



KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN İHRACAT SORUNLARI: MERSİN İLİNDE BİR UYGULAMA*

Ali Can AYDIN ¹
M. Sami SÜYGÜN ²

Öz

Ekonomik büyüme, uluslararası rekabeti sağlama, refah düzeyini artırma, işsizliği azaltma gibi konular ülkelerin en önemli gündemleri arasındadır. Günümüz koşullarında bu amaçlara ulaşmak kuşkusuz sadece ulusal pazara dönük bir ekonomi modeli ile gerçekleştirilemez. Bu açıdan ekonomik ve sosyal yaşam içerisinde çok önemli bir yere sahip KOBİ'lerin ihracat yapabilecek seviyeye gelmeleri elzemdir. KOBİ'lerin ihracat sürecinde karşılaştıkları sorunların tespiti ve çözüme kavuşturulması bu bakımdan önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı, KOBİ'lerin ihracat sorunları algısının, KOBİ'lerin özelliklerine ve ihracatı etkileyen bir kısım faktörlere göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya çıkarmaktır. Araştırmanın örneklemini Mersin ilinde ihracat yapan 155 KOBİ oluşturmaktadır. Anket yöntemi kullanılarak toplanan verilere faktör analizi yapılmış ve sonrasında Kruskal Wallis ve Mann-Whitney U testleri uygulanmıştır. İşletmelerin ihracatta yaşadıkları sorunların; ihracat yaptığı süre değişkeninde ürün adaptasyonu alt boyutunda, KOSGEB desteklerinden faydalanma değişkeninde ürün adaptasyonu boyutunda, ihracat yapılan ülke sayısı değişkeninde ise pazar bilgisi ve nitelikli iş gücü alt boyutlarında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler : KOBİ, İhracat, İhracat sorunları, Mersin

Jel Sınıflandırması : F13, F14, P45

* İlgili çalışmada 21.05.2020 tarih ve 2020/24 sayılı Tarsus Üniversitesi Etik Kurulu'ndan gerekli izinler alınmıştır.

¹ Kobi Uzmanı, KOSGEB, can.aydin@kosgeb.gov.tr, ORCID: 0000-0002-4749-8040.

² Dr. Öğr. Üyesi, Tarsus Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, samisuygun@tarsus.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3928-7438.

Atf / Citation (APA6):

Aydın, A. C., & Süygün, M. S. (2021). Küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracat sorunları: Mersin ilinde bir uygulama. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(4), 1411-1430. <http://doi.org/10.25287/ohuiibf.890510>.

EXPORT PROBLEMS OF SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES: AN APPLICATION IN MERSİN

Abstract

Issues such as economic growth, ensuring international competition, increasing the welfare level and reducing unemployment are among the most important agendas of countries. Undoubtedly, achieving these goals in today's conditions cannot be achieved only with an economic model oriented towards the national market. Therefore, it is essential for SMEs, which have a very important place in economic and social life, to reach the level of export. In this respect, it is important to identify and resolve the problems SMEs encounter in the export process. The purpose of this study is to reveal whether the perception of export problems of SMEs differs according to the characteristics of SMEs and some factors affecting exports. The sample of the research consists of 155 SMEs exporting in Mersin province. Factor analysis was performed on the data collected using the questionnaire method, and then Kruskal Wallis and Mann-Whitney U tests were applied. Problems faced by businesses in exports; It has been determined that there is a difference in the product adaptation sub-dimension in the time of export variable, in the product adaptation dimension in the benefit of KOSGEB supports variable, and in the sub-dimensions of market knowledge and skilled labor in the variable of the number of countries exported.

Keywords : SMEs, Export, Export issues, Mersin.

Jel Classification : F13, F14, P45.

GİRİŞ

İhracat, yurt dışı pazarlara açılma ve yurt dışı pazar paylarının artırılması bakımından ülkelerin makro ve mikro düzeyde ekonomi verilerini etkileyen çok önemli bir unsurdur. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için ise yurt dışı pazarlara açılma, ekonomik olarak gelişmişliği sağlamanın yanında sosyal yönden de gelişmişliği arttırmada önemli bir faktördür (Sakarya, 2011: 118). Bu bakımdan Türkiye'deki tüm işletmelerin %99' unu oluşturan KOBİ'lerin uluslararası pazarlara açılması büyük önem arz etmektedir (KSEP, 2018: 28). Küreselleşmeyle birlikte gerek yurtiçinde gerekse yurtdışında uluslararası işletmelerle rekabet halinde olan KOBİ'ler, satışlarını artırmak, verimliliklerini yükseltmek ve istenilen özelliklerde mal ve hizmet üretimlerini sağlamak amacı ile yurtdışına açılmayı hedeflemeli ve bu doğrultuda pazarlama stratejilerini, üretim teknolojilerini ve organizasyon yapılarını geliştirmelidir. KOBİ'lerin ulusal ve uluslararası rekabet koşullarına uygun bir şekilde kendilerini geliştirmesi, yurt dışı pazarlarda pay sahibi olabilmeleri açısından önemlidir (Mıhoğlu, 2019: 45). Ancak KOBİ'lerin sahip oldukları bazı özellikleri ve bir kısım dış faktörler gelişimlerine engel olarak uluslararası pazarlara açılmada sorunlar yaşamalarına sebep olmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunları belirlemek ve çözüm önerileri geliştirmektir. Çalışma dört bölüme ayrılmıştır. Birinci bölüm konu hakkında genel bilgilerin verildiği giriş bölümüdür. İkinci bölümde KOBİ'ler, ihracat kavramı ve alanyazın hakkında bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın amacı, önemi, veri toplama yöntemi, örnekleme, soruları, varsayımları, kısıtları ve bulgularına yer verilmiştir. Dördüncü bölümde ise bulgulardan yola çıkarak KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunların çözümüne yönelik öneriler sunulmuştur.

I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

I.1. İhracat Kavramı

Dış ticaret, ülkeler ve işletmeler açısından büyümenin en önemli faktörlerinden birisidir. Özellikle ihracat uluslararasılaşmanın en önemli unsurudur (Altıntaş & Tanrıverdi, 2019: 294). İhracat, ülkelerin ürettiği mal ve hizmetleri diğer ülkelere satması olarak tanımlanmaktadır (Şaşmaz ve Karamıklı, 2018: 2843). Bu sayede elde edilen döviz geliri ile ülkeler kendi ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Ülkelerin refah düzeyinin artması ekonomik gelişmişliği sağlaması ve rekabet düzeyini geliştirmesi için ihracat önemli bir faktördür (Pirtini & Melemen, 2004: 38).

Her ülkenin kendi mevzuat çerçevesi ve uygulamaları kapsamında farklı ihracat tanımlamaları ve türleri olabilmektedir. Türkiye’de de ihracat türleri 2006/06 İhracat Yönetmeliği ile düzenlenmiştir. Bu yönetmeliğe göre ihracat türleri aşağıda belirtilmiştir (İhracat Yönetmeliği, 2006).

- *Özellik Arz Etmeyen İhracat*
- *Kayda Bağlı İhracat*
- *Kredili İhracat*
- *Konsinye İhracat*
- *İthal Edilmiş Malların İhracı*
- *Serbest Bölgelere Yapılacak İhracat*
- *Bağlı Muamele veya Takas Yoluyla Yapılacak İhracat*
- *Ticari Kiralama Yoluyla Yapılacak İhracat*
- *Transit Ticaret*
- *Bedelsiz İhracat*
- *Yurt Dışı Fuar ve Sergilere Katılım*

Türkiye’de Cumhuriyetin ilanından bugüne dış ticaret her diyor ülke gündeminde çok önemli bir yer tutmuştur. Zira gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye gerek sermaye oluşumunu desteklemek gerekse cari açığın finansmanında turizm ve ihracat gelirlerine ihtiyaç duymuştur. Tarihsel süreçte Tablo 1’de de görüleceği üzere ihracat, küresel kriz dönemleri dışında artış göstermiş, bununla birlikte ithalat da artarak cari açık üzerinde baskı oluşturmıştır.

Tablo 1. Özel Ticaret Sistemine Göre Dış Ticaret Göstergeleri (1923-2020)

| Yıllar | İhracat (bin dolar) | İthalat (bin dolar) | Dış Ticaret Dengesi (bin dolar) | Dış Ticaret Hacmi (bin dolar) | İhracat/ithalat Karşılama Oranı % |
|--------|------------------------|------------------------|------------------------------------|----------------------------------|---|
| 1923 | 50 790 | 86 872 | - 36 082 | 137 662 | 58,5 |
| 1930 | 71 380 | 69 540 | 1 840 | 140 920 | 102,6 |
| 1940 | 80 904 | 50 035 | 30 869 | 130 939 | 161,7 |
| 1950 | 263 424 | 285 664 | - 22 240 | 549 088 | 92,2 |
| 1960 | 320 731 | 468 186 | - 147 455 | 788 917 | 68,5 |
| 1970 | 588 476 | 947 604 | - 359 128 | 1 536 081 | 62,1 |
| 1980 | 2 910 122 | 7 909 364 | -4 999 242 | 10 819 486 | 36,8 |
| 1990 | 12 959 288 | 22 302 126 | -9 342 838 | 35 261 413 | 58,1 |
| 2000 | 27 774 906 | 54 502 821 | -26 727 914 | 82 277 727 | 51,0 |
| 2010 | 113 883 219 | 185 544 332 | -71 661 113 | 299 427 551 | 61,4 |
| 2020 | 160 514 810 | 209 409 741 | -48 894 931 | 369 924 551 | 76,6 |

Kaynak: (TUİK, 2021).

2020 yılında Türkiye ihracatında ilk üç sırayı Almanya, Birleşik Krallık ve ABD alırken, ithalatta ilk üç sırayı ise Çin, Almanya ve Rusya almıştır (Ticaret Bakanlığı, 2021). Çalışmanın örnekleminin seçildiği Mersin ilinin ihracatı 2020 yılında 1 milyar 928 milyar dolar olurken ithalatı ise 1 milyar 188 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir (TUİK, 2021). Mersin ilinden 2020 yılında gerçekleşen ihracatta ilk 5 ülke sırasıyla Rusya Federasyonu, Irak, Suriye, Almanya ve Ukrayna olmuştur. En fazla ihracat gerçekleştiren ilk 3 sektör ise yaş meyve sebze, hububat bakliyat yağlı tohumlar ve kimyevi maddeler sektörleridir (Türkiye İhracatçıları Meclisi, 2021).

I.II. KOBİ'ler ve İhracat

Ülkeler arasında ortak bir KOBİ tanımı bulunmamaktadır (Tarhan, 2013: 8). Bununla birlikte tanımlamalarda genel olarak çalışan sayısı, net satış hasılatı ve yıllık bilanço toplamı kullanılmaktadır (Zor, 2017: 9). Avrupa Birliği (AB), Dünya Bankası ve Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)'nin KOBİ'leri mikro, küçük ve orta ölçekli olmak üzere üç sınıfta ele aldıkları görülmektedir. Geçmişte Türkiye'de farklı kurum ve kuruluşlar tarafından farklı KOBİ tanımları kullanılsa da 2005 yılında yürürlüğe giren Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik ile KOBİ tanımında yeknesaklık sağlanmıştır. Son olarak 2018 yılında gelen değişiklikle;

- 10 kişiden az çalışanı olan ve net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 3 milyon Türk lirasını aşmayan işletmeler mikro işletme,
- 50 kişiden az çalışanı olan ve net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 25 milyon Türk lirasını aşmayan işletmeler küçük işletme,
- 250 kişiden az çalışanı olan ve net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 125 milyon Türk lirasını aşmayan işletmeler ise orta büyüklükte işletme olarak sınıflandırılmıştır.

Türkiye'de 1980 yılından itibaren serbest ekonomi modeline geçilmesi nedeni ile özel teşebbüslerin sayısı hızla artmaya başlamış ve bu teşebbüsler gelişen süreçte istihdam sağlama, ihracat, teknolojik gelişmeler gibi birçok konuda ülke ekonomisine katkı sağlamışlardır. İmalat ve hizmet sektörlerinde faaliyetlerin hızla artması, büyük ölçekli işletmelerin tedarikçisi olmaları, mal ve hizmet çeşitliliğinin sağlanması açısından KOBİ'ler son derece önemlidir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için ihracata sağladıkları katkı KOBİ'leri çok değerli hale getirmektedir. KOSGEB' in yayınladığı KOBİ Stratejisi Eylem Planında 2013 yılına ait verilere göre Türkiye'de KOBİ'ler tüm işletmelerin %99,9'unu oluşturmaktadır.

Tablo 2. Çeşitli Ülkelerde KOBİ'lerle İlgili Göstergeler

| ÜLKELER | Tüm İşletmeler İçindeki Oranı (%) | Toplam İstihdam İçindeki Oranı (%) | Toplam Yatırım İçindeki Oranı (%) | Katma Değer İçindeki Oranı (%) | Toplam İhracat İçindeki Oranı (%) | Toplam Kredilerden Aldığı Oran (%) |
|------------|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|
| ABD | 97,2 | 50,4 | 38 | 36,2 | 32 | 42,7 |
| Almanya | 99,8 | 64 | 44 | 49 | 31,1 | 35 |
| Japonya | 99,4 | 81,4 | 40 | 52 | 38 | 50 |
| İngiltere | 99,67 | 53,59 | 51,2 | 52,06 | 54 | 44,1 |
| Güney Kore | 97,8 | 61,9 | 35,7 | 34,5 | 20,2 | 46,8 |
| Fransa | 99,9 | 63,05 | 53 | 57,79 | 47 | 48 |
| İtalya | 99,8 | 79,28 | - | 67,97 | - | - |
| Türkiye | 99,9 | 75,2 | 53,2 | 55 | 59,2 | 26 |

Kaynak: (Çütçü ve ark., 2017: 2694).

TOBB tarafından Tablo 2'de sunulan verilere göre KOBİ'ler istihdam, yatırım ve ihracattan önemli pay almaktadır. TOBB verilerine göre 2017 yılında KOBİ'lerin toplam ihracattan aldıkları pay %59,2'dir. KOBİ'lerin Türkiye ihracatındaki yüksek payı dikkate alındığında, potansiyeli nispetinde düşük olan Türkiye ihracatının artırılması için KOBİ'lere önem verilmesi gerektiği açıktır. Bu nedenle KOBİ'lerin yaşadıkları sorunların tespit edilerek ortadan kaldırılması, Türkiye ihracatının da artmasına katkıda bulunacaktır.

I.III. KOBİ'lerin İhracatta Yaşadığı Sorunlar

KOBİ'ler; kurulum ve yatırım maliyetlerinin düşük olması (Yalçınkaya, 2017: 302), daha az nitelikli işçi çalıştırmaları nedeniyle istihdam sorununa karşı dirençleri olmaları (Topçu, 2006: 10), esnek yapıları sayesinde müşteri taleplerini daha hızlı olarak bu talepleri karşılamak amacıyla üretim yöntem ve çeşitliliğini hızlıca değiştirebilmesi (Özyiğit, 2015: 8), gelişen teknolojiye daha hızlı uyum sağlayabilmeleri (Bellek, 2016: 9) gibi avantajlara sahiptir. Bununla birlikte KOBİ'lerin, düşük verimlilik, pazar bilgisi eksikliği, yönetsel ve organizasyonel sorunlar, ürün kalite ve standardizasyonu yerine getirmede yaşanan zorluklar, markalaşamama, finansal yetersizlikler, pazarlama ve tanıtım yetersizlikleri gibi dezavantajları da bulunmaktadır (Bayülken & Kütükoğlu, 2012: 34-38).

KOBİ'lerin genel sorunları yanında özelde ihracatta karşılaştıkları sorunlara yönelik bilimsel verilere dayalı olarak farklı ülkelerde çeşitli çalışmalar yürütülmüştür. Leonidou 2004 yılında yapmış olduğu çalışma ile ihracatta karşılaşılan sorunları içsel faktörler ve dışsal faktörler olarak gruplandırmış ve bu gruplandırmanın işletmeyi etkileme düzeyini yapmış olduğu çalışma ile ortaya koymuştur (Leonidou, 2004: 285). Leonidou'ya göre işletmenin ihracatını etkileyen engeller şunlardır:

- İçsel Engeller: İşletmenin kendi iş ve işleyişinden kaynaklanan engellerdir.
 - Bilgi odaklı engeller, genel olarak işletmelerin dış pazarlara ait bilgilere erişme, bu bilgilerin derlenmesi ve analiz edilmesi ve yurt dışı müşteriler ile iletişime geçilmesi ile ilgili sorunları tanımlamaktadır.
 - Fonksiyonel engeller, işletmelerin personel, imalat ve finans gibi problemleri ifade etmektedir. Fonksiyonel engellerin işletmelere etkisi orta ve düşük seviyede kalmaktadır.
 - Pazarlama odaklı engeller, ihracat yapan işletmelerin en fazla problem yaşadıkları engellerdir. Leonidou yapmış olduğu çalışmada pazarlama engellerini, ürün, fiyatlandırma, dağıtım, lojistik ve yurt dışı promosyon faaliyetleri olarak gruplandırmıştır. Leonidou'ya göre pazarlama faaliyetlerinin tamamını kapsayan bu engellerin işletmelere olan etkisi ise değişkenlik göstermektedir. Dağıtım faaliyetleri ve fiyatlandırma sorunlarının ise daha yüksek düzeyde etki yaptığı ortaya konmuştur.
- Dışsal Engeller: İhracat yapan işletmelerin ihracat süreçleri boyunca dış faktörlerden dolayı karşılaştıkları engeller olarak tanımlanmaktadır.
 - Prosedürel engeller, yabancı müşterilerle yapılan işlemlerin işletme yönlerine odaklanır ve prosedürlere aşına olmama, iletişim hataları ve ödemelerin yavaş tahsil edilmesi konularını içerir.
 - Hükümet engelleri, yerli ihracatçılarla ilgili olarak ulusal hükümetin eylemleri veya eylemsizliği ile ilgilidir.
 - Görev engelleri, firmanın dış pazarlardaki müşterilerine ve rakiplerine odaklanır ve bu da ihracat operasyonlarını anında etkileyebilir.
 - Çevresel engeller, ihracat yapılacak olan dış pazarlardaki olumsuz ekonomik koşullar, siyasi konjonktür, yürürlükte olan katı kurallar ve düzenlemelerin işletmenin ihracatına yaptığı olumsuz etkilerdir.

Hamil ve Gregory, 1997 yılında yapmış oldukları çalışmada İngiltere KOBİ'lerinin uluslararasılaşmasında dijital pazarlama konusunu incelerken, KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunları dört başlık altında gruplandırmıştır (Hamil & Gregory, 1997: 21).

- Psikolojik Engeller: Yer merkezli değil, kültür merkezli ve kısa dönemli bakış açlarına sahip olma, ihracatı riskli ve problemlili kabul edip, kendileri için uygun görmeme
- İşlemler İle İlgili Engeller: İhracat işlemleri (dokümantasyon), yabancı dil ve iletişim kaynaklı konular, ödemelerin ertelenmesi ve finansal riskler
- Organizasyonel Engeller: Yönetsel ve finansal kaynak yetersizlikleri, yabancı pazarlar hakkında bilgi eksikliği, uluslararası tecrübesi olan eleman ve dış temsilcisi eksikliği
- Ürün/Pazar Odaklı Engeller: Ürünlerin yabancı pazarlara uygun olmaması, yüksek maliyetli ürün uyumlaştırma faaliyetlerinin gerekmesi, dış pazar analiz ve araştırmaları için kaynak bulamama, tarife ve tarife dışı ticaret engelleri

Silva ve Roca (2000) Brezilyalı ihracat işletmelerinin Güney Amerika ortak pazarı olan Mercosur'a ihracat engellerine ilişkin algısını değerlendirme için bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Silva ve Roca'ya göre ihracat engellerinin algılanması sanayi türü, işletme büyüklüğü, ihracat tecrübesi ve ihracat hedefine göre değişmektedir. 69 işletmenin cevapladığı anket sonucunda, ihracatta karşılaşılan en önemli on engelden sadece birinin işletme içine ilişkin olduğu ortaya konmuştur. Dış pazarlara ilişkin bilgi eksikliği dışındaki diğer dokuz nedenin işletme dışı nedenler olduğu belirtilmiştir. Yetersiz ihracat teşvikleri, döviz kuru dengesizliği, güçlü uluslararası rekabet, nakliye ve sigorta maliyetlerinin yüksek olması, bürokratik engeller, ödemelerde yaşanan sorunlar, ürün kalitesinde yaşanan sorunların ihracatı olumsuz etkileyen önemli etkenler olduğu belirtilmiştir.

Altıntaş ve Tokol (2007), Türkiye genelinde yaptıkları çalışma ile algılanan ihracat performansları üzerinde ihracatta karşılaşılan engellerin etkilerini incelemişlerdir. Bu çalışma ile Türkiye genelinde 6 İhracatçı Birliğinde kayıtlı bulunan 2000 işletmeye anket çalışması gönderilmiş ve 145 yönetici tarafından yanıtlanan anketler incelenmiştir. Çalışmanın sonunda prosedürel engellerin, ihracat performansı üzerinde en etkili sorun olduğu, ikinci en etkili sorunun ise yurt dışı pazarlarda yaşanan rekabet olduğu ortaya konmuştur. İhracat prosedürlerinin ve yurt dışı pazarlarda yaşanan rekabetin etkisi azaldıkça, ihracat performansının arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Karalakis ve ark. (2008), Yunanistan'da şarap imal eden işletmelere yönelik ihracat sorunlarının algılanması üzerine bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada 110 işletmeye anket uygulaması yapılmış ve çıkan sonuçlar analiz edilmiştir. Bu işletmelerin yetersiz pazarlama organizasyonu, dağıtım ile ilgili sorunlar, ihracat kısıtlamaları ve etkisiz ulusal ihracat politikaların ihracatta daha fazla sorun olarak karşılımlarına çıktıklarını ortaya koymuşlardır.

Taşpınar (2008), yapmış olduğu çalışmada işletmelere dönük ihracat teşviklerinin tam olarak bilinmemesi ve kalifiye eleman eksikliğinin ihracat yapmada büyük bir sorun teşkil ettiğini belirtmiştir.

Savcı (2009), yapmış olduğu çalışmada, KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları en temel sorunların, finansman, pazarlama kalifiye eleman ve üretimde kaliteninim yakalanamaması olduğunu belirtmiş ve bu sorunların giderilebilmesi için Üniversite-Sanayi iş birliğinin sağlıklı şekilde uygulanması gerektiğini, KOBİ'lerin finansmana daha kolay ulaşabilmesi için devletin gerekli düzeltmeleri gerçekleştirmesi gerektiğini ifade etmiştir.

İslambay (2018), KOBİ'lerin ihracat sorunlarını, işletme içi faktörler, işletme dışı ulusal faktörler ve işletme dışı uluslararası faktörler olarak 3 grupta incelemiştir. Çalışmaya göre 3 farklı grupta yer alan bu sorunların çözümü olarak, işletmelerin kalite anlayışlarının değiştirilmesi gerektiği, pazarlama faaliyetlerinin belirli standartlar ve stratejiler doğrultusunda yapılması gerektiği, döviz kurlarının KOBİ'leri tehdit edecek şekilde seyretmemesi için gerekli önlemlerin alınması gerektiği, KOBİ'lerin kurumsallaşma çalışmaları yapmaları gerektiği ve devlet teşviklerinden daha etkin yararlanabilmek için gerekli düzenlemelerin yapılması gerektiğini belirtmiştir.

Aksoy ve Yıldırım (2013), Zonguldak ilinde ihracat yapan işletmelere yönelik bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. 35 işletmeye yapılan bu çalışma sonucunda ekonomik ve finansal sorunlar, taşıma depolama ve dağıtım sorunları, uluslararası rekabet koşulları ilgili sorunlar, üretim maliyetleri ile ilgili sorunlar, ihracatta vergi, resim ve harç ile ilgili sorunlar ve gümrük tarifeleri ile ilgili sorunlarla daha sık karşılaşıldığını ortaya koymuşlardır.

Eminoğlu (2013), yapmış olduğu çalışmada, KOBİ'lerin ihracatla ilgili devlet desteklerinin KOBİ'ler tarafından çok fazla bilinmemesinin ihracat yapmanın önünde önemli bir engel olduğunu belirtmiştir. Ayrıca yürürlükte olan birçok ihracat desteğinin yeteri kadar uygulanmadığını ortaya koymuştur. Bu sorunun kaynağını ise işletmeler ve destek kuruluşlar arasında yeterli mutabakatın sağlanmaması olarak görmüştür.

Özeltürkay ve Çerçel (2014), Mersin-Tarsus Organize Sanayi Bölgesi (MTOSB)'nde faaliyet gösteren ve ihracat yapan 49 işletme üzerinde bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışma sonucunda işletmelerin kendi yetersizliklerinden dolayı karşılaştıkları sorunlara değinmişlerdir. Uygun acentenin bulunamaması, nitelsiz iş gücü ve yönetsel sorunlar, işletmelerin yurt dışı pazarları tanımaması

işletmelerin kendi yetersizliklerinden dolayı ihracatta karşılaştıkları sorunlar olarak nitelemişlerdir. Özeltürkay ve Çerçel'e göre yurt dışı pazarlarla ilgili bilgi eksikliği ve yabancı müşterilerle yaşanan iletişim sorunları da işletmelerin ihracat yapmasında sorunlar oluşturmaktadır.

Kayabaşı ve ark. (2010), yaptıkları çalışma ile İnegöl'de faaliyet gösteren işletmelerin ihracat performanslarını belirleyen unsurları incelemiştir. Yapmış oldukları bu çalışma ile ihracat performansında artış gösterebilmek için KOBİ'lerin rekabetçi stratejiler belirlemesi gerektiği sonucuna ulaşmış ve KOBİ'lerin pazarlama, teknolojik alt yapı ve dış pazarlara ait gerekli incelemenin yapılmamasının ihracatta karşılaştıkları en önemli sorunları olduğunu ortaya koymuştur.

Çütcü, Özdemir ve Erkan (2017), Gaziantep ilinde 112 işletme üzerinde bir saha araştırması yapmış ve KOBİ'lerin ihracat piyasalarında karşılaştıkları sorunlara ilişkin algılarını ortaya koymaya çalışmışlardır. Bu çalışmada, KOBİ'lerin güçlü sermaye yapısına sahip olmamaları, nitelikli personel eksiklikleri, üretim ve satış süreçlerinde yaşadıkları sorunların dış pazarlara açılmada sorun oluşturduğunu ortaya koymuştur. Çütcü ve ark. aynı zamanda KOBİ'lerin aile şirketi statüsünde olmalarının dış pazarlarda KOBİ'ler açısından karlılık anlamında sorun çıkardığını belirtmişlerdir. KOBİ'lerin ihracat deneyimlerini artırarak ihracat performanslarının daha da iyileştiği sonucuna ulaşmışlardır. Bunu sağlayabilmek için ise orta ve uzun vadeli planlarda KOBİ'lerin daha fazla yer alması, nitelikli eleman istihdamı eksikliğinin giderilmesi ve finansal konularda daha fazla teşviklerin verilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Özcan ve Atalay (2017), Konya'da makine aksam imalat sanayinde ihracat yapan 83 işletme üzerine yaptıkları araştırma sonucunda, çevre ülkelerle yaşanan siyasi ve ekonomik istikrarsızlıkların ihracatta karşılaşılan en önemli sorun olduğunu ortaya koymuşlardır. Bununla birlikte kalifiye eleman sorunu, döviz kurlarındaki istikrarsızlık, uluslararası piyasada yaşanan yoğun rekabet, yüksek vergiler ve hammadde maliyetlerinin yüksek olmasının Konya'da imalat sanayinde ihracat yapan işletmelerin ihracatlarını olumsuz etkilediğini ortaya koymuşlardır.

Zerenler ve Cura (2017), Konya Ticaret ve Sanayi Oda'sına kayıtlı olan ve otomobil yan sanayinde ihracat faaliyetleri sürdüren 169 işletmenin 146'sına anket uygulamıştır. Zerenler ve Cura bu çalışma ile işletmelerin ihracat faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunlar ile ihracat tecrübeleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Ulaşılan sonuçlara göre işletmelerin ihracatta karşılaştıkları en önemli sorunların, uluslararası pazarlarda yaşanan rekabet ve döviz kurlarında yaşanan belirsizlik olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, Zerenler ve Cura ihracat tecrübesi daha az olan işletmelerin ihracatta yaşadıkları sorunları daha önemli gördüklerini, ihracat deneyimi arttıkça ise sorunların daha kolay aşıldığını ortaya koymuşlardır.

Bozkurt ve Tunç (2018), Antalya ilinde faaliyet gösteren 119 işletmeye yönelik bir anket çalışması gerçekleştirmiş ve ortaya çıkan sonuçlara göre KOBİ'lerin dış ticaret sorunlarını ortaya koymayı amaçlamıştır. Yapılan bu çalışma neticesinde Antalya ilinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin, döviz kurunda yaşanan hareketlilik, ekonomide yaşanan istikrarsızlık, dış ticaret mevzuatlarında yaşanan sürekli değişiklikler ve ihracat desteklerinin yeterli seviyede olmamasından dolayı dış ticarete sorunlar yaşadıklarını ortaya koymuştur.

II. YÖNTEM

II.I. Araştırmanın Amacı ve Önemi

KOBİ'ler yapıları itibari ile buldukları ülkenin sosyo-ekonomik, finans, insan kaynağı, üretim teknolojileri seviyesi gibi faktörlere göre faaliyetlerini sürdürmektedir. Ülkelerin kendine özgü ekosistemleri, KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunların ve bu sorunların çözülmesine yönelik atılması gereken adımların da her ülkeye göre farklılık göstermesine neden olmaktadır. Bu nedenle sorunların çözümü için bütün ülkelerde aynı yolların izlenmesi doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Genel bir çerçeve ile bakıldığında KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlara yönelik olarak bilimsel verilere dayanan çalışmalar yapılması ve ülke hatta bölge koşulları da dikkat alınarak çözümler üretilmesi gerekmektedir (İnan ve Nakıboğlu, 2009: 243).

Alanyazında Türkiye'deki KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunları ele alan çalışmalar (Zerenler & Cura, 2017; Aksoy & Yıldırım, 2013; Karalakis, 2008; Altıntaş & Tokol, 2007; Silva & Roca, 2000; Özcan & Atalay, 2017; Bozkurt & Tunç, 2018; Çütücü, Özdemir, Erkan, 2017; Kayabaşı ve ark. 2015; Eminoğlu, 2013; İslambay, 2009; Savcı, 2009) olduğu görülmüştür. Mersin'de yerleşik işletmelerin, ihracat sorunlarının tespit edilmesi ve bu çerçevede çalışma kapsamında sunulacak önerilerin işletmelere, meslek örgütlerine, politika yapıcılara ve diğer paydaşlara yol göstererek işletmelerin ihracat rakamlarının artmasına katkı sağlaması beklenmektedir. Ayrıca çalışmanın geçmiş benzer çalışmalardan farklı olarak örnekleme, değişkenleri ve bulguları ile de alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

II.II. Araştırmanın Örnekleme ve Veri Toplama Yöntemi

Araştırma evreni, araştırmacının çalışma alanını oluşturan, örneği seçtiği ve elde ettiği verilerin sonuçları genelleştirebileceği grup olarak tanımlanır. Örneklem ise bir çalışma içerisinde seçildikleri evreni temsil etmektedir. Örneklemenin amacı araştırmacıya evren hakkında genelleme yapabilecek tüm bilgileri vermek, tüm evrene tek tek uygulamadan kurtarmak ve kolaylık sağlamaktır (Altunışık ve ark., 2007: 123). Araştırma evreni sektör farkı gözetilmeksizin Mersin ilinde 2019 yılında ihracat yapan işletmelerden KOSGEB Mersin Müdürlüğü veri tabanında kayıtlı bulunan 845 işletme olarak belirlenmiştir. 845 işletmenin e-mail adreslerine anket formu 12.12.2019 tarihinden itibaren gönderilmeye başlanmış ve veri toplama süreci 10.06.2020 tarihi itibarıyla tamamlanmıştır. İşletmelerin birçoğuna telefonla da ulaşılmış olup işletmenin ihracat ile ilgili personelinden gönderilen anketi doldurması talep edilmiştir. Ancak covid-19 pandemi sürecinde yaşanan sorunlardan dolayı işletmelerden 155 tanesi, yönetici/firma sahibi ve çalışan düzeyinde anketi doldurmuşlardır. Ankete cevap veren 155 işletme araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Bu çalışmada, Constantine ve Robert (1994) tarafından yapılan "Firma Büyüklüğüne ve İhracat Pazarı Deneyimine Bağlı İhracat Sorunları Algılarındaki Farklılıklar" adlı araştırma için hazırlanan ölçek formundan yararlanılmıştır. Türkçe'ye çevirisinin ardından geçerlik güvenirlik çalışması yapılmış ve ulaşılan sonuçların ölçeğin kullanımına uygun olduğu görülmüştür. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde tanımlayıcı sorular, ikinci bölümde ise işletme sorun algı ölçeği yer almaktadır.

II.III. Araştırmanın Hipotezleri

Alanyazın kısmında aktarılan bilgiler ışığında araştırmayla ilgili hipotezler oluşturulmuştur. İhracat sorunları algısı dört alt faktörden oluştuğu için her bir hipotez a, b, c ve d alt hipotezlerine ayrılarak incelenmiştir. Örneğin H1a işletme dışı etkenler kaynaklı ihracat sorunlarını, H1b Pazar bilgisi kaynaklı ihracat sorunlarını, H1c ürün adaptasyonu kaynaklı ihracat sorunlarını, H1d ise nitelikli iş gücü kaynaklı ihracat sorunlarını test etmek için oluşturulmuştur. Çok fazla hipotez yazmamak adına sadece ana hipotezler aşağıda sunulmuştur. Ancak analizler Ha, Hb, Hc ve Hd olarak değerlendirilmiştir.

- H1: İhracat sorunları algısı işletmenin çalışan sayısına göre farklılık göstermektedir.
- H2: İhracat sorunları algısı işletmenin yıllık bilançosuna göre farklılık göstermektedir.
- H3: İhracat sorunları algısı işletmenin ihracat / net satış hasılatına göre farklılık göstermektedir.
- H4: İhracat sorunları algısı işletmenin hukuki yapısına göre farklılık göstermektedir.
- H5: İhracat sorunları algısı işletmenin ihracat yaptığı süreye göre farklılık göstermektedir.
- H6: İhracat sorunları algısı işletmenin KOSGEB Desteklerinden yararlanma durumuna göre farklılık göstermektedir.
- H7: İhracat sorunları algısı firma sahibinin eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.
- H8: İhracat sorunları algısı işletmenin faaliyet alanına göre farklılık göstermektedir.
- H9: İhracat sorunları algısı işletmenin faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık göstermektedir.
- H10: İhracat sorunları algısı işletmenin ihracat yaptığı ülke sayısına göre farklılık göstermektedir.

II.IV. Araştırmanın Varsayımları ve Kısıtları

Araştırmanın sadece Mersin ilinden ihracat yapan KOBİ'lere uygulanmış olması çalışmanın ana kısıtını oluşturmaktadır. Araştırmanın bir diğer bir sınırlılığı ise elde edilen katılımcı yanıtlarının samimiyetle vermiş oldukları varsayımına dayandırılmasıdır. Çalışmada Covid-19 pandemi sürecinin de etkisi ile sadece anket yöntemi kullanılmıştır. Sonraki çalışmalarda anket yöntemine ilaveten nitel yöntemlerin de uygulanması, ihracat sorunlarının daha derinlemesine sorgulanmasına yardımcı olabilir.

II.V. Araştırma Verilerinin Analizi

Veri analizi SPSS 25 paket programı kullanılarak, iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Veri analizine geçmeden önce betimsel istatistiksel tekniklerinden yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeğin geçerlik güvenirlik analizi yapılmış ve geçerli olduğu tespit edilmiştir. Cronbach alpha katsayısı= 0,851 bulunmuştur. Bir başka ön koşul olan normallik testi yapılmış ve veri setinin normal dağılıma uymadığı tespit edilmiştir. Veri setinin normal dağılıma uyması için şu üç temel koşulun karşılanması gerekir. Bunlar; veriler aralıklı ya da oransal olmalıdır. Veriler normal dağılıma uymalıdır. Grup varyansları eşit olmalıdır (Altunışık ve ark., 2007: 198). Bu sıralanan koşulların sağlanamaması durumunda verilerin normal dağılıma sahip olduğu söylenemez. Bu nedenle çalışmada parametrik olmayan analiz teknikleri kullanılmıştır.

III. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde elde edilen verilere ilişkin araştırma evrenini oluşturan işletmelere ait tanımlayıcı istatistikler, faktör analizi ve hipotezlere ait analiz sonuçları yer almaktadır.

III.I. Tanımlayıcı İstatistikler

İşletmelerin tanımlayıcı istatistiklerini belirleyebilmek amacı ile yöneltilen sorulara verilen cevaplar frekans tablolarında ele alınmıştır.

Tablo 3. Tanımlayıcı İstatistikler

| İşletme Sahibinin Eğitim Durumu | Frekans | |
|---|---------|-------|
| Ortaöğretim ve Altı | 53 | %34,2 |
| Ön Lisans ve Lisans | 79 | %50,9 |
| Lisansüstü | 23 | %14,9 |
| İşletmenin KOSGEB Desteklerinden Yararlanma Durumu | | |
| Evet | 121 | %78,1 |
| Hayır | 34 | %21,9 |
| İşletmelerin İhracat Yaptığı Ülke Sayısı | | |
| 1-3 Ülke | 66 | %42,6 |
| 4-6 Ülke | 38 | %24,5 |
| 7-10 Ülke | 22 | %14,2 |
| 10 Ülkeden fazla | 29 | %18,7 |
| İşletmelerin Hukuki Yapısı | | |
| Şahıs | 21 | %13,5 |
| Limited | 105 | %67,8 |
| Anonim | 29 | %18,7 |
| İşletmelerin Faaliyet Konusu | | |
| İmalat | 114 | %73,5 |
| Hizmet/Ticaret | 41 | %26,5 |
| İşletmelerin Çalışan Sayısı | | |
| 0-9 çalışan | 49 | %31,6 |
| 10-49 çalışan | 56 | %36,1 |
| 50-249 çalışan | 50 | %32,3 |
| İşletmelerin İhracat Yapma Süreleri | | |
| 1 yıldan az | 22 | %14,2 |
| 1-5 yıl | 60 | %38,7 |
| 6-10 yıl | 35 | %22,6 |
| 11-15 yıl | 22 | %14,2 |
| 15 yıldan fazla | 16 | %10,3 |

| İşletmelerin İhracatının Genel Ciroya Oranı | | |
|--|----|-------|
| %10 ve daha az | 40 | %25,8 |
| %11-%20 | 42 | %27,1 |
| %21-%50 | 33 | %21,3 |
| %51'den fazla | 40 | %25,8 |
| İşletmelerin Faaliyet Gösterdiği Sektör | | |
| Ağaç ve Orman Ürünleri | 11 | %7,1 |
| Demir ve Çelik Ürünleri | 20 | %12,9 |
| Kimyevi Maddeler | 11 | %7,1 |
| Makina ve Aksamları | 32 | %20,6 |
| Tarımsal ve Hayvansal Ürünler | 33 | %21,3 |
| Tekstil ve Konfeksiyon | 13 | %8,4 |
| Diğer | 35 | %22,6 |
| İşletmelerin Yıllık Net Satış Hasılatı | | |
| 0-3.000.000 TL | 41 | %26,5 |
| 3.000.001-25.000.000 TL | 70 | %45,2 |
| 25.000.001-125.000.000 TL | 33 | %21,3 |
| 125.000.000 TL üzeri | 11 | %7,1 |

Tablo 3'te görüleceği üzere çalışmaya katılan işletmelerin sahipleri arasında %50,9 ile ön lisans ve lisans mezunları ilk sıradadır. İşletmelerin %67,8'i limited şirkettir. %73,5 ile imalatçı işletmeler ağırlıktadır. İşletmelerin %78,1'i KOSGEB desteklerinden yararlanmaktadır. İşletmelerin faaliyet gösterdikleri sektörler, ihracatın ciroya oranı, satış hasılatı gibi istatistikler kısmen daha dengeli bir şekilde dağılmıştır.

III.II. Faktör Analizi

Aynı yapıyı ya da niteliği ölçen değişkenleri bir araya toplayarak, ölçmeyi az sayıda faktörle açıklamayı amaçlayan istatistiksel teknik, faktör analizi olarak tanımlanır (Büyüköztürk, 2005: 123). Eğer faktör analizinde değişkenler arası ilişkiler ortaya konulmaya çalışılıyorsa bu faktör analizine açıklayıcı faktör analizi denir. Değişkenler arasındaki ilişkilere dair daha önceden belirlenmiş kuramsal yapıya uygunluğu sınamak için yapılan faktör analizine ise doğrulayıcı faktör analizi denir. Bu çalışmada açıklayıcı faktör analiz tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışmada kullanılan ölçüğe ilişkin faktör analizi aşağıda verilmiştir.

Tablo 4. İhracat Sorun Algısı Ölçeği Faktör Analizi

| İfadeler | Varyans % | Özdeğer | Faktör Yükleri | Cronbach's alpha |
|--|---------------|---------------|----------------|------------------|
| İşletme dışı etkenler | 46,733 | 11,216 | | 0,81 |
| Yerel para biriminin istikrarsızlığı | | | ,802 | |
| İhracat engellerinin aşılmasında devlet desteğinin eksikliği | | | ,795 | |
| İhraç edilen ürünün nakliyesinde yaşanan zorluklar | | | ,770 | |
| Bürokrasi | | | ,768 | |
| Etkili olmayan teşvik programları | | | ,755 | |
| Yüksek nakliye maliyetleri | | | ,737 | |
| İhracatı finanse etmek için yüksek sermaye maliyeti | | | ,657 | |
| İhracatın kendi kendini finanse edememesi | | | ,625 | |
| Yerel para biriminin istikrarsızlığı | | | ,598 | |
| Yurtdışı distribütörlerin ödeme gecikmeleri | | | ,583 | |
| Güçlü uluslararası rekabet | | | ,581 | |
| İhracat belgelerinin karmaşıklığı | | | ,538 | |
| Pazar bilgisi | 10,486 | 2,517 | | 0,78 |
| Potansiyelli yurtdışı distribütörleri belirleme güçlüğü | | | ,805 | |
| Yurtdışı distribütörler hakkında bilgi eksikliği | | | ,804 | |
| İhracat pazarlaması araştırmalarının eksikliği | | | ,744 | |
| Yurtdışı pazarlar hakkında bilgi yetersizliği | | | ,688 | |
| İhracat pazarlarında tanıtım yetersizliği | | | ,640 | |
| Ürün adaptasyonu | 1,741 | 7,256 | | 0,84 |
| İhracat pazarları için kötü ürün tasarımı ve stili | | | ,833 | |
| İhracat ambalajında düşük kalite | | | ,785 | |
| Ürün kalite standartlarını karşılamada zorluk | | | ,740 | |
| Nitelikli iş gücü | 1,133 | 4,723 | | 0,72 |

| | | | | |
|---|---------------|--|------|--|
| İhracat danışmanlığında "uzman" eksikliği | | | ,783 | |
| İhracatta kalifiye personel eksikliği | | | ,776 | |
| Firmanın ihracat departmanının zayıf organizasyonu | | | ,751 | |
| Toplam | 69,198 | | | |
| KMO= ,899 | sd=276 | | | |
| Ki-Kare=2930,243 | p=,000 | | | |
| Çıkarım Yöntemi: Temel bileşenler analizi | | | | |
| Döndürme Yöntemi: Kaiser normalleştirilmesi ile Varimax; iterasyon sayısı:6 | | | | |

Büyüköztürk (2005)'e göre, faktör analizi yapılabilmesi için KMO değerinin 0,60'dan yüksek olması ve Bartlett testinin ($p<0,05$) anlamlı çıkması gerekmektedir. Buna göre Tablo 4'de ki sonuçlara bakıldığında KMO değeri 0,899 çıkmış ve faktör analizi için uygun olduğu görülmüştür. Değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren Bartlett Küresellik testi sonucu hesaplanan Ki-kare değeri 2930,243 ve $p=0,000$ değerinin istatistiksel açıdan yeterliliği sağladığını ve faktör analizine uygunluğunu göstermektedir. Faktörler toplam varyansın % 69,198 ini açıklamaktadır.

III.III. Hipotezlerin Test Edilmesi Sonucu Elde Edilen Bulgular

Bu kısım altında araştırma kapsamında oluşturulmuş hipotezler test edilmesi için gerçekleştirilen analiz sonuçlarına yer verilecektir.

Tablo 5. İhracat Sorunları Algısının İşletmenin Çalışan Sayısına Göre Farklılığı

| Faktör | İşletmenin çalışan sayısı | N | Ortalama | İstatistik değeri | Anlamlılık değeri |
|-----------------------|---------------------------|-----|----------|-------------------|-------------------|
| İşletme dışı etkenler | 0-9 | 49 | 72,74 | 1,869 | ,393 |
| | 10-49 | 56 | 76,55 | | |
| | 50-249 | 50 | 84,77 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Pazar bilgisi | 0-9 | 49 | 79,26 | 3,316 | ,191 |
| | 10-49 | 56 | 84,84 | | |
| | 50-249 | 50 | 69,11 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Ürün adaptasyonu | 0-9 | 49 | 78,02 | ,324 | ,851 |
| | 10-49 | 56 | 80,32 | | |
| | 50-249 | 50 | 75,38 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Nitelikli iş gücü | 0-9 | 49 | 73,87 | ,705 | ,703 |
| | 10-49 | 56 | 78,67 | | |
| | 50-249 | 50 | 81,30 | | |
| | Toplam | 155 | | | |

Tablo 5'te ihracat sorunları algısının çalışan sayısına göre farklılık gösterip göstermediği sunulmuştur. İhracat sorunları algısının işletme dışı etkenler, pazar bilgisi, ürün adaptasyonu, nitelikli işgücü alt boyutlarında işletme çalışan sayısına göre fark göstermediği görülmektedir. Bu durumda H1a, H1b, H1c ve H1d hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 6. İhracat Sorunları Algısının İşletmenin Yıllık Net Satış Hasılatına Göre Farklılığı

| Faktör | Yıllık Net Satış Hasılatı | N | Sıra Ortalama | İstatistik değeri | Anlamlılık değeri |
|-----------------------|---------------------------|-----|---------------|-------------------|-------------------|
| İşletme dışı etkenler | 0-3.000.000 | 41 | 68,02 | 6,594 | ,086 |
| | 3.000.001-25.000.000 | 70 | 76,95 | | |
| | 25.000.0001-125.000.000 | 33 | 94,35 | | |
| | 125.000.000'dan fazla | 11 | 72,82 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Pazar bilgisi | 0-3.000.000 | 41 | 77,77 | 7,509 | ,057 |
| | 3.000.001-25.000.000 | 70 | 84,48 | | |
| | 25.000.0001-125.000.000 | 33 | 75,52 | | |
| | 125.000.000'dan fazla | 11 | 45,09 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Ürün adaptasyonu | 0-3.000.000 | 41 | 72,52 | 1,301 | ,729 |
| | 3.000.001-25.000.000 | 70 | 81,74 | | |
| | 25.000.0001-125.000.000 | 33 | 75,52 | | |
| | 125.000.000'dan fazla | 11 | 82,09 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Nitelikli iş gücü | 0-3.000.000 | 41 | 73,27 | 1,840 | ,606 |
| | 3.000.001-25.000.000 | 70 | 82,92 | | |
| | 25.000.0001-125.000.000 | 33 | 76,61 | | |
| | 125.000.000'dan fazla | 11 | 68,50 | | |
| | Toplam | 155 | | | |

Tablo 6’da ihracat sorunları algısının yıllık net satış hasılatına göre farklılık gösterip göstermediği sunulmuştur. İhracat sorunları algısının işletme dışı etkenler, pazar bilgisi, ürün adaptasyonu, nitelikli işgücü alt boyutlarında yıllık net satış hasılatına göre fark göstermediği görülmektedir. Bu durumda H2a, H2b, H2c ve H2d hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 7. İhracat Sorunları Algısının İhracat/Ciro Oranına Göre Farklılığı

| Faktör | İhracat / net satış hasılatı | N | Sıra Ortalama | İstatistik değeri | Anlamlılık değeri |
|-----------------------|------------------------------|-----|---------------|-------------------|-------------------|
| İşletme dışı etkenler | %10’dan az | 40 | 81,78 | ,460 | ,928 |
| | %10-%20 Arası | 42 | 76,73 | | |
| | %21-%50 | 33 | 75,05 | | |
| | %50’dan fazla | 40 | 78,00 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Ürün adaptasyonu | %10’dan az | 40 | 86,55 | 5,001 | ,172 |
| | %10-%20 Arası | 42 | 84,57 | | |
| | %21-%50 | 33 | 68,55 | | |
| | %50’dan fazla | 40 | 70,35 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Pazar bilgisi | %10’dan az | 40 | 86,83 | 3,735 | ,292 |
| | %10-%20 Arası | 42 | 78,11 | | |
| | %21-%50 | 33 | 66,56 | | |
| | %50’dan fazla | 40 | 78,50 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Nitelikli iş gücü | %10’dan az | 40 | 91,70 | 6,642 | ,084 |
| | %10-%20 Arası | 42 | 80,00 | | |
| | %21-%50 | 33 | 68,06 | | |
| | %50’dan fazla | 40 | 70,40 | | |
| | Toplam | 155 | | | |

Tablo 7’de ihracat sorunları algısının ihracatın ciroya oranına göre farklılık gösterip göstermediği sunulmuştur. İhracat sorunları algısının işletme dışı etkenler, pazar bilgisi, ürün adaptasyonu, nitelikli işgücü alt boyutlarında ihracatın ciroya oranına göre fark göstermediği görülmektedir. Bu durumda H3a, H3b, H3c ve H3d hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 8. İhracat Sorunları Algısının İşletmenin Hukuki Durumuna Göre Farklılığı

| Faktör | Sermaye yapısı | N | Ortalama | İstatistik değeri | Anlamlılık değeri |
|-----------------------|----------------|-----|----------|-------------------|-------------------|
| İşletme dışı etkenler | Şahıs | 21 | 63,02 | 3,037 | ,219 |
| | Limited | 105 | 79,18 | | |
| | Anonim | 29 | 84,59 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Ürün adaptasyonu | Şahıs | 21 | 72,10 | ,781 | ,677 |
| | Limited | 105 | 80,14 | | |
| | Anonim | 29 | 74,52 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Pazar bilgisi | Şahıs | 21 | 74,19 | ,304 | ,859 |
| | Limited | 105 | 79,32 | | |
| | Anonim | 29 | 75,98 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Nitelikli iş gücü | Şahıs | 21 | 68,55 | 2,080 | ,354 |
| | Limited | 105 | 81,50 | | |
| | Anonim | 29 | 72,17 | | |
| | Toplam | 155 | | | |

Tablo 8’de ihracat sorunları algısının işletmenin hukuki yapısına göre farklılık gösterip göstermediği sunulmuştur. İhracat sorunları algısının işletme dışı etkenler, pazar bilgisi, ürün adaptasyonu, nitelikli işgücü alt boyutlarında işletmenin hukuki yapısına göre fark göstermediği görülmektedir. Bu durumda H4a, H4b, H4c ve H4d hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 9. İhracat Sorunları Algısının İhracat Yapılan Süreye Göre Farklılığı

| Faktör | İhracat yaptığı süre | N | Ortalama | İstatistik değeri | Anlamlılık değeri |
|-----------------------|----------------------|-----|----------|-------------------|-------------------|
| İşletme dışı etkenler | 1 yıldan daha az | 22 | 86,36 | 7,245 | ,123 |
| | 1-5 yıl | 60 | 76,53 | | |
| | 6-10 yıl | 35 | 65,37 | | |
| | 11- 15 yıl | 22 | 78,18 | | |
| | 16 yıl ve daha fazla | 16 | 99,41 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Ürün adaptasyonu | 1 yıldan daha az | 22 | 98,61 | 16,645 | ,002 |
| | 1-5 yıl | 60 | 81,88 | | |
| | 6-10 yıl | 35 | 52,94 | | |
| | 11- 15 yıl | 22 | 81,09 | | |
| | 16 yıl ve daha fazla | 16 | 85,66 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Pazar bilgisi | 1 yıldan daha az | 22 | 88,23 | 4,887 | ,299 |
| | 1-5 yıl | 60 | 83,22 | | |
| | 6-10 yıl | 35 | 68,69 | | |
| | 11- 15 yıl | 22 | 66,91 | | |
| | 16 yıl ve daha fazla | 16 | 80,00 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Nitelikli iş gücü | 1 yıldan daha az | 22 | 96,61 | 7,218 | ,125 |
| | 1-5 yıl | 60 | 81,07 | | |
| | 6-10 yıl | 35 | 66,56 | | |
| | 11- 15 yıl | 22 | 69,41 | | |
| | 16 yıl ve daha fazla | 16 | 77,75 | | |
| | Toplam | 155 | | | |

Tablo 9’da ihracat sorunları algısının ihracat yapılan süreye göre farklılık gösterip göstermediği sunulmuştur. İhracat sorunları algısının işletme dışı etkenler, pazar bilgisi ve nitelikli işgücü alt boyutlarında ihracat yapılan süreye göre fark göstermediği, ürün adaptasyonu alt boyunda ise fark gösterdiği görülmektedir. Bu durumda H5a, H1c ve H1d hipotezleri reddedilirken H5b hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 10. İhracat Sorunları Algısının İşletmenin KOSGEB Desteklerinden Yararlanma Durumuna Göre Farklılığı

| Faktör | Desteklerden yararlanma durumu | N | Ortalama | İstatistik Değeri | Anlamlılık Değeri |
|-----------------------|--------------------------------|-----|----------|-------------------|-------------------|
| İşletme dışı etkenler | Evet | 121 | 81,38 | 1648,000 | ,077 |
| | Hayır | 34 | 65,97 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Ürün adaptasyonu | Evet | 121 | 82,20 | 1549,000 | ,028 |
| | Hayır | 34 | 63,06 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Pazar bilgisi | Evet | 121 | 81,31 | 1656,500 | ,082 |
| | Hayır | 34 | 66,22 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Nitelikli iş gücü | Evet | 121 | 80,65 | 1736,000 | ,163 |
| | Hayır | 34 | 68,56 | | |
| | Toplam | 155 | | | |

Tablo 10’da ihracat sorunları algısının işletmenin KOSGEB desteklerinden yararlanma durumuna göre farklılık gösterip göstermediği sunulmuştur. İhracat sorunları algısının işletme dışı etkenler, pazar bilgisi ve nitelikli işgücü alt boyutlarında KOSGEB desteklerinden yararlanmaya göre fark göstermediği, ürün adaptasyonu alt boyunda ise fark gösterdiği görülmektedir. Bu durumda H6a, H6c ve H6d hipotezleri reddedilirken H6b hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 11. İhracat Sorunları Algısının Firma Sahibinin Eğitim Durumuna Göre Farklılığı

| | Firma sahibinin eğitim durumu | N | Ortalama | İstatistik değeri | Anlamlılık değeri |
|-----------------------|-------------------------------|-----|----------|-------------------|-------------------|
| İşletme dışı etkenler | Lise ve altı | 53 | 52,00 | 3,221 | ,822 |
| | Ön lisans ve lisans | 79 | 73,32 | | |
| | Lisansüstü | 23 | 87,10 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Ürün adaptasyonu | Okur-yazar | 53 | 76,33 | 6,968 | ,376 |
| | İlköğretim | 79 | 71,79 | | |
| | Lise | 23 | 84,79 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Pazar bilgisi | Okur-yazar | 53 | 88,52 | 8,432 | ,137 |
| | İlköğretim | 79 | 76,13 | | |
| | Lise | 23 | 96,58 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Nitelikli iş gücü | Okur-yazar | 53 | 91,73 | 9,320 | ,223 |
| | İlköğretim | 79 | 84,32 | | |
| | Lise | 23 | 88,90 | | |
| | Toplam | 155 | | | |

Tablo 11’de ihracat sorunları algısının işletme sahibinin eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediği sunulmuştur. İhracat sorunları algısının işletme dışı etkenler, pazar bilgisi, ürün adaptasyonu, nitelikli işgücü alt boyutlarında işletmenin hukuki yapısına göre fark göstermediği görülmektedir. Bu durumda H7a, H7b, H7c ve H7d hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 12. İhracat Sorunları Algısının Firma Faaliyet Alanına Göre Farklılığı

| Faktör | Firma faaliyet alanı | N | Ortalama | İstatistik Değeri | Anlamlılık Değeri |
|-----------------------|----------------------|-----|----------|-------------------|-------------------|
| İşletme dışı etkenler | İmalat | 114 | 80,52 | 2050,000 | ,244 |
| | Ticaret/Hizmet | 41 | 71,00 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Ürün adaptasyonu | İmalat | 114 | 80,65 | 2035,000 | ,219 |
| | Ticaret/Hizmet | 41 | 70,63 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Pazar bilgisi | İmalat | 114 | 77,71 | 2304,000 | ,893 |
| | Ticaret/Hizmet | 41 | 78,80 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Nitelikli iş gücü | İmalat | 114 | 80,02 | 2106,500 | ,347 |
| | Ticaret/Hizmet | 41 | 72,38 | | |
| | Toplam | 155 | | | |

Tablo 12’de ihracat sorunları algısının işletmenin faaliyet alanına göre farklılık gösterip göstermediği sunulmuştur. İhracat sorunları algısının işletme dışı etkenler, pazar bilgisi, ürün adaptasyonu, nitelikli işgücü alt boyutlarında işletmenin faaliyet alanına göre fark göstermediği görülmektedir. Bu durumda H8a, H8b, H8c ve H8d hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 13. İhracat Sorunları Algısının Faaliyet Gösterilen Sektöre Göre Farklılığı

| | Faaliyet gösterilen sektör | N | Ortalama | İstatistik değeri | Anlamlılık değeri |
|-----------------------|----------------------------|-----|----------|-------------------|-------------------|
| İşletme dışı etkenler | Tarım ve hayvansal ürün | 33 | 85,45 | 6,132 | ,492 |
| | Ağaç ve Orman ürünleri | 11 | 90,55 | | |
| | Tekstil ve Konfeksiyon | 13 | 81,96 | | |
| | Demir ve Çelik ürünleri | 20 | 68,90 | | |
| | Kimyevi Maddeler | 11 | 95,00 | | |
| | Makine ve Aksamları | 32 | 68,91 | | |
| | Diğer | 35 | 74,31 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Ürün adaptasyonu | Tarım ve hayvansal ürün | 33 | 70,32 | 6,754 | ,462 |
| | Ağaç ve Orman ürünleri | 11 | 81,55 | | |
| | Tekstil ve Konfeksiyon | 13 | 74,69 | | |
| | Demir ve Çelik ürünleri | 20 | 69,23 | | |

| | | | | | |
|-------------------|-------------------------|-----|-------|-------|------|
| | Kimyevi Maddeler | 11 | 70,14 | | |
| | Makine ve Aksamları | 32 | 80,83 | | |
| | Diğer | 35 | 92,77 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Pazar bilgisi | Tarım ve hayvansal ürün | 33 | 62,51 | 4,377 | ,710 |
| | Ağaç ve Orman ürünleri | 11 | 77,77 | | |
| | Tekstil ve Konfeksiyon | 13 | 88,23 | | |
| | Demir ve Çelik ürünleri | 20 | 62,40 | | |
| | Kimyevi Maddeler | 11 | 73,95 | | |
| | Makine ve Aksamları | 32 | 82,25 | | |
| | Diğer | 35 | 82,91 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Nitelikli iş gücü | Tarım ve hayvansal ürün | 33 | 90,81 | 6,954 | ,433 |
| | Ağaç ve Orman ürünleri | 11 | 64,45 | | |
| | Tekstil ve Konfeksiyon | 13 | 85,42 | | |
| | Kimyevi Maddeler | 11 | 73,95 | | |
| | Makine ve Aksamları | 32 | 82,25 | | |
| | Diğer | 35 | 82,91 | | |
| | Toplam | 155 | | | |

Tablo 13'te ihracat sorunları algısının işletmenin faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık gösterip göstermediği sunulmuştur. İhracat sorunları algısının işletme dışı etkenler, pazar bilgisi, ürün adaptasyonu, nitelikli işgücü alt boyutlarında işletmenin faaliyet gösterdiği sektöre göre fark göstermediği görülmektedir. Bu durumda H9a, H9b, H9c ve H9d hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 14. İhracat Sorunları Algısının İhracat Yapılan Ülke Sayısına Göre Farklılığı

| Faktör | İhracat yapılan ülke sayısı | N | Ortalama | İstatistik değeri | Anlamlılık değeri |
|-----------------------|-----------------------------|-----|----------|-------------------|-------------------|
| İşletme dışı etkenler | 1-3 arası ülkeye | 66 | 81,40 | 2,399 | ,494 |
| | 4-6 arası ülkeye | 38 | 74,84 | | |
| | 7-10 arası ülkeye | 22 | 66,48 | | |
| | 11 ve üzeri ülkeye | 29 | 83,14 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Ürün adaptasyonu | 1-3 arası ülkeye | 66 | 84,94 | 5,931 | ,115 |
| | 4-6 arası ülkeye | 38 | 67,91 | | |
| | 7-10 arası ülkeye | 22 | 65,48 | | |
| | 11 ve üzeri ülkeye | 29 | 84,93 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Pazar bilgisi | 1-3 arası ülkeye | 66 | 86,14 | 10,733 | ,013 |
| | 4-6 arası ülkeye | 38 | 74,03 | | |
| | 7-10 arası ülkeye | 22 | 51,75 | | |
| | 11 ve üzeri ülkeye | 29 | 84,60 | | |
| | Toplam | 155 | | | |
| Nitelikli iş gücü | 1-3 arası ülkeye | 66 | 87,63 | 8,084 | ,044 |
| | 4-6 arası ülkeye | 38 | 65,92 | | |
| | 7-10 arası ülkeye | 22 | 64,57 | | |
| | 11 ve üzeri ülkeye | 29 | 82,10 | | |
| | Toplam | 155 | | | |

Tablo 14'te ihracat sorunları algısının ihracat yapılan süreye göre farklılık gösterip göstermediği sunulmuştur. İhracat sorunları algısının işletme dışı etkenler ve ürün adaptasyonu alt boyutlarında ihracat yapılan süreye göre fark göstermediği, pazar bilgisi ve nitelikli işgücü alt boyutlarında ise fark gösterdiği görülmektedir. Bu durumda H10a ve H1b hipotezleri reddedilirken H10c ve H10d hipotezleri kabul edilmiştir.

Tablo 15. İhracat Sorunları Algısının Genel Düzeyde ve Alt Boyutlar Arasında Spearman Korelasyon Testi

| Spearman's rho | | İşletme dışı etkenler | Ürün adaptasyonu | Pazar bilgisi | Nitelikli işgücü |
|-----------------------|----------------------|-----------------------|------------------|---------------|------------------|
| İşletme dışı etkenler | Korelasyon katsayısı | 1,000 | ,554** | ,442** | ,538** |
| | P | . | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 155 | 155 | 155 | 155 |
| Ürün adaptasyonu | Korelasyon katsayısı | ,554** | 1,000 | ,520** | ,646** |
| | P | ,000 | . | ,000 | ,000 |
| | N | 155 | 155 | 155 | 155 |
| Pazar bilgisi | Korelasyon katsayısı | ,442** | ,520** | 1,000 | ,555** |
| | P | ,000 | ,000 | . | ,000 |
| | N | 155 | 155 | 155 | 155 |
| Nitelikli iş gücü | Korelasyon katsayısı | ,538** | ,646** | ,555** | 1,000 |
| | P | ,000 | ,000 | ,000 | . |
| | N | 155 | 155 | 155 | 155 |

Tablo 15 incelendiğinde faktörler arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. İhracat sorunları algısının alt boyutlarında faktörler arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu görülmektedir. Her bir faktörde meydana gelen değişim diğer faktörleri de etkilemektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Küreselleşme ile birlikte uluslararası ticaret önemli bir faktör haline gelmiştir. Ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre şekillenen bu uluslararası ticaret sistemine, buldukları ülkede faaliyet gösteren ve ihracat misyonuna sahip tüm işletmeler katılmak istemektedir. Ancak bu durum gerek işletme yapısı gerekse ulusal mevzuat kaynaklı olarak çoğu zaman sorun arz etmektedir. Bu durum ülkelerin dış ticaret dengesini de olumsuz etkilemektedir. Ülke ekonomisine önemli katkısı olan dövizin kolaylıkla girişinin sağlanması amacıyla ihracat önemli bir husustur. Türkiye’de ise hem ulusal mevzuat hem de işletme kaynaklı sorunlar yaşanmaktadır. Sorunların giderilmesi dış ticaret dengesi açısından oldukça önemlidir.

Mersin ilinde ihracat yapan KOBİ düzeyindeki işletmelere yönelik gerçekleştirilen bu çalışmada, KOBİ’lerin yaşadıkları sorunları ve bu sorunların kaynağını belirlemek hedeflenmiştir. Kanuni olarak Mersin ilinde faaliyet gösterdikleri tespit edilen 155 KOBİ örneğinde çalışma gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada işletmelerin ihracat sorunları algısı “işletme dışı etkenler”, “ürün adaptasyonu”, “pazar bilgisi” ve “nitelikli işgücü” olmak üzere dört faktör altında incelenmiştir. Hipotezler bu dört faktör ve işletmelerin ihracat sorunları algılarını etkileyen faktörler dikkate alınarak oluşturulmuştur. Çalışma sonuçlarına göre, ihracat sorunları algısının işletme çalışan sayısına, hukuki yapısına, işletme sahibinin eğitim durumuna, işletmenin faaliyet alanına ve sektörüne, cirosuna ve ihracatın ciroya oranına göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında işletmelerin ürün adaptasyonuna ilişkin sorunlarının ihracat yapılan süreye göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. İşletme dışı etkenler, pazar bilgisi ve nitelikli işgücüne ilişkin sorunların ise süreye göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Çalışma sonucuna göre bir yıldan daha az süredir ihracat yapan işletmeler ürün adaptasyonunda daha fazla sorun yaşamaktadırlar. Bu durumda özellikle uluslararası pazarda tecrübesi az olan KOBİ’lerin ürün tasarımı, ambalajı ve kalite standartlarını karşılamakta sorun yaşadığı söylenebilir. Bu durum Akgemci (2001), Kendirli ve ark., (2001), Özcan ve Atalay (2017), Kumbas (2017)’ nin KOBİ’lerin üretim, kalite ve standardizasyon sorunları yaşadığı tespit ettikleri çalışma sonuçları ile örtüşmektedir. Bu soruna yönelik olarak KOSGEB, Ticaret Bakanlığı ve diğer kurumlar aracılığıyla uluslararası pazarlara yeni giren firmalara yönelik mentörlük desteği verilmesi önerilmektedir.

Çalışma sonuçlarına göre işletmelerin ürün adaptasyonuna ilişkin sorunlarının işletmelerin KOSGEB desteklerinden yararlanma durumuna göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. İşletme dışı

etkenler, pazar bilgisi ve nitelikli işgücüne ilişkin sorunların ise KOSGEB desteklerinden yararlanma durumuna göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan 155 işletmeden 121'inin KOSGEB desteği almasına rağmen ürün adaptasyonu alt boyutunda sorun yaşamasına yönelik olarak KOSGEB desteklerinin işletmelerin pazar taleplerini karşılayacak kalitede, standartta, tasarım ve ambalajla üretilmesine yönelik sektörel bazda programlar sunması yani bir nevi "terzi usulü destek" sistemine geçilmesi önerilmektedir.

Araştırmanın diğer bir sonucuna göre pazar bilgisi ve nitelikli işgücüne ilişkin sorunlarının ihracat yapılan ülke sayısına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. İşletme dışı etkenler ve ürün adaptasyonuna ilişkin sorunların ise ihracat yapılan ülke sayısına göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Çalışma sonucuna göre 1-3 arası ülkeye ihracat yapan işletmeler pazar bilgisi ve nitelikli işgücünde daha fazla sorun yaşamaktadır. İşletmelerin pazar bilgisi sorunu yaşamalarının ihracat yapılan ülke sayısının sınırlı düzeyde kalmasında etken olduğu söylenebilir. Ayrıca nitelikli iş gücünde sorun yaşayan işletmelerin daha fazla pazara ulaşamayarak daha sınırlı düzeyde ülkeye ihracat yapması da beklenen bir durumdur. Zira uluslararası pazar araştırması yapabilen personellerin ihracata yönelik işletmelerin yeni pazarlar bulmasında etkili olduğu bilinmektedir. Pazar bilgisi ve nitelikli işgücüne ilişkin ulaşılan sonuçlar Balantekin (2006) ve Erkan (2017) İşletmelerin İŞKUR, KOSGEB ve Ticaret Bakanlığı'nın nitelikli personel istihdamına yönelik destek programlarından ve yine KOSGEB ve Ticaret Bakanlığı'nın Pazar araştırmasına ilişkin danışmanlık, rapor ve e-ticaret sitesi üyelik desteklerinden etkin şekilde yararlanmalarının sağlanması sorunun çözümüne hizmet edecektir. Özellikle meslek örgütlerinin bu konuda daha aktif olarak işletmelerin desteklerden haberdar olmasını sağlaması ve yararlanmalarına yönelik destek vermesi önerilmektedir. Diğer taraftan pazar bilgisi sorununu işletme içi kaynaklarla çözemeyen işletmelerin dışarıdan profesyonel destek alması da düşünülmelidir.

Günümüzde gerek kamu kurum ve kuruluşları gerekse STK'lar ihracata yönelik destekler vermektedirler. Ancak çalışma sonuçlarına ve alanyazına bakıldığında KOBİ'lerin bu desteklerden yeterli düzeyde faydalanmadıkları söylenebilir. Zira markalaşma, standardizasyon, tasarım, pazar araştırması, nitelikli eleman istihdamı, vb. konularda çok geniş bir çerçevede destek programları yürütülmektedir. Bu çerçevede öneri olarak ihracat yapmak isteyen KOBİ'lerin mevcut durum analizinin destek verecek kurum tarafından yapılması sonrası eksik yönleri tespit edilerek ortaya çıkan sonuca göre terzi usulü destek modelleri geliştirilebilir. Böylelikle KOBİ kısıtlı imkân ve enerjisini asıl ihtiyaç duyduğu alanda destek almak üzere kullanarak toplamda daha fazla fayda sağlayacaktır.

Araştırmanın ana kısıtı ile ilgili bilgiler araştırmanın yöntem bölümünde ele alınmıştır. Bu çalışma Mersin'de ihracat yapan KOBİ'ler üzerine yapılmıştır. İşletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunları incelemek isteyen araştırmacılar, KOBİ vasfında olmayan büyük ölçekli işletmeleri de çalışmalarına dâhil edip KOBİ'ler ve büyük ölçekli işletmeler arasındaki ihracat sorunları algılarının farkını ortaya koymaya çalışabilirler. Özellikle ihracata yeni başlayan, bir yıldan az süredir ihracat yapan KOBİ'lerin ve 1-3 arası sayıda ülkeye ihracat yapan KOBİ'lerin derinlemesine mülakat gibi nitel yöntemlerle daha detaylı incelenmesinin işletmelere ve alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akgemci, T. (2001). *KOBİ'lerin temel sorunları ve sağlanan destekler*. Ankara: KOSGEB Yayını.
- Aksoy, R., & Yıldırım, C. (2013). Zonguldak ilinde ihracat yapan firmaların ihracatta karşılaştıkları sorunlar, *Uluslararası İşletme ve Yönetim Dergisi*, 1(3), 249-268.
- Altıntaş, M., & H.,Tanrıverdi, İ.(2019). İşletmelerin ihracat performansı: bibliyometrik analiz, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 17(3), 294-311.
- Altıntaş, M.H., & Tokol, H. (2007). The effects of export barriers on perceived export performance An empirical research on SMEs in Turkey. *EuroMed Journal of Business*, 2(1), 36-56.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*. İstanbul: Avcı Ofset.

- Balantekin, B. E. (2006). *İhracatta KOBİ'lere sağlanan devlet destekleri ve KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar ve Kayseri'de bir anket uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Bayülken, Y., & Küttükoğlu, C. (2012). Makine Mühendisleri Odası oda raporu, *Küçük ve orta ölçekli sanayi işletmeleri* (KOBİ'ler). (4. Baskı). Yayın No: MMO/583
- Bellek, M. (2016). *Stratejik yönetimde KOBİ'lerin sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamasında e-ticaret uygulamaları ve Kayseri Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyet gösteren işletmeler üzerine bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Hitit Üniversitesi, Çorum.
- Bozkurt, Ç., Ö., & Tunç, H. (2018). KOBİ'lerde dış ticaret sorunları: Antalya ili örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(2), 381-398.
- Büyüköztürk, S. (2005). *Veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Constantine, S. K., & Robert, E. M. (1994). Differences in perceptions of exporting problems based on firm size and export market experience. *European Journal of Marketing*, 28(5), 17-35.
- Çütçü, İ., Özdemir, A., & Erkan, H. (2017). KOBİ'lerin ihracat piyasalarında karşılaştığı sorunlara ilişkin algıları: Gaziantep'teki KOBİ'ler üzerine bir araştırma. *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(5), 2691-2709.
- Eminoğlu, O. (2013). *KOBİ'lerin ihracatta karşılaştığı sorunlar ve devlet destekleri üzerine Ankara Sincan Organize Sanayi Bölgesi'nde bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Erkan, H. (2017). *KOBİ'lerin ihracat performanslarında karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri: Gaziantep ili örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Gaziantep
- Hamill, J. & Gregory K. (1997). Internet marketing in the internationalisation of UK's SMEs. *Journal of Marketing Management*, 1(3), 9-28.
- İhracat Yönetmeliği. (2006). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/06/20060606-10.htm>
- İnan, H., & Nakıboğlu, B. (2009). KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları engellerin belirlenmesine yönelik mobilya sektöründe gerçekleştirilen bir araştırma. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(2), 228-246.
- İslambay, T. (2018). *Küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracat sorunları: Konya imalat sektöründe bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Karelakis, C., Konstadionis, & M. Chrysochoidis. (2008). Export problems perceptions and clustering of greek wine firms. *Euromed Journal of Business*, 3(1), 6-22.
- Kayabaşı, A., Kiracı, H., Kanberoğlu, Z., & Oğuz, A. (2010). KOBİ'lerde ihracat performansını belirleyen unsurların incelenmesi: İnegöl'de faaliyette bulunan işletmeler üzerinde bir alan araştırması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(28), 1-12.
- Kendirli, S., & Bilginer, M. (2001). Modern finansman teknikleri bağlamında küçük ve orta ölçekli işletmelere alternatif çözüm önerileri. *Standart*, 40(272).
- KSEP, (2018). *KOBİ Stratejisi Eylem Planı ,2015-2018*. Erişim adresi: https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/KSEP%20G%C3%BCncellenen%20Eylem%20Plan%C4%B1%202015-2018_06_05_2016.pdf.
- Kumbas, S. (2017). *KOBİ'lerin dış ticarete karşılaştıkları sorunlar*. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Leonidou, Leonidas C., (2004). An analysis of the barriers hindering small business export development. *Journal of Small Business Management*, 42(3), 279-302.
- Mihoğlu, A. B. (2019). *KOBİ'lerin ihracat davranışları: Konya otomotiv yan sanayi sektöründeki KOBİ'ler üzerine bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, KTO Karatay Üniversitesi, Konya.
- Özcan, S. E., & Atalay, R. (2017). Konya'da makine aksam imalatı yapan ihracatçı KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar üzerine bir uygulama. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(04), 55-66.
- Özeltürkay, Y. E., & Çerçel, S. (2014). Organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren firmaların karşılaştıkları ihracat engelleri: Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi'nde bir uygulama. *Çankırı Karatekin Üniversitesi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 271-286.
- Özyiğit, H. (2015). *KOBİ'lerin finansman sorunlarına Avrupa Birliği KOBİ finansman politikalarıyla çözüm önerileri: Erzincan uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi, Erzincan Üniversitesi, Erzincan.
- Pirtini, S., & Melemen, M. (2004). *İhracat uygulamaları – pazarlama yönlü bir yaklaşım*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

- Sakarya, Ş. (2011). İhracat yapan işletmelerin finansman kaynaklarının belirlenmesine yönelik bir alan araştırması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 42, 117-134.
- Savcı, Y. (2009). *KOBİ'lerin dış ticarete karşılaştıkları sorunlar*. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Silva., P., & Rocha, A. (2000). Perception of export barriers to Mercosur by Brazilian firms, *International Marketing Review*, 18(6), 589-610.
- Şaşmaz, M.Ü., & Karamıklı, A. (2018). Türkiye'de ihracatı teşvik uygulamaları ve ihracat potansiyelinin artırılmasına yönelik değerlendirmeler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(4), 2837-3867.
- Tarhan, İ. (2013). *Para dışındaki ödeme araçlarının KOBİ'lerin ticarî yaşamındaki etkinliğine yönelik bir araştırma: Ankara Gimat örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Taşpınar, M. (2008). *Üretim yapan işletmelerde ihracatta kullanılan teşvik ve desteklemelerin ihracat performansı üzerine etkisi ve kullanımda karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Ticaret Bakanlığı, (2021). Erişim adresi: <https://ticaret.gov.tr>.
- TİM, (2021). *Türkiye İhracatçılar Meclisi*. Erişim adresi: <https://tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari> adresinden 18.02.2021.
- Topçu, E. (2006). *Avrupa Birliği'ne üyelik sürecinde KOBİ'lerin yeniden yapılanması: Türkiye'deki KOBİ'lerin yönetim ve organizasyon yapısının tespitine yönelik bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- TUİK, (2021). *Türkiye İstatistik Kurumu*. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=dis-ticaret-104&dil=1>.
- Yalçınkaya, M. H. (2017). Gelişen Türkiye'nin rekabetçi gücü Manisa Sanayi Bölgesi KOBİ'lerinin sosyo-ekonomik yapısı: SWOT analizi. *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 279-308.
- Zerenler, M., & Cura, F. (2017). İşletmelerin ihracat faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunların ihracat tecrübeleri ile ilişkisi: Konya otomotiv yan sanayine yönelik bir uygulama. *Social Sciences Studies Journal*, 3(5), 110-118.
- Zor, Ü. (2017). *KOBİ'lerde bütçe uygulamaları: belirleyici faktörler ve işletme performansına etkisi*. Doktora Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.

Etik Beyanı : Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara uyulduğunu yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde ÖHÜİBF Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazarlarına aittir.

İlgili çalışmada 21.05.2020 tarih ve 2020/24 sayılı Tarsus Üniversitesi etik kurulundan gerekli izinler alınmıştır.

Yazar Katkıları : Ali Can AYDIN, çalışmada konunun belirlenmesi, alanyazın taraması, veri toplama, analizi ve raporlama bölümlerinde katkı sağlamıştır. M. Sami SÜYGÜN, konunun belirlenmesi, çalışmanın tasarımı, denetlenmesi ve incelenmesi aşamalarında katkı sağlamıştır. Birinci yazarın katkı oranı yaklaşık olarak %60, ikinci yazarın katkı oranı ise %40'tur.

Çıkar Beyanı : Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Ethics Statement : The authors declare that ethical rules are followed in all preparation processes of this study. In case of detection of a contrary situation, ÖHÜİBF Journal does not have any responsibility and all responsibility belongs to the authors of the study

Author Contributions : Ali Can AYDIN contributed to the determination of the subject in the study, literature review, data collection, analysis and reporting. M. Sami SÜYGÜN contributed to the determination of the subject, the design, inspection and examination of the study. The contribution rate of the first author is approximately 60%, and the contribution rate of the second author is 40%.

Conflict of Interest : There is no conflict of interest between the author.
