



KONYA TİCARET ODASI

AB, TÜRKİYE VE KONYA'DA KOBİLERİN YAPISI, SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

**Etüd-Araştırma Servisi
Veyis ERSÖZ**

Şubat-2010

İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ.....	iii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM AB'DE KOBİ'LERİN YAPISI

1.1. Avrupa Birliği'nde KOBİ'ler.....	2
1.2. KOBİ'lerin Dünya'daki yeri ve önemi.....	3

İKİNCİ BÖLÜM ÜLKEMİZDEKİ KOBİ'LERİN YAPISI VE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

2.1. Ülkemizdeki KOBİ'lerin Yapısı.....	6
2.2. KOBİ'lerin karşılaştıkları Sorunlar.....	7
2.3. KOBİ'lerin Karşılaştıkları Finansman Sorunları.....	7

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM KONYA'DAKİ KOBİ'LERİN MEVCUT DURUM

3.1. KOBİ'lerin İlimizdeki Mevcut Durumu	9
3.2. Konya Sanayisinin Yapısı.....	10
3.3. İller Sıralaması Marka Başvurusu.....	11
3.3.1. İller Sıralaması Patent ve Tescil Sayısı.....	11

KOBİLERİMİZ İÇİN TAVSİYELER.....	13
----------------------------------	----

SONUÇ.....	15
KAYNAKÇA.....	16

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. AB’de KOBİ Tanımı,

Tablo 2. Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ’lerin Payları (%),

Tablo 3. Organize Sanayi Bölgelerindeki Firmaların Sektörel Dağılımı (2009),

Tablo 4. Marka Başvuru ve Tescil Sayısı Türkiye Sıralaması (2009),

Tablo 5. Patent Başvuru ve Tescil Sayısı (2009),

Tablo 6. Konya İli Endeks Verileri,

Tablo 7. Konya İlinin Endeks Değeri,

Tablo 8. Konya İlinin Son Beş Yıla Ait Marka Tescil Ortalaması

GİRİŞ

Küçük ve orta boy işletmeler son yıllarda bütün dünyada dikkat çekici bir gelişme göstermişlerdir. Türkiye'nin ekonomik gelişmesinde de özellikle Anadolu'da ortaya çıkan ve birbiri ardına faaliyet göstermeye başlayan KOBİ (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler)'lerin önemli katkısı olmuştur. Bu işletmeler ihracat ve üretimde önemli başarılarla imza atmışlardır.

İstihdam, üretim ve ihracat açısından ülke ekonomisinde vazgeçilmez bir konumda bulunan KOBİ'ler yönetsel ve finansal sorunlarla başa çıkmaya çalışmakta; bu sorunların çözümü de ekonominin geleceği açısından büyük önem arz etmektedir.

Günümüz ekonomisinde önemli bir yere sahip olan KOBİ'lerin gerek Avrupa Birliği gerekse Türkiye'de tüm işletmeler içindeki oranı %99'dur.

(www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD)

KOBİ'ler üretime ve istihdama olan katkıları, değişen Pazar koşullarına hızla uyum sağlayan esnek ve dinamik yapıya sahip olma özellikleriyle tanımlanmaktadır. Bu işletmelerin teşvik edilmeleri ve destek sağlayıcı önlemlerin alınmasına yönelik politikaların izlenmesi gereği AB'ye üye ülkeler tarafından kabul edilmekte ve aday ülkelere de AB'ye uyum sürecinde program dahilinde gerekli değişikliklerin yapılmasında, eksikliklerin tamamlanmasında imkan sağlamaktadır. Bu bağlamda Türkiye-AB ilişkilerinde Aralık-1999 Helsinki Zirvesi ile başlayan AB'ye uyum sürecinde Türkiye her alanda olduğu gibi KOBİ'lerin rekabet güçlerinin geliştirilmesinde önemli bir fırsat yakalamıştır. Bu araştırmada, Türkiye-Avrupa Birliği ilişkilerinde Türk KOBİ'lerin ihtiyaçlarının ve karşılaştıkları sorunlarının belirlenmesinde sosyo-ekonomik faaliyetleri, Konya ilinin mevcut durumu, Konya sanayisinin yapısı, KOBİ'lerin sorunları ve çözüm önerileri tespit edilmeye çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

AB'DE KOBİ'LERİN YAPISI

1.1 Avrupa Birliği'nde KOBİ'ler

Dünyadaki tüm ülkelerin ekonomileri birçok farklı özellik göstermesine rağmen; tüm ülke ekonomilerinde KOBİ'ler toplam işletmelerin büyük bir oranını kapsamakta ve ekonomideki yeri gün geçtikçe artmaktadır. Bugün dünya literatüründe üzerinde fikir birliğine varılmış bir KOBİ tanımı bulunmamaktadır. KOBİ'leri belirleyen ölçütler ülkelerin ekonomik yapılarına bağlı olarak değişmektedir. KOBİ'leri tanımlamada en çok kullanılan kriter, istihdam edilen işçi sayısıdır. İşletmelerin ölçek bakımından sınıflandırılmasında bu kriter yeterli olmasa da karşılaştırma yapılabilmesi açısından en çok kullanılan kriterdir. İstihdam eden işçi sayısına ek olarak sabit sermaye, yatırım tutarı veya yıllık satış tutarı da kullanılmaktadır.

Avrupa Birliği'nde 1970'lere kadar KOBİ'ler çok fazla önemsenmemiştir. Ancak 1973'te yaşanan Petrol şokundan oldukça fazla etkilenen AB, bu dönemde KOBİ'lerin krize rağmen piyasa şartlarına büyük firmalara oranla daha kolay uyum sağladıklarını farketmiş ve bu dönemden itibaren KOBİ'lerin kurulması için teşvikler artırılmış, mevcut olanların ise modernizasyonu teşvik edilmiştir. 1987 yılından itibaren KOBİ'lere yönelik politikalar Avrupa Tek Pazarı'na KOBİ'lerin uyumlaştırılması amacıyla geliştirilmiştir. Bu dönemde ortaya çıkan işsizlik sorununa bir çare olarak KOBİ'lerin geliştirilmesi görülmüştür.

