

İÇERİK:

1. GİRİŞ
2. KOBİ'LERİN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ
 - 2.1 Girişimcilik Çerçevesinde KOBİLER
 - 2.2 KOBİ'lere Verilen Hibeler Ve Ar-Ge Fonları
3. KOBİ'LERİN EKONOMİDEKİ YERİ
 - 3.1 Dünya' da Ve Türkiye' de KOBİ'ler
4. KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE KOBİ'LERİN YETERİNCE BÜYÜYEMEME PROBLEMİ VE İHRACATA YANSIMALARI
5. KOBİLER İÇİN YENİ BİR BAŞARI HİKÂYESİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ
6. SONUÇ

1. GİRİŞ

Ekonominin bel kemiğini oluşturan KOBİ'ler, son yıllarda artan küresel rekabet ortamında hızla gelişerek piyasaların en önemli unsuru haline gelmiştir. Böylece ekonomik büyüme ve kalkınma konusunda ciddi roller üstlenmişlerdir. KOBİ'ler; girişimcilik, inovasyon ve istihdam demektir. Sürekli gelişen ve değişen piyasalarda değişime liderlik etme görevi yine KOBİ'lere düşmüştür. Ancak artan canlı iç talep, yeterli sayıda yeni ihracatçı firmaların çıkmaması, Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin yetersiz kalması gibi nedenler orta büyüklükteki firmaların büyümemesine neden olmuştur. Birçok ülkede istihdamın %50' sini oluşturan KOBİ'lerin, daha fazla ihracat yapması, inovasyon ve Ar-Ge odaklı büyümesi şarttır. Sanayi Toplumu'nun ardından küreselleşme ile birlikte yeni bir toplumsal yapıya doğru geçiş başlamış, Bilgi Toplumu olarak ifade edilen yeni toplumsal yapıda başta gelişmiş ülkelerde, ardından da gelişmekte olan ülkelerde KOBİ'ler daha önemli ekonomik aktörler haline gelmiştir.

Bu rapor; KOBİ'lerin ekonomiye olan katkılarını, orta büyüklükteki işletmelerin daha fazla büyüyerek ihracatını arttırma yollarını ve Türkiye'nin ihtiyacı olan yeni bir başarı hikâyesini analiz eder.

2. KOBİ'LERİN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ

KOBİ'ler, daha çok emeğe dayalı çalışan, hızlı karar verme yeteneğine sahip, bağımsız bir yönetim birimine sahip lokal teşebbüslerdir. KOBİ'LER küçük, orta ve mikro ölçekli olmak üzere 3'e ayrılmaktadır. Sahip oldukları esnek yapı ve kullandıkları yüksek teknoloji sayesinde, geçmiş döneme nazaran ürün çeşitliliğinin, daha yüksek kalitede ve daha ucuza üretimin gerçekleştirilmesinin temel aktörüdür.

Mikro ölçekli işletme: Bünyesinde yıllık 10 kişiden az çalışan barındıran ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 1 milyon TL'yi aşmayan işletmeleri kapsar.

Küçük ölçekli işletme: Bünyesinde yıllık 50 kişiden az çalışan barındıran ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 5 milyon TL'yi aşmayan işletmeleri kapsar.

Orta ölçekli işletme: Bünyesinde yıllık 250 kişiden az çalışan barındıran ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 25 milyon TL'yi aşmayan işletmeleri kapsar.

KOBİ'ler özellikle son yıllarda gelişmiş ve az gelişmiş ülkelerde hızla çoğalarak, sağlıklı bir ekonominin en dinamik unsurları haline gelmiştir. KOBİ'lere ihtiyaç duyulmasındaki temel faktörler şöyle sıralanabilir:

- Teknik değişmeler
- Hizmet sektörünün büyümesi ve artan talebin karşılanma gerekliliği
- Üçüncü dünyadaki rekabetin artması

- Dünyadaki talep büyümesinin yavaşlaması ve enerji fiyatlarındaki artış
- Girişimcilik kültürünün yükselmesi

2.1. Girişimcilik Çerçevesinde KOBİ'ler

Girişimcilik; rekabet gücü, istihdam yaratma, pazarda varlığını sürdürerek yarattığı istihdamı sürekli kılma ve nitelikli mal üretimiyle ekonomik gelişmeye katkıda bulunma becerisi gerektirmektedir. Rekabet artışı beraberinde verimlilik artışını da getirir böylece tüketicinin taleplerine daha rahat yanıt verilir yani mal ve hizmet üretimi için işgücünün ve üretimin de verimliliği artar.

