



## Kobi'lerin İhracat Piyasalarında Karşılaştığı Sorunlara İlişkin Algıları: Gaziantep'teki Kobi'ler Üzerine Bir Araştırma<sup>1</sup>

İbrahim ÇÜTCÜ  
Yrd. Doç. Dr., Hasan Kalyoncu Üniversitesi İİSBF İktisat Böl.  
Asst. Prof., Hasan Kalyoncu University  
Orcid ID: 000-0002-8655-1553  
ibrahim.cutcu@hku.edu.tr

Aydın ÖZDEMİR  
Öğr. Gör., Adıyaman Üniversitesi Besni MYO  
Lect. Adıyaman University  
Orcid ID: 0000-0002-2413-9440  
aydinozdemir17@gmail.com

Hayrettin ERKAN  
Yüksek Lisans Öğr., Hasan Kalyoncu Üniversitesi SBE İktisat ABD  
Hasan Kalyoncu University  
Orcid ID: 0000-0001-9453-2726  
hayrettin\_erkant@hotmail.com

### Öz

Küçük ve Orta Boy İşletmelerin (KOBİ) dünya ve Türkiye piyasalarında üretimden istihdama kadar birçok makroekonomik değişkende önemli ağırlığa sahip olduğu bilinmektedir. Ekonomik yönden bu kadar önemli olan KOBİ'lerin ihracat açısından beklenen performansı gösteremediği görülmektedir. İhracat piyasalarında son yıllarda yaşanan küresel rekabet, KOBİ'leri kapasite ve inovatif eksikliklerinden dolayı olumsuz yönde etkilemektedir. Bu çalışmada firmaların çeşitli demografik değişkenlerinin İhracat Sorunları Algısı Ölçeğinin alt boyutları olan Pazarla İlgili Genel Bilgilere, Yurtdışı Talep Koşullarına ve İhracat Maliyetine etkisi Çoklu Regresyon Analizi ile test edilmiştir. Bu kapsamda oluşturulan hipotezler Gaziantep'te faaliyet gösteren ve ihracat yapan 112 KOBİ üzerinde uygulanmıştır. Elde edilen bulgular firmaların demografik değişkenlerinin İhracat Sorunları Algısı Ölçeğinin alt boyutları üzerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** İhracat, KOBİ, Finans, Gaziantep, Dış Ticaret

### The Perceptions of Problems Encountered in Export Markets of Smes: A Research on Gaziantep's Smes

#### Abstract

It is known that small and medium sized enterprises have a key importance in various macroeconomic variables from production to employment in the world and Turkish markets, It is seen that SMES, which are so important in terms of the economic view, can not display expected performance from the point of exports. Global competition in the export markets in recent years has been affecting SMES negatively due to their capacity and innovative deficiencies. In this study, the effects of various demographic variables of the firm on General Information About Market, Foreign Demand Conditions and Export Cost, which are the subscales of the Export Problems Perception Scale, were tested by Multiple Regression Analysis. Findings reveal that the demographic variables of the firms have an effect on the subscales of the Perception of Export Problems Scale.

**Keywords:** Export, SME, Finance, Gaziantep, Foreign Trade

<sup>1</sup> Bu çalışma yazarlardan Hayrettin ERKAN'ın "KOBİ'lerin İhracat Performanslarında Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri: Gaziantep İli Örneği" (Hasan Kalyoncu Üniversitesi, SBE) başlıklı yüksek lisans tez çalışmasından geliştirilerek oluşturulmuştur.

## 1. Giriş

İhracat, bir ülkenin makro ekonomik göstergelerini doğrudan etkileyen, orta ve uzun vadeli planlarındaki başarıyı tetikleyen hatta sosyo-ekonomik alanda önemli yenilikler yaratan önemli bir sektördür. Bu nedenle ekonomi kurmayları ve politika yapıcılarını ihracat hedeflerini belirlerken birçok değişkeni ve etkiyi de hesaplamaları gerekmektedir. Bu durum Türkiye gibi gelişmekte olan ve dünyayla entegrasyonu hızla gelişen ülkelerde ise daha da büyük bir önem arz etmektedir.