AB'de KOBİ'ler sosyo-ekonomik etkileri nedeniyle büyük önem taşımaktadırlar. KOBİ'ler gerek istihdam yaratmada gerekse ekonomik büyümede oynadıkları rol ile AB'nin gelişmesi ve güçlenmesini sağlayabilmek için AB ve üye ülkeler düzeyinde politikalar geliştirilip uygulanmasına neden olmuştur. KOBİ'lerin geliştirilmesi AB ekonomisinin rekabet olanaklarının, istihdamda büyümenin ve Birlik içindeki ekonomik ve sosyal uyumun artırılması bakımından önemi büyüktür.

AB, KOBİ tanımları konusunda gerek ulusal gerekse Birlik bazında karışıklığa neden olmamak için yeni bir ortak tanım geliştirmiştir. 1 Ocak 2005 yılında KOBİ tanımı güncellenmiştir ve tanım; işçi sayısı, bilanço büyüklüğü ve bağımsızlık derecesinden oluşan ölçütleri kapsamaktadır.

Tablo 1: AB'de KOBİ Tanımı

KOBİ Tanımı	Çalışan Sayısı	Yıllık Ciro	Veya	Bilanço
Mikro Ölçekli İşletme	10'dan az	2 milyon Euro'ya kadar		2 milyon Euro'ya kadar
Küçük Ölçekli İşletme	50'den az	10 milyon Euro'ya kadar		10 milyon Euro'ya kadar
Orta Ölçekli	250'den az	50 milyon Euro'ya		43 milyon Euro'ya

İşletme		kadar		kadar
---------	--	-------	--	-------

Kaynak: The Activities of the European Union for small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) SME Envoy Report,

KOBİ'lerin tanımlamasında kullanılan bir diğer kriter de bağımsızlık düzeyidir. Bağımsızlık düzeyi; Hisselerin veya sermayesinin %25'den fazlası büyük bir grup tarafından sahip olunmayan, işletmenin sermaye sahipleri, kamu yatırım ortaklıkları, risk sermayesi şirketleri veya kurumsal yatırımcılar olması durumunda ve işletme sermayesi, hisselerinin kime ait olduğunun belirlenemeyeceği kadar küçük hisselerle bölünmüş ise ve eğer işletme sermayesinin %25 veya daha fazlasının tek bir işletme tarafından üstlenilmemiş olduğunu veya sermayesinin küçük ve orta büyüklükteki işletme tanımı dışındaki işletmelerden meydana gelmemiş olduğunu yasal olarak belirtilmesi durumunda aşılabilecektir.

AB'de sosyo-ekonomik fonksiyonları ile KOBİ'ler, şüphesiz ekonominin en dinamik sektörlerini ve ekonomik gelişmenin temel taşıını oluşturmaktadır. Avrupa Komisyonunun yayınladığı KOBİ'ler ile ilgili raporda Avrupa'daki KOBİ'lerin durumu şu şekilde özetlenmiştir; KOBİ'lerin desteklenmesi ve kurulmalarının teşvik edilmesi AB'nin sanayi politikaları arasında önemli bir yere sahiptir. AB'ne aday ya da üye ülkelerdeki KOBİ'lerin ihtiyaçları ve karşılaştıkları sorunlar dikkate alınarak rekabet edebilirliklerini güçlendirilmekte, idari, düzenleyici, finansal ve mali ortamları geliştirilmekte, KOBİ'lerin AB mevzuatına uyumlaştırılması ve uluslararası alanda faaliyet göstermeleri desteklenmekte ve teşvik edilmektedir.

1.2 KOBİ'lerin Dünya'daki Yeri ve Önemi

KOBİ'ler, ülkelerin sosyal ve ekonomik yapı özellikleri içinde endüstrileşme, sağlıklı kentleşme, optimum dağıtım ve ticaret uygulamaları için önemli bir özellik taşımaktadır. Bölgelerarası dengesizliğin giderilmesinden, üretim kaynaklarının etkin olarak kullanılmasına kadar ekonominin vazgeçilmez bir unsuru olmuşlardır. Bundan dolayı bütün ülkelerin politika ve stratejilerinin oluşumunda etkin olmaktadır. KOBİ'ler, ülke ekonomisine bir taraftan yatırım, üretim, istihdam, ihracat ve ödedikleri vergiler açısından katkıda bulunurken, diğer taraftan da coğrafi açıdan ülkenin bütün bölgelerine dağılmış olmaları nedeniyle bölgesel kalkınmada son derece önemli rol oynamaktadırlar. Ayrıca iç göçün önlenerek sağlıklı kentleşmenin önüne geçilmesinde, tam rekabetin sağlanmasında, sosyal barışın korunmasında ve kalifiye eleman yetiştirilmesinde önemli katkılar sağlamaktadır.

Dünyada 1945–1970 döneminde büyük ölçekli işletmelere ağırlık verilerek ekonomik büyüme ve kalkınma faaliyetleri yürütülmüştür. Fakat bu süre içerisinde KOBİ'lerin büyük işletmeler karşısında üstün yanlarının olduğu anlaşılmaya başlanmıştır. Birçok ülkede istihdam oluşturmada ve rekabet ortamının sağlanmasında KOBİ'lerin rolü, giderek artmıştır. 1970 ekonomik krizi, KOBİ'ler büyük ölçekli işletmelerden daha fazla kazanmaya başlamıştır. Yani, ölçek ekonomisinin öneminin azalmaya başlamasından sonra KOBİ'ler,

birçok ülkede 1970 bunalımından sonra kaynakların ekonomik kullanılması, istihdam ve gelir dağılımına katkılarının olmasından dolayı makro ekonomik politikaların temelini oluşturmaya başlamıştır. Büyük işletmelerin aksine, üretim rasyonalizasyonunu, talebin yüksek gelir esnekliği ya da düşük fiyat esnekliği gösterdiği ürünlerin üretimine ağırlık veren küçük işletmeler, ekonomik krizden de en az etkilenen birimler olmuştur. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri incelendiğinde KOBİ'lere yönelik göstergeler, bu kesimin önemini gayet açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Her ne kadar KOBİ'ler, ülkelere göre tanımsal ve yapısal farklılıklar gösteriyorsa da, dünyanın neresinde olursa olsun değişmeyen bir gerçek, bu işletmelerin bütün dünya ülkelerinin ekonomilerinde göz ardı edilmeyecek katkılara sahip olmasıdır.

KOBİ'ler büyük işletmelerin yapamadıkları ya da yapmak istemedikleri yeni malzemelerin, fikirlerin, süreçlerin ve hizmetlerin temel kaynağını oluşturmaktadırlar. Çünkü büyük işletmeler ölçek ekonomisinin maliyet avantajından yararlanmak amacıyla makine, araç, gereç ve işgücüne yaptıkları büyük yatırımlar nedeni ile aynı ürünü uzun süre üretmeye bağlı kalmaktadırlar. Fakat KOBİ'lerin büyük ölçekli yatırımlara bağlı kalmak gibi bir sorunları bulunmamaktadır. Çünkü ölçek ekonomileri küçüktür ve büyük işletmelere göre daha esnek bir yapıya sahiptirler.

KOBİ'ler, yalnızca gelişmekte olan ülkelere değil; aynı zamanda gelişmiş ve sanayileşmiş ülkelere de önemini korumaktadır. Yaşadığımız 21. yüzyıl içerisinde gelişmiş ülkelere, şimdiye kadar izlenen küçük işletmelerle ilgili istihdamı artırmayı amaçlayan politikalar ikinci plana atılarak, üretimde, satışta ve yönetimde yeniliklere giden küçük işletmelerin oluşumunu ve rekabetini sağlayan politikalar oluşturulmaya çalışılmaktadır. Gelişmiş ülkelerin küçük işletme politikaları istihdamı artırma odaklı değil, çağın gereği olan canlı, yaşanabilir, dinamik girişimcilerin geliştirilmesi olmaktadır. Bu zorluklara rağmen tüm ülkelere, işletmelerin yaklaşık % 99'unun KOBİ'lerden oluştuğu şeklinde yapılan bir tahmine göre ülkeden ülkeye değişmekle birlikte, istihdamın % 40-80'i ve gayri safi milli hâsılının % 30-70'i KOBİ'ler tarafından oluşturulmaktadır. KOBİ'lerin % 5'i hızlı büyüyen şirketler statüsündedir. Bu verilere göre KOBİ'lerin büyük işletmelere göre açık bir üstünlükleri ortaya çıkmaktadır. KOBİ'lerin küçük fakat önemli bir grubu da, yeni sanayilerin ve teknolojilerin gelişmesinde öncü konumundadırlar. Yenilikçi çalışmalar yapanlar içinde KOBİ'ler yoğun durumdadır. İletişim ve otomasyon maliyetlerinin azalmasıyla KOBİ'lerin teknik imkânları artacak, bu da küresel piyasa içindeki başarılarının büyümesini sağlayacaktır. KOBİ'lerin istihdama katkısı da önemlidir.

Ekonomik kalkınmışlık düzeyi ne olursa olsun, tüm ülkelere KOBİ'ler gerek sayısal, gerek istihdam yaratma gücü açısından ekonomik ve toplumsal düzenin bel kemiğini oluşturmaktadır. Ülkelerin hemen hemen hepsinde toplam işletmelerin neredeyse tamamını KOBİ'ler oluşturmaktadır. Buna göre bütün ülkelere KOBİ'lerin etkin bir işleve sahip olduğu görülmektedir. Sonuç olarak günümüzde, dünya pazarlarının küreselleşmesiyle, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, KOBİ'lerin sosyal ve ekonomik değişimlere uyum gösterme esnekliklerinin ve yeteneklerinin daha fazla farkına varmakta, bunun sonucunda

rekabet güçlerini ve teknolojik düzeylerini artırıcı yönde teşvik tedbirleri uygulamalarına ağırlık vermektedirler.

Tablo: 2. Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ'lerin Payları (%)

	A.B.D.	Almanya	Japonya	Fransa	İngiltere	G.Kore	Türkiye
KOBİ'lerin Tüm İşletmeler İçindeki Yeri	97,2	99,8	99,4	99,9	96,0	97,8	99,5
Toplam İstihdam İçindeki Yeri	50,4	64,0	81,4	49,4	36,0	61,9	61,1
Toplam Yatırım İçindeki Yeri	38,0	44,0	40,0	45,0	29,5	35,7	56,5
Yarat. Katma Değer İçin. Yeri	36,2	49,0	52,0	54,0	25,1	34,5	37,7
Toplam İhracat İçindeki Payı	32,0	31,1	38,0	23,0	22,2	20,2	8,0*
Toplam Krediden Aldıkları Pay	42,7	35,0	50,0	48,0	27,2	46,8	4,0*

Kaynak:<http://www.kosgeb.gov.tr> (2005 en güncel veri)

* bu rakamlar daha yüksek olduğu tahmin edilmektedir.