Bilgi, tecrübe ve kısmen finans birikimi sonucunda doğan KOBİ'ler genelde girişimcilik için birer örnektir. Büyümenin ve inovasyonun en önemli araçları arasında görülen girişimciliğin teşviki, ekonomide canlılığı korumak ve ekonomiye ivme kazandırmak için önemli bir unsur olarak öne çıkıyor. Günümüzde değeri artan bir diğer önemli unsur; bilgi ve tecrübedir. Bilgi ve tecrübesini bir proje formatı ile sunabilen işletmelere başta KOSGEB ve TÜBİTAK, AB, Kalkınma Ajansları olmak üzere birçok kurum ve kuruluşun desteği mevcuttur.

2.2. KOBİ'lere Verilen Hibeler Ve Ar-Ge Fonları

KOBİ'ler, sermayesinin sınırlı olmasından ve AR-Ge fonlarının yetersiz olmasından dolayı çeşitli kurumlar tarafından finanse edilmeye ihtiyaç duyar. AB' ye uyum programları kapsamında yürürlüğe konan Yedinci Çerçeve, Bologna Şartı programları hibe ve fon sağlayan kaynaklardır. Bu programlar ile KOBİ'lerin kalkınmasını teşvik etmek ve küresel KOBİ ortaklıklarını arttırmak amacıyla uluslararası örgütler içinde işbirliklerini güçlendirmek hedeflenmiştir.

Bu teşviklerin amaçları; KOBİ'lere dair yapısal sorunların çözümlerine katkı sağlamak, girişimciliği özendirme. KOBİ'lerin faaliyetleri arasında eğitim hizmetleri başta olmak üzere destek ve teşvikler yer almaktadır. KOBİ'lerin ihracattaki payını arttırarak dış ticarete dengeyi yakalamak temel hedeftir. Verilen bu fon ve teşvikler üreticiye güven ve cesaret aşılar, piyasalara giriş yapmalarının önünü açar.

3. KOBİLERİN EKONOMİDEKİ YERİ

KOBİ'ler, tek başına küçük birer ekonomik birimdir. Ekonominin temel yapı taşlarını oluşturan KOBİ'ler, küçük olmaları ve yönetimde hızlı mobilite sağlamaları nedeniyle pazara ve yeniliklere uyum sağlamada oldukça esnek bir yapıya sahiptir. KOBİ'ler ekonomi literatüründe; girişimciliğin tezahürü, sosyal dengenin oluşumu, istihdamın hamili, ihracatın potansiyeli olarak yerini almıştır.

KOBİ'ler ekonomide ve sosyal yaşamda istikrar unsuru olarak istihdama katkı sağlayıp, sanayi ve kalkınmada önemli rol oynar. Ekonomik büyümenin birçok değişkeni vardır. KOBİ'lerin ekonomik büyümeye katkısı istihdamı ve sanayiye büyütmüş, ülke içi talebi canlı tutmuş, yatırımları arttırmıştır.

KOBİ'lere büyük endüstri işletmelerine girdi ve ara malı üretirler. İthalatın çok önemli bir bölümünü oluşturan ara malların üretimi ve verimliliği KOBİ'ler tarafından karşılanmakta ancak üretimin artması ile birlikte ara malı ithalatı da artmakta bu da cari işlemler açığını yükselterek sürdürülebilir büyüme için bir risk oluşturmaktadır. Buradaki çözüm yolu üretimdeki yerli payı oranını arttırmak olmalıdır. Bütün ekonomilerin en büyük sıkıntılarında biri olan cari işlemler açığı bu sebeplerden ötürü oluşur, bu durumu engellemek için ithalat kısılarak yerli üretim teşvik ve desteklerle finanse edilmelidir.

3.1 Dünya'da Ve Türkiye'de KOBİ'ler

KOBİ'lerin ekonomik ve toplumsal kalkınmada üstlendikleri rol, ülkelerin ekonomik ve sosyal yapısını yansıtacak şekilde farklılık göstermiştir. Küreselleşme süreci ile önem kazanan KOBİ'ler esnek yapıları ile dünya ekonomisinde gözde kuruluşlar haline gelmiştir.