KOBİ'ler ise dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de neredeyse tüm sektörler için piyasanın öncü kuruluşlarıdır. Üretimden istihdama kadar birçok alanda ağırlığı bilinmektedir. Çalışmada tanımsal literatürde de değinileceği üzere AB normlarında KOBİ "250 kişiden az işçi çalıştıran, yıllık satış cirosu 40 milyon EURO'yu geçmeyen veya arsa ve bina hariç mevcut sabit sermaye tutarı, bilanço net değeri itibarıyla 27 milyon EURO'yu geçmeyen, bağımsız işletmeler, sermayesinin ya da hisse senetlerinin %25 veya daha fazlası bir işletme tarafından üstlenilmemiş olan veya sermayesi, "Küçük ve Orta Ölçekli İşletme" tanımı dışındaki işletmelerden meydana gelmemiş olan işletmelerdir" (Çolakoğlu,2002: 3). Ekonomi üzerinde bu kadar ağırlığı olan işletmelerin de doğal olarak dış ticaret performansları ekonominin geneli için oldukça önemlidir.

Küreselleşme hareketlerinin hızlandığı 1980'li yıllar Türkiye dış ticaretinde bir dönüm noktasıdır. 1980'li yıllara kadar ithal ikameci politikalar ile yönetilen piyasalar 24 Ocak Kararnameleri ile dışa açık, ihracatçı büyüme modellerine dönüş yapmıştır. İhracatçı büyüme modellerinin temel stratejisi ise KOBİ'lerin performans göstergeleridir. Bu nedenle KOBİ'lerin özellikle ihracat piyasalarında etkinliği, nitelikli işgücünün yetiştirilmesi, finansman kaynaklarının genişletilmesi ve araçlarının çeşitlendirilmesi, pazara ve teknolojiye erişimin kolaylaştırılması gibi temel sorunlarının çözümüne dönük politikalar geliştirilmesi gerekmektedir.

1. Çalışmada temelde KOBİ'lerin ihracat yaparken karşılaştığı sorunlar ve çözüm önerileri ele alınmaktadır. Bu kapsamda öncelikle teorik ve kavramsal çerçeve oluşturulmakta, bu başlık altında KOBİ'lerin genel durumu, sosyo-ekonomik etkileri ve Türkiye'de ki etkinliği ele alınırken ihracat başlığı altında ise KOBİ'lerin temel sorunları ve ihracat piyasalarındaki önemi irdelenmektedir. Araştırmanın temel problemine ilişkin literatür araştırmasından sonra analiz bölümünde Gaziantep ilinde ihracat yapan 112 firma ile gerçekleştirilen anket araştırmasının bulguları yorumlanmaktadır. Bu kapsamda öncelikle daha önce uyarılma çalışmaları yapılan ve araştırmada kullanılan ölçeğin, araştırma verilerine uygunluğunu test etmek amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi yapılmış ardından değişkenler arası korelasyonlar tespit edilmiştir. Daha sonra hipotezlerin test edilmesi amacıyla Çoklu Regresyon Analizi gerçekleştirilmiştir.

## 2. Teorik ve Kavramsal Çerçeve

Üretim ve istihdam açısından birçok sektörde büyük ağırlığı olan KOBİ'lerin ihracat performanslarını, bu süreçte karşılaştığı sorunlarını ve çözüm



önerilerini oluşturmadan önce KOBİ'lerin genel yapısını, işleyişini, Türkiye ve dünyada ki örneklerini doğru ve kapsamlı bir şekilde analiz etmek gerekir. Bu nedenle öncelikle KOBİ'nin tanımını doğru yapmak ve Türkiye ekonomisine doğru bir şekilde uyarlamak gerekmektedir.

Tanımsal ifadelerle ilişkin literatüre bakıldığında birçok araştırmacı, kurum veya kuruluşun kendi beklentileri ya da ihtiyaç analizlerine göre tanımlamalar yaptığı görülmektedir. KOBİ tanımını etkileyen belli başlı faktörler şu şekilde sıralanabilir (Çetin, 1996: 35); zaman, ekonomik düzey, sanayileşme düzeyi, kullanılan teknoloji, pazarın büyüklüğü, faaliyette bulunan işkolu, kullanılan üretim tekniği, üretilen malın özellikleri, iş gören sayısı, kuruluş ve araştırmalar. 18.11.2005 tarihli, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmenlik" ile AB ölçütlerine uygun biçimde tanım yapılmıştır. Bu tanıma göre Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme: 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 25 milyon TL aşmayan ve bu yönetmenlikte mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ve kısaca KOBİ olarak adlandırılan ekonomik birimlerdir (Resmi Gazete, 2005: 3)

**Tablo 1.KOBİ Tanımı Yönetmenliğine Göre İşletmelerin Sınıflandırılması**

Çalışan Sayısı	Sınıf	Yıllık Net Satış Hasılatı (YTL)
0-9	Mikro	1.000.000
10-49	Küçük	5.000.000
50-249	Orta	25.000.000

Kaynak: Resmi Gazete, 2005:3

AB KOBİ tanımı ise mevcut sosyo-ekonomik şartlarda düşünülerek şu şekilde ifade edilmiştir (Çolakoğlu,2002: 3) : 250 kişiden az işçi çalıştıran, yıllık satış cirosu 40 milyon EURO'yu geçmeyen veya arsa ve bina hariç mevcut sabit sermaye tutarı, bilanço net değeri itibariyle 27 milyon EURO'yu geçmeyen, bağımsız işletmeler, sermayesinin ya da hisse senetlerinin %25 veya daha fazlası bir işletme tarafından üstlenilmemiş olan veya sermayesi, "Küçük ve Orta Ölçekli İşletme" tanımını dışındaki işletmelerden meydana gelmemiş olan işletmelerdir.

**Tablo 2. Avrupa Birliğinde KOBİ Tanımı**

İşletme Kategorisi	Yıllık Çalışan Sayısı	Satışlar	Mali 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



**Kobi'lerin İhracat Piyasalarında Karşılaştığı Sorunlara İlişkin Algıları: Gaziantep'teki Kobi'ler Üzerine Bir Araştırma**

Orta Ölçekli İşletme	250'den az	50 milyon EURO'ya kadar	43 milyon EURO'ya kadar
----------------------	------------	-------------------------	-------------------------

Kaynak: (European Commission, 2005:32).

KOBİ'ler, günümüz küresel dünyasında sahip oldukları esneklikleri ile dinamik, değişen koşullara süratle uyabilen, bürokratik olmayan yapılarıyla yaratıcı, yenilikçi, talep boşluklarını süratle yakalayıp fırsatları zamanında değerlendirebilen işletmeler olarak algılanmalıdır (Müftüoğlu, 2002: 31). Bu kurumlar gün geçtikçe nicel varlıkları ve üretimdeki payları ile sürekli gelişmekte ve milli gelire önemli katkılar sağlamaktadır. Tablo 3'te de görüldüğü üzere KOBİ'lerin ekonomik işleyişteki gücü sadece gelişmekte olan ülkelerde değil birçok gelişmiş ülkede de oldukça büyüktür.

**Tablo 3: Çeşitli Ülkelerde Küçük İşletmeler ile İlgili Ekonomik 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 Oranı (%)
A.B.D	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
İNGİLTERE	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	-	-
TÜRKİYE	99,9	75,2	53,2	55	59,2	26

Kaynak: TOBB, 2017

KOBİ'lerin birçok ekonomi de karşılaşmış olduğu istihdam, finansman, üretim, personel gibi temel problemlerin dışında çalışmada ağırlıklı olarak ihracat yaparken karşılaşmış olduğu sorunlar irdelenmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde düşük ihracat payına sahip olmasına rağmen KOBİ'ler büyük sermaye şirketlerinin ihraç ettiği ürünleri ile önemli bir yere sahiptirler. Dış ticaret de mevcut küresel rekabet de ayakta kalabilmeleri için KOBİ'lerin öncelikle yeni fikirlere yani inovatif atılımlara ihtiyacı vardır. Bu kapsamda yeni ürün fikirlerini ürüne dönüştürebilmeleri için ürün ve pazar araştırmaları yapmaları, müşterinin şartlarına göre ürün uyarlamasına yönelmeleri, teknoloji, insan gücü ve finansman konularındaki eksikliklerini



gidermeleri gerekmektedir (Oktav, 1990: 81). Türkiye’de ekonominin dış açılmasında KOBİ’lerin özellikle dış ticaret, yabancı sermaye, hizmet hareketleri bakımından katkıları istenilen boyutlarda değildir (Özgen ve Doğan,1997:228).

### 3. Literatür Araştırması

İhracat performansı makro düzeyde ülke ekonomilerinin birçok değişkenini etkilerken mikro düzeyde ise KOBİ’ler gibi işletmelerin uzun dönemli planlarını ve ekonomik performanslarını etkilemektedir. Bu nedenle literatürdeki çalışmalara bakıldığında KOBİ’lerin ihracat performansını etkileyen ve ihracat yaparken karşılaştığı sorunları inceleyen birçok araştırma bulunmaktadır. Çalışmanın özgünlüğü Gaziantep ilinin gerek Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde ki önemi gerekse ülke ekonomisindeki ağırlığından dolayı yapılan saha araştırmasının istatistiksel analiz ve iktisadi yorumlarla katkısıdır.

KOBİ’lerin ihracat sürecinde karşılaştığı sorunlara ilişkin literatür şu şekilde özetlenebilir: Katsikeas, Piercy ve Loannidis (1996), çalışmalarında ihracat performansını temelde işletme büyüklüğü, ihracat teşvikleri, firmanın ihracat deneyimi, piyasanın rekabetçi özellikleri gibi değişkenlerin belirlediği sonucuna ulaşmıştır. Styles ve Ambler (2000), gerçekleştirdikleri çalışmada ihracat performansı ile güven ve ilişki taahhüdünü ampirik olarak incelemişler ve firmaların ihracat performansını etkileyen faktörlerin çoğunun pazarlama stratejisi ve pazar çevresi ile ilgili etkenler olduğunu belirtmişlerdir. Khan (1989)’a göre KOBİ’lerin dış ticarete girmelerinde ki temel sorunlar teknoloji, finansman, insan kaynakları ..vb eksikliklerdir ve bu eksikliklerden dolayı ürünlerini dış piyasalara satamamaktadırlar. Müslümov (2001), KOBİ’lerin ihracat satışlarında fason üretime yöneldikleri fakat kendi markalarını yaratarak pazarlama süreçlerinde büyük sorunlar yaşadığını belirtmektedir. Çalışmasında, markalaşmayan ve kaliteli üretimi ihracat pazarlarına taşıyamayan firmalarında rekabet üstünlüğü yakalayamayacağı sonucuna ulaşmıştır. Ansen (2000), ihracattan yaşanan yoğun rekabet ve ihracata getirilen teşvik ve desteklemelerin eksikliklerini temel sorun olarak görmektedir. Bilici (2007), ihracat süreçlerini etkileyen genel sorunlar olarak finansal kaynak yetersizliği, yeterli kalifiye eleman temin edilememesi ve hizmet içi eğitimin eksikliği nedeniyle yaşanan problemler, mali olanaklar nedeniyle yeni teknolojilerden yararlanılamaması, üretimle ilgili hammadde ve malzeme temininde yaşanan güçlükler ve pazarlama, Ar-ge, kapasite kullanımları, teşvikler, kredi temininde yaşanan zorluklar şeklinde sıralamaktadır. Sönmez ve Arslan (2007), Ankara ve Bursa/İnegöl bölgesinde mobilya sektöründe yapmış olduğu anket araştırması sonucunda, mobilya ihracatının artırılması için ihracata yönelik bürokratik işlemler konusunda küçük ve orta ölçekli işletmelerin bilgilendirilmesi, bürokratik engellerin azaltılması, işletmeleri bilgilendirecek ve pazar araştırması yapacak devlet kurum ve kuruluşlarının artırılması, ihracata yönelik devlet destek ve teşviklerinin artırılarak özellikle markalaşma ve pazar araştırmasında daha çok işletmenin bu imkandan yararlanması gerektiği sonucuna varmıştır. Kayabaşı vd (2015),



İnegöl'de faaliyet gösteren KOBİ'ler üzerinde yaptığı araştırma sonuçlarında KOBİ'lerin ihracat performanslarını arttırabilmek için rekabetçi stratejiler üzerine yoğunlaşmaları gerektiği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca firmaların ihracat yaparken karşılaştığı temel sorunlar olarak ise pazarlama alanında yaşanan sorunlar, teknolojik altyapıda görülen eksiklikler, ihracat pazarlarının yeterli şekilde incelenememesini göstermektedir. Akgemci (2001) ise, ihracat yapan firmaların karşılaştığı sorunlar olarak standardizasyon, kalite kontrol eksiklikleri ve fiyat maliyet ilişkisinin doğru kurulamamasını görmektedir.

#### 4. Analiz ve Metodoloji

Çalışmanın bu bölümünde kurulacak hipotezlerin analizleri gerçekleştirilecektir. Saha araştırması gerek Güneydoğu Anadolu Bölgesi gerekse Türkiye'nin en önemli ihracat potansiyeline sahip olan ili Gaziantep'te gerçekleştirilmiştir. İzlenecek metodoloji şu şekildedir; öncelikle çalışmanın literatür destekli hipotezler oluşturulmuştur. Hipotezlerin oluşturulmasının ardından model oluşturularak gerçekleştirilecek analizler için yöntem, evren ve saha araştırmasının frekans analizi yorumlanmaktadır. Frekans analizlerinden sonra keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizleri sonucunda korelasoyon analizi ve çoklu regresyon analizi ile hipotezler test edilerek analiz kısmı sonuçlandırılmıştır. Çalışmada gerçekleştirilen tüm analizler SPSS 22 ve AMOS paket programları kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

##### 4.1. Hipotezlerin Oluşturulması

Ülkelerin dışa açılmasında KOBİ'lerin rolü hem gelişmekte hem de gelişmiş ekonomilerde oldukça önem arz etmektedir. Bu nedenle KOBİ'lerin ihracat performanslarını etkileyen faktörlerin doğru tespit edilmesi ve çözüm önerilerinin oluşturulması oldukça önemlidir. Çalışmada firmaların ihracat sürecinde karşılaştığı sorunlara ilişkin algısı; "İhracat Sorunları Algısı Ölçeğinin" alt boyutları olan "Pazarla İlgili Genel Bilgiler, Yurtdışı Talep Koşulları ve İhracat Maliyeti Etkisi" ile ölçülmektedir. Kurulacak hipotezler de literatürde belirtilen demografik unsurların ölçeğin alt boyutlarına etkisi şeklinde kurulmuştur.

Çalışmanın kavramsal çerçevesinde ve literatür kısmında da Çetin (1996), Resmi Gazete (2005), Çolakoğlu (2002), European Commission (2005) tarafından KOBİ tanımlarında belirtildiği üzere öncelikle çalışan sayısı ve firma cirosu gibi değişkenler ön plana çıkmakta ve burada ki sayılara göre KOBİ'ler alt kategorilere ayrılarak sınıflandırılmaktadır. Ayrıca Katsikeas, Piercy ve Loannidis (1996) de çalışmasında firmaların ihracat performanslarında işletme büyüklüğü ve ihracat deneyiminin öneminden bahsetmektedir. Khan (1989) yaptığı çalışmada KOBİ'lerin ihracat piyasalarına girmelerinde insan kaynakları ve finansman gibi değişkenlerini önemini vurgulamaktadır. Bilici (2007) ise KOBİ'lerin ihracat süreçlerini etkileyen genel sorunlar olarak finansal kaynak ve yeterli kalifiye eleman sayısını önemsemektedir.

Yukarıda belirtilen teorik açıklamalar ışığında aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir;





**H1: Firma Değişkenlerinin (Firