,3
5	12	4,6
6	4	1,5
7	4	1,5
8	4	1,5
9	2	0,8
10	27	10,3
11	15	5,7
12	16	6,1
13	14	5,3
14	13	4,9
15	25	9,5
16	12	4,6
17	11	4,2
18	12	4,6
19	10	3,8
20	17	6,5
23	2	0,8
24	1	0,4
25	5	1,9
28	1	0,4
30	3	1,1
40	3	1,1
50	4	1,5
70	1	0,4
84	1	0,4
Cevapsız	4	1,5
Toplam	263	100,0

Tablo 24 incelendiğinde, '**İşletmeniz kaç yıldır faaliyet göstermektedir?**' sorusuna 10 yıl ve daha az cevabı verenlerin toplam içerisindeki payının % 35,5, 11-20 yıl arası cevabı verenlerin toplam içerisindeki payının % 55,2, 20 yıl üzeri cevabı verenlerin toplam içerisindeki payının ise % 8 olduğu gözlemlenmiştir. Cevap vermeyenlerin toplam içerisindeki payı ise % 1,5 olarak belirlenmiştir.

Soru 7. İşletmenizde herhangi bir kalite standardı söz konusu mudur?

Tablo 25 incelendiğinde, '**İşletmenizde herhangi bir kalite standardı söz konusu mudur?**' sorusuna 233 firma olmadığı, 16 firma TSE, 2 firma İSO ve 8 firma diğer cevabı vermiş; CE belgesi olan hiçbir firma olmadığı belirlenmiştir.

Tablo 25. Ayakkabıcılık Sektöründeki İşletmelerin Kalite Standartları Dağılımı

Kalite Standardı Olma Durumu	Cevap Sayısı
Olmayan	233
TSE	16
İSO	2
CE	0
Diğer	8

Soru 8. 2009 yılındaki toplam enerji harcamanızın, toplam cironuz içerisindeki payı yaklaşık ne kadardır?

Tablo 26 incelendiğinde, '**2009 yılındaki toplam enerji harcamanızın, toplam cironuz içerisindeki payı yaklaşık ne kadardır?**' %10 ve altında cevabı veren firmaların toplam firmalar içerisindeki payı % 53; % 11-20 cevabı veren firmaların toplam firmalar içerisindeki payı % 26,3; % 20'den fazla cevabı veren firmaların toplam firmalar içerisindeki payı ise % 5,3 olarak belirlenmiştir. Cevap vermeyen 41 firmanın toplam içerisindeki payı ise % 15,6 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 26. Ayakkabıcılık Sektöründeki İşletmelerin Enerji Harcamalarının Yıllık Ciro İçindeki Payları

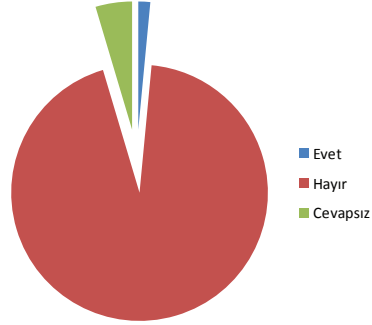
Enerjinin Ciro İçindeki Payı (%)	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
1	17	6,5
2	2	0,8
3	2	0,8
4	1	0,4
5	26	9,9
6	13	4,9
7	12	4,6
8	12	4,6
9	11	4,2
10	43	16,3
11	11	4,2
12	11	4,2
13	11	4,2
14	11	4,2
15	14	5,3
20	11	4,2
25	4	1,5
30	5	1,9
35	1	0,4
40	3	1,1
50	1	0,4
Cevapsız	41	15,6
Toplam	263	100,0

Soru 9. İhracat yapıyor musunuz?

Tablo 27 incelendiğinde, 'İhracat yapıyor musunuz?' sorusuna 4 firmanın ihracat yaptığı ve toplam içerisindeki payının %1,5 olduğu; 247 firmanın ihracat yapmadığı ve toplam içerisindeki payının % 93,9 olduğu; 12 firmanın ise soruya yanıt vermediği ve toplam içerisindeki payının % 4,6 olduğu belirlenmiştir.

Tablo 27. Ayakkabıcılık Sektöründeki İhracat Yapan İşletmelerin Dağılımı

İhracat Durumu	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
İhracat Yapan	4	1,5
İhracat Yapmayan	247	93,9
Cevapsız	12	4,6
Toplam	263	100,0



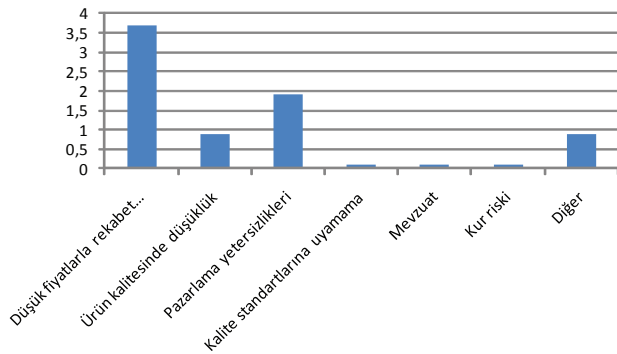
Soru 10. 2009 yılı toplam cironuz içerisinde ihracatın payı yaklaşık ne kadardır?

Tablo 28. Ayakkabıcılık Sektöründe İhracatın İşletme Ciro İçindeki Payı

İhracatın ciro içerisindeki payı (%)	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
1	1	25,0
10	1	25,0
Cevapsız	2	50,0
Toplam	4	100,0

Tablo 28 incelendiğinde, '2009 yılı toplam cironuz içerisinde ihracatın payı yaklaşık ne kadardır?' sorusuna ihracat yapan 4 firmadan ihracatlarının toplam ciroları içerisindeki payı % 1 olan 1 firmanın ve toplam ihracat yapan firmalar içerisindeki payının % 25;

% 10 olan 1 firma ve toplam ihracat yapan firmalar içerisindeki payının % 25 olduğu, 2 firmanın ise soruya yanıt vermediği ve toplam içerisindeki payının % 50 olduğu belirlenmiştir.



Soru 11. En çok İhracat yaptığınız 5 ülkeyi belirtiniz.

Tablo 29 incelendiğinde, ‘En çok İhracat yaptığınız 5 ülkeyi belirtiniz.’ sorusuna ihracat yapan 4 firmadan alınan cevaplara göre firmaların tamamı en çok ihracat yapılan 5 ülke arasında ilk olarak Suriye’yi, 3 firmadan alınan bildirimle ikinci sırada Irak’ı, 2 firmadan alınan bildirimle üçüncü sırada Ürdün’ü ve birer firma bildirimle de Arabistan, Azerbaycan, Lübnan ve Bulgaristan’ı en çok ihracat yapılan ülkeler olarak bildirilmişlerdir.

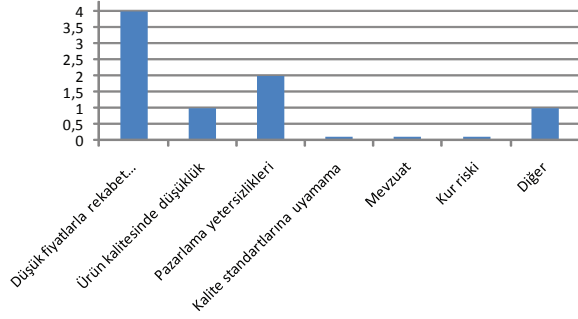
Tablo 29. Ayakkabıcılık Sektöründe En Çok İhracat Yapılan 5 Ülke

İhracat Yapılan Ülkeler	Cevap Sayısı
Suriye	4
Irak	3
Ürdün	2
Arabistan	1
Azerbaycan	1
Lübnan	1
Bulgaristan	1

Soru 12. İhracatta karşılaştığınız sorunlar nelerdir?**Tablo 30. Ayakkabıcılık Sektöründe İhracatta Karşılaşılan Sorunların Dağılımı**

İhracatta Karşılaşılan Sorunlar	Cevap Sayısı
Düşük fiyatlarla rekabet güçlüğü	4
Ürün kalitesinde düşüklük	1
Pazarlama yetersizlikleri	2
Kalite standartlarına uyamama	0
Mevzuat	0
Kur riski	0
Diğer	1

Tablo 30 incelendiğinde, 'İhracatta karşılaştığınız sorunlar nelerdir?' sorusuna ihracat yapan 4 firmadan alınan cevaplara göre firmaların tamamı 'düşük fiyatlarla rekabet gücünü' ilk sorun olarak bildirmiş, sonra sırasıyla ihracatta en çok karşılaşılan sorunlar olarak 2 firma tarafından pazarlama yetersizlikleri, birer firma tarafından 'ürün kalitesinde düşüklük' ve 'diğer' sorunlar ifade edilmiştir. Firmalar tarafından, 'kalite standartlarına uyamama', 'mevzuat', 'kur riski' bir sorun olarak dile getirilmemiştir.

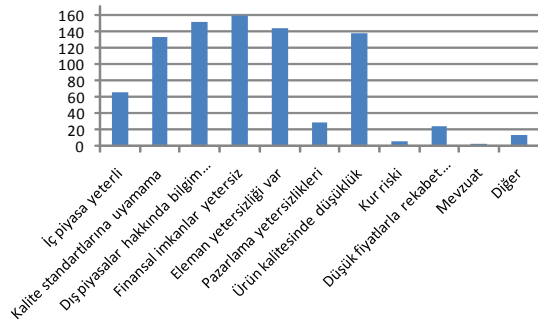


Soru 13. Neden ihracat yapamıyorsunuz?

Tablo 31. Ayakkabıcılık Sektöründe İhracat Yapamama Nedenleri

İhracat Yapamama Nedeni	Cevap Sayısı
İç piyasa yeterli	66
Kalite standartlarına uyamama	133
Dış piyasalar hakkında bilgim yok	152
Finansal imkanlar yetersiz	159
Eleman yetersizliği var	144
Pazarlama yetersizlikleri	29
Ürün kalitesinde düşüklük	138
Kur riski	6
Düşük fiyatlarla rekabet gücünü	24
Mevzuat	2
Diğer	14

Tablo 31 incelendiğinde, 'Neden ihracat yapamıyorsunuz?' sorusuna ihracat yapamayan firmalardan alınan cevaplara göre, ihracat yapamama nedeni olarak ilk sırada 'finansal imkanlar yetersiz', cevabı alın-



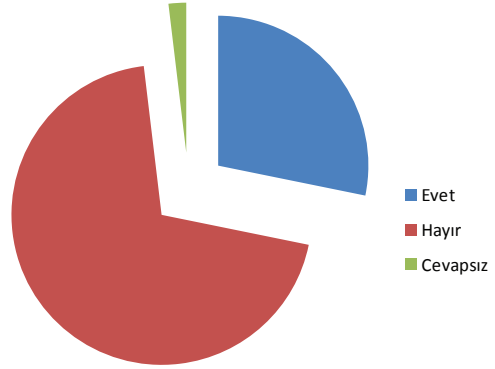
miş, sonra da sırasıyla 'dış piyasalar hakkında bilgim yok', 'eleman yetersizliği var', 'ürün kalitesinde düşüklük', 'kalite standartlarına uyamama', 'iç piyasa yeterli', 'pazarlama yetersizlikleri', 'düşük fiyatlarla rekabet güçlüğü', 'diğer', 'kur riski' ve 'mevzuat' cevapları alınmıştır.

Soru 14. İhracat yapmayı planlıyor musunuz?

Tablo 32. Ayakkabıcılık Sektöründe İhracat Yapmayı Planlayan İşletme Sayısı

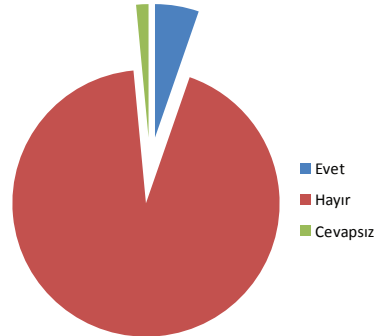
İhracat Yapmayı Planlama Durumu	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Planlayan	73	28,2
Planlamayan	181	69,9
Cevapsız	5	1,9
Toplam	259	100,0

Tablo 32 incelendiğinde, 'ihracat yapmayı planlıyor musunuz?' sorusuna ihracat yapamayan firmalardan alınan cevaplara göre, ihracat yapamayan % 28,2'lik paya sahip 73 firma ihracat yapmayı planladığını, % 69,9'luk paya sahip 181 firma ise ihracat yapmayı planlamadığını ifade etmiş, % 1,9'luk paya sahip 5 firma ise soruya cevap vermemiştir.



15. İthalat yapıyor musunuz?

Tablo 33 incelendiğinde, 'ithalat yapıyor musunuz?' sorusuna 14 firmanın evet dediği ve toplam içerisindeki payının %5,3 olduğu; 245 firmanın hayır dediği ve toplam içerisindeki payının % 93,2 olduğu; 4 firmanın ise soruya yanıt vermediği ve toplam içerisindeki payının % 1,5 olduğu belirlenmiştir.



Tablo 33. Ayakkabıcılık Sektöründe İthalat Yapmayı Planlayan İşletme Sayısı

İthalat Yapmayı Planlama Durumu	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Evet	14	5,3
Hayır	245	93,2
Cevapsız	4	1,5
Toplam	263	100,0

Soru 16. 2009 yılı toplam cironuz içerisinde ithalatın payı yaklaşık ne kadardır?

Tablo 34 incelendiğinde, '2009 yılı toplam cironuz içerisinde ithalatın payı yaklaşık ne kadardır?' sorusuna ithalat yaptığını bildiren 14 firmadan % 21,4'lük paya sahip olan 3 firmanın ithalatın 2009 yılı toplam ciroları içerisindeki payının %50 olduğunu, sırasıyla % 14,3'lük paya sahip 2 firmanın ithalatlarının ciroları içerisinde % 100'lük bir paya sahip olduğunu, % 7,1'erlik paya sahip 1'er firmanın ithalatlarının ciroları içerisinde % 35'lik ve % 40'lık birer paya sahip olduğunu bildirdikleri görülmektedir. Toplam içerisindeki payı % 35,7 olan 5 firmanın ise soruya yanıt vermediği belirlenmiştir.

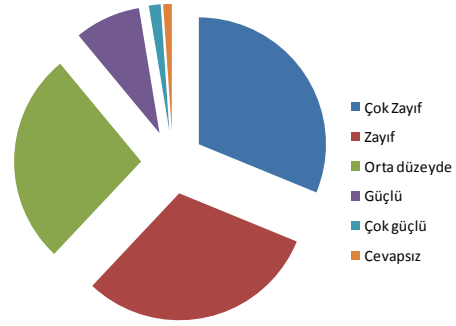
Tablo 34. Ayakkabıcılık Sektöründe İthalatın İşletme Ciro İçindeki Payı

İthalatın Ciro İçerisinde Payı (%)	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
10	2	14,3
35	1	7,1
40	1	7,1
50	3	21,4
100	2	14,3
Cevapsız	5	35,7
Toplam	14	100,0

Soru 17. Pazardaki rekabet gücünüzü nasıl tanımlayabilirsiniz?**Tablo 35. Ayakkabıcılık Sektöründe İşletmelerin Rekabet Gücü**

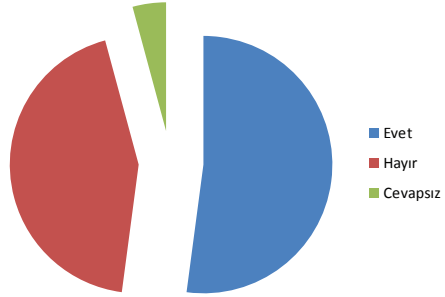
Rekabet Gücü Durumu	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Çok zayıf	82	31,2
Zayıf	81	30,8
Orta düzeyde	71	27,0
Güçlü	22	8,4
Çok güçlü	4	1,5
Cevapsız	3	1,1
Toplam	263	100,0

Tablo 35 incelendiğinde, ‘Pazardaki rekabet gücünüzü nasıl tanımlayabilirsiniz?’ sorusuna cevap veren % 31,2 paya sahip 82 firma çok zayıf, % 30,8 paya sahip 81 firma zayıf, % 27 paya sahip 71 firma orta düzeyde, % 8,4 paya sahip 22 firma güçlü, % 1,5 paya sahip 4 firma çok güçlü rekabet gücüne sahip olduğunu bildirmiştir. Ayrıca, % 1,1 paya sahip 3 firma ise soruya cevap vermemiştir.

**Soru 18. Pazar payınızı talep açısından yeterli görüyor musunuz?****Tablo 36. Ayakkabıcılık Sektöründe İşletmelerin Pazar Payı Değerlendirmesi**

Yeterlilik Durumu	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Yeterli Bulan	137	52,1
Yeterli Bulmayan	115	43,7
Cevapsız	11	4,2
Toplam	263	100,0

Tablo 36 incelendiğinde, ‘Pazar payınızı talep açısından yeterli görüyor musunuz?’ sorusuna cevap veren % 52,1 paya sahip 137 firma pazara payını talep açısından yeterli bulurken, % 43,7 paya sahip 115 firma pazara payını talep açısından yeterli bulmamakta, % 4,2 paya sahip 11 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.

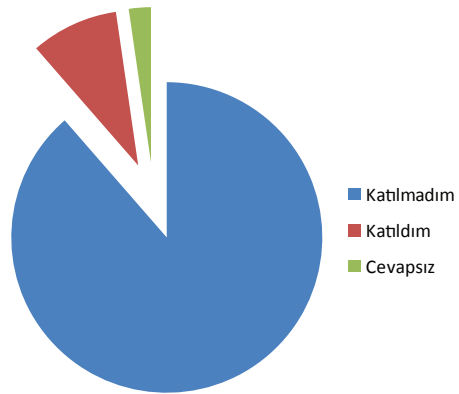


Soru 19. 2009 yılında yurtiçi veya yurtdışı herhangi bir fuara katıldınız mı? Katıldıysanız lütfen sayılarını belirtiniz.

Tablo 37. Ayakkabıcılık Sektöründe İşletmelerin Fuarlara Katılma Durumu

Fuara Katılım Durumu	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Katılmayan	233	88,6
Katılan	24	9,1
Cevapsız	6	2,3
Toplam	263	100,0

Tablo 37 incelendiğinde, ‘2009 yılında yurtiçi veya yurtdışı herhangi bir fuara katıldınız mı? Katıldıysanız lütfen sayılarını belirtiniz.’ sorusuna cevap veren % 88,6 paya sahip 233 firma fuara katılmadığını belirtirken, % 9,1 paya sahip 24 firma fuara katıldığını belirtmiş, % 2,3 paya sahip 6 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.



Tablo 38. Ayakkabıcılık Sektöründe Fuarlara Katılan İşletmelerin Katıldıkları Fuar Türü

Katılan Fuar Tipi	Sayı
Yurtiçi fuar sayısı	56
Yurtdışı fuar sayısı	3

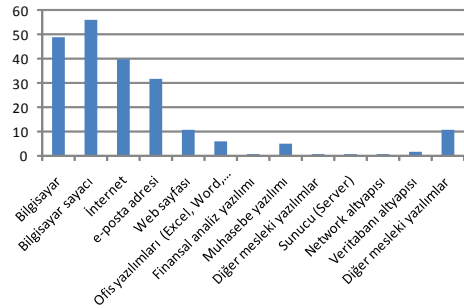
Fuara katıldığını bildiren 24 firma ise toplam yurtiçinde 56, yurtdışında ise 3 fuara katılmıştır.

Soru 20. İşletmenizin yazılım, donanım, teçhizat ve bilgi teknolojisi altyapısında sahip olduklarını belirtiniz.

Tablo 39. Ayakkabıcılık Sektöründe İşletmelerin Yazılım, Donanım ve Teçhizat Durumu

Yazılım, Donanım ve Teçhizat	Cevap Sayısı
Bilgisayar	49
Bilgisayar Sayısı	56
İnternet	40
E-posta adresi	32
Web sayfası	11
Ofis yazılımları (Excel, word, Powerpoint vs.)	6
Finansal analiz yazılımı	0
Muhasebe yazılımları	5
Diğer mesleki yazılımlar	0
Sunucu (Server)	0
Network altyapısı	0
Veritabanı altyapısı	1
Diğer	11

Tablo 39 incelendiğinde, **'İşletmenizin yazılım, donanım, teçhizat ve bilgi teknolojisi altyapısında sahip olduklarını belirtiniz.'** sorusuna cevap veren firmalardan 49'u bilgisayara sahip olduğunu bildirmiş ve sahip olduğu bilgisayar sayısını ise 56 olarak belirtmiştir. Ayrıca, 40 firma internet, 32 firma



e-posta, 12 firma web sayfası, 6 firma ofis yazılımı, 5 firma muhasebe yazılımı, 1 firma ise veritabanı altyapısına sahiptir. Ayrıca, 11 firma diğer yazılım, donanım, teçhizata sahip olduğuna belirtirken; firmalardan hiçbirisi finansal analiz yazılımı, diğer mesleki yazılımlar, sunucu ve network altyapısına sahip olmadığını belirtmiştir.

Soru 21. İşletmenizde kaç kişi iş gereği bilgisayar kullanmaktadır?

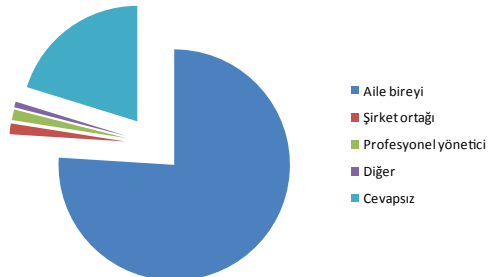
Tablo 40. Ayakkabıcılık Sektöründe Bilgisayar Kullanan Kişi Sayısı

Bilgisayar Kullanan Kişi Sayısı	Cevap Sayısı	Yüzde (%)
0	125	47,5
1	30	11,4
2	9	3,4
3	1	0,4
5	1	0,4
Cevapsız	97	36,9
Toplam	263	100,0

Tablo 40 incelendiğinde, 'İşletmenizde kaç kişi iş gereği bilgisayar kullanmaktadır?' sorusuna cevap veren % 47,5 paya sahip 125 firmada işi gereği bilgisayar kullanan kimse bulunmadığı belirtilirken, % 11,4 paya sahip 30 firmada 1 kişinin, % 3,4 paya sahip 9 firmada 2 kişinin, % 0,4'er paya sahip 1'er firmada sırasıyla 3 ve 5 kişinin işi gereği bilgisayar kullandığı ifade edilmiştir. Ayrıca, 97 firma da bu soruya cevap vermemiştir.

Soru 22. İşletmenin genel müdürü / en üst yöneticisinin durumu aşağıdakilerden hangisine uymaktadır?

Tablo 41 incelendiğinde, 'İşletmenin genel müdürü / en üst yöneticisinin durumu aşağıdakilerden hangisine uymaktadır?' sorusuna cevap veren % 76 paya sahip 200 firmanın genel müdür/en üst yöneticisinin aile bireyi, % 1,5'er paya sahip 4'er firmada şirket ortağı ve profesyonel



yönetici, % 0,8 paya sahip 2 firmada diğer cevabı verilmiştir. Ayrıca, % 20,2 paya sahip 97 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.

Tablo 41. Ayakkabıcılık Sektöründe Yöneticilerin Durumu

Yöneticinin Durumu	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Aile bireyi	200	76,0
Şirket ortağı	4	1,5
Profesyonel yönetici	4	1,5
Diğer	2	,8
Cevapsız	53	20,2
Toplam	263	100,0

Soru 23. İşletmenin genel müdürü / en üst yöneticisinin eğitim durumu nedir?

Tablo 42. Ayakkabıcılık Sektöründe Yöneticilerin Eğitim Durumu

Genel Müdür/Yöneticinin Eğitimi	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Lise ve altı	256	97,3
Yüksek okul	1	,4
Üniversite	1	,4
Cevapsız	5	1,9
Toplam	263	100,0

Tablo 42 incelendiğinde, 'İşletmenin genel müdürü / en üst yöneticisinin eğitim durumu nedir?' sorusuna cevap veren % 97,3 paya sahip 256 firmanın genel müdür/en üst yöneticisinin eğitiminin lise ve altı, % 0,4'er paya sahip 1'er firmanın yüksek okul ve üniversite olduğu cevabı verilmiştir. Ayrıca, % 1,9 paya sahip 5 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.

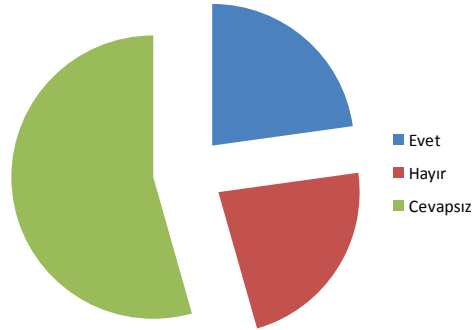
Çalışanların öğrenim düzeyi gibi, en üst yöneticilerin öğrenim durumunun da çok yüksek olmadığı görülmektedir. Sektördeki firmaların yöneticilerinin % 97,3'ünün öğrenim düzeyi lise ve altıdır.

Soru 24. İşletmenizi finansal açıdan başarılı buluyor musunuz?

Tablo 43. Ayakkabıcılık Sektöründe İşletmelerin Finansal Başarı Durumu

Finansal Açıdan Başarı Durumu	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Evet	60	22,8
Hayır	60	22,8
Cevapsız	143	54,4
Toplam	263	100,0

Tablo 43 incelendiğinde, 'İşletmenizi finansal açıdan başarılı buluyor musunuz?' sorusuna cevap veren % 22,8 paya sahip 60 firma evet, % 22,8 paya sahip 60 firma hayır cevabı vermiştir. Ayrıca, % 54,4 paya sahip 143 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.

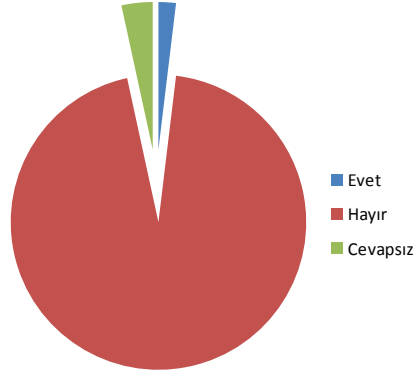


Soru 25. İşletmenizde ayrı bir finans bölümünüz var mı?

Tablo 44. Ayakkabıcılık Sektöründe İşletmelerin Finansal Bölümü Olma Durumu

Finans Bölümü Olma	İşletmelerin	
	Sayı	Yüzde (%)
Evet	5	1,9
Hayır	249	94,7
Cevapsız	9	3,4
Toplam	263	100,0

Tablo 44 incelendiğinde, 'İşletmenizde ayrı bir finans bölümünüz var mı?' sorusuna cevap veren % 94,7 paya sahip 249 firma hayır, % 1,9 paya sahip 5 firma evet cevabı vermiştir. Ayrıca, % 3,4 paya sahip 9 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.

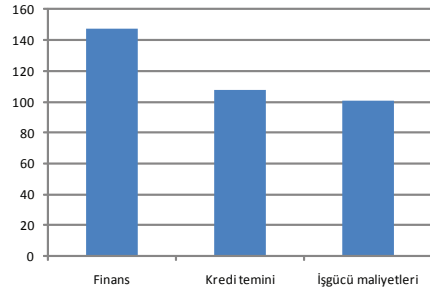


Soru 26. İşletmenizin en önemli 3 sorunu sizce hangileridir?

Tablo 45. Ayakkabıcılık Sektöründe İşletmelerin En Önemli 3 Sorunu

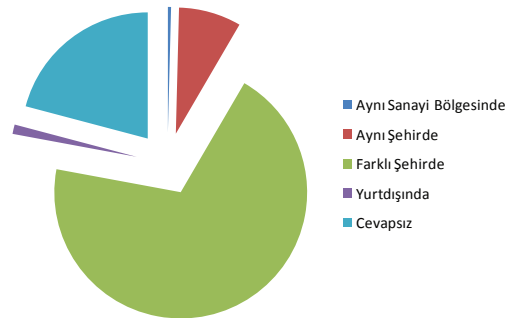
İşletmenin Sorunları	Cevap Sayısı
Finans	147
Kredi temini	108
İşgücü maliyetleri	101

Tablo 45 incelendiğinde, 'İşletmenizin en önemli 3 sorunu sizce hangileridir?' sorusuna cevap veren 147 işletmelerinin en önemli sorununun finans, 108 firma kredi temini ve 101 firma ise işgücü maliyetleri cevabı vermiştir.



Soru 27. Kullandığınız makine ve ekipmanı en çok satın aldığınız tedarikçiler/üreticiler nerede yer almaktadır?

Tablo 46 incelendiğinde, 'Kullandığınız makine ve ekipmanı en çok satın aldığınız tedarikçiler/üreticiler nerede yer almaktadır?' sorusuna cevap veren % 69,6 paya sahip 183 firma farklı şehirde, % 8 paya sahip 21 firma aynı şehirde, % 1,2 paya sahip 3 firma yurtdışında ve % 0,4 paya sa-



hip 1 firma aynı sanayi bölgesinde cevabı vermiştir. Ayrıca, % 20,9 paya sahip 55 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.

Tablo 46. Ayakkabıcılık Sektöründe Makine ve Ekipman Tedarikçilerin Yer Dağılımı

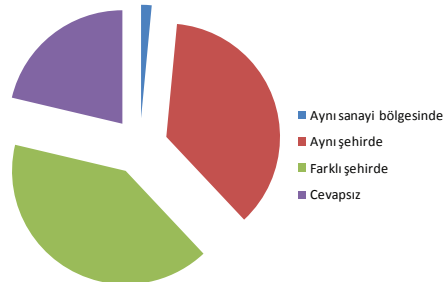
Tedarikçinin Yeri	İşletmelerin	
	Sayı	Yüzde (%)
Aynı Sanayi Bölgesinde	1	0,4
Aynı şehirde	21	8,0
Farklı Şehirde	183	69,6
Yurtdışında	3	1,2
Cevapsız	55	20,9
Toplam	263	100,0

Soru 28. En çok bakım hizmeti aldığınız işletmeler nerede yer almaktadır?

Tablo 47. Ayakkabıcılık Sektöründe Hizmet Sağlayıcıların Yer Dağılımı

Hizmet Sağlayıcının Yeri	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Aynı Sanayi Bölgesinde	4	1,5
Aynı şehirde	96	36,5
Farklı Şehirde	107	40,7
Cevapsız	56	21,3
Toplam	263	100,0

Tablo 47 incelendiğinde, 'En çok bakım hizmeti aldığınız işletmeler nerede yer almaktadır?' sorusuna cevap veren % 40,7 paya sahip 107 firma farklı şehirde, % 36,5 paya sahip 96 firma aynı şehirde, % 1,5 paya sahip 4 firma aynı sanayi bölgesinde cevabı vermiştir. Ayrıca, % 21,3 paya sahip 56 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.

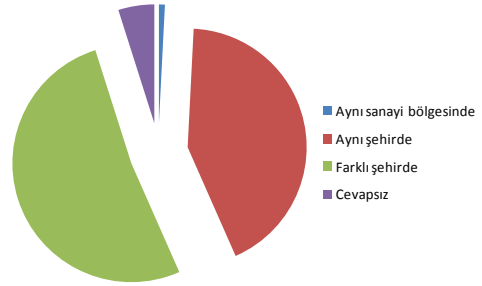


Soru 29. Kullandığınız hammadde/yarımamullerinizi en çok satın aldığınız Tedarikçi/Üreticiler nerede yer almaktadır?

Tablo 48. Ayakkabıcılık Sektöründe Hammadde Tedarikçilerin Yer Dağılımı

Tedarikçi/Üreticinin Yeri	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Aynı Sanayi Bölgesinde	2	0,8
Aynı şehirde	112	42,6
Farklı Şehirde	136	51,7
Cevapsız	13	4,9
Toplam	263	100,0

Tablo 48 incelendiğinde, 'Kullandığınız hammadde/yarımamullerinizi en çok satın aldığınız Tedarikçi/Üreticiler nerede yer almaktadır?' sorusuna cevap veren % 51,7 paya sahip 136 firma farklı şehirde, % 42,6 paya sahip 112 firma aynı şehirde, % 0,8 paya sahip 2 firma aynı sanayi bölgesinde cevabı vermiştir. Ayrıca, % 4,9 paya sahip 13 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.

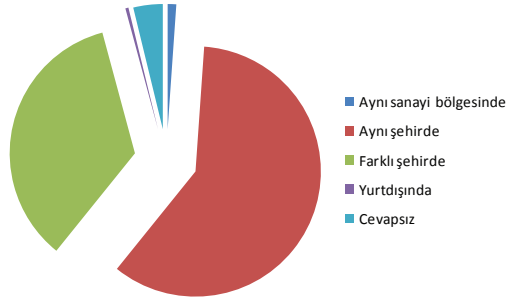


Soru 30. Rakipleriniz olan üreticiler en çok nerede yer almaktadır?

Tablo 49. Ayakkabıcılık Sektöründe Rakiplerin Yer Dağılımı

Rakiplerin Yeri	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Aynı Sanayi Bölgesinde	3	1,1
Aynı şehirde	157	59,7
Farklı Şehirde	92	35,0
Yurtdışında	1	0,4
Cevapsız	10	3,8
Toplam	263	100,0

Tablo 49 incelendiğinde, **'Rakipleriniz olan üreticiler en çok nerede yer almaktadır?'** sorusuna cevap veren % 59,7 paya sahip 157 firma aynı şehirde, % 35 paya sahip 92 firma farklı şehirde, % 1,1 paya sahip 3 firma aynı sanayi bölgesinde, % 0,4 paya sahip 1 firma yurtdışında cevabı vermiştir. Ayrıca, % 3,8 paya sahip 10 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.

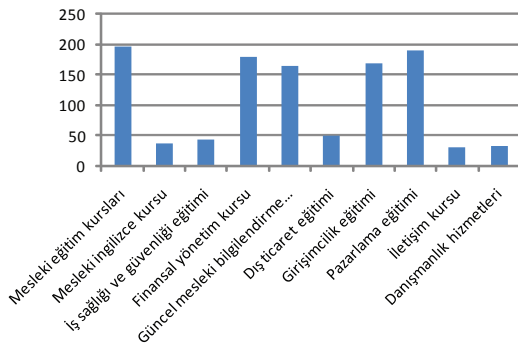


Soru 31. Antakya Ticaret ve Sanayi Odası'ndan beklediğiniz hizmetler nelerdir?

Tablo 50. Ayakkabıcılık Sektörünün ATSO'dan Beklediği Hizmetler

ATSO'dan Beklenen Hizmetler	Cevap Sayısı
Mesleki eğitim kursları	196
Mesleki İngilizce kursu	38
İş sağlığı ve güvenliği eğitimi	43
Finansal yönetim kursu	179
Güncel mesleki bilgilendirme toplantıları	164
Dış ticaret eğitimi	49
Girişimcilik eğitimi	169
Pazarlama eğitimi	190
İletişim kursu	30
Danışmanlık hizmetleri	32

Tablo 50 incelendiğinde, **'Antakya Ticaret ve Sanayi Odası'ndan beklediğiniz hizmetler nelerdir?'** sorusuna cevap veren firmalardan 196 firma mesleki eğitim kursları, 190 firma pazarlama eğitimi, 179 firma finansal yönetim kursu, 169 firma girişimcilik eğitimi, 164 firma güncel mesleki bilgilendirme toplantıları, 49 firma dış ti-



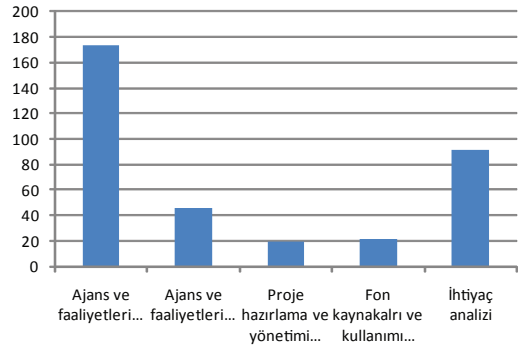
caret eğitimi, 43 firma iş sağlığı ve güvenliği eğitimi, 38 firma mesleki İngilizce kursu, 32 firma danışmanlık hizmetleri ve 30 firma iletişim kursu talep etmiştir.

Soru 32. Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı'ndan (DOĞAKA) beklediğiniz hizmetler nelerdir?

Tablo 51. Ayakkabıcılık Sektörünün DOĞAKA'dan Beklediği Hizmetler

DOĞAKA'dan Beklenen Hizmetler	Cevap Sayısı
Ajans ve faaliyetleri hakkında bilgim yok	173
Ajans ve faaliyetleri hakkında bilgilendirme	46
Proje hazırlama ve yönetimi eğitimi	19
Fon kaynakları ve kullanımı eğitimi	21
İhtiyaç analizi	91

Tablo 51 incelendiğinde, 'Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı'ndan (DOĞAKA) beklediğiniz hizmetler nelerdir?' sorusuna cevap veren firmalardan 173 firma ajans ve faaliyetleri hakkında bilgim yok, 91 firma ihtiyaç analizi, 46 firma ajans ve faaliyetleri hakkında bilgilendirme, 21 firma fon kaynakları ve kullanımı eğitimi, 19 firma ise proje hazırlama ve yönetimi eğitimi cevabı vermiştir.



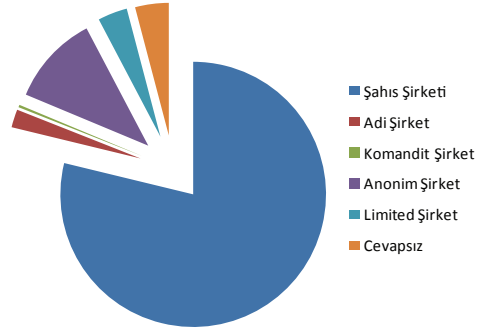
4.3.2. Mobilyacılık Sektörü

Araştırmaya, mobilyacılık sektöründen 364 firma katılmıştır. Mobilyacılık sektöründe yer alan firmalara uygulanan anket soruları ve sorulardan elde edilen bulguların dağılımı aşağıdaki gibidir.

Soru 2. İşletmenizin hukuki yapısı nedir?**Tablo 52. Mobilyacılık Sektöründeki İşletmelerin Hukuki Yapılarının Dağılımı**

Hukuki Yapı	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Şahıs Şirketi	287	78,8
Adi Şirket	8	2,2
Komandit Şirket	1	0,3
Anonim Şirket	40	11,0
Limited Şirket	13	3,6
Cevapsız	15	4,1
Toplam	364	100,0

Tablo 52 incelendiğinde, '**İşletmenizin hukuki yapısı nedir?**' sorusuna ankete katılan toplam 364 kişinin, % 78,8'ini temsil eden 287 kişinin şahıs şirketi, % 11'ini temsil eden 40 kişinin anonim şirket, % 3,6'sını temsil eden 13 kişinin limited şirket, % 2,2'sini temsil eden 8 kişinin ise adi şirket cevabı verdiği, % 0,3'ünü temsil eden 1 kişinin komandit şirket, % 4,1'ini temsil eden 15 kişinin ise soruya cevap vermediği görülmektedir.

**Soru 3. İşletmenizde kaç kişi çalışmaktadır?**

Tablo 53 incelendiğinde, '**İşletmenizde kaç kişi çalışmaktadır?**' sorusuna ankete katılan toplam 364 kişinin, % 15,1'ini temsil eden 55 kişinin cevap vermediği, cevap verenlerin % 71,7'sinin 5 veya daha az çalışana sahip olduğu, % 10,1'inin 6-10 arası çalışana sahip olduğu 10 kişiden fazla çalışana sahip firma sayısının ise % 3,1 paya sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 53. Mobilyacılık Sektöründeki İşletmelerde Çalışan Sayılarının Dağılımı

Çalışan Kişi Sayısı	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
1	84	23,1
2	84	23,1
3	43	11,8
4	31	8,5
5	19	5,2
6	17	4,7
7	7	1,9
8	5	1,4
9	2	0,5
10	6	1,6
12	1	0,3
14	3	0,8
15	5	1,4
16	1	0,3
20	1	0,3
Cevapsız	55	15,1
Toplam	364	100,0

Soru 4. İşletmenizde çalışanların eğitim durumlarına göre sayılarını belirtiniz.

Tablo 54 incelendiğinde, 'İşletmenizde çalışanların eğitim durumlarına göre sayılarını belirtiniz.' sorusuna imalatta çalışanlar ve imalat dışı çalışanlar olmak üzere iki ayrı başlık altında cevap alınmış ve 364 firmadan beyan edilen toplam 1.034 çalışanın, 666'sının imalatta çalıştığı ve eğitim durumları incelendiğinde, 576 kişinin ilk öğretim, 24 kişinin bir okul bitirmediği bir başka deyişle ilk öğretim mezunu ve daha az öğrenime sahip çalışanların 600 kişiyle toplam imalatta çalışanlar içerisinde % 90,1'lik bir paya sahip olduğu, ilköğretimden fazla öğrenim görenlerin ise 66 kişi ile imalatta çalışanlar içerisindeki toplam payının % 9,9'luk bir paya sahip olduğu görülmektedir. İmalat dışı çalışanlar da ise 368 kişinin 327'si ilköğretim veya daha az bir öğrenime sahip olup, imalat dışı çalışanlar içerisindeki payının % 88,9, ilköğretimden fazla öğrenime sahip olanlar ise 41 kişi olup, imalat dışı çalışanlar içerisindeki payının % 11,1 olduğu görülmektedir.

Tablo 54. Mobilyacılık Sektöründe Çalışanların Eğitim Durumu Dağılımı

ÇALIŞANLAR	EĞİTİM DURUMU								
	Üniversite	Meslek Yüksek Okulu	Meslek/ Teknik Lise	Lise	Çıraklık Okulu	İlk Öğretim	Okur Yazar	Okur Yazar Değil	Toplam
İmalatta Çalışanlar	0	0	2	46	18	576	18	6	666
İmalat Dışı Çalışanlar	4	0	2	33	2	327	0	0	368
Toplam	4	0	4	79	20	903	18	6	1.034

Soru 5. 2009 Yılı cironuz yaklaşık olarak aşağıdaki aralıklardan hangisine uymaktadır?

Tablo 55. Mobilyacılık Sektöründeki İşletmelerin Yıllık Cirolarına Göre Dağılımı

Yıllık Ciro (2009)	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
20 Bin TL'den az	80	22,0
20-99 Bin TL arası	74	20,3
100-499 Bin TL arası	35	9,6
500 - 999 Bin TL arası	4	1,1
1 - 2 Milyon TL arası	4	1,1
Cevapsız	167	45,9
Toplam	364	100,0

Tablo 55 incelendiğinde, '2009 Yılı cironuz yaklaşık olarak aşağıdaki aralıklardan hangisine uymaktadır?' sorusuna 20 Bin TL'den az cevabı verenlerin sayısı 80 kişi ve toplam içerisindeki payı % 22, 20-99 Bin TL arası diyenlerin sayısı 74 kişi ve payı % 20,3, 100-499 Bin TL arası diyenlerin sayısı 35 ve payı % 9,6, 500-999 Bin TL arası diyenlerin sayısı 4 ve payı % 1,1, 1-2 Milyon TL arası diyenlerin sayısı 4 ve payı % 1,1 olarak gözlenmiştir. Soruya cevap vermeyen 167 firmanın toplam içerisindeki payı da % 45,9 olarak belirlenmiştir.

Soru 6. İşletmeniz kaç yıldır faaliyet göstermektedir?

Tablo 56. Mobilyacılık Sektöründeki İşletmelerin Faaliyet Sürelerine Göre Dağılımı

Faaliyet Süresi (Yıl)	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
1	32	8,8
2	19	5,2
3	11	3,0
4	16	4,4
5	23	6,3
6	17	4,7
7	8	2,2
8	14	3,8
9	3	0,8
10	57	15,7
11	6	1,6
12	14	3,8
13	8	2,2
14	8	2,2
15	15	4,1
16	6	1,6
17	4	1,1
18	6	1,6
19	1	0,3
20	13	3,6
21	3	0,8
22	1	0,3
23	3	0,8
24	4	1,1
25	11	3,0
26	2	0,5
27	2	0,5
29	2	0,5
30	13	3,6
32	3	0,8
33	1	0,3
34	2	0,5
35	7	1,9
36	1	0,3
40	8	2,2
45	1	0,3
50	3	0,8
53	1	0,3
Cevapsız	15	4,1
Toplam	364	100,0

Tablo 56 incelendiğinde, '**İşletmeniz kaç yıldır faaliyet göstermektedir?**' sorusuna 10 yıl ve daha az cevabı verenlerin toplam içerisindeki payının % 54,9, 11-20 yıl arası cevabı verenlerin toplam içerisindeki payının % 22,3, 20 yıl üzeri cevabı verenlerin toplam içerisindeki payının ise % 18,7 olduğu gözlenmiştir. Cevap vermeyenlerin toplam içerisindeki payı ise % 4,1 olarak belirlenmiştir.

Soru 7. İşletmenizde herhangi bir kalite standardı söz konusu mudur?

Tablo 57. Mobilyacılık Sektöründeki İşletmelerin Kalite Standartları Dağılımı

Kalite Standardı Olma Durumu	Cevap Sayısı
Olmayan	339
TSE	16
İSO	5
CE	1
Diğer	3

Tablo 57 incelendiğinde, '**İşletmenizde herhangi bir kalite standardı söz konusu mudur?**' sorusuna 339 firma hayır, 16 firma TSE, 5 firma İSO, 1 firma CE ve 3 firma diğer cevabı vermiştir.

Soru 8. 2009 yılındaki toplam enerji harcamanızın, toplam cironuz içerisindeki payı yaklaşık ne kadardır?

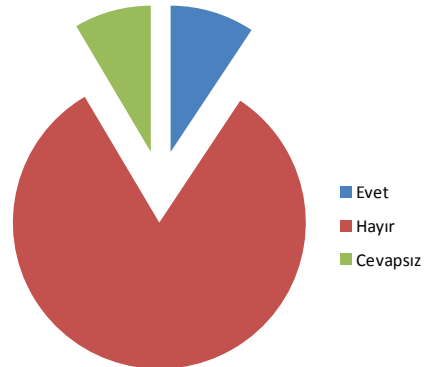
Tablo 58 incelendiğinde, '**2009 yılındaki toplam enerji harcamanızın, toplam cironuz içerisindeki payı yaklaşık ne kadardır?**' %10 ve altında cevabı veren firmaların toplam firmalar içerisindeki payı % 49; % 11-20 cevabı veren firmaların toplam firmalar içerisindeki payı % 17; % 20'den fazla cevabı veren firmaların toplam firmalar içerisindeki payı ise % 5 olarak belirlenmiştir. Cevap vermeyen 105 firmanın toplam içerisindeki payı ise % 29 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 58. Mobilyacılık Sektöründeki İşletmelerin Enerji Harcamalarının Yıllık Ciro İçindeki Payları

Enerjinin Ciro İçindeki Payı (%)	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
1	13	3,6
2	20	5,5
3	11	3,0
4	2	0,5
5	50	13,7
6	2	0,5
7	6	1,6
8	11	3,0
9	1	0,3
10	66	18,1
12	4	1,1
13	1	,3
15	22	6,0
17	1	,3
18	1	,3
20	30	8,2
25	4	1,1
30	10	2,7
40	2	,5
50	2	,5
Cevapsız	105	28,8
Toplam	364	100,0

Soru 9. İhracat yapıyor musunuz?

Tablo 59 incelendiğinde, 'İhracat yapıyor musunuz?' sorusuna 34 firmanın ithalat yaptığı ve toplam içerisindeki payının %9,3 olduğu; 299 firmanın ithalat yapmadığı ve toplam içerisindeki payının % 82,1 olduğu; 31 firmanın ise soruya yanıt vermediği ve toplam içerisindeki payının % 8,5 olduğu belirlenmiştir.



Tablo 59. Mobilyacılık Sektöründeki İhracat Yapan İşletmelerin Dağılımı

İhracat Durumu	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
İhracat Yapan	34	9,3
İhracat Yapmayan	299	82,1
Cevapsız	31	8,5
Toplam	364	100,0

Soru 10. 2009 yılı toplam cironuz içerisinde ihracatın payı yaklaşık ne kadardır?

Tablo 60. Mobilyacılık Sektöründe İhracatın İşletme Ciro Sıradaki Payı

İhracatın ciro içerisindeki payı (%)	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
10	6	17,6
20	3	8,8
30	3	8,8
40	1	2,9
60	1	2,9
85	1	2,9
90	1	2,9
Cevapsız	18	52,9
Toplam	34	100,0

Tablo 60 incelendiğinde, '2009 yılı toplam cironuz içerisinde ihracatın payı yaklaşık ne kadardır?' sorusuna ihracat yapan 34 firmadan ihracatlarının toplam ciroları içerisindeki payı % 10 olan 6 firmanın ve toplam ihracat yapan firmalar içerisindeki payının % 17,6; % 10'dan fazla olan 10 firma ve toplam ihracat yapan firmalar içerisindeki payının % 29,2 olduğu, 18 firmanın ise soruya yanıt vermediği ve toplam içerisindeki payının % 52,9 olduğu belirlenmiştir.

Soru 11. En çok ihracat yaptığınız 5 ülkeyi belirtiniz.

Tablo 61. Mobilyacılık Sektöründe En Çok İhracat Yapılan 5 Ülke

İhracat Yapılan Ülkeler	CevapSayısı
Irak	19
Suudi Arabistan	14
Suriye	14
Lübnan	5
Ürdün	5

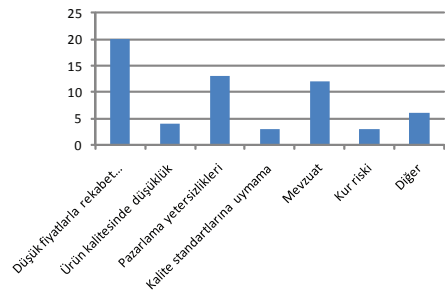
Tablo 61 incelendiğinde, ‘En çok ihracat yaptığınız 5 ülkeyi belirtiniz.’ sorusuna ihracat yapan 34 firmadan alınan cevaplara göre en çok ihracat yapılan 5 ülke arasında ilk olarak Irak, 14’er firmadan alınan bildirimle ikinci ve üçüncü sırada Suudi Arabistan ve Suriye, 5’er firmadan alınan bildirimle dördüncü ve beşinci sırada Lübnan ve Ürdün en çok ihracat yapılan ülkeler olarak bildirilmişlerdir.

Soru 12. İhracatta karşılaştığınız sorunlar nelerdir?

Tablo 62. Mobilyacılık Sektöründe İhracatta Karşılaşılan Sorunların Dağılımı

İhracatta Karşılaşılan Sorunlar	CevapSayısı
Düşük fiyatlarla rekabet güçlüğü	20
Ürün kalitesinde düşüklük	4
Pazarlama yetersizlikleri	13
Kalite standartlarına uyamama	3
Mevzuat	12
Kur riski	3
Diğer	6

Tablo 62 incelendiğinde, ‘İhracatta karşılaştığınız sorunlar nelerdir?’ sorusuna ihracat yapan 34 firmadan alınan cevaplara göre 20 firma ‘düşük fiyatlarla rekabet güçlüğü’nü ilk sorun olarak bildirmiş, sonra sırasıyla ihra-



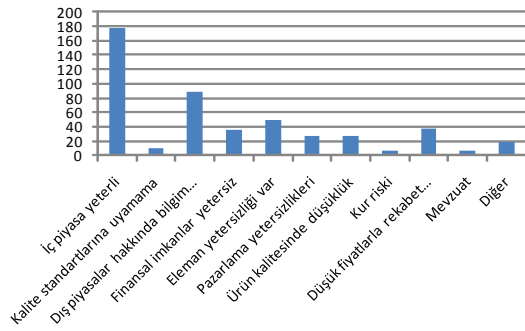
catta en çok karşılaşılan sorunlar olarak 13 firma tarafından pazarlama yetersizlikleri, 12 firma tarafından 'mevzuat', 6 firma tarafından 'diğer', 4 firma tarafından 'ürün kalitesinde düşüklük' ve 3'er firma tarafından 'kalite standartlarına uyamama' ile 'kur riski' sorun olarak dile getirilmiştir.

Soru 13. Neden ihracat yapamıyorsunuz?

Tablo 63. Mobilyacılık Sektöründe İhracat Yapamama Nedenleri

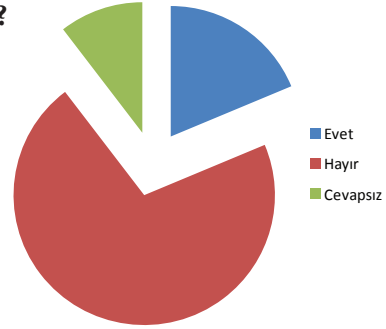
İhracat Yapamama Nedeni	CevapSayısı
İç piyasa yeterli	177
Kalite standartlarına uyamama	10
Dış piyasalar hakkında bilgim yok	89
Finansal imkanlar yetersiz	35
Eleman yetersizliği var	49
Pazarlama yetersizlikleri	28
Ürün kalitesinde düşüklük	28
Kur riski	6
Düşük fiyatlarla rekabet güçlüğü	37
Mevzuat	6
Diğer	19

Tablo 63 incelendiğinde, '**Neden ihracat yapamıyorsunuz?**' sorusuna ihracat yapamayan firmalardan alınan cevaplara göre, ihracat yapamama nedeni olarak ilk sırada 'iç piyasa yeterli' cevabı alınmış, sonra da sırasıyla 'dış piyasalar hakkında bilgim yok', 'eleman yetersizliği var', 'düşük fiyatlarla rekabet güçlüğü', 'finansal imkanlar yetersiz', 'pazarlama yetersizlikleri', 'diğer', 'kalite standartlarına uyamama', 'kur riski' ve 'mevzuat' cevapları alınmıştır.



Soru 14. İhracat yapmayı planlıyor musunuz?

Tablo 64 incelendiğinde, 'İhracat yapmayı planlıyor musunuz?' sorusuna ihracat yapamayan firmalardan alınan cevaplara göre, ihracat yapamayan % 18,7'lik paya sahip 68 firma ihracat yapmayı planladığını, % 70,9'luk paya sahip 258 firma ise ihracat yapmayı planlamadığını ifade etmiş, % 10,4'lük paya sahip 38 firma ise soruya cevap vermemiştir.

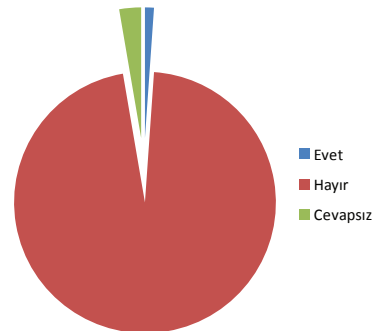
**Tablo 64. Mobilyacılık Sektöründe İhracat Yapmayı Planlayan İşletme Sayısı**

İhracat Yapmayı Planlama Durumu	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Planlayan	68	18,7
Planlamayan	258	70,9
Cevapsız	38	10,4
Toplam	364	100,0

Soru 15. İthalat yapıyor musunuz?**Tablo 65. Mobilyacılık Sektöründe İthalat Yapmayı Planlayan İşletme Sayısı**

İthalat Yapmayı Planlama Durumu	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Evet	4	1,1
Hayır	350	96,2
Cevapsız	10	2,7
Toplam	364	100,0

Tablo 65 incelendiğinde, 'İthalat yapıyor musunuz?' sorusuna 4 firmanın evet dediği ve toplam içerisindeki payının %1,1 olduğu; 350 firmanın hayır dediği ve toplam içerisindeki payının % 96,2 olduğu; 10 firmanın ise soruya yanıt vermediği ve toplam içerisindeki payının % 2,7 olduğu belirlenmiştir.



Soru 16. 2009 yılı toplam cironuz içerisinde ithalatın payı yaklaşık ne kadardır?

Tablo 66 incelendiğinde, ‘2009 yılı toplam cironuz içerisinde ithalatın payı yaklaşık ne kadardır?’ sorusuna ithalat yaptığını bildiren 4 firmadan % 25’lik paya sahip olan 1 firma ithalatının 2009 yılı toplam cirosu içerisindeki payının %5 olduğunu, sırasıyla % 25’lik paya sahip 1 firma ithalatının cirosu içerisinde % 10’luk bir paya sahip olduğunu, % 25’lik paya sahip 1 firma ithalatının cirosu içerisinde % 20’lik bir paya sahip olduğunu bildirdikleri görülmektedir. Toplam içerisindeki payı % 24 olan 1 firmanın ise soruya yanıt vermediği belirlenmiştir.

Tablo 66. Mobilyacılık Sektöründe İthalatın İşletme Cirosu İçindeki Payı

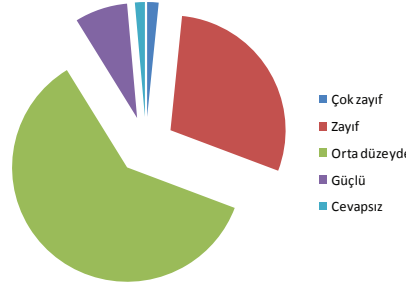
İthalatın Ciro İçerisinde Payı (%)	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
5	1	25,0
10	1	25,0
20	1	25,0
Cevapsız	1	25,0
Toplam	4	100,0

Soru 17. Pazardaki rekabet gücünüzü nasıl tanımlayabilirsiniz?

Tablo 67. Mobilyacılık Sektöründe İşletmelerin Rekabet Gücü

Rekabet Gücü Durumu	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Çok zayıf	6	1,6
Zayıf	106	29,1
Orta düzeyde	220	60,4
Güçlü	27	7,4
Cevapsız	5	1,4
Toplam	364	100,0

Tablo 67 incelendiğinde, 'Pazardaki rekabet gücünüzü nasıl tanımlayabilirsiniz?' sorusuna cevap veren % 1,6 paya sahip 6 firma çok zayıf, % 29,1 paya sahip 106 firma zayıf, % 60,4 paya sahip 220 firma orta düzeyde, % 7,4 paya sahip 27 firma güçlü düzeyde rekabet gücüne sahip olduğunu bildirmiştir. Ayrıca, % 1,4 paya sahip 5 firma ise soruya cevap vermemiştir.

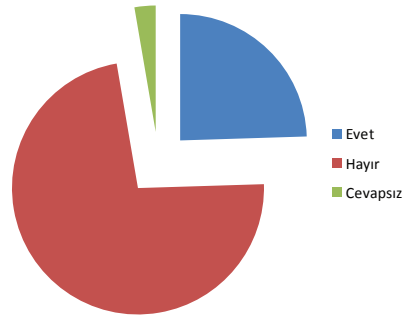


Soru 18. Pazar payınızı talep açısından yeterli görüyor musunuz?

Tablo 68. Mobilyacılık Sektöründe İşletmelerin Pazar Payı Değerlendirmesi

Yeterlilik Durumu	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Yeterli Bulan	89	24,5
Yeterli Bulmayan	265	72,8
Cevapsız	10	2,7
Toplam	364	100,0

Tablo 68 incelendiğinde, 'Pazar payınızı talep açısından yeterli görüyor musunuz?' sorusuna cevap veren % 24,5 paya sahip 89 firma pazar payını talep açısından yeterli bulurken, % 72,8 paya sahip 265 firma pazara payını talep açısından yeterli bulmamakta, % 2,7 paya sahip 10 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.

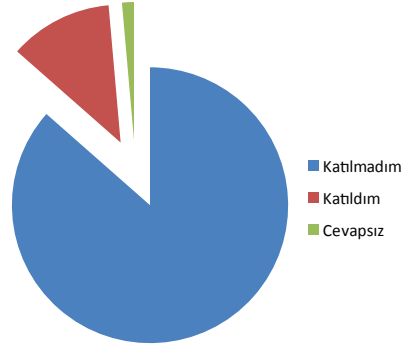


Soru 19. 2009 yılında yurtiçi veya yurtdışı herhangi bir fuara katıldınız mı? Katıldıysanız lütfen sayılarını belirtiniz.

Tablo 69. Mobilyacılık Sektöründe İşletmelerin Fuarlara Katılma Durumu

Fuar Katılım Durumu	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Katılmayan	315	86,5
Katılan	44	12,1
Cevapsız	5	1,4
Toplam	364	100,0

Tablo 69 incelendiğinde, '2009 yılında yurtiçi veya yurtdışı herhangi bir fuara katıldınız mı? Katıldıysanız lütfen sayılarınızı belirtiniz.' sorusuna cevap veren % 86,5 paya sahip 315 firma fuara katılmadığını belirtirken, % 12,1 paya sahip 44 firma fuara katıldığını belirtmiş, % 1,4 paya sahip 5 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.



Tablo 70. Mobilyacılık Sektöründe Fuarlara Katılan İşletmelerin Katıldıkları Fuar Türü

Katılan Fuar Tipi	Sayı
Yurtiçi fuar sayısı	92
Yurtdışı fuar sayısı	4

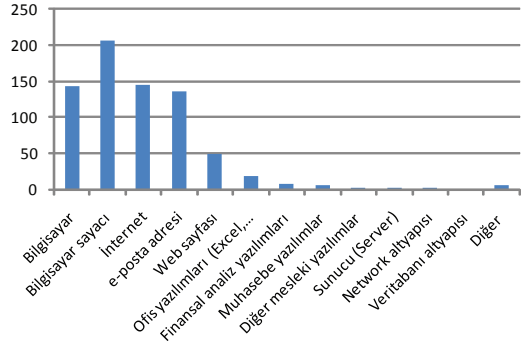
Fuara katıldığını bildiren 44 firma ise toplam yurtiçinde 92, yurtdışında ise 4 fuara katılmıştır.

Soru 20. İşletmenizin yazılım, donanım, teçhizat ve bilgi teknolojisi altyapısında sahip olduklarını belirtiniz.

Tablo 71. Mobilyacılık Sektöründe İşletmelerin Yazılım, Donanım ve Teçhizat Durumu

Yazılım, Donanım ve Teçhizat	Cevap Sayısı
Bilgisayar	143
Bilgisayar Sayısı	207
İnternet	145
E-posta adresi	135
Web sayfası	49
Ofis yazılımları (Excel, word, Powerpoint vs.)	18
Finansal analiz yazılımı	8
Muhasebe yazılımları	6
Diğer mesleki yazılımlar	2
Sunucu (Server)	2
Network altyapısı	1
Veritabanı altyapısı	0
Diğer	6

Tablo 71 incelendiğinde, 'İşletmenizin yazılım, donanım, teçhizat ve bilgi teknolojisi altyapısında sahip olduklarını belirtiniz.' sorusuna cevap veren firmalardan 143'ü bilgisayara sahip olduğunu bildirmiş ve sahip olduğu bilgisayar sayısını ise 207 olarak belirtmiştir. Ayrıca, 145 firma internet, 135 firma e-posta, 49 firma web sayfası, 18 firma ofis yazılımı, 8 firma finansal analiz yazılımı, 6 firma muhasebe yazılımı, 2'şer firma diğer mesleki yazılımlar ile sunucu, 1 firma network altyapısına sahiptir. Ayrıca, 6 firma diğer yazılım, donanım, teçhizata sahip olduğuna belirtirken; firmalardan hiçbirisi veritabanı altyapısına sahip olmadığını belirtmiştir.



Soru 21. İşletmenizde kaç kişi iş gereği bilgisayar kullanmaktadır?

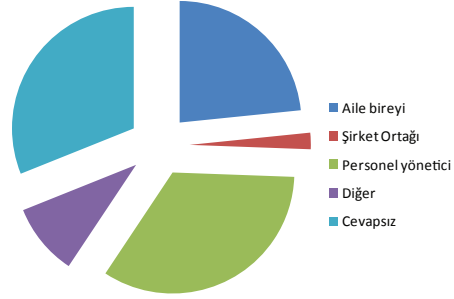
Tablo 72. Mobilyacılık Sektöründe Bilgisayar Kullanan Kişi Sayısı

Bilgisayar Kullanan Kişi Sayısı	Cevap Sayısı	Yüzde (%)
1	66	18,1
2	30	8,2
3	7	1,9
4	2	0,5
5	3	0,8
6	1	0,3
Cevapsız	255	70,1
Toplam	364	100,0

Tablo 72 incelendiğinde, 'İşletmenizde kaç kişi iş gereği bilgisayar kullanmaktadır?' sorusuna cevap veren % 18,1 paya sahip 66 firma işi gereği bilgisayar kullanan 1 kişinin, % 8,2 paya sahip 30 firma 2 kişinin, % 1,9 paya sahip 7 firma 3 kişinin, % 0,5 paya sahip 2 firma 4 kişinin, % 0,8 paya sahip 3 firma 5 kişinin, % 0,3 paya sahip 1 firma 6 kişinin işi gereği bilgisayar kullandığı ifade edilmiştir. Ayrıca, 255 firma da bu soruya cevap vermemiştir.

Soru 22. İşletmenin genel müdürü/en üst yöneticisinin durumu aşağıdakilerden hangisine uymaktadır?

Tablo 73 incelendiğinde, 'İşletmenin genel müdürü/en üst yöneticisinin durumu aşağıdakilerden hangisine uymaktadır?' sorusuna cevap veren % 23,4 paya sahip 85 firmanın genel müdür/en üst yöneticisinin aile bireyi, % 2,2 paya sahip 8 firmada şirket ortağı, % 33,8 paya sahip 123 firmada profesyonel yönetici, % 9,6 paya sahip 35 firmada diğer cevabı verilmiştir. Ayrıca, % 31,1 paya sahip 113 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.



Tablo 73. Mobilyacılık Sektöründe Yöneticilerin Durumu

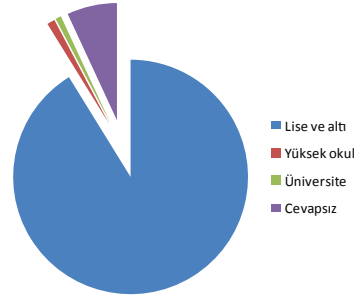
Yöneticinin Durumu	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Aile bireyi	85	23,4
Şirket ortağı	8	2,2
Profesyonel yönetici	123	33,8
Diğer	35	9,6
Cevapsız	113	31,1
Toplam	364	100,0

Soru 23. İşletmenin genel müdürü / en üst yöneticisinin eğitim durumu nedir?

Tablo 74. Mobilyacılık Sektöründe Yöneticilerin Eğitim Durumu

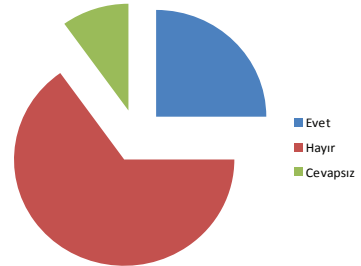
Genel Müdür/Yöneticinin Eğitimi	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Lise ve altı	332	91,2
Yüksek okul	4	1,1
Üniversite	3	0,8
Cevapsız	25	6,9
Toplam	364	100,0

Tablo 74 incelendiğinde, 'İşletmenin genel müdürü / en üst yöneticisinin eğitim durumu nedir?' sorusuna cevap veren % 91,2 paya sahip 332 firmanın genel müdür/en üst yöneticisinin eğitiminin lise ve altı, % 1,1 paya sahip 4 firmanın yüksek okul, % 0,8 paya sahip 3 firmanın üniversite olduğu cevabı verilmiştir. Ayrıca, % 6,9 paya sahip 25 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.



Soru 24. İşletmenizi finansal açıdan başarılı buluyor musunuz?

Tablo 75 incelendiğinde, 'İşletmenizi finansal açıdan başarılı buluyor musunuz?' sorusuna cevap veren % 25 paya sahip 91 firma evet, % 65,1 paya sahip 237 firma hayır cevabı vermiştir. Ayrıca, % 9,9 paya sahip 36 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.



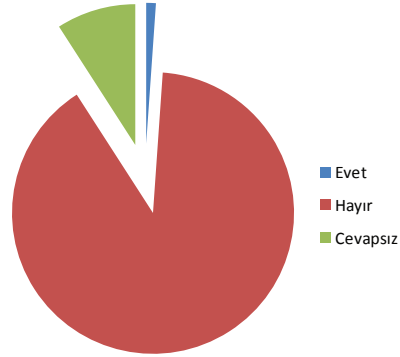
Tablo 75. Mobilyacılık Sektöründe İşletmelerin Finansal Başarı Durumu

Finansal Açıdan Başarı Durumu	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Evet	91	25,0
Hayır	237	65,1
Cevapsız	36	9,9
Toplam	364	100,0

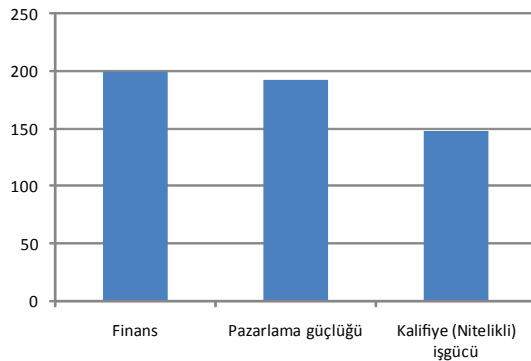
Soru 25. İşletmenizde ayrı bir finans bölümünüz var mı?**Tablo 76. Mobilyacılık Sektöründe İşletmelerin Finansal Bölümü Olma Durumu**

Finans Bölümü Olma	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Evet	4	1,1
Hayır	327	89,8
Cevapsız	33	9,1
Toplam	364	100,0

Tablo 76 incelendiğinde, 'İşletmenizde ayrı bir finans bölümünüz var mı?' sorusuna cevap veren % 89,8 paya sahip 327 firma hayır, % 1,1 paya sahip 4 firma evet cevabı vermiştir. Ayrıca, % 9,1 paya sahip 33 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.

**Soru 26. İşletmenizin en önemli 3 sorunu sizce hangileridir?**

Tablo 77 incelendiğinde, 'İşletmenizin en önemli 3 sorunu sizce hangileridir?' sorusuna cevap veren 199 firma en önemli sorununun finans, 193 firma pazarlama gücü ve 148 firma ise kalifiye (nitelikli) işgücü cevabı vermiştir.



Tablo 77. Mobilyacılık Sektöründe İşletmelerin En Önemli 3 Sorunu

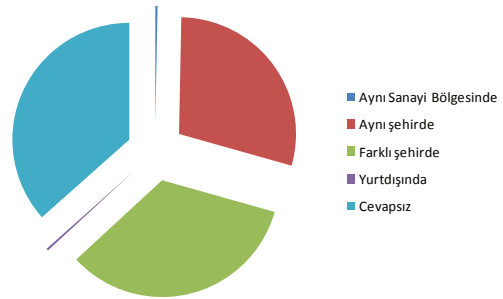
İşletmenin Sorunları	Cevap Sayısı
Finans	199
Pazarlama güçlüğü	193
Kalifiye (Nitelikli) işgücü	148

Soru 27. Kullandığınız makine ve ekipmanı en çok satın aldığınız tedarikçiler/ üreticiler nerede yer almaktadır?

Tablo 78. Mobilyacılık Sektöründe Makine ve Ekipman Tedarikçilerin Yer Dağılımı

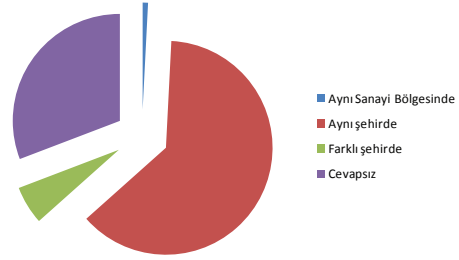
Tedarikçinin Yeri	İşletmelerin	
	Sayı	Yüzde (%)
Aynı Sanayi Bölgesinde	1	0,3
Aynı şehirde	106	29,1
Farklı Şehirde	123	33,8
Yurtdışında	1	0,3
Cevapsız	133	36,6
Toplam	364	100,0

Tablo 78 incelendiğinde, 'Kullandığınız makine ve ekipmanı en çok satın aldığınız tedarikçiler/ üreticiler nerede yer almaktadır?' sorusuna cevap veren % 33,8 paya sahip 123 firma farklı şehirde, % 29,1 paya sahip 106 firma aynı şehirde, % 0,3'er paya sahip 1'er firma ise aynı sanayi bölgesinde ve yurtdışında cevabı vermiştir. Ayrıca, % 36,6 paya sahip 133 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.



Soru 28. En çok bakım hizmeti aldığınız işletmeler nerede yer almaktadır?

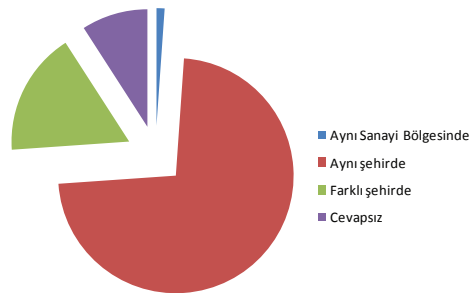
Tablo 79 incelendiğinde, 'En çok bakım hizmeti aldığınız işletmeler nerede yer almaktadır?' sorusuna cevap veren % 62,6 paya sahip 228 firma aynı şehirde, % 5,8 paya sahip 21 firma farklı şehirde, % 0,8 paya sahip 3 firma aynı sanayi bölgesinde cevabı vermiştir. Ayrıca, % 30,8 paya sahip 112 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.

**Tablo 79. Mobilyacılık Sektöründe Hizmet Sağlayıcıların Yer Dağılımı**

Hizmet Sağlayıcının Yeri	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Aynı Sanayi Bölgesinde	3	0,8
Aynı şehirde	228	62,6
Farklı Şehirde	21	5,8
Cevapsız	112	30,8
Toplam	364	100,0

Soru 29. Kullandığınız hammadde/yarımamullerinizi en çok satın aldığınız Tedarikçi/Üreticiler nerede yer almaktadır?

Tablo 80 incelendiğinde, 'Kullandığınız hammadde/yarımamullerinizi en çok satın aldığınız Tedarikçi/Üreticiler nerede yer almaktadır?' sorusuna cevap veren % 72,8 paya sahip 265 firma aynı şehirde, % 17 paya sahip 62 firma farklı şehirde, % 1,1 paya sahip 4 firma aynı sanayi bölgesinde cevabı vermiştir. Ayrıca, % 9,1 paya sahip 33 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.

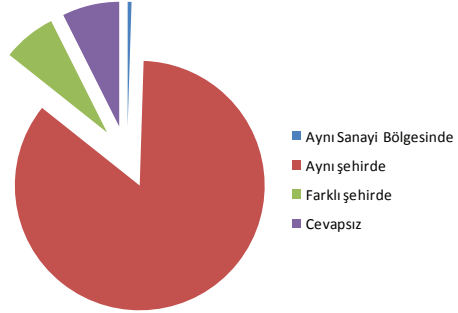


Tablo 80. Mobilyacılık Sektöründe Hammadde Tedarikçilerin Yer Dağılımı

Tedarikçinin Üreticinin Yeri	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Aynı Sanayi Bölgesinde	4	1,1
Aynı şehirde	265	72,8
Farklı Şehirde	62	17,0
Cevapsız	33	9,1
Toplam	364	100,0

Soru 30. Rakipleriniz olan üreticiler en çok nerede yer almaktadır?

Tablo 81 incelendiğinde, 'Rakipleriniz olan üreticiler en çok nerede yer almaktadır?' sorusuna cevap veren % 85,2 paya sahip 310 firma aynı şehirde, % 6,9 paya sahip 25 firma farklı şehirde, % 0,5 paya sahip 2 firma aynı sanayi bölgesinde cevabı vermiştir. Ayrıca, % 7,4 paya sahip 27 firma ise bu soruya cevap vermemiştir.



Tablo 81. Mobilyacılık Sektöründe Rakiplerin Yer Dağılımı

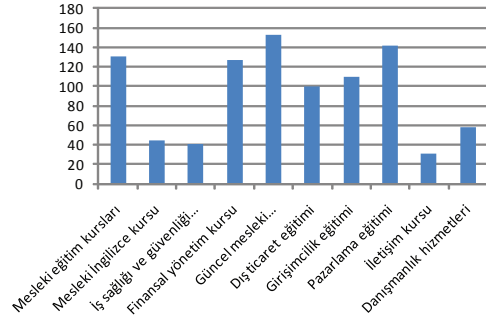
Rakiplerin Yeri	İşletmeler	
	Sayı	Yüzde (%)
Aynı Sanayi Bölgesinde	2	0,5
Aynı şehirde	310	85,2
Farklı Şehirde	25	6,9
Cevapsız	27	7,4
Toplam	364	100,0

Soru 31. Antakya Ticaret ve Sanayi Odası'ndan beklediğiniz hizmetler nelerdir?

Tablo 82. Mobilyacılık Sektörünün ATSO'dan Beklediği Hizmetler

ATSO'dan Beklenen Hizmetler	Cevap Sayısı
Mesleki eğitim kursları	131
Mesleki İngilizce kursu	44
İş sağlığı ve güvenliği eğitimi	41
Finansal yönetim kursu	127
Güncel mesleki bilgilendirme toplantıları	153
Dış ticaret eğitimi	100
Girişimcilik eğitimi	110
Pazarlama eğitimi	141
İletişim kursu	31
Danışmanlık hizmetleri	58

Tablo 82 incelendiğinde, 'Antakya Ticaret ve Sanayi Odası'ndan beklediğiniz hizmetler nelerdir?' sorusuna cevap veren firmalardan 153 firma güncel mesleki bilgilendirme toplantıları, 141 firma pazarlama eğitimi, 131 firma mesleki eğitim kursları, 127 firma finansal yönetim kursu, 110 firma girişimcilik eğitimi, 100 firma dış ticaret eğitimi, 58 firma danışmanlık hizmetleri, 44 firma mesleki İngilizce kursu, 41 firma iş sağlığı ve güvenliği eğitimi ve 31 firma iletişim kursu talep etmiştir.

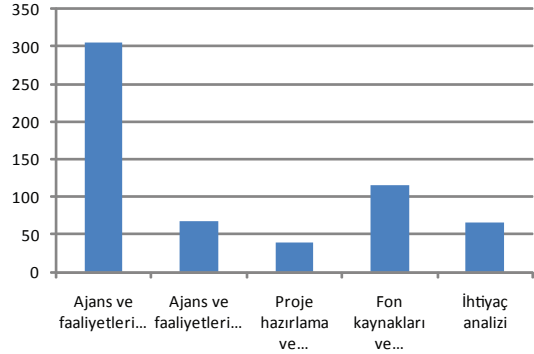


Soru 32. Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı'ndan (DOĞAKA) beklediğiniz hizmetler nelerdir?

Tablo 83. Mobilyacılık Sektörünün DOĞAKA'dan Beklediği Hizmetler

DOĞAKA'dan Beklenen Hizmetler	Cevap Sayısı
Ajans ve faaliyetleri hakkında bilgim yok	305
Ajans ve faaliyetleri hakkında bilgilendirme	68
Proje hazırlama ve yönetimi eğitimi	40
Fon kaynakları ve kullanımı eğitimi	116
İhtiyaç analizi	66

Tablo 83 incelendiğinde, 'Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı'ndan (DOĞAKA) beklediğiniz hizmetler nelerdir?' sorusuna cevap veren firmalardan 305 firma ajans ve faaliyetleri hakkında bilgim yok, 116 firma fon kaynakları ve kullanımı eğitimi, 68 firma ajans ve faaliyetleri hakkında bilgilendirme, 66 firma ihtiyaç analizi ve 40 firma ise proje hazırlama ve yönetimi eğitimi cevabı vermiştir.



5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Antakya Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO) tarafından, Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı (DOĞAKA) finansmanı ile gerçekleştirilen Antakya İlçesi Ayakkabıcılık ve Mobilyacılık Sektörel Araştırması projesi kapsamında, her iki sektör için de tüm kayıtlı firmalara ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda, Hatay Esnaf ve Sanatkarlar Odası Birliğine kayıtlı toplam 1.496 ayakkabı ve mobilya firması ile Antakya Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı toplam 311 ayakkabı ve mobilya firması olmak üzere toplam 1.807 firma ile görüşme yapılmıştır.

Yapılan ziyaretler neticesinde 1.807 firma ile görüşme yapılmasına karşın 627 firma anketi tam olarak cevaplamıştır. Araştırma hedefi olan 1.000 adet görüşme dikkate alındığında, istatistiksel açıdan anlamlı cevaplılık oranı olan % 50'nin oldukça üzerine çıkılarak % 62,7 cevaplılık oranına ulaşılmıştır.

Ankete cevap veren 627 firmadan, 263 firma % 41,9 payla ayakkabıcılık sektörüne, 364 firma ise % 58,1'lik bir payla mobilyacılık sektörüne aittir. Firmaların değerlendirmeleri sektörel bazda ayrı ayrı gerçekleştirilmiştir.

5.1. AYAKKABICILIK SEKTÖRÜ

Ayakkabıcılık sektöründe yer alan firmaların hukuki yapısı değerlendirildiğinde tamamına yakınının şahıs şirketi olduğu görülmektedir. Geriye kalan şirketler de geniş ortaklık yapısına sahip olmayan şirketlerdir. Antakya ilçesi ayakkabıcılık sektörünün ağırlıklı olarak usta-çırak ilişkisi içerisinde çalışan firmalardan oluştuğu görülmektedir. Firmaların çoğu şirket yapısından fazla esnaf yapısına ve geleneğine sahiptir denilebilir.

Firmaların hukuki durumunun yanı sıra çalışan sayıları da sektörde, neredeyse tamamı KOBİ statüsüne sahip, küçük işletmelerin ağırlıklı olduğunu ortaya koymaktadır. Sektörün % 92,1'i 10 veya daha az çalışana sahiptir.

Firmaların usta-çırak ilişkisi içerisinde, zanaatkar yetiştirme mantığıyla çalıştığını ortaya koyan bir başka husus da öğrenim düzeyidir. Gerek imalat, gerekse imalat dışı çalışan firmalarda öğrenim düzeyi ağırlıklı olarak ilköğrenim ve altındadır. İmalatçı firmalarda çalışanların % 70,5'i ilköğrenim ve altında, imalat dışı çalışan firmalarda ise çalışanların % 48,3'ü ilköğrenim ve altında öğrenim düzeyine sahiptir. İmalat dışı firmaların öğrenim düzeyinin, imalatta çalışan firmalara göre öğrenim düzeyinin görece olarak daha yüksek olduğu görülmektedir.

Sektörde faaliyet gösteren firmaların ciroları incelendiğinde de, firmaların % 70,7 sinin 20 bin TL'den az ciroya sahip olduğu görülmektedir. Tamamına yakınının ise cirosunun 2 milyon TL'den az olduğu görülmektedir.

Gerek çalışan sayısı, gerekse ciro rakamları itibariyle sektörde çalışan firmaların tamamının KOBİ niteliğinde olduğu, tamamına yakınının ise mikro işletme statüsünde olduğu görülmektedir. Sektördeki firmaların tamamına yakınının mikro işletme statüsü, aynı zamanda firmaların esnaf niteliğine de vurgu yapmaktadır.

İşletmelerin faaliyet süreleri göz önüne alındığında, 20 yıl veya daha fazla faaliyet süresine sahip firmaların toplam içerisindeki payının % 8 olduğu, % 92'sinin ise 20 yıldan az bir faaliyet süresine sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, sektördeki firmaların gerek ölçek gerekse nitelik bakımından çok fazla kurumsallaşmadığı ve firmaların yaşam ömürlerinin de çok uzun olmadığı görülmektedir.

İmalatta kurumsallaşmanın bir başka göstergesi de kalite standartlarıdır. Araştırmaya katılan firmalardan 233 tanesi % 88,6'lık bir payla kalite standardına sahip olmadığını belirtmiştir. Ayrıca, sektördeki firmaların ihracat yapma düşüncesine sahip olsa bile, CE kalite belgesine sahip olan hiçbir firma olmaması, AB'ye ihracat konusunda bir altyapıya sahip olunmadığının da bir işareti sayılabilir.

Ciro içerisinde enerji kullanımının payı etüd edildiğinde de, enerjinin cironun içerisindeki payının %10 veya daha az olduğu firmaların toplam firmalar içerisindeki payı % 53, % 20 veya daha az olduğu firmaların toplam firmalar içerisindeki payı % 79,3 olarak belirlenmiştir. Enerji kullanım oranları etüd edildiğinde, sektörün daha çok emek yoğun, teknoloji kullanımının düşük bir yapıya sahip olduğu görülmektedir.

Kalite standardı belgesi sahiplik durumunun gösterdiği gibi sektördeki firmaların daha çok iç piyasaya yönelik bir üretim stratejisi izlediği ve sektördeki toplam firmalar içerisinde % 1,5 paya sahip sadece 4 firmanın ihracat yaptığı görülmektedir. Sektördeki firmaların ihracat hedefinin çok fazla bulunmadığının bir başka işareti de kalite standardı belgesi sahiplik durumuyla ima edilmektedir. İhracat yapan firmaların yaptıkları ihracatın ciro içerisindeki payının da önemsiz miktarda olduğu görülmektedir. İhracat yapılan ülkeler de ağırlıklı olarak Ortadoğu ve komşu ülkelerden seçilmektedir. Öte yandan ihracatta karşılaşılan sorunlar bakımından en başta düşük fiyatlarla rekabet güçlüğü gelmekte, ardından pazarlama yetersizlikleri sorun olarak ifade edilmektedir.

İhracat yapamamanın en önemli nedeni finansal yetersizlikler olarak vurgulanmakta, gerek sektördeki firmaların büyüklüğü, gerekse yaşam ömürleri dikkate alındığında, finansal kırılganlığın yarattığı çekingenliğin ihracat yapmak noktasında da açığa çıktığı düşünülmektedir. Ayrıca, sektör çalışanlarının öğrenim düzeylerinin düşüklüğü de, dış piyasalar hakkında bilgi eksikliği ve dış ticarete ihtiyaç duyulan çalışan profiline eksikliğine vurgu yapılmaktadır. Bununla beraber, kalite standartları da önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Sektörün ihracata yöneliminde öncelikli olarak kalite standartlarının öneminin vur-

gulanması ve gerekliliğinin belirtilerek, kalite standartlarına kavuşmanın yanı sıra markalaşma noktasında da farkındalık yaratılmalıdır.

Sektörün halihazırda ihracat yapmayan % 28'lik bir bölümünün ihracat yapmayı planlıyor olması, gerekli bilgilendirme ve bilinçlendirmeyle ihracata yönelebileceğini göstermektedir. İhracata yönelik olarak farkındalık sağlanmasının ardından, ihracat süreci, kalite standartları gibi alt yapı hazırlıkları neticesinde ihracata yönelimin artacağı düşünülmektedir. Ayrıca, ihracata yönelimde engel olarak görünen birinci öncelik olan finansal yetersizlikler, finansal yönetim konusunun firmaların en önemli eksikliklerinden birisi olduğunu ortaya koymaktadır.

Sektördeki firmaların ihracattan çok ithalata yönelik bir faaliyetleri olduğunu belirtilmesi, ağırlıklı olarak hammadde ithalatını düşündürmektedir.

İthalat yaptığını belirten firmaların, ithalat oranlarının toplam ciroları içerisindeki payının % 50 ve üzerinde olması da bu düşünceyi pekiştirmektedir. Firmaların ithalat ihtiyacında olduğu ürünlerin belirlenip, yerli imalat ile karşılanması halinde, hem maliyet, hem de tedarik noktasında önemli avantajlar sağlayacağı düşünülmektedir.

Firmaların finansal kırılganlığının bir başka vurgusu da rekabet güçleriyle ortaya çıkmaktadır. Sektördeki firmalardan sadece % 9,9'u pazardaki rekabet gücünü güçlü veya çok güçlü olarak belirtmektedir. Firmaların rekabet gücünün artırımı için finansal yönetimin yanı sıra, kalite standartları, pazarlama stratejileri, girişimcilik ve diğer mesleki bilgilendirmelerle daha etkin hale gelebileceği düşünülmektedir.

Öte yandan, her ne kadar ağırlıklı olarak rekabet güçlerini güçlü düzeyde görmeseler de, firmaların % 52,1'i pazar payını talep açısından yeterli görmektedir. Firmaların, daha yetkin hale getirilmesiyle, pazar paylarını talep açısından daha az yeterli görüp, talep artırımını sağlayıcı girişimlerde bulunacakları düşünülmektedir.

Tanıma ve tanıtma, günceli takip etme anlamında dinamik pazar yeri olarak tanımlanabilecek fuarlar, mevcut pazar payını büyütme veya koruma amacını taşımaktadır. Sektördeki firmalardan sadece 24'ü 2009 yılı içerisinde fuara katıldığını belirtmiştir. Katılınan fuar sayısı ise yurtiçinde 56, yurtdışında 3 olarak gerçekleşmiştir.

Sektördeki firmaların teknolojik altyapısına ve teknolojik kapasitesine bakıldığında, sadece 49 firmada bilgisayar bulunduğu, sadece 12 firmanın web sayfasına sahip olduğu, yazılım konusunda ise daha da az bir kullanım alışkanlığı bulunduğu görülmektedir. Özetle, sektördeki firmaların teknoloji kullanımı konusunda zayıf olduğu görülmektedir.

Bu durumu işi gereği bilgisayar kullanan personel sayısı ile de anlamak mümkündür. Bilgisayar sahibi işletmelerin hemen hemen tamamında sadece 1 kişi bilgisayar kullanmaktadır.

İşletmelerin yönetim yapısı, geleneksel aile şirketi yapısını ortaya koymaktadır. Sektördeki firmaların % 76'sının en üst yöneticisinin aile bireyi olduğu görülmektedir.

Çalışanların öğrenim düzeyi gibi, en üst yöneticilerin öğrenim durumunun da çok yüksek olmadığı görülmektedir. Sektördeki firmaların yöneticilerinin % 97,3'ünün öğrenim düzeyi lise ve altıdır.

Öğrenim düzeyinin çok yüksek olmadığı, daha çok emek yoğun bir sektörde, finansal yönetim gibi uzmanlık gerektiren bir konuda işletmelerin pek çoğunun çok fazla uzmanlaşmaya sahip personel istihdam etme ihtiyacı duymadığı düşünülmektedir. Bunun bir yansıması olarak da finansal başarı durumunu değerlendirmek de oldukça zor olabilmektedir. İşletmelerin finansal başarı durumlarına yönelik yaptığı açıklamalarda, % 22,8'i işletmelerini finansal açıdan başarılı bulduğunu belirtirken, % 22,8'i de işletmelerini finansal açıdan başarılı bulmadığını belirtmiş, % 54,4'ü ise cevapsız kalmıştır. İşletmelerinin finansal başarı durumuna yönelik olarak cevap vermeyenlerin, işletmelerinin finansal durumunu değerlendiremediklerinden, cevapsız kaldıkları düşünülmektedir.

İşletmelerinin finansal durumu konusunda yorum yapamayan işletmelerin, Türkiye'deki KOBİ'lerin genel durumuna çok uyduğu düşünülmektedir. Türkiye'deki KOBİ'lerin en yaygın ortak sorunlarından birisi finansal yönetim konusunda bilgi eksikliğidir. Sektördeki işletmelerle, KOBİ'lerin benzeşen bir başka durumu da, % 94,7'sinin finans bölümünün bulunmamasıdır. Özellikle mikro KOBİ'ler olmak üzere, Türkiye'deki pek çok KOBİ'nin de finans bölümü bulunmamaktadır.

Finans konusundaki eksiklik, sektördeki işletmelerin en önemli 3 sorunu arasında en başta yer alarak, ne kadar hayati bir öneme sahip olduğunun altı bir kez daha çizilmiştir. İkinci en önemli sorun da finansman sorununun bir uzantısı olan kredi temini sorunudur ki, Türkiye'deki KOBİ'lerin finans gibi bir başka ortak sorunu olarak ortaya çıkmaktadır. Sektörün emek yoğun yapısının da etkisiyle, üçüncü en önemli sorun olarak da işgücü maliyetleri ifade edilmiştir.

KOBİ'lerin ekonomik hayata sağladığı katkıların sürdürülebilir olması için başta finansal kırılabilirlikleri olmak üzere sorunlarının ve zayıf yönlerinin giderilmesi için bir dizi tedbir gün geçtikçe daha metodolojik biçimde uygulanmaktadır. Özellikle, finansal krizler sonrası, KOBİ'lerin güçlendirilmesine yönelik en önemli önerilerden birisi iş kümelenmeleri olarak ortaya çıkmaktadır. Mantık olarak, ortak fırsatlar ve tehditler ile karşı karşıya olan KOBİ'lerin sektörel ve

coğrafi yoğunlaşması iş kümelenmesi olarak adlandırılmaktadır. Girdi-çıkıktı zincirinde, hammadde, yarımamul ve mamul dönüşümünde, hizmet sağlayıcılar, tedarikçiler ve diğer tüm bileşenlerin birbiriyle iletişim içerisinde olması öngörülmektedir.

Kümelenme altyapısına uygunlukta da,

- Makine ekipmanın satın alındığı üretici/tedarikçilerin
- Bakım hizmetinin alındığı işletmelerin
- Hammadde/yarımamulun satın alındığı üretici/tedarikçilerin
- Rakip üreticilerin

yer aldığı lokasyonun sorgulanması öncelik taşımaktadır.

Sektördeki işletmeler, bu perspektiften etüd edildiğinde,

- Kullanılan makine, ekipmanın en çok satın alındığı üretici/tedarikçinin % 69,6 payla farklı şehirde,
- En çok bakım hizmeti alınan işletmelerin % 40,7 payla farklı şehirde, % 36,5 payla aynı şehirde
- Kullanılan hammadde/yarımamullerin en çok satın alındığı işletmelerin % 51,7 payla farklı şehirde, % 42,6 payla aynı şehirde
- Rakip üreticilerin en çok % 59,7 payla aynı şehirde, % 35 payla farklı şehirde

yer aldığı görülmektedir.

Yukarıdaki çerçeve dikkate alındığında, makine ekipman alımının yapıldığı işletmelerin ağırlıklı olarak, bakım hizmetlerinin de en çok farklı şehirde, diğer maddelerdeki işletmelerin ise ağırlıklı olarak aynı şehirde yer aldığı görülmektedir. Söz konusu işletmelerin, aynı sanayi bölgesinde toplaşmalarına imkan sağlayacak bir altyapıyı hazırlanması, lojistik ve stok maliyetlerinin yanı sıra ortak girişim imkanı sağlayacak bir iş kümesinin ortaya çıkarılmasına imkan tanıyabilir.

Ayakkabıcılık iş kümesi ayrıca, kalifiye işgücü temini, işgücü maliyetlerinin düşürülmesi, rekabet gücünün artırılması, eğitim, danışmanlık ve pazarlama imkanlarının birlikte kullanılması gibi avantajlar da sağlayabilecektir.

Araştırma bulgularına dayalı olarak yapılan çıkarımların yanı sıra, işletmelerin kendi ihtiyaçlarını belirttikleri ve Antakya Ticaret ve Sanayi Odası'ndan beklentileri kapsamındaki ihtiyaçları öncelik sıralamasıyla

- Mesleki eğitim kursları,
- Pazarlama eğitimi,

- Finansal yönetim kursu,
- Girişimcilik eğitimi,
- Güncel mesleki bilgilendirme toplantıları,
- Dış ticaret eğitimi,
- İş sağlığı ve güvenliği eğitimi,
- Mesleki İngilizce kursu,
- Danışmanlık hizmetleri,
- İletişim kursu

biçiminde gerçekleşmiştir.

Sektördeki işletmelerin, Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı'ndan (DOĞAKA) beklentileri ise öncelik sıralamasıyla

- İhtiyaç analizi,
- Ajans ve faaliyetleri hakkında bilgilendirme,
- Fon kaynakları ve kullanımı eğitimi,
- Proje hazırlama ve yönetimi eğitimi

biçiminde ifade edilmiştir.

Gerek ATSO'ya, gerekse DOĞAKA'ya yönelik beklentiler dikkate alındığında, öncelikli olarak sektörel ihtiyaç analizleri akabinde de gerek modüler, gerekse paket eğitimler ve sertifika programlarıyla eğitim ihtiyaçlarının giderilmesi, uzman desteği ihtiyacı duyulan konularda da ATSO ve DOĞAKA koordinasyonu ile danışmanlık hizmetlerinin sunulması, otomasyona dayalı bilgi teknolojileri kullanımıyla da işgücü ve maliyet etkinliği sağlanmasının sektörel kalkınmada katkı sağlamasının mümkün olduğu düşünülmektedir.

5.2. MOBİLYACILIK SEKTÖRÜ

Mobilyacılık sektöründe yer alan firmaların hukuki yapısı değerlendirildiğinde tamamına yakınının şahıs şirketi olduğu görülmektedir. Geriye kalan şirketler de geniş ortaklık yapısına sahip olmayan şirketlerdir. Firmaların çoğu şirket yapısından fazla esnaf yapısına ve geleneğine sahiptir denilebilir.

Mobilyacılık sektöründeki firmaların hukuki durumunun yanı sıra çalışan sayıları da sektörde, büyük bir çoğunluğunun KOBİ statüsüne sahip, küçük işletmelerin ağırlıklı olduğunu ortaya koymaktadır. Sektörün % 81,8'i 10 veya daha az çalışana sahiptir.

Gerek imalat, gerekse imalat dışı çalışan firmalarda öğrenim düzeyi ağırlıklı olarak ilköğrenim ve altındadır. İmalatçı firmalarda çalışanların % 90,1'i ilköğrenim ve altında, imalat dışı çalışan firmalarda ise çalışanların % 88,9'u ilköğrenim ve altında öğrenim düzeyine sahiptir. İmalat dışı firmaların öğrenim düzeyinin, imalatta çalışan firmalara göre öğrenim düzeyinin görece olarak daha yüksek olduğu görülmektedir.

Sektörde faaliyet gösteren firmaların ciroları incelendiğinde, tamamına yakınının ise cirosunun 2 milyon TL'den az olduğu görülmektedir.

Gerek çalışan sayısı, gerekse ciro rakamları itibariyle sektörde çalışan firmaların tamamının KOBİ niteliğinde olduğu, tamamına yakınının ise mikro işletme statüsünde olduğu görülmektedir. Sektördeki firmaların tamamına yakınının mikro işletme statüsü, aynı zamanda firmaların esnaf niteliğine de vurgu yapmaktadır.

İşletmelerin faaliyet süreleri göz önüne alındığında, 20 yıl veya daha fazla faaliyet süresine sahip firmaların toplam içerisindeki payının % 18,7 olduğu, % 77,2'sinin ise 20 yıldan az bir faaliyet süresine sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, sektördeki firmaların gerek ölçek gerekse nitelik bakımından KOBİ olmasının ve esnaf ağırlığı taşımasının yanı sıra, kurumsallaşma eğilimi taşıdıkları görülmektedir.

Kurumsallaşmanın bir başka göstergesi de kalite standartlarıdır. Araştırmaya katılan firmalardan 339 tanesi % 93,4'lük bir payla kalite standardına sahip olmadığını belirtmiştir. Ayrıca, sektördeki firmaların ihracat yapma düşüncesine sahip olsa bile, CE kalite belgesine sahip olan sadece 1 firma olması, AB'ye ihracat konusunda bir altyapıya sahip olunmadığının da bir işareti sayılabilir.

Ciro içerisinde enerji kullanımının payı etüd edildiğinde de, enerjinin cironun içerisindeki payının %10 veya daha az olduğu firmaların toplam firmalar içerisindeki payı % 49, % 20 veya daha az olduğu firmaların toplam firmalar içerisindeki payı % 66 olarak belirlenmiştir. Enerji kullanım oranları etüd edildiğinde, sektörün daha çok emek yoğun, teknoloji kullanımının düşük bir yapıya sahip olduğu görülmektedir.

Kalite standardı belgesi sahipliği durumunun gösterdiği gibi sektördeki firmaların daha çok iç piyasaya yönelik bir üretim stratejisi izlediği ve sektördeki toplam firmalar içerisinde % 9,3 paya sahip sadece 34 firmanın ihracat yaptığı görülmektedir. Sektördeki firmaların ihracat hedefinin çok fazla bulunmadığının bir başka işareti de kalite standardı belgesi sahipliği durumuyla ima edilmektedir. İhracat yapan firmaların yaptıkları ihracatın ciro içerisindeki payının da önemsiz miktarda olduğu görülmektedir. İhracat yapılan ülkeler de ağırlıklı olarak Ortadoğu ve komşu ülkelerden seçilmektedir. Öte yandan, ihracatta karşılaşılan sorunlar bakımından en başta düşük fiyatlarla rekabet gücünün gelmekte, ardından pazarlama yetersizlikleri sorun olarak ifade edilmektedir.

İhracat yapamamanın en önemli nedeni iç piyasanın yeterliliği olarak vurgulanmaktadır. Ayrıca, sektör çalışanlarının öğrenim düzeylerinin düşüklüğü de, dış piyasalar hakkında bilgi eksikliği ve dış ticarete ihtiyaç duyulan çalışan profilinin eksikliğine vurgu yapılmaktadır.

Sektörün halihazırda ihracat yapmayan % 18,7'lik bir bölümünün ihracat yapmayı planlıyor olması, gerekli bilgilendirme ve bilinçlendirmeyle ihracata yönelebileceğini göstermektedir. İhracata yönelik olarak farkındalık sağlanmasının ardından, ihracat süreci hakkında bilgilendirme, kalite standartları edini mi gibi alt yapı hazırlıkları neticesinde ihracata yönelimin artacağı düşünülmektedir.

Sektördeki firmaların ithalata yönelik çok fazla bir faaliyetleri de olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla, hem üretim, hem de satış sürecinin ülke içinde kaldığı görülmektedir.

Sektördeki firmalardan sadece % 7,4'ü pazardaki rekabet gücünü güçlü olarak belirtmektedir. Öte yandan sektördeki firmaların % 60,4'ü orta düzeyde rekabet gücüne sahip olduğunu belirtmiştir ki, sektördeki firmaların rekabet düzeyinin ağırlıklı olarak ortalama düzeyde rekabete sahip olduğu görülmektedir. Firmaların rekabet gücünün artırımı için finansal yönetimin yanı sıra, kalite standartları, pazarlama stratejileri, girişimcilik ve diğer mesleki bilgilendirmelerle daha etkin hale gelebileceği düşünülmektedir.

Sektördeki işletmelerin rekabet düzeylerini orta düzeyde görmelerinin bir yansıması olarak, işletmelerin % 72,8'i pazar payını talep açısından yeterli görmektedir. Firmaların, daha yetkin hale getirilmesiyle, talep artırımını sağlayıcı girişimlerde bulunacakları düşünülmektedir.

Tanıma ve tanıtma, günceli takip etme anlamında dinamik pazar yeri olarak tanımlanabilecek fuarlar, mevcut Pazar payını büyütme veya koruma amacını taşımaktadır. Sektördeki firmalardan sadece 44'ü 2009 yılı içerisinde fuara katıldığını belirtmiştir. Katılınan fuar sayısı ise yurtiçinde 92, yurtdışında 4 olarak gerçekleşmiştir.

Sektördeki firmaların teknolojik altyapısına ve teknolojik kapasitesine bakıldığında, 143 firmada bilgisayar bulunduğu, 145 firmada internet, 135 firmada e-posta adresi, 12 firmada ise web sayfası bulunduğu görülmektedir. Sektörün bilgi teknolojilerinden temel düzeyde faydalanma noktasında farkındalığa sahip olduğu ama yazılım konusunda oldukça az bir kullanım alışkanlığı bulunduğu görülmektedir. Sektördeki firmaların bilgi teknolojileri kullanımında teşvik edilmesiyle, daha etkin birer işletme olacakları düşünülmektedir.

İş gereği bilgisayar kullanan personel sayısının oranı da çok yüksek olmakla birlikte, yetersiz düzeyde değildir. Sektörde bilgisayar destekli süreçle-

rin katkıları konusunda bilgilendirme ve bilgi teknolojileri konusunda eğitim programlarıyla teknoloji odaklı, maliyet ve zaman etkin üretim yapmak mümkün olabilir.

İşletmelerin yönetim yapısı, geleneksel aile şirketi yapısından farklı olarak öncelikle profesyonel yönetici kullanımından yanadır. Her ne kadar ikinci sırada aile bireylerinin üst yönetici olduğu görülse de, kurumsallaşma ve profesyonelleşme konusunda önemli bir mesafe kat edildiği düşünülmektedir.

Çalışanların öğrenim düzeyi gibi, en üst yöneticilerin öğrenim durumunun da çok yüksek olmadığı görülmektedir. Sektördeki firmaların yöneticilerinin % 91,2'sinin öğrenim düzeyi lise ve altıdır.

Öğrenim düzeyinin çok yüksek olmadığı, finansal yönetim gibi uzmanlık gerektiren bir konuda işletmelerin pek çoğunun çok fazla uzmanlaşmaya sahip personel istihdam etme ihtiyacı duymadığı düşünülmektedir. Bunun bir yansıması olarak da finansal başarı durumunu, başarılı olarak değerlendiren işletmelerin toplam içerisindeki payı % 25, başarısız bulanların oranı ise % 65,1 olarak gerçekleşmiştir. Öte yandan işletmelerin sadece % 9,9'unun bu soruya cevap vermemiş olması, finansal başarı konusunda işletmelerin bilinçli olduğu ve finansal yönetim konusundaki eksikliklerinin farkında olduklarını göstermektedir. İşletmelere finansal yönetim konusunda eğitim, danışmanlık ve yazılım desteği ile katkı sağlanması durumunda finansal başarı durumlarının artacağı kesindir. Bu sayede, maliyet etkin çalışan, daha yüksek karlılığa ve güçlü bir finansal yapıya sahip işletmelerden söz etmek mümkün olacaktır.

İşletmelerinin finansal durumu konusunda yorum yapamayan işletmelerin, Türkiye'deki KOBİ'lerin genel durumuna çok uyduğu düşünülmektedir. Türkiye'deki KOBİ'lerin en yaygın ortak sorunlarından birisi finansal yönetim konusunda bilgi eksikliğidir. Sektördeki işletmelerle, KOBİ'lerin benzeşen bir başka durumu da, % 89,8'inin finans bölümünün bulunmamasıdır. Özellikle mikro KOBİ'ler olmak üzere, Türkiye'deki pek çok KOBİ'nin de finans bölümü bulunmamaktadır.

Finans konusundaki eksiklik, sektördeki işletmelerin en önemli 3 sorunu arasında en başta yer alarak, ne kadar hayati bir öneme sahip olduğunun altı bir kez daha çizilmiştir. İkinci en önemli sorun da gene tüm KOBİ'lerin ortak sorunlarından birisi olan pazarlama güçlüğü ve kalifiye işgücüdür.

KOBİ'lerin ekonomik hayata sağladığı katkıların sürdürülebilir olması için başta finansal kırılganlıkları olmak üzere sorunlarının ve zayıf yönlerinin giderilmesi için bir dizi tedbir gün geçtikçe daha metodolojik biçimde uygulanmaktadır. Özellikle, finansal krizler sonrası, KOBİ'lerin güçlendirilmesine yönelik en önemli önerilerden birisi iş kümelenmeleri olarak ortaya çıkmaktadır. Man-

tık olarak, ortak fırsatlar ve tehditler ile karşı karşıya olan KOBİ'lerin sektörel ve coğrafi yoğunlaşması iş kümelenmesi olarak adlandırılmaktadır. Girdi-çıktı zincirinde, hammadde, yarımamul ve mamul dönüşümünde, hizmet sağlayıcılar, tedarikçiler ve diğer tüm bileşenlerin birbiriyle iletişim içerisinde olması öngörülmektedir.

Kümelenme altyapısına uygunlukta da,

- Makine ekipmanın satın alındığı üretici/tedarikçilerin
- Bakım hizmetinin alındığı işletmelerin
- Hammadde/yarımamulun satın alındığı üretici/tedarikçilerin
- Rakip üreticilerin

yer aldığı lokasyonun sorgulanması öncelik taşımaktadır.

Sektördeki işletmeler, bu perspektiften etüd edildiğinde,

- Kullanılan makine, ekipmanın en çok satın alındığı üretici/tedarikçinin % 33,8 payla farklı şehirde, % 29,1 payla aynı şehirde
- En çok bakım hizmeti alınan işletmelerin % 62,6 payla aynı şehirde
- Kullanılan hammadde/yarımamullerin en çok satın alındığı işletmelerin % 72,8 payla aynı şehirde
- Rakip üreticilerin en çok % 85,2 payla aynı şehirde

yer aldığı görülmektedir.

Yukarıdaki çerçeve dikkate alındığında, makine ekipman alımının yapıldığı işletmelerin en fazla farklı şehirde ve ikinci sırada aynı şehirde, diğer maddelerdeki işletmelerin ise ağırlıklı olarak aynı şehirde yer aldığı görülmektedir. Söz konusu işletmelerin, aynı sanayi bölgesinde toplaşmalarına imkan sağlayacak bir altyapının hazırlanması, lojistik ve stok maliyetlerinin yanı sıra ortak girişim imkanı sağlayacak bir iş kümesinin ortaya çıkarılmasına imkan tanıyabilir.

Mobilyacılık kümesi ayrıca, kalifiye işgücü temini, işgücü maliyetlerinin düşürülmesi, rekabet gücünün artırılması, eğitim, danışmanlık ve pazarlama imkanlarının birlikte kullanılması gibi avantajlar da sağlayabilecektir.

Araştırma bulgularına dayalı olarak yapılan çıkarımların yanı sıra, işletmelerin kendi ihtiyaçlarını belirttikleri ve Antakya Ticaret ve Sanayi Odası'ndan beklentileri kapsamındaki ihtiyaçları öncelik sıralamasıyla

- Güncel mesleki bilgilendirme toplantıları,
- Pazarlama eğitimi,

- Mesleki eğitim kursları,
- Finansal yönetim kursu,
- Girişimcilik eğitimi,
- Dış ticaret eğitimi,
- Danışmanlık hizmetleri,
- Mesleki İngilizce kursu,
- İş sağlığı ve güvenliği eğitimi,
- İletişim kursu

biçiminde gerçekleşmiştir.

Sektördeki işletmelerin, Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı'ndan (DOĞAKA) beklentileri ise öncelik sıralamasıyla

- Fon kaynakları ve kullanımı eğitimi,
- Ajans ve faaliyetleri hakkında bilgilendirme,
- İhtiyaç analizi,
- Proje hazırlama ve yönetimi eğitimi

biçiminde ifade edilmiştir.

Gerek ATSO'ya, gerekse DOĞAKA'ya yönelik beklentiler dikkate alındığında, öncelikli olarak kurum faaliyetleri hakkında bilgilendirme, sektörel ihtiyaç analizleri akabinde de gerek modüler, gerekse paket eğitimler ve sertifika programlarıyla eğitim ihtiyaçlarının giderilmesi, uzman desteği ihtiyacı duyulan konularda da ATSO ve DOĞAKA koordinasyonu ile danışmanlık hizmetlerinin sunulması, otomasyona dayalı bilgi teknolojileri kullanımıyla da işgücü ve maliyet etkinliği sağlanmasının sektörel kalkınmada katkı sağlanmasının mümkün olduğu düşünülmektedir.

6. KAYNAKLAR

- Abor J. (2007). Debt Policy and Performance of SMEs. Evidence from Ghanaian and South African Firms, *The Journal of Risk Finance*, 8, 4, 364-79.
- Akkaya G. C., Yılmaz M. (2001). KOBİ'lerin Finansal Problemlerinin Çözümünde Risk Sermayesi Finansman Modeli, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3, 3.
- Akbulut E. (2000). *KOBİ'lerin Sermaye Piyasasına Katılımı*, IMKB Eğitim ve Yayın Müdürlüğü, İstanbul.
- Akbulut R. (2007). Basel II Standartlarının KOBİ'ler Üzerindeki Muhtemel Etkileri: Şanlıurfa Örneği, I. Uluslararası Sempozyum: KOBİ'ler ve Basel II.
- Akdemir A. (1990). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin AR-GE Olanakları, Eskişehir.
- Akdoğan N., Tenker N. (1998). *Finansal Tablolar ve Mali Analiz Teknikleri*, Gazi Büro Kitabevi, Ankara.
- Akgemci T. (2001). *KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler*, KOSGEB Raporu, Ankara.
- Alkıbay S., Songür N. Ertürk İ. (1999). *Orta Doğu Sanayi ve Ticaret Merkezi (OSTİM)'in Profili ve Sorunları*, KOSGEB, Ankara..
- Alpugan, O. (1988). *Küçük İşletmeler Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- Altman E (1968). Financial Ratios, Discriminant Analysis and The Prediction of Corporate Bankruptcy, *Journal of Finance*, September, 589-609.
- Altman E I., Sabato G. (2007). Modelling Credit Risk for SMEs: Evidence from US Market.
- Altman E. I., Sabato G. (2005). Effects of the New Basel Capital Accord on Bank Capital Requirements for SMEs, *Journal of Financial Services Research*, 28,1/2/3, 15-42.
- Antakya Belediyesi. Antakya Rehberi, <http://www.antakya.bel.tr/index.php?okod=20>.
- Antakya Gönüllüleri. Antakyamız, www.antakyagonulluleri.com.
- Antakya Organize Sanayi Bölge Müdürlüğü. Antakya Organize Sanayi Bölgesi Hakkında, <http://www.antakyaosb.org.tr/index.php?gosterim=cas2&okod=53>.

- Antakya Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO) (2010). Hatay Hakkında, <http://www.antakyatso.org.tr/>
- Aras, R. (1999). Ağaç Kakmacılığının Uygulama Yöntemleri ve Önemi, *Politeknik Dergisi*, 2, 4.
- Arslan Ö. (2003). Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerde Çalışma Sermayesi ve Bazı Finansal Yönetim Uygulamaları, *C.Ü. İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4, 1.
- Atik H., Sezer S. (2001). Avrupa Birliği'ne Entegrasyon Sürecinde Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Sorunları: Kayseri ve Nevşehir Örneği. I. Orta Anadolu Kongresi: "KOBİ'lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları, Nevşehir, s. 107-116.
- Audretsch D., van der Horst, R., Kwaak, T., Thurik, R. (2009). *First section of the annual report on EU small and medium-sized enterprises*. Retrieved December, 2009, from http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/craft/sme_perf_review/doc_08/spr08_anual_reporten.pdf
- Ay M. H., Talaşlı, E. (2007) Türkiye'de KOBİ'lerin İhracattaki Yeri ve Karşılaştıkları Sorunlar, *Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Özel Sayısı.
- Baas T. (2006). Schrooten M., Relationship Banking and SMEs: A Theoretical Analysis, *Small Business Economics*, 27,127-137.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK). (2005). Basel II'nin KOBİ Kredilerine Muhtemel Etkileri, Ağustos, Ankara.
- Basel Committee on Banking Supervision (2001) Working Paper on the Regulatory Treatment of Operational Risk, <http://www.bis.org>, accessed July, 2009.
- Basel Committee on Banking Supervision (2003) The New Basel Capital Accord, Consultative Document, <http://www.bis.org/publ/bcbsca.htm>, accessed July, 2009.
- Başar M. (2007). Finansal Sorunlar Çıkmazında KOBİ'ler ve Basel II Süreci, I. Uluslararası Sempozyum: KOBİ'ler ve Basel II.
- Beaver W. (1966). Financial Ratios as Predictors of Failure, *Journal of Accounting Research*, 71-111.
- Bebzuk, R. N. (2004). What Determines the Access to Credit by SMEs in Argentina?, *Universidad Nacional de la Plata*.

- Beck T., Kunt A. D. (2006). Small and Medium-Size Enterprises: Access to Finance as a Growth Constraint, *Journal of Banking&Finance*, 30, 2931-43.
- Bedük A., Mete O., Usta S. (2005). Avrupa Birliği Sürecinde Türk KOBİ'lerinin Temel Sorunları: Karaman Gıda Sektörü Örneği, Uluslararası Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde KOBİ'ler:Türkiye ve Benzer Ülke Deneyimleri Sempozyumu, Bandırma, s: 520-34.
- Behr P., Güttler A. (2007). Credit Risk Assessment and Relationship Lending: An Empirical Analysis of German Small and Medium-Sized Enterprises, *Journal of Small Business Management*, 45,2,194.
- Bektaş H. (2001). KOBİ'ler İçin Elele Üretim, www.activefinans.com/kobi.htm.
- Bhaird C., Lucey B. (2005). Determinants of the Capital Structure of SMEs: A Seemingly Unrelated Regression Approach, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1018383 & http://www.google.com.tr/search?hl=tr&source=hp&q=Determinants+of+the+Capital+Structure+of+SMEs%3A+A+A+Seemingly+Unrelated+Regression+Approach.&meta=&aq=f&aql=&aql=&oq=&gs_rfai=
- Bhaird C., Lucey B. (2006).Capital Structure and the Financing of SMEs: Empirical Evidence from an Irish Survey, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=905845.
- Bretherton P., Chaston I. (2005). Resource Dependency and SME Strategy: An Empirical Study, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12, 2, 274-89.
- Bulut A. (2010). Sektör Analizi: Mobilya, <http://www.markayoneticisi.com/2009/sector-analizi-mobilya/>
- Canovas G. H., Solano, P. M. (2006). Banking Relationships: Effect on Debt Terms for Spanish Firms. *Journal of Small Business Management*, 44, 3, 315-34.
- Castillo J., Wakefield M. W. (2006). An Exploration of Firm Performance Factors In Family Businesses: Do Families Only Value the ""Bottom Line"?, *Journal of Small Business Strategy*, 17,2,37.
- Ceylan A. (1982). *Küçük İşletmelerin Finansal Yönetimi ve Bursa Yöresinde Bir Uygulama*, Bursa.
- Coşkun M., Erdem S. (2005). Avrupa Birliği Üyeliği Öncesinde, KOBİ'lerin Rekabet Gücünü Etkileyebilecek Finansal Yapı Sorunlarının Tespitine Yönelik Uygulama Çalışması, Uluslararası Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde

- KOBİ'ler:Türkiye ve Benzer Ülke Deneyimleri Sempozyumu, Bandırma, s:395-415.
- Çalıpınar H. (2001). Suggesting Economic and Financial Techniques as a Model for SMEs to Investment Decisions, 1st Congress of Middle Anatolia, Nevşehir.
- Çalıpınar H., Baç U. (2007). KOBİ'lerde İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktörler ve Bir Alan Araştırması, *Ege Akademik Bakış*, 7,2,335-458.
- Çelik A. ve Akgemci T. (1998). *Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler*, Nobel Yayını, Ankara.
- Çetin C. (1996). *Yeniden Yapılanma, Girişimcilik-Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi*, DER Yayınları:202, İstanbul.
- Çınar Ay S. (2008). Türkiye'deki Kobi'lerin Finansman Sorunları, *PARADOKS, Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, (e-dergi), <http://www.paradoks.org>, 4, 1.
- Çolakoğlu M. H. (2002). *KOBİ Rehberi*, TOBB Yayınları, Yayın No Genel :359 - PM : 2, Ankara.
- Danset D. R. (1998). Comparison Between the Financial Structure of SME versus Large Enterprise, Final Report for the DG II European Community.
- Daskalakı N., Psillaki M. (2005). The Determinants of Capital Structure of the SMEs: Evidence from the Greek and the French firms. XXIInd Symposium on Banking and Monetary Economics, Strasbourg.
- Daskalakı N., Psillaki M. (2008). Do Country or Firm Factors Explain Capital Structure? Evidence from SMEs in France and Greece, *Applied Financial Economics*, 18, 87-97.
- Deloitte Türkiye (2008). KOBİ Ölçeğinde Aile Şirketleri Araştırması, http://www.deloitte.com/dtt/cda/doc/content/Turkey-tr_cgs_Kobiolcegindeaillesirketleri_180108.pdf.
- Demir Y., Sütçü A. (2002). Kriz Sonrası Isparta Orman Endüstri KOBİ'lerinin Üretim, Teknoloji ve Finansman Sorunlarının Analizi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 2, 79-96.
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) (2003). KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı, <http://www.kobi.org.tr/dosyalar/SME%20STRATEGY%20AND%20ACTION%20PLAN.pdf>

- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) (2004). Türkiye'deki KOBİ'ler, Sorunlar ve Politikalar, [www.dpt.gov.tr/ DocObjects/Download](http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download)
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) (2006). *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) Ağaç Ürünleri ve Mobilya Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, Ankara.
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) (2006). *Tekstil, Deri ve Giyim Sanayi Özel ihtisas Komisyonu Deri ve Deri Ürünleri Alt Komisyonu Raporu*, Ankara.
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) (2006). Pazarlama Araştırmaları, Ayakkabı TR52 Konya, http://www.dpt.gov.tr/bgyu/abbbp/akkm/Konya_ayakkabi.pdf
- Doğan S., Şengül E. (2005). Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde Türkiye'deki KOBİ'lerin Finansman Sorunlarının Çözümünde Girişimcilik Teşvikleri ve Destek Programları, Uluslararası Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde KOBİ'ler:Türkiye ve Benzer Ülke Deneyimleri Sempozyumu, Bandırma, s: 282-318.
- Eken M. H. (2008). Basel II Kriterleri ve KOBİ'lerin Finansman Olanakları, I. Uluslararası Sempozyum: KOBİ'ler ve Basel II, s:333-342.
- Erol İ., Yılmaz, İ. (2001), "KOBİ'lerde Pazarlama ve Büyüme Süreci ve Manisa Organize Sanayi Bölgesindeki KOBİ'lerin Bu Süreci Nasıl Değerlendirdiklerinin Araştırılması, 6. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı, s. 235.
- Eroğlu, İ., İnce, M., Gül, H. (2000). Küresel Sistemde KOBİ'lerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Stratejik Boyutuyla Yeniden Yapılanma Gereği, <http://www.gau.edu.tr/bildiriler/Bildiri1.pdf>
- European Association of Craft, Small And Medium-Sized Enterprises (UEAPME) (2009). European SME Finance Survey, http://www.ueapme.com/IMG/pdf/090728_SME-finance_survey.pdf.
- Foster G. (1986). *Financial Statement Analysis*, Prentice Hall International Editions: New Jersey,
- Göker A. (2010). KOBİ'ler Ve Teknoloji Sorunları – 1, http://www.kobifinans.com.tr/tr/bilgi_merkezi/0204/1423
- Gutter M., Saleem T. (2005). Financial Vulnerability of Small Business Owners, *Financial Services Review*, 14, 2, 133-47.
- Güner B. (1997). Gümrük Birliği Sürecinde Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Mobilya Sektörü İncelemesi. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Hartarska V., Gonzalez-Vega C. (2006). What Affects New and Established Firms' Expansion? Evidence From Small Firms in Russia, *Small Business Economics*, 27, 195–206.
- Honjo Y., Harada N. (2006). SME Policy, Financial Structure and Firm Growth: Evidence from Japan, *Small Business Economics*, 27, 289–300.
- Hussain J., Millman C., Matlay H. (2006). SME Financing in the UK and in China: A Comparative Perspective, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13, 4, 584-99.
- Hutchinson J., Xavier A. (2006). Comparing the Impact of Credit Constraints on the Growth of SMEs in a Transition Country with an Established Market Economy, *Small Business Economics*, 27, 169-79.
- Ibbotson P., Moran L. (2005). The Role of Banks in the Evolution of Small Entrepreneurial Irish Firms, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12, 4, 556-64.
- İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME) (2010a). Mobilya Sektörü Raporu, <http://www.igeme.org.tr/pg/section-pg-sektor.cfm>
- İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME) (2010b). Ayakkabıcılık Sektörü Raporu, <http://www.igeme.org.tr/pg/section-pg-sektor.cfm>
- İnal M. E., Toksarı, M. (2006). Mobilyacılık Sektöründe Karşılaşılan Pazarlama Sorunları Ve Bu Sorunlara Çözüm Üretmeye Yönelik Bir Araştırma: Kayseri Örneği, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 4, 105–121.
- Jacobson T., Linde J., Roszbach, K. (2005). Credit Risk Versus Capital Requirements under Basel II: Are SME Loans and Retail Credit Really Different?, *Journal of Financial Services Research*, 28,1/2/3, 45-75.
- Johnsen P. C., McMahon R. G. (2005). Cross-Industry Differences in SME Financing Behaviour: An Australian Perspective, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12, 2, 160–70.
- Jones F. (1987). Current Techniques in Bankruptcy Prediction, *Journal of Accounting Literature*, 6, 131-64.
- Jones S., Hensher D.A. (2004). Predicting Firm Financial Distress: A Mixed Logit Model, *The Accounting Review*, 79, 4, 1011-38.
- Karabıçak M., Altuntepe N. (2001). KOBİ'lerin Kredi Yoluyla Finansmanı. I. Orta Anadolu Kongresi: KOBİ'lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları, Nevşehir, s.363-80.

- Karabıyık L. E. (1998). *Gümrük Birliği'nin Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkilerinin KOBİ'ler Açısından Araştırılması*, AB Ofset, Ankara.
- Karacasulu N. (2001): Teknoloji ve Transferi, www.foreigentrade.gov.tr/teknoloji.htm
- Karafakıoğlu, M. (2009). *Pazaralama İlkeleri*, Literatür Kitabevi, Ankara.
- Karadal H. (2001) Küreselleşme Sürecinde KOBİ Yöneticilerinin Profili Üzerine Bir Araştırma, 21. Yüzyılda KOBİ'ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Öneriler Sempozyumu.
- Kendirli S., Çağlar İ. (2008). Çağlar E., Kurumsallaşma Süreci ve Kurumsal Yönetişim; Çorum KOBİ'lerinde Mali Açıldan Kurumsallaşma Seviyesi ve Karşılaşılan Sorunlar, I. Uluslararası Sempozyum: KOBİ'ler ve Basel II, s.363-80.
- Klapper L. F., Allende V. S., Zaidi R. (2006). A Firm Level Analysis of Small and Medium Size Enterprise Financing in Poland.
- Kobitek. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Mevzuatı ve destekleri, <http://www.kobitek.com/makale.php?id=37>
- Koç İ. Ö. (2008). Company Size and Its Relation to the Use of Financing Sources Among SME's in the Turkish Tourism Sector, *Journal of American Academy of Business*, 13, 1,103–8.
- Konya Ticaret Odası (2007). Araştırma Raporu. http://www.kto.org.tr/dosya/rapor/ayakkabi_sektoru.pdf
- Kotler P. (2005). *Kotler on Marketing, How to Create, Win and Dominate Markets*, The Free Press, New York.
- Koyuncuğil A. S., Özgülbaş N. (2006a). Financial Profiling of SMEs: An Application By Data Mining, The European Applied Business Research (EABR) Conference, Florence, Italy, (2006a).
- Koyuncuğil A. S., Özgülbaş N. (2006b). Is There a Specific Measure for Financial Performance of SMEs?, *The Business Review, Cambridge*, 5, 2.
- Koyuncuğil A. S., Özgülbaş N. (2006c). İMKB'de İşlem Gören KOBİ'lerin Finansal Başarısızlığına Etki Eden Faktörlerin Veri Madenciliği İle Belirlenmesi, 3. KOBİ ve Verimlilik Kongresi, İstanbul.
- Koyuncuğil A. S., Özgülbaş N. (2008). Early Warning System for SMEs as a Financial Risk Detector", Hakikur Rahman (Ed), *Data Mining Applications for Empowering Knowledge Societies*, Idea Group Inc., USA. ISBN :978-1-59904-657-0 p. 221-240.

- Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), Resmi web sayfası. [Erişim: Ağustos 2006], <http://www.kosgeb.gov.tr>.
- Küçüközmen C., Dilek O. (2007). Basel II'ye Geçiş Sürecinde KOBİ'lerin Finansman Sorunları: Konya İli Örneği, I. Uluslararası Sempozyum: KOBİ'ler ve Basel II.
- Laitinen E. K., Chong H. G. (1998). Early Warning System for Crisis in SMEs: Preliminary Evidence from Finland and the UK, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 6,1.
- Larsen K., Bjerkeland K. M. (2005). Are Unexpected Loan Losses for Small Enterprises than for Large Enterprises?, *Norges Bank Economic Bulletin*, 76,3, 126-33.
- Maes J., Sels L., Roodhooft F. (2005). Modelling the Link Between Management Practices and Financial Performance. Evidence from Small Construction Companies, *Small Business Economics*, 25, 17-34.
- Mambula C. (2002). Perceptions of SME Growth Constraints in Nigeria, *Journal of Small Business Management*, 40,1, 58-66.
- Mckiernan P. , Morris C. (1994). Strategic Planning and Performance in UK SMEs: Does Formality Matter?, *British Journal of Management*, 5(Special Issue),31-41.
- Mcmahon R. G. P. (2001a). Business Growth and Performance and the Financial Reporting Practices of Australian Manufacturing SMEs, *Journal of Small Business Management*, 39,2, 152-64.
- Mcmahon R. G. R. (2001b). *Growth and Financial Profiles Amongst Manufacturing SMEs from Australia's Business Longitudinal Survey*, Baylor University.
- Mcmahon R. G. P. (2006). Financial Slack Amongst Manufacturing SMEs from Australia's Business Longitudinal Survey: An Exploratory Study, *Small Enterprise Research*, 14, 1.
- Millward H., Lewis A. (2005). Barriers to Successful New Product Development within Small Manufacturing Companies, *Journal of Small Business and Enterprise Development*,12,3.
- Mobilya Sanayicileri Derneği (MOSDER) (2009). Mobilya Sektörü Raporu. <http://www.mosder.org.tr/>

Mobilya Sanayi İşadamları Derneği (MOBSAD) (2008). Mobilya Sektörü Raporu.

[HTTP://WWW.MOBSAD.COM/ASP/INDEX.ASP?BNO=27&DİL=TR&SAYFA=](http://www.mobсад.com/asp/index.asp?bno=27&dil=tr&sayfa=)

[MOBSAD%202008%20MOB%DDLYA%3CBR%3E%20%20SEKT%D6R%20RAPORU](http://www.mobсад.com/asp/index.asp?bno=27&dil=tr&sayfa=)

Mohnen A., Nasev J, (2005). Growth of Small and Medium-Sized Firms in Germany, Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=852785>.

Müftüoğlu T. (1989). *İşletme İktisadı*, Olgaç Matbaası, Ankara.

Müftüoğlu T. (1991). *Türkiye' de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler : Sorunlar ve Öneriler*. Sevinç Yayınevi, Ankara.

Müftüoğlu T. (2002). *Türkiye' de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler. KOBİ'ler*. Turhan Kitabevi, Ankara.

Nguyen T. D. K. (2006). Ramachandran N., Capital Structure in Small and Medium Sized Enterprises: The Case of Vietnam, *ASEAN Economic Bulletin*, 23, 2,192-208.

OECD (2004). Small And Medium-Sized Enterprises In Turkey Issues And Policies Organization For Economic Co-Operation And Development.

OECD (2005). *SME and Entrepreneurship Outlook*, http://www.oecd.org/document/11/0,3343,en_2649_34197_35096847_1_1_1_1,00.html.

OECD (2006). *Policy Brief*, http://www.oecd.org/findDocument/0,2350,en_2649_201185_1_119696_1_1_1,00.html.

OECD. (2009a). *The observatory of European SMEs, 2007 observatory survey*, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-observatory/index_en.htm#h2-2007-observatory-survey

OECD (2009b). *Policy Responses to the Economic Crisis: Investing in Innovation for Long-Term Growth*, <http://www.oecd.org/dataoecd/59/45/42983414.pdf>.

Öçal T., Bulmus I, Oktay E., Törüner E. (1990): *Küçük Sanayi İşletmelerimizin Konumu, Önemi ve AT'a Girerken Karşılaşılabilecek Sorunlar İle Çözüm Yolları*, MPM Yayınları No:426, Ankara

Orta ve Küçük İşletmeler Kurulu (OKİK). (1993), *Orta ve Küçük İşletmeler Kurulu Raporu* ,TOBB Yayınları No:251, Ankara.

- Okay Ş. (2009). İleri İmalat Teknolojileri Kullanan Kobi'lerin Sorunlarına İlişkin Bir Alan Araştırması: Denizli İli Örneği 5. Uluslararası İleri Teknolojiler Sempozyumu (IATS'09), 13-15 Mayıs 2009, Karabük, Türkiye.
- Özder M.R. (2005). AB Ülkeleri ve Türkiye'deki KOBİ'lerin Sorunlarının Rekabet Farklılaşmasına Etkileri ve Türkiye Üzerine Bir Araştırma, Uluslararası Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde KOBİ'ler:Türkiye ve Benzer Ülke Deneyimleri Sempozyumu, Bandırma, s.332-348.
- Özdoğan O. N. (2001). Kayseri'deki Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Factoring'den Yararlanmaları Üzerine Bir Değerlendirme. I. Orta Anadolu Kongresi: KOBİ'lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları, Nevşehir, s:133-150.
- Özer B., Yamak S. (2000). Self-Sustaining Pattern of Finance in Small Businesses:Evidence From Turkey, *Hospitality Management*, 19,261.
- Özgen H. (1997). Doğan S., *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Uluslararası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Yönetim Sorunları ve Çözüm Önerileri*, KOSGEB Yayını, Ankara.
- Özgener Ş. (2003). Büyüme Sürecindeki KOBİ'lerin Yönetim ve Organizasyon Sorunları: Nevşehir Un Sanayii Örneği *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20, Ocak-Haziran, 137-161.
- Özgülbaş N. (2006). Koyuncugil A. S., İMKB'de İşlem Gören KOBİ'lerin Veri Madenciliği Karar Ağaçları Algoritmalarından CHAID ile Profillendirilmesi ve Küreselleşme Sürecinde Güçlü Ve Zayıf Yönlerinin Belirlenmesi, 10. Ulusal Finans Sempozyumu, İzmir.
- Özgülbaş N. (2006). Koyuncugil A.S., Yılmaz F., Identifying the Effect of Firm Size on Financial Performance of SMEs, *The Business Review, Cambridge*, 5, 2.
- Özgülbaş N., Koyuncugil A. S. (2010). Financial Early Warning System For Risk Detection and Prevention from Financial Crisis. Koyuncugil Ali Serhan and Özgülbaş Nermin (Ed), *Surveillance Technologies and Early Warning Systems: Data Mining Applications for Risk Detection*, Idea Group Inc., USA.
- Özgülbaş N., Koyuncugil A. S., Sariaslan H., Ersoy, K. (2010). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler için Finansal Erken Uyarı Sistemi Geliştirilmesi Projesi. TÜBİTAK Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Projelerini Destekleme Programı Yayınlanmamış Araştırma Raporu.

- Özok A. F. (1993). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Rekabet Gücü Açısından Verimli Çalışma, *93 Sanayi Kongresi*, C:1, TMMOB, Yayın No:160, Ankara
- Pantalone C. (1987). Platt M., Predicting Failures of Savings and Loan Associations, *AREUEA Journal*, 15, 46-64.
- Paranque B. (1995). Equity and Rate of Return: Are Small Manufacturing Firms Handicapped by Their Own Success?, International Council For Small Business 40th World Conference.
- Porter M.E. (1998). *On Competition*, Harvard Business School Press, Boston.
- Raja J., Kumar A. S. (2007). SME Entrepreneurship, Firm Performance and Corporate Governance Practices in Indian Service Firms, *Journal of Services Research*, 7,2.
- Requejo S. M. (2002). SME vs. Large Enterprise Leverage: Determinants and Structural Relations, Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=302400> or DOI: 10.2139/ssrn.302400.
- Reynolds P. L., Lancaster G. (2006). A Scheme to Increase Profitability in Enterpreneurial SMEs, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13,3,395.
- Rosenfeld S. A. (1997). Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development, *European Planning Studies*, 5, 1, 1-23.
- Rudolph P., Hamdan B. (1988). An Analysis of Post-Deregulation Savings and Loan Failures, *AREUEA Journal*, 16, 17-33.
- Sanayi Genel Müdürlüğü (SGM, 2010). *Mobilya Sektörü*, Ankara.
- Sarapaivanich N., Kotey B. (2006). The Effect of Financial Information Quality on Ability to Access External Funds and Performance of SMEs In Thailand, *Journal of Enterprising Culture*, 14,3,219-39.
- Sarıaslan H. (1994). *Orta ve Küçük Ölçekli İşletmelerin Finansal Sorunları*, TOBB Yayınları. No. 281-25, Ankara.
- Sarıaslan H. (1996). *Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler*, TOBB Yayınları. No. 35, Ankara.
- Sarno D. (2005). Liquidity Constraint on the Production of Firms in Southern Italy, *Small Business Economics*, 25, 133-46.
- Sayılgan Ş. (2006). Türkiye Ekonomisi KOBİ'lerin Sorunları ve Çözüm Önerileri, *Finans Dünyası*, 194.

- SMEDA (2007). SME Policy Development. <http://www.smeda.org/projects/SME-policy-development.html>
- Sogorb-Mira F. (2001). On Capital Structure in the Small and Medium Enterprises: The Spanish Case, Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=277090> or DOI: 10.2139/ssrn.277090.
- Sogorb-Mira F. (2005). How SME Uniqueness Affects Capital Structure: Evidence From A 1994–1998 Spanish Data Panel, *Small Business Economics*, 25, 447–57.
- Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) (2010). İstatistikler. <http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/Anasayfa/Istatistikler>
- St-Pierre J., Bahri M. (2006). The Use of the Accounting Beta as an Overall Risk Indicator for Unlisted Companies, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13,4, 546-61.
- Şafaklı O. V. (2008). KKTC’de Küçük ve Orta Boy İşletmelerin (KOBİ) Basel II’ye Yönelik Uyumları Üzerine Bir Araştırma, I. Uluslar arası Sempozyum: KOBİ’ler ve Basel II.
- Şahin A., Demir H. (2005). Tekstil ve/veya Konfeksiyon Sektörlerinde Faaliyet Gösteren Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Pazarlama Sorunları ve Elektronik Ticaretten Beklentileri-Mersin Ölçekli Bir Uygulama. *D.E.Ü.İ.İ.B.F.Dergisi*, 201, :1-13.
- Taffler R. J., Tisshaw, H. (1977). Going, going, gone-four factors which factors which predict. *Accountancy*, March, 50-54.
- Tagoe N. , Nyarko, E., Amah E. A. (2005). Financial Challenges Facing Urban SMEs under Financial Sector Liberalization in Ghana, *Journal of Small Business Management*, 43,3,331-43.
- Torlak Ö., Uçkun N. (2005). Eskişehir’deki KOBİ’lerin Pazarlama ve Finansman Sorunları Ara Kesiti *Anadolu University Journal Of Social Sciences*, 5,1.
- Tsuruta D., Xu P. (2005). Capital Structure and Survival of Financial Distressed SMEs in Japan.
- Tsuruta D., Xu P. (2007). Debt Structure and Bankruptcy of Financially Distressed Small Businesses, RIETI Discussion Paper Series 07-E-032.
- Tunçsiper B., Sürekçi D. (2005). The Role of Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) In Turkish Economy: The Case of Balıkesir, Uluslararası Avrupa Birliği’ne Giriş Sürecinde KOBİ’ler:Türkiye ve Benzer Ülke Deneyimleri Sempozyumu, Bandırma, pp:245-263.

- Turan G., M. Gökalp F. (1993). Türkiye' de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Teknoloji Sorunu ve Çözüm Önerileri, *Dünya Gazetesi*.
- Türk Bankalar Birliği (TBB) (2004). *Risk Yönetimi ve Basel II'nin KOBİ'lere Etkileri*, TBB Yayın No:228, Ankara.
- Türker M., Yarbaş E., Okay E. (2005). *The Experience of SMEs in Turkey: A Compulsive Process*.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2003). *2002 Genel Sanayi Ve İşyerleri Sayımı*, Ankara.
- Türkiye Kalkınma Bankası (TKB) (2005). *Ayakkabıcılık Sektörü Araştırma Raporu*.
- <http://www.kalkinma.com.tr/sector-arastirmalari.aspx>
- Trovato G., Alfo M. (2006). Credit Rationing and Financial Structure of Italian Small and Medium-Sized Enterprises, *Journal of Applied Economics*, 9,1,167.
- Uygun, M., Kazan, H. (2002). KOBİ'lerin Üretim Sorunlarının Tespiti ve Rekabet Güçlerinin Artırılmasında Teknoloji Faktörü: Konya Örneği, http://www.emu.edu.tr/smeconf/turkcepdf%5Cbildiri_46.pdf
- Vos E., A (1992). Conceptual Framework for Practical Risk Measurement in Small Businesses, *Journal of Small Business Management*, 30,3,47.
- Voulgaris F., Doumpou M., Zopounidis C. (2000). On the Evaluation of Greek Industrial SMEs' Performance via Multicriteria Analysis of Financial Ratios, *Small Business Economics*, 15,127-36.
- Ward T.J. (1993). Is The Scaling Measure Used for Cash Flows Important in Predicting Financially Distressed Firms?, *Journal of Applied Business Research*, 9,4,134-41.
- Ward T. J. (1994). Cash Flow Information and The Prediction of Financially Distressed Mining, Oil and Gas Firms: A Comparative Study, *Journal of Applied Business Research*, 10,3,78-86.
- Wijewardena H., Zoysa A.D. (2001). The Impact of Financial Planning and Control on Performance of SMEs In Australia, *Journal of Enterprising Culture*, 9,4, 353-65.
- Wolf A., Musaoğlu N. (2002). Avrupa Birliğine Uyum Sürecinde KOBİ'lerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerilerinin Belirlenmesi: Sakarya İlinde Yapılan Araştırma Örneği, http://www.emu.edu.tr/smeconf/turkcepdf%5Cbildiri_44.pdf

- World Bank (WB). (2009). *The Financial Crisis: Implications For Developing Countries*. Retrieved December, 2009, from <http://econ.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTDEC/0,,contentMDK:21974412~isCURL:Y~pagePK:64165401~piPK:64165026~theSitePK:469372,00.html>
- Yeh-Yun-Lin C. (1998). Success Factors of Small and Medium-Sized Enterprises in Taiwan: An Analysis of Cases, *Journal of Small Business Management*, 36,4,43-57.
- Yun C. Y., Chen M. Y. (2007). Does Innovation Lead the Performance? An Empirical Study of SMEs in Taiwan, *Management Research News*, 30, 2, 115-32.
- Yücel T. (2001). The Application of Working Capital and Financial Management in SMEs, 1st Congress of Middle Anatolia, Nevşehir.
- Zmijewski M. E. (1984). Methodological Issues Related to The Estimation of Financial Distress Prediction Models, *Journal of Accounting Research*, (Supplement),59-82.

EK 1. SORU KAĞIDI



ANTAKYA İLÇESİ AYAKKABICILIK VE MOBİLYACILIK SEKTÖREL ARAŞTIRMASI” PROJESİ SORU KAĞIDI

Bu anket, Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı (DOĞAKA) tarafından finanse edilen “Antakya İlçesi Ayakkabılık ve Mobilyacılık Sektörel Araştırması” başlıklı Araştırma Projesi kapsamında Antakya Ticaret ve Sanayi Odası ile Hatay Esnaf ve Sanatkarlar Odası tarafından gerçekleştirilmektedir. Anketsonucunda elde edilecek verilerin de kullanımıyla sektörel analiz raporları ve önerileri de bulunulan bir kitap basılacaktır.

Bu ankette toplanacak verilerin doğruluğu, gerçekleştirilecek **Sektörel Analiz**’lerin başarısını doğrudan etkileyeceği için, sorulara verilecek cevap doğruluğu büyük önem taşımaktadır. Anket kapsamında toplanacak veriler sadece ‘Sektörel Analiz’ amacıyla kullanılacak olup; cevaplar kesinlikle **GİZLİ** tutulacaktır. Çalışmanın başarıyla ulaşması bakımından vereceğimiz cevapları önemini dikkate alarak, vereceğiniz cevapları doğruluğu konusundaki titizliğinize şimdiden teşekkür ederiz.

İşletmenin

Adı:

Adresi:

Cevaplayıcının

Adı soyadı:

Görevi / unvanı:

Telefon numarası:

E-posta adresi:

1. İşletmenizin sektörü

 a. Ayakkabıcılık b. Mobilyacılık

2. İşletmenizin hukuki yapısı nedir?

 a. Şahıs Şirketi b. Adi Şirket c. Komandit Şirket d. Anonim Şirket e. Limited Şirket f. Diğer

3. İşletmenizde kaç kişi çalışmaktadır? ————— Kişi

4. İşletmenizde çalışanların eğitim durumlarına göre sayılarını belirtiniz. (Not: İmalatta çalışanların ve imalat dışında çalışanların sayılarını ayrı ayrı belirtiniz.)

 a. Şahıs Şirketi b. Adi Şirket c. Komandit Şirket d. Anonim Şirket e. Limited Şirket f. Diğer

	Üniversite	Meslek Yüksek Okulu	Meslek / Teknik Lise	Lise	Çıraklık Okulu	İlk Öğretim	Okur Yazar	Okur Yazar Değil	Toplam
İmalatta Çalışanlar									
İmalat Dışı Çalışanlar									

5. 2009 Yılı cironuz yaklaşık olarak aşağıdaki aralıklardan hangisine uymaktadır?

 a. 20 Bin TL’den az b. 20-99 Bin TL arası c. 100-499 Bin TL arası d. 500-999 Bin TL arası e. 1-2 Milyon TL arası f. 2 Milyon TL’den fazla

6. İşletmeniz kaç yıldır faaliyet göstermektedir? —————Yıl

7. İşletmenizde herhangi bir kalite standardı söz konusu mudur? (Birden çok seçenek işaretlenebilir.)

- a. Hayır b. TSE c. İSO d. CE e. Diğer

8. 2009 yılındaki toplam enerji harcamanızın, toplam cironuz içerisindeki payı yaklaşık ne kadardır?

% —————

9. İhracat yapıyor musunuz? a. Evet b. Hayır Lütfen → 13. Soruya geçiniz.

10. 2009 yılı toplam cironuz içerisinde ihracatın payı yaklaşık ne kadardır? % —————

11. En çok İhracat yaptığımız 5 ülkeyi belirtiniz.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

12. İhracatta karşılaştığımız sorunlar nelerdir? (Birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz) Cevpladıktan sonra Soru 15'e geçiniz.)

- a. Düşük fiyatlarla rekabet güçlüğü b. Ürün kalitesinde düşüklük c. Pazarlama yetersizlikleri
 d. Kalite standartlarına uymama e. Mevzuat f. Kur riski g. Diğer

13. Neden ihracat yapamıyorsunuz? (Birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz)

- a. İç piyasa yeterli b. Kalite standartlarına uymama
 c. Dış piyasalar hakkında bilgim yok d. Finansal imkanlar yetersiz
 e. Eleman yetersizliği var f. Pazarlama yetersizlikleri
 g. Ürün kalitesinde düşüklük h. Kur riski
 i. Düşük fiyatlarla rekabet güçlüğü j. Mevzuat
 k. Diğer

14. İhracat yapmayı planlıyorsunuzuz? a. Evet b. Hayır

15. İthalat yapıyor musunuz? a. Evet b. Hayır Lütfen → 17. Soruya geçiniz.

16. 2009 yılı toplam cironuz içerisinde ithalatın payı yaklaşık ne kadardır? % —————

17. Pazardaki rekabet gücünüzü nasıl tanımlayabilirsiniz?

- a. Çok zayıf b. Zayıf c. Orta düzeyde d. Güçlü e. Çok güçlü

18. Pazar payınızı talep açısından yeterli görüyor musunuz? a. Evet b. Hayır

19. 2009 yılında yurtiçi veya yurtdışı herhangi bir fuara katıldınız mı? Katıldıysanız lütfen sayılarını belirtiniz.

a. Katılmadım b. Katıldım

Yurtiçi katıldığım fuar sayısı: _____

Yurtdışı katıldığım fuar sayısı: _____

20. İşletmenizin yazılım, donanım, teçhizat ve bilgi teknolojisi altyapısında sahip olduklarınızı belirtiniz.

a. Bilgisayar → Kaç adet

b. İnternet

c. E-posta adresi

d. Web sayfası

e. Ofis yazılımları (Excel, Word, Powerpoint vs.)

f. Finansal analiz yazılım

g. Muhasebe yazılımları

h. Diğer mesleki yazılımlar

i. Sunucu (Server)

j. Network altyapısı

k. Veritabanı altyapısı

l. Diğer _____

21. İşletmenizde kaç kişi iş gereği bilgisayar kullanmaktadır? _____ Kişi

22. İşletmenin genel müdürü / en üst yöneticisinin durumu aşağıdakilerden hangisine uymaktadır?

a. Aile bireyi b. Şirket Ortağı c. Profesyonel yönetici d. Diğer (Belirtiniz):

23. İşletmenin genel müdürü / en üst yöneticisinin eğitim durumu nedir?

a. Lise ve altı b. Yüksek okul c. Üniversite d. Y. Lisans e. Doktora

24. İşletmenizi finansal açıdan başarılı buluyor musunuz? a. Evet b. Hayır

25. İşletmenizde ayrı bir finans bölümünüz var mı? a. Evet b. Hayır

26. İşletmenizin en önemli 3 sorunu sizce hangileridir?

a. Herhangi bir sorunuzuz yoktur.

b. Finans

c. Kredi temini

d. Hammadde tedariki

e. Pazarlama gücü

f. İşgücü maliyetleri

g. Hammadde maliyeti

h. Enerji maliyetleri

i. Aşırı yatırım (atıl kapasite)

j. Kalifiye (Nitelikli) işgücü

k. Diğer

27. Kullandığınız makina ve ekipmanı en çok satın aldığınız tedarikçiler/ üreticiler nerede yer almaktadır?

a. Aynı Sanayi Bölgesinde b. Aynı şehirde c. Farklı şehirde d. Yurtdışında

28. En çok bakım hizmeti aldığınız işletmeler nerede yer almaktadır?

a. Aynı Sanayi Bölgesinde b. Aynı şehirde c. Farklı şehirde d. Yurtdışında

29. Kullandığınız hammadde/yarım mamullerinizi en çok satın aldığınız Tedarikçi/Üreticiler nerede yer almaktadır?

- a. Aynı Sanayi Bölgesinde b. Aynı şehirde c. Farklı şehirde d. Yurtdışında

30. Rakipleriniz olan üreticiler en çok nerede yer almaktadır?

- a. Aynı Sanayi Bölgesinde b. Aynı şehirde c. Farklı şehirde d. Yurtdışında

**31. Antakya Ticaret ve Sanayi Odası'ndan beklediğiniz hizmetler nelerdir?
(Birden fazla seçenek işaretlenebilir)**

- a. Mesleki eğitim kursları b. Mesleki İngilizce kursu c. İş sağlığı ve güvenliği eğitimi
 d. Finansal yönetim kursu e. Güncel mesleki bilgilendirme toplantıları f. Dış ticaret eğitimi
 g. Girişimcilik eğitimi h. Pazarlama eğitimi i. İletişim kursu j. Danışmanlık hizmetleri

**32. Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı'ndan (DOĞAKA) beklediğiniz hizmetler nelerdir?
(Birden fazla seçenek işaretlenebilir)**

- a. Ajans ve faaliyetleri hakkında bilgin yok b. Ajans ve faaliyetleri hakkında bilgilendirme
 c. Proje hazırlama ve yönetimi eğitimi d. Fon kaynakları ve kullanımı eğitimi
 e. İhtiyaç analizi

**ANKETİMİZ BİTMİŞTİR.
GÖSTERDİĞİNİZ İLGİYE TEŞEKKÜR EDERİZ.**

Anket No: **Anketör Adı Soyadı:**

- Anket cevaplandı Anket yarım kaldı Anket cevaplanamadı

Neden:

Anketör görüşü:

EK 2. YAZARLARIN ÖZGEÇMİŞLERİ

Doç. Dr. Nermin ÖZGÜLBAŞ

Lisans eğitimini Gazi Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nde, Yüksek Lisans eğitimini Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Kurumları Yönetimi Programı'nda ve Doktora eğitimini Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Doktora Programı'nda tamamladı.

Halen Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi ve Ticari Bilimler Fakültesi öğretim üyesi olan Doç. Dr. Nermin Özgülbaş'ın uzmanlık alanı finans olup, verdiği derler arasında; işletme finansı, finansal tablo analizi, maliyet muhasebesi, sağlık işletmelerinde finansal yönetim, sağlık işletmelerinde mali tablo analizi, sağlık işletmelerinde performans analizi, sağlık politikası ve planlaması, sağlık sigortacılığı gibi dersler yer almaktadır. Yazarın araştırma alanları ise, KOBİ'ler, sermaye piyasaları, sivil toplum kuruluşları, sosyal güvenlik ve sağlık işletmelerinde finansal yönetim, finansal risk analizi, maliyet analizi, suistimal tespit sistemleri, erken uyarı sistemleri ve veri madenciliği üzerine yoğunlaşmaktadır.

Doç. Dr. Nermin Özgülbaş, ulusal ve uluslar arası bir çok projede yönetici ve danışman olarak görev almıştır. Yazarın, "Sağlık İşletmelerinde Finansal Yönetim", "Sağlık Kurumlarında Maliyet Analizi", "Sağlık İşletmelerinde Finansal Planlama ve Yapı", "Data Mining Applications for Empowering Knowledge Societies" ve "Surveillance Technologies and Early Warning Systems: Data Mining Applications for Risk Detection" isimli kitapları yanında ulusal ve uluslararası alanda birçok makale ve bildirisi bulunmaktadır.

Dr. Ali Serhan KOYUNCUGİL

Lisans, Yüksek Lisans ve Doktora öğrenimini Ankara Üniversitesi İstatistik Bölümü'nde tamamlamıştır. Sermaye Piyasası Kurulu'nda İstatistikçi olarak görev yapmakta ve Başkent Üniversitesi, Ticari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü'nde yarı zamanlı öğretim görevlisi olarak ders vermektedir. Veri madenciliği, istatistiksel veri analizi, sayısal karar verme teknikleri, yöneylem araştırması, araştırma teknikleri, proje yönetimi, proje hazırlama verdiği başlıca derslerdir.

Veri madenciliği, istatistiksel veri analizi, çok değişkenli karar verme yöntemleri, sayısal karar verme teknikleri, yöneylem araştırması, matematiksel programlama teknikleri, optimizasyon, bulanık (fuzzy) küme, teknik demografi teori ve uygulamalarına dayalı olarak sermaye piyasaları, finans, sağlık, KOBİ'ler, büyük ölçekli istatistiksel çalışmalar (sayımlar), nüfus ve kalkınma, sosyo-ekonomik ve demografik olaylar üzerine erken uyarı sistemleri, gözetim-denetim sistemleri, risk yönetim sistemleri, suistimal tespit sistemleri, bilgi sistemleri, karar destek sistemleri, veritabanları, veri ambarları, istatistiksel veritabanları, sınıflandırma sistemleri tasarlanması ve geliştirilmesi; model, algoritma, gösterge ve analizlerin geliştirilmesi ve uygulanması temel araştırma alanları arasında yer almaktadır. Araştırma alanlarına yönelik olarak pek çok ulusal-uluslararası dergi, kitap ve konferansta, organizatör, danışma kurulu üyesi, danışman, editör ve hakem olarak görev yapmaktadır. Araştırma alanlarına yönelik bir çok araştırması, ulusal ve uluslararası makale ve bildirisi bulunmaktadır. Ayrıca, 'Data Mining Applications for Empowering Knowledge Societies' başlıklı kitabın yazarlarından ve 'Surveillance Technologies and Early Warning Systems: Data Mining Applications for Risk Detection' isimli kitabın da editörlerindedir.

Pekçok ulusal-uluslararası (Avrupa Birliği, Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası vb.) projede görev almasının yanısıra, halen 'International Statistical Literacy Project' Türkiye Ülke Koordinatörüdür. International Statistical Institute (ISI) seçilmiş üyesi ve ISI - International Association of Survey Statistician, ISI - International Association of Statistical Computing, Türk İstatistik Derneği, Türk Bilişim Derneği ile pek çok ulusal-uluslararası bilimsel kuruluşun üyesi ve İstatistikçiler Derneği yönetim kurulu eski başkan yardımcısıdır.