Almanya, ülkeler arasında KOBİ altyapısı güçlü bir ülkedir. KOBİ'lerin güçlü olması, müşteri odaklı ve uzun vadeli planlamaya dayanan yönetim anlayışı, Ar-Ge çalışmalarına verilen önem ile güçlü mesleki örgütlenmesine dayanmaktadır. Ülkede 2013 yılında KOBİ'lere 160 milyar Euro yatırım yapılırken, 2014 yılında 180 milyar Euro yatırım yapılmıştır. Türkiye'de ise bu oran 2012 yılında 13 milyar dolar iken, 2013 yılında yalnızca % 13'lük bir artış göstererek 14 milyar dolar olmuştur. Yatırımların sürekli artıyor olması ülkenin ekonomik büyümesinde büyük öneme sahip KOBİ'lerin pazar payını artırıyor ve ihracatta ilk sıralara yükselmesini sağlıyor. Almanya'daki işletmelerin %99'unu oluşturan KOBİ'ler ülke kalkınmasında temel aktör niteliğindedir.

İngiltere'ye baktığımızda ise ülkede faaliyet gösteren 4,8 milyon adet işletmenin %99,9'u KOBİ'dir. Bu işletmeler yaklaşık 14 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır. KOBİ'lerin toplam ciroya katkısı %48 oranındadır. İngiltere'de, KOBİ piyasasına ve piyasanın aktörlerine devlet müdahalesi asgari düzeydedir. Bu bağlamda, İngiltere'de iş kurmak konusunda İngiliz Hükümeti, bürokrasiyi azaltma yoluna gitmiştir. Hibelerden ziyade Hükümet, kredi piyasasını canlandırarak küçük işletmelere finansal açıdan destek olmayı yeğlemiştir.

Rusya'da ise yeni vergi uygulamalarından sonra KOBİ'ler ciddi anlamda ticari sıkıntılar yaşamaktadır. Rusya'da KOBİ'lerin ekonomideki payı %25 civarındadır. Bu oranın diğer ülke ekonomilerine göre düşük olması Rusya ihracatını da etkilemiş ve pazar alanını kısıtlamıştır.

Rusya, Türkiye için ihracat yolunda bir pilot ülke haline gelmelidir. Türkiye'nin ivedi bir şekilde Rusya pazarına yoğunlaşması, KOSGEB ve benzeri kurumların KOBİ'ler üzerindeki tecrübelerini Rusya ile paylaşarak Türk-Rus ekonomik kalkınmasını hızlandırması şarttır.

Rusya'da 2014 yılı verilerine göre 417 bin 500 şirket açılırken, 483 bin 600 işletme de kapanmıştır. Türkiye'de bu sayı kurulan şirket sayısı bakımından 4 bin 67 iken kapatılan şirket sayısı bakımından 874'tür.

Türkiye'de KOBİ'ler sanayi ve hizmet sektörlerinde 2012 yılında 2.646.117 adet girişim faaliyet göstermiştir. KOBİ toplam girişim sayısının %99,8'ini, istihdamın %75,8'ini, maaş ve ücretlerin %54,5'ini, cironun %63,3'ünü, faktör maliyetiyle katma değer %54,2'sini ve maddi mallara ilişkin brüt yatırımın %53,2'sini oluşturdu. KOBİ'ler 2012 yılında en fazla ticaret sektöründe faaliyet göstermiştir.

2013 yılında KOBİ'ler Türkiye ihracatının %59,2'sini gerçekleştirmiştir. İhracatın %91,5'ini imalat sanayi ürünleri oluşturmuştur.

Birçok KOBİ iç piyasa için üretim yapmakta ve ancak iç piyasa doygunluğa eriştiğinde dış piyasaya yönelmektedir. Türkiye'de piyasa koşulları gelişmeye devam ettikçe daha çok sayıdaki küçük işletme öncelikli üretimlerini daha büyük Türk işletmelerinin taleplerini karşılamaya yöneltecektir. Bu büyük üreticilere en iyi örnek otomobil sektörüdür. Otomobil üretimi ve ihracatı büyük şirketler tarafından yapılmaktadır. Bu süreçte KOBİ'ler, büyük işletmelerin kaliteli mal ve ara ürün tedarik ettiği en önemli paydaşlarından biridir. Bu durum, büyük şirketlerin rekabet yeteneğini ve toplam ihracatını arttırdığı gibi, KOBİ'leri de uluslararası piyasalara açılmaları için gerekli alt yapının oluşmasını sağlamaktadır.

4. KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE KOBİ'LERİN YETERİNCE BÜYÜYEMEME PROBLEMİ VE İHRACATA YANSIMALARI

Türkiye ekonomisinde önemli yere sahip KOBİ'ler, son yıllarda dünyada küreselleşme ve bölgeselleşme eğilimi ile birlikte artan rekabet ortamından önemli ölçüde etkilenmekte ve bu durum sorunların çözümünü daha önemli ve ivedi hale getirmektedir. Dünyada küreselleşme eğiliminin artması piyasalardaki rekabetin de artmasına neden olmuştur.