Ele alınan ülkelerin hepsinde toplam işletmelerin neredeyse tamamını KOBİ'ler oluştururken, Türkiye'de toplam işletmelerin %99,5'ini KOBİ'ler oluşturmaktadır. Ülkemizde KOBİ'lerin istihdamdaki payı %61,1, yatırımlardaki payı %56,5, yaratılan katma değerdeki payı %37,7'dir. Ancak ülkemizdeki KOBİ'lerin toplam ihracat içindeki payı ile toplam kredilerden almış oldukları pay diğer ülkelere göre çok düşüktür.

İKİNCİ BÖLÜM

ÜLKEMİZDEKİ KOBİ'LERİN YAPISI VE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

2.1 Ülkemizdeki KOBİ'lerin Yapısı

KOBİ'ler ekonominin güçlü motorudur. İstihdam yaratırlar; sosyal istikrarı muhafaza ederler ve hem girişimcilik ruhunu, hem de yeniliği desteklerler.

Avrupa Birliğinde, küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) 250 kişinin altında insan çalıştıran, yıllık ciroları 50 milyon Avronun üzerinde olmayan ve yıllık toplam bilançoları 43 milyon Avronun üzerinde olmayan firmalar olarak tanımlanmaktadır.

Firmaların ve istihdamın büyük arayla en yüksek yüzdeliğini temsil eden ve tüm üretimin yaklaşık %65'ini gerçekleştiren küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) Türkiye özel sektörünün belkemiğini oluşturmaktadır.

Yerli iş ortamındaki birçok iyileştirmeye ve bu iyileştirmelerinin ekonomik büyümeye olan katkısına rağmen, elverişsiz esas yapı koşulları Türkiye KOBİ'lerinin iş fırsatlarını kısıtlama eğilimi göstermektedir. Yeni iş kurmaya ilişkin resmi oranlar, özellikle şehir dışı alanlarda ve civarında çok düşükse de, gayri resmi sektörde geniş çapta faaliyetlerin mevcut olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Girişimciliğe ilişkin güvenilir verilerinin eksikliği de bu alanda karşılaştırma yapmayı zorlaştırmaktadır.

Türkiye'deki KOBİ sektörü bir yandan da büyük bir coğrafi dengesizlik özelliği taşımaktadır. KOBİ'lerin ülke çapındaki yayılımı gayet düzensizdir. Çoğunun (%65 merkezi Marmara bölgesinde (İstanbul dahil) ve İzmir'de yer alırken, Doğu bölgeleri tüm KOBİ'lerin %20'sinden azını barındırmaktadır. Ayrıca, küçük işletmelerin çoğunluğu daha az gelişmiş bölgelerde yoğunlaşırken, Marmara bölgesi orta ölçekli işletmelerin çoğunu kendine çekmektedir. Gıda işleme, tekstil ve perakendecilik işkolları bazı sektörlerde, Türkiye KOBİ'lerinin verimliliği benzeri gelir düzeyindeki ülkelerden daha düşük görünmektedir. KOBİ'lerin ihracata ve yatırıma katkısı halen düşüktür.

KOBİ'lerin kredi erişimi 2000'li yılların başlarından bu yana hatırı sayılır oranda artmışsa da, kredi dağılımı halen ülkenin en zengin alanlarına yoğunlaşmış durumdadır. Bazı bireysel bankaların şube ağını genişletmesine rağmen, genel itibariyle krediler halen kısa vadeli, en iyi olasılıkla orta vadeli olmaktadır.

Türkiye'deki finans sektörü KOBİ kredi portföyünü büyütmüş; uluslararası firmalar Türkiye'nin sanayi alanlarına adımlarını atmış, Avrupa pazarında uluslararası standartların yayılmasını teşvik etmiş durumdadır. Türkiye'deki KOBİ'ler, mikro finans hizmetlerinden küme oluşumuna varan yenilikçi stratejilerle ve çözümlerle giderek daha ilgili olmaktadır. Ekonomik kriz sırasında, büyük şirketler ölçek küçültme programları yürütürken, KOBİ'ler istihdam yaratabilen az sayıda firma arasında yer almaktadır.

2.2 KOBİ'lerin Karşılaştıkları Sorunlar

Ülkemizde KOBİ'lerin en çok karşılaştığı sorunların başında, pazarlama, planlama ve finansman sorunları gelmektedir. Bu sorunlarla karşılaşılmasında en önemli etkenin KOBİ'lerin bilimsel olmayan çalışma yöntemleri ve eğitim eksikliği olduğu düşünülmektedir. Böylece, KOBİ'ler bu anlamda büyük işletmelere karşın diğer alanlarda oluşan üstünlüklerinden istenilen biçimde yararlanamamaktadırlar.

KOBİ'lerin sayısal üstünlüklere rağmen oluşturdukları katma değer düşük kaldığı gözlenmiştir. İstihdamın yarısından fazlasını oluşturan KOBİ'lerin, yarattıkları katma değer sadece %35'ler düzeyinde kalmıştır. KOBİ'lerin oluşturdukları istihdama karşın yeterli katma değer oluşturamamalarının temelinde, emek yoğun çalışmaları ve teknolojilerini yenileyememeleri vardır.

AB ile Gümrük Birliğine girilmesinden sonra Türk KOBİ'leri, Avrupalı rakipleriyle boy ölçüşebilmek, ulusal pazardaki fırsatlardan istifade edebilmek için, teknik seviyelerini yükseltmek ve know-how edinmek ihtiyacı ile karşı karşıya kalmışlardır. Her ne kadar son yıllarda hızlı bir ilerleme kaydedilmiş olsa da, bilgi ve iletişim teknolojilerine (ICT) olan yatırım miktarı Türkiye'de hâlâ düşük kalmıştır.

Kaynak yetersizliği, küçük ölçekli olmaları, kendi ihtiyaçlarını anlamakta yaşadıkları iç eksiklikler ve kötü işleyen bir piyasa sebebiyle işletmelerin teknoloji ihtiyaçları otomatik olarak bir talep doğurmamış, teknolojik gelişme için gerekli olabilecek destek politikaları, yine kamusal finansman eksikliği sebebiyle yeterli olamamıştır. Böylece, Türkiye'deki KOBİ'lerin teknolojik gelişimi oldukça yavaş kalmıştır.

Giderek daha fazla sayıda Türk KOBİ'si teknolojik kapasiteleri arttırmak ve tesis ekipmanlarını modernize etmek istese de gerekli finansman ve kredi elde edilmesinde yaşanan güçlüklerden dolayı istediklerini gerçekleştirmeleri zor olacaktır. Şöyle ki; KOBİ'ler sanayi kesiminde faaliyet gösteren işletmelerin %99,5'ine tekabül etmesine rağmen banka kredilerinin ancak %5'inden az bir bölümü KOBİ'lere verilmektedir.

Sonuç olarak, KOBİ'ler finansman yetersizlikleri nedeniyle gelişmiş teknolojilere sahip olamamakta, eski teknoloji ile emek yoğun çalışmak zorunda kalmaktadırlar. Bu da ürettikleri malın kalitesine olumsuz yansımaktadır. Kalitesiz üretim, KOBİ'lerin satış gücünü, dolayısıyla büyük işletmelerle rekabet gücünü engellemektedir. Eski teknolojilerle yapılan üretim ile ihracat yapılması ve uluslararası pazarlarda rekabet olanağı doğmamaktadır.

2.3. KOBİ'lerin Karşılaştıkları Finansman Sorunları

KOBİ'ler işletme faaliyetleri sırasında en çok finansman sorunlarıyla karşılaşmaktadırlar. Ekonomideki esnekliklerine rağmen varlıklarını devam ettirebilmeleri ve büyümeleri için gerekli önemli unsurlardan biri finansmandır. Finansman sorunlarının temelinde KOBİ'lerin öz sermaye yapılarının zayıflığı yatmaktadır.

Öte yandan, KOBİ'lerin finansal sorunlarını ülkenin genel ekonomik yapısından ayrı düşünmek elbette ki olanaksızdır. Yaşanan krizler KOBİ'leri de önemli ölçüde etkilemekte ve varlığını devam edemez hale getirmektedir.

Buna rağmen, bağımsız derecelendirme kuruluşları ile bankalar tarafından derecelendirmeye tabi tutulacak olan KOBİ'lerin değerlendirilecek olan özelliklerinin en başında sahip oldukları işletme sermayesi gelmektedir. Nitekim güçlü sermaye yapısına sahip KOBİ'lere verilen kredi maliyetlerinin diğer KOBİ'lere verilen kredilerle karşılaştırıldığında daha düşük olduğu görülmektedir. Faaliyetlerini öncelikli olarak öz kaynaklarıyla finanse etmekte olan KOBİ'ler, diğer finansman araçlarını göreceli olarak daha az tercih etmekte, yetmediği noktadan itibaren de ticari bankaları kullanmaktadır.

KOBİ'lerin gereksinim duydukları kısa vadeli kaynak için ise finans kuruluşları kendi kaynaklarını kullandırma konusunda fazla istekli davranmamaktadır. Bankaların zaman zaman KOBİ'lere yönelik kısa süreli işletme kredisi çalışmaları olmaktadır. Ancak, bu kredilerde de KOBİ'ler vade, limit, faiz oranı sorunu yaşamaktadır. En önemli sıkıntı da bu krediyi alabilmek için kendilerinden istenen teminatlarda olmaktadır. Finans kuruluşları riskli gördükleri işletmeler ile kredi ilişkisine girmek için yüksek teminatlar istemektedir. Bu da işletmeleri kısır döngüye sokmaktadır. **Eğer bir işletme kazandıklarını sermayesine ekleyip, taşınmaz edinmemişse kredi alma şansı azalmakta, belki de hiç kalmamaktadır.** Ayrıca yaşanan krizlerde finans kuruluşlarının yaptıkları ilk iş, kredi kullanımını durdurmak ve mevcut kredilerin geri çağırılması olmaktadır. İşte bütün bunlarda KOBİ'lerin finansman sıkıntılarını artırmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KONYA'DAKİ KOBİ'LERİN MEVCUT DURUMU

3.1. KOBİ'lerin İlimizdeki Mevcut Durumu

Dünyada küreselleşme eğilimlerinin artması piyasalardaki rekabetin artmasına neden olmuştur. Devletin ekonomideki rolünün azalması, yabancı sermayenin, mal ve hizmetlerin serbestçe dolaşımı pazarlarda yer almak isteyen firmaları daha ucuz, daha kaliteli mallar üretmeye zorlamaktadır. Artan rekabet ortamı ile birlikte kalite ve verimliliğe verilen önem teknoloji yatırımlarını artırmış bu durum da firmaların yeni finansal olanaklar yaratmasını zorunlu hale getirmiştir. Her türlü rekabet şartlarına karşılık firmalar kendi avantajlarını ön plana çıkararak pazarda yer edinebilmek için alternatifler oluşturabileceklerdir.

Türkiye son kriz döneminde yaşanan olumsuzluklara rağmen ucuz hammadde, işgücü ve büyük bir pazar olma avantajına hala korumaktadır. Rekabet avantajını korumak ve artırmak için yapılması gereken en önemli şey teknolojiye yatırım yaparak kalite ve verimliliği arttırmaya yönelik çaba göstermek, kendi ürününü ve markasını oluşturmak ve bunları gerçekleştirecek kalifiye işgücünün yetiştirilmesini sağlamaktır.

Konya, Anadolu Selçuklu devletinin başkenti, tarihi İpek Yolu'nun en önemli ticaret ve konaklama merkezi konumundadır. Türkiye'nin en büyük organize sanayi bölgelerinden birine sahip Konya, aynı zamanda bir KOBİ merkezidir.

Bugün Konya, Organize Sanayi Bölgeleri ve Özel Organize Sanayi Siteleri ile Türkiye'de en fazla KOBİ'yi bünyesinde barındıran iller arasında yer almaktadır.

Günümüzde Türkiye genelinde faaliyet gösteren 200.000 KOBİ'nin yaklaşık 35.000'i Konya'da bulunmaktadır.

Konya merkezde kurulu olan 60'ın üzerindeki küçük sanayi sitesinde ve ilçelerdeki küçük sanayi sitelerinde çalışanlar da eklendiğinde bu sayı yaklaşık olarak 140.000'i bulmaktadır.

Konya'daki KOBİ'ler kendi imkanları dahilinde üretimlerini gerçekleştirmiş ve ürettikleri ürünleri dış pazarlara ihracat edebilir konuma gelmiştir.

Konya, günümüzde Konya dışı gümrüklerle beraber 1.5 milyar dolarlık ihracat rakamını yakalamıştır.

Çok geniş bir sektörel alanda faaliyet gösteren Konya sanayisinin sektörlerdeki çok yönlülüğü, sanayinin dinamizminin en büyük göstergesini oluşturmaktadır. Konya'daki gelişmiş sektörlerin başında, tarım makineleri sanayi ve otomotiv yan sanayi gelmektedir. Özellikle son on yılda, dünya pazarlarındaki payı giderek artan otomotiv yedek parça sanayinde gerek kalite ve gerekse üretim kapasitesi olarak iddialı bir konuma gelinmiştir.

Konya şimdiden geleceğin en önemli ekonomi merkezlerinden birisi olma yoluna girmiştir. Konyalı firmalar yeniliklere açık ve girişimci bir yapıya sahiptir.

Konya'nın KOBİ'ler açısından avantajlarını şu şekilde sıralayabiliriz;

- Düzenli bir şehirleşme ve sanayi altyapısına sahiptir.

- Konya ülkemizi birbirine bağlayan ana ulaşım artelleri üzerinde yer almaktadır ve transit ticaret merkezidir.
- Düz arazi varlığı, büyük fabrikalar ve farklı sektörlerden yatırımlar açısından birçok avantaj sağlamaktadır.
- Konya ili, deprem riski en az iller arasında yer almaktadır.
- KOBİ'lerin Konya sanayisinin ağırlığını oluşturması piyasaya esneklik ve hareket kabiliyeti kazandırılması açısından ciddi bir avantajdır.

3.2. Konya Sanayisinin Yapısı

Konya sanayisi, yapısı itibariyle diğer ülke illeri sanayilerinden farklı olarak aynı anda bir çok alanda faaliyet gösteren sektörleri içerisinde barındırmaktadır. Konya'daki gelişmiş sektörlerin başında, otomotiv yan sanayi ve makine sanayi gelmektedir. Ziraat alet makineleri imalat sanayi, döküm sanayi, plastik boya ve kimya sanayi, inşaat malzemeleri sanayi, kağıt ve ambalaj sanayi, gıda ve ayakkabıcılık sektörü ilimizin diğer gelişmiş sektörleridir.

2008 yılı verilerine göre I.OSB'de 129, Konya organize Sanayi Bölgesi'nde ise 313 ve BÜSAN sanayinde 458 adet olmak üzere Organize Sanayi Bölgelerimizde toplam 900 firma faaliyet göstermektedir.

Tablo 3. Organize Sanayi Bölgelerindeki Firmaların Sektörel Dağılımı(2009)

Sıra	Sektör	1.OSB	KOS	BÜSAN	TOPLAM
1	Otomotiv Yan Sanayi	22	57	66	145
2	Oto Dış Aksamı, Damper, Karasör Sanayi	-	8	-	8
3	Ziraat Alet Makineleri İmalat Sanayi	-	23	-	23
4	Makine ve Yedek Parça İmalat Sanayi	29	27	25	81
5	Döküm Sanayi	8	30	-	38
6	Kağıt ve Ambalaj Sanayi	-	15	7	26
7	Sondaj Boru ve Sulama Sistemleri	12	3	-	15
8	Plastik, Boya ve Kimya Sanayi	8	31	28	67
9	İnşaat Malzemeleri Sanayi	9	21	44	74
10	Deri ve Tekstil Ürünleri İmalat Sanayi	5	7	7	19
11	Değirmen Makineleri İmalat Sanayi	2	8	-	10
12	Demir Dışı Metaller (Alüminyum Sanayi)	3	15	29	47
13	Gıda Sanayi	2	13	38	53
14	Ağaç, Mobilya ve Orman Ürünleri	7	15	17	39
15	Diğer	42	36	197	275
	Toplam	129	313	458	900

Kaynak: 1-2-3 OSB Müdürlükleri

Organize Sanayi Bölgesi'nde yaklaşık olarak 3.500 kişi, 2. ve 3. Organize sanayi Bölgesi'nde ise yaklaşık 15 bin kişi istihdam edilmektedir. Konya merkezde kurulu olan 60'ın üzerindeki küçük sanayi sitesinde ve ilçelerdeki küçük sanayi sitelerinde çalışan sayısı yaklaşık olarak 40.000'dir.

Ticaret Odası'na, Sanayi Odası'na, Ticaret Borsası'na ve Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği'ne toplam 162.320 faal üyenin kayıtlı bulunduğu ilimizde, 21.000 üye Ticaret Odası'na, 1.480 üye Sanayi Odası'na, 1.077 üye Ticaret Borsası'na ve 138.763 üye de Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği'ne kayıtlıdır.

3.3. İller Sıralaması Marka Başvurusu

Konya İli 2009 yılında toplam marka başvuru sayısında 1.554 marka başvurusu ile 7. sırada yer alırken, 1.170 kabul edilen marka sayısı ile 6. sırada yerini almıştır.

Konya en fazla marka başvurusunu 2006 yılında yapmıştır. Bu yılda toplam marka başvuru sayısı 1.900'e ulaşarak rekor düzeye ulaşmıştır. 2007 yılında 1.146'ya düşse de 2008 yılında tekrar 1.621'e çıkarak yükselişe geçmiştir. Buna karşın onaylanan marka sayısında ise en fazla 2007 yılında olmuş ve 1.309 adet marka başvurusu kabul edilmiştir.

Tablo 4. Marka Başvuru ve Tescil Sayısı Türkiye Sıralaması (2009)

Sıra	İller	Marka Başvuru Sayısı	Sıra	İller	Marka Tescil Sayısı
1	İstanbul	30.832	1	İstanbul	21.770
2	Ankara	4.472	2	Ankara	3.339
3	İzmir	3.508	3	İzmir	2.302
4	Bursa	2.159	4	Bursa	1.506
5	Gaziantep	1.780	5	Antalya	1.235
6	Antalya	1.670	6	Konya	1.170
7	Konya	1.554	7	Gaziantep	1.080
8	Kocaeli	1.061	8	Kocaeli	853
9	Adana	963	9	Adana	690
10	Mersin	838	10	Kayseri	668
	Ara Toplam	48.837		Ara Toplam	34.613
	Genel Toplam	59.838		Genel Toplam	41.414

Kaynak: TPE

3.3.1. İller Sıralaması Patent ve Tescil Sayısı

Konya ili 2009 yılında toplam 97 patent başvurusu yaparken bunların ancak 4'ü kabul edilmiştir. Sıralamada ise başvuru sayısında 6. sırada yer alırken, tescil olan patent sıralamasında ise 13. sırada yerini almıştır.

Yıllık bazda bakıldığı zaman ise, Konya en fazla patent başvurusunu 2008 yılında yapmıştır. Bu yılda toplam marka başvuru sayısı 69'a ulaşarak rekor düzeye ulaşmıştır. 2007 yılından itibaren patent başvurularında önemli oranda artış olmuştur. 2006 yılında toplam patent başvuru sayısı 11 iken 2007 yılında 39'a yükselmiştir.

Tablo 5. Patent Başvuru ve Tescil Sayısı (2009)

Sıra	İller	Patent Başvuru Sayısı	Sıra	İller	Patent Tescil Sayısı
1	İstanbul	1119	1	İstanbul	251
2	Ankara	318	2	Ankara	52
3	İzmir	179	3	Bursa	23
4	Bursa	170	4	İzmir	21
5	Kocaeli	99	5	Manisa	21
6	Konya	97	6	Tekirdağ	12
7	Manisa	81	7	Adana	10
8	Tekirdağ	72	8	Kocaeli	10
9	Antalya	36	9	Antalya	7
10	Kayseri	35	10	Denizli	5
	Ara Toplam	2206		Ara Toplam	412
	Genel Toplam	2588		Genel Toplam	456

Kaynak: TPE

KOBİLERİMİZ İÇİN TAVSİYELER

1) Her şeyden önce KOBİ'ler tarafından çağdaş pazarlama anlayışı benimsenmelidir. İşletmelerinin tüm faaliyetlerinin ana merkezinin tüketicilerin ihtiyaç ve gereksinimlerinin olduğu anlaşılmalı, Toplam Kalite Yönetimi anlayışı pazarlama faaliyetlerinin destekleyicisi kılınmalıdır. Tüm bunların ön koşulunun bilgi olduğu gerçeğinden hareketle, KOBİ'lerin kendilerinin de fiilen iştirak edecekleri kurumsal düzenlemelere (Pazarlama Araştırması, Teknoloji-Bilgi merkezleri vs.) ihtiyaçları vardır. Bu konuda devlet teşvik ve yardımlarından mümkün olan en yüksek seviyede faydalanılmalıdır.

2) Ulusal Basın-Yayın araçlarından istifade etme olanaklarından yoksun olan KOBİ'lerin yerel-Yayın araçlarından optimum düzeyde istifade etmeleri gerekmektedir.

3) Kişisel satışın KOBİ'ler için en önemli tutundurma aracı ve yöntemi olması gerçeğinden hareketle, nitelikli pazarlama elemanlarını bünyelerine kazandırılmaya çalışmalıdır.

4) KOBİ'ler içinde buldukları mevcut durum doğrultusunda her türlü pazarlama olanaklarını araştırarak, kendi bünyelerine uygun modern dağıtım teknik ve kanalları tespit ederek uygulamalıdır.

5) KOBİ'ler etkin bir pazarlama sistemi uygulayabilmek için doğru bir fiyatlandırma politikası izlenmelidir. Genellikle maliyet üzerine belirli bir kar marjı bırakarak fiyatlandırmaya giden KOBİ'lerin, fiyatlandırma politikalarını tespit ederken, her şeyden önce talebi bilmeleri, rakiplerini iyi analiz etmeleri, stratejik planlamaya gitmeleri ve tüm bu bilgilenme ve değerlendirme sürecinden sonra fiyatlandırmaya gitmeleri gerekir

6) İnternet KOBİ'ler için sadece bir pazarlama aracı olarak düşünülmemeli, bilgisayar ve enformasyon teknolojisindeki gelişmelere paralel olarak, ürün geliştirmeden, ürün tasarımına, tüketici hizmetlerinden, stok kontrolüne kadar bir çok faaliyet sahasında hizmete sokulmalıdır.

7) İhracatta özellikle dış pazarları tanıma ve mevzuata ilişkin sorunları olan KOBİ'lere yönelik olarak üretim, pazarlama, mevzuat, teknoloji vb. konularda veri tabanı oluşturularak hem ulusal hem de uluslararası iletişim ağları oluşturulmalıdır. Bu noktadan hareketle, güncel gelişmeler (mevzuata ilişkin gelişmeler, AB uyum yasaları, yeni pazarlar vs.) network'lerle KOBİ'lere ulaştırılmaya çalışılmalıdır.

8) Yatırımda modernizasyon, üretimde verimlilik ile ileri teknolojik sistemlerin kullanımı, ürünlerde uluslararası norm ve standartlara uygunluk bakımından gerekli ISO 9000 ve CE işareti gibi işletme içi yapısal düzenlemelere gitmeleri önemlidir.

9) KOBİ'ler yurt dışı fuar ve sergileri takip etmeli ayrıca katılmaları konusunda bilgilendirilmeleri, yönlendirilmeleri ve teşvikleri noktasında gerekli düzenleme ve desteklerin yapılması gerekmektedir.

10) Gerek ulusal pazarlarda ve gerekse uluslararası pazarlarda KOBİ'ler açısından markalı ürün, daha fazla katma değer ve daha yüksek gelir anlamı taşıdığı için KOBİ'lerin desteklenmesinde onların markalı ürün üretebilmelerinin teşvik edilmesi önemli bir unsurdur.

11) KOBİ'ler Ar-Ge ve İnovasyona daha fazla önem vermelidir.

SONUÇ

Bir ekonominin sağlıklı bir yapıya kavuşması için, barındırdığı tüm unsurlarla birlikte değerlendirilmeye tabi tutulması ve toplu çözüm yollarının bulunması gerekmektedir. Böyle bir tarz, başarıyı kolaylaştırıcı bir özelliğe sahip olacaktır. Dolayısıyla, KOBİ'lerin finansal sorunları dile getirilirken, dış kaynaklı sorunlara ilaveten iç kaynaklı sorunlar da dikkate alınmalıdır. Her işletme bu tarzda hareket ederek, kendi yapısından kaynaklanan sorunları tespit etmeli ve uygun tedbirler almaya çalışmalıdır. İç finansal sorunlarını minimize etmiş KOBİ'lerin, dış yapıdan kaynaklanan sorunlardan da en az seviyede zarar göreceği belirtilebilir. Zaten sorunlu bir işletmenin, piyasa düzenli şekilde işlese dahi, faaliyetlerine sağlıklı bir şekilde devam etmesi mümkün değildir. Dolayısıyla önce iç sorunlar giderilmelidir. Tabii bu arada otoritelerin, dış sorunları gidermesi ve söz konusu işletmelere uygun bir faaliyet ortamı/ortamları oluşturmaya çalışması gerektiğini ifade etmeye de gerek yoktur.

Dünya da hemen hemen tüm ülkeler Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler farklı şekillerde teşvik edilmektedirler. Türkiye'de KOBİ'lere yönelik teşvikler düzensiz ve yetersizdir. Bu işletmelerin uzun dönemli finansal ve yönetsel gereksinimlerinin belli merkezce yönetilen teşviklerle desteklenmesi gerekmektedir.

KOBİ'lerin desteklenmesi için bazı konularda düzenlemelere ihtiyaç vardır.

- a) Banka ve diğer kuruluşların KOBİ'lere daha geniş hizmet sunmasını desteklemek,
- b) Kendi aralarında yeni ilişkiler geliştirmeleri (Ortaklık, stratejik yakınlaşmalar, vb.) teşvik,
- c) KOBİ'lere özgü menkul kıymet pazarları geliştirmek,
- d) Yatırımları ve yönetim kalitesinin gelişmesini desteklemek, (modern teknoloji, kalifiye eleman)

Üretim geri planlara atılarak, sadece rant gelirleriyle ekonomik güç olmak mümkün değildir. Bu nedenle istihdamda büyük yer tutan KOBİ'lerin gelecekte katma değerlerinin daha yüksek olmasının sağlanması için desteklenmeleri zorunludur.

KOBİ'lerin AB giriş sürecinde, AB ve Devlet tarafından sağlanan uzun dönemli kaynak temin etmesi mümkündür. Bu kaynaklar yatırımı ve ihracatı teşvik etmeye yönelik bir takım formalitelerin yerine getirilmesi ile sağlanabilmektedir.

KOBİ'lerin finansal sorunlarını ülkenin genel ekonomik yapısından ayrı düşünmek olanaksızdır. Enflasyonun yüksek olduğu sık sık krizlerin yaşandığı bir ülkede KOBİ'ler için düşük faizli kredi veya diğer kaynakları yaratmak olanaksızdır. Genel ekonomik yapının düzelmesiyle birlikte bazı önlemlerle KOBİ'lerin desteklenmesi mümkün olabilecektir.

Çünkü, ihracat genel olarak bir ülkenin ekonomik büyümesi ve gelişmesi için önemli bir faktördür. Özellikle Türkiye'de yaşanan ekonomik krizden çıkışta yaratacağı fayda tartışmasızdır. KOBİ'lerin rekabet ortamına ayak uydurması ve ihracata yönelmesi avantajdır.

KAYNAKÇA

- TC. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Küçük İşletmeler için Avrupa Şartı, <http://www.sanayi.gov.tr/webedit/gozlem.aspx?sayfa No:1140>
- KOBİ Mevzuat ve Yükümlülükler Rehberi.
- TÜSİAD RAPORU, Avrupa Birliği'ne Tam Üyeliğe Doğru, www.deltur.cec.eu.int,
- <http://www.oecd.org/dataoecd/60/58/38369169.pdf>
- <http://www.dtm.gov.tr^dtmadmin/upload/EAD/TanitimKoordinasyonDb/doc>
- www.kosgeb.gov.tr
- Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (www.kosgeb.gov.tr)
- OECD (2005). Small and Medium Sized Enterprises in Turkey Issues and Policies
- Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı. KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı. www.deloitte.com.tr