Küreselleşme, ülkeler arasındaki ekonomik, siyasi, sosyal ilişkilerin yaygınlaşması ve gelişmesi, farklı kültürlerin, inanç ve beklentilerin daha iyi tanınması, ülkeler arasındaki ilişkilerin yoğunlaşması olarak tanımlanmaktadır. Küreselleşme sürecinde, korumacılık ortadan kalkmakta, yabancı sermaye akışına serbestlik sağlanmakta, ülkelerin dış ticaret kanalları yoluyla birbirlerinden etkileşimi kolaylaşmakta ve rekabetin yüksek olduğu bir ortamla karşılaşmaktadır.

Asıl sorun orta büyüklükteki işletmelerin yeterince büyümemesi ve verimsiz kalması. Yani küçükken verimli, büyüyünce iyi ama arada kaldıklarında verimsiz oluyorlar.

KOBİ'lerin Yeterince Büyüyememesindeki Etkenler

- Ticari bankaların KOBİ'lere finansman sağlama konusunda zorluklar çıkarmasıyla birlikte rekabet gücünün azalması,
- KOBİ'lerin yeterince kurumsallaşamamaları,
- Ar-Ge ve inovasyon imkanlarının sınırlı oluşu,
- İşgücündeki kalifiye eleman sıkıntısı,
- Teşvik ve desteklerin yeterli olmaması,
- Teknolojik yatırımların eksikliği,
- KOBİ'lerin "fason üretim firmaları" kimliğinden kurtulamamaları,
- Markalaşma kabiliyetinin yetersiz olması

KOBİ'ler, Türkiye'nin toplam ihracatında oldukça etkin rol oynamaktadır. İhracatın yaklaşık %65'i KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmektedir.

Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ilk 10 ülkeye bakarsak;

Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ilk 10 ülke (BİN \$, Ocak-Haziran)

Sıra	ÜLKELER	2014	2015
1	Almanya	7.536.743	6.404.929
2	Birleşik Krallık	4.742.069	4.460.605
3	Irak	5.766.440	4.366.410
4	İtalya	3.687.743	3.222.274
5	Birleşik Devletler	2.911.706	2.311.609
6	Fransa	3.365.407	3.028.748
7	İspanya	2.364.650	1.927.275
8	İran	1.483.772	1.927.275
9	Rusya	3.016.996	2.832.354
10	Suudi Arabistan	1.561.223	1.778.525

Kaynak: TİM

Ülkeler bazında Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkeler arasında ilk sırada yer alan Almanya'ya olan ihracatımız 2014 yılı Ocak-Haziran döneminde 7.5 milyar dolar iken 2015 yılı aynı dönemde 6.4 milyar dolara düşmüştür. İkinci sırada yer alan İngiltere ile olan ihracatımız, 2014'te 4.7 milyar dolar iken 2015 yılında 4.4 milyar dolara düşmüştür. Genel olarak tabloya baktığımızda tüm ülkelere olan ihracatımızın düşmesi; Euro/dolar paritesinin sürekli değişmesi, Ortadoğu'daki siyasi belirsizlikler, Avrupa'nın ekonomik krizden hala çıkmamış olması ve dış politik faktörlerin iyi yönetilemiyor olması ülkelerin ihracat yapmasının önüne geçen sebeplerdendir.

KOBİ'ler için Başarı Stratejileri

KOBİ'lere toplam üretim içindeki payları, yarattıkları katma değer ve istihdam dikkate alınarak en az büyük işletmeler kadar önem verilmelidir.

Bu işletmeler yeniden yapılandırılmalı ya da yönetim, bilgi ve sermaye desteği ihtiyacı belirlenmelidir.

Bu ihtiyaçları karşılayacak kurumsal kimliği olan, uzmanlaşmış birlikler, odalar ve şirketler oluşturulmalıdır.

KOBİ'leri için geliştirilen rehabilitasyon ve yeniden yapılandırma çalışmaları, sektörel ve işletme yapılarına en uygun şekilde olmalıdır.

KOBİ'lerin sahip oldukları büyük hacme karşın ihracattaki artış oranları çok cılız kalmaktadır. Bunun nedenleri olarak, yetersiz sermaye, teknoloji ve insan kaynaklarına, ihracat yapma ve dış pazarlar hakkında yeterli bilgiye sahip olmamaları gösterilebilir. Ekonomik büyümeye katkıları olumludur ancak, bu yeterli bir katkı sayılmaz.

Türkiye'nin 2014 yılındaki ihracatı 79 milyar dolar iken, 2015 yılında %8 azalarak 73 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye ihracatının son dönemlerde sürekli düşüş göstermesinin nedenleri; KOBİ'lere yönelik eylem planlarının belirlenmemesi, finansman sıkıntıları, dünya ekonomisindeki değişiklikler ve Euro/dolar paritesinin volatilitesi etkili olmuştur.

5. KOBİLER İÇİN YENİ BİR BAŞARI HİKÂYESİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Türkiye'nin refahı, KOBİ'lerin hedeflenen ihracat seviyesine ulaşmasından geçer, Türkiye için büyümeye ve gelişmeye dönük vizyonel bir bakış açısı gerekmektedir. 2015 yılı itibariyle dünya ekonomisinde yeni bir döneme girilmiştir. Yeni dönem de artık Türkiye'nin aşması gereken bir sorun haline gelen "Orta Gelir Tuzağı" ülkenin kalkınmasının ve büyümesinin önündeki önemli bir engeldir. Orta gelir tuzağı, bulunduğu grupta sıkışıp kalan ve bir üst gruba çıkmayan ekonomilerde görülür. KOBİ'lerin en temeldeki sıkıntısı orta büyüklükteki işletmelerin yeterince büyüyememesi ve ekonomiye katma değer yaratamamasıdır. Küçük işletmeler, küçük oldukları için daha efektif bir biçimde yönetilebiliyorlar. Ancak küçükten büyüğe kurumsal geçişte ciddi zorluklar yaşanabiliyor.

Çözüm Önerileri

Kurumsallaşma, Ar-Ge ve markalaşma için KOSGEB ile tam bir işbirliği içinde olunmalıdır.

Rekabet gücü politikaları belirlenerek, daha verimli mal ve hizmet üretilmesini sağlanmalıdır.

Finansman destekleri, laboratuvar hizmetleri, bilgilendirme ve yönlendirme faaliyetleri destek ve teşvik edilmelidir.

KOBİ'ler AB entegrasyon sürecine hazırlanmalıdır.

Kümeleşmeyi destekleyici devlet kurumlarının ve özel kurumların sayısı arttırılmalıdır.

Avrupa ülkeleri gibi KOBİ'ler için yatırım ve vergi politikasında iyileştirme yapılmalı hatta vergi reformu gerekmektedir.

6. SONUÇ

KOBİ'lerin fason üretim ve düşük katma değere sahip ürün üreten işletme kimliğinden çıkarak, kritik başarı faktörlerini (Ar-Ge, inovasyon faaliyetleri) yakalayan işletmeler haline dönüşmesi gerekir. Küresel rekabet ortamında hızla gelişen ve büyüyen ekonomiler seviyesine ulaşmak ve büyümeyi kalibre etmek için; Türkiye KOBİ'lerin ekonomideki payını arttırmalı ve daha fazla ihracat yaparak pazar alanını genişletmelidir.

Türkiye "Orta Gelir Tuzağından" bir an önce sıyrılmalı ve üretimin etkinliğini sağlayarak, kendine model aldığı ülkeler ile ihracat yapmaya yoğunlaşmalıdır.

Not: Orta gelir tuzağına düşmeyen ülkelere en iyi örnek; deneyimi yüksek, katma değerli üretimin yanı sıra, ürün farklılaştırmasına giden Güney Kore Türkiye için bir model ülkedir.

Orta Gelir Tuzağından Çıkış Stratejileri

- Tasarruf oranını arttırmalı ve bu yolla yatırımlara iç finansman sağlayarak, tasarruflarla yatırımlar arasındaki makas kapatılmalıdır.
- İmalat sanayisinin gelişimini hızlandırmak gerekir. Son dönemlerde imalat sanayisinin katma değer payı yaratmamış olması Türkiye için tehlike çanlarının çalıyor olması demektir.
- Yüksek teknolojili sektörler desteklenmeli, inovasyona dayalı ürünler üretilip ithal edilmelidir.

Son olarak; KOBİ'lerin potansiyelinin açığa çıkmasıyla uzun vadeli krediler arttırılmalı, böylece piyasalar daha çok rekabetçi hale gelmelidir. Türkiye bu çözüm önerilerini kullanarak ihracat için stratejik dönüşümünü sağlamalıdır.

KAYNAKÇA

- <http://www.tim.org.tr/tr/>
- <http://www.tepav.org.tr/tr/yayin/tur/0/220/>
- <http://www.cnbc.com/haberler/ekonomi>
- <http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Default.aspx>
- <http://www.dunya.com/>
- <http://www.euractiv.com.tr/kobi-ve-ab>
- <http://www.worldbank.org/>
- <http://www.tuik.gov.tr/>
- <http://journals.istanbul.edu.tr/>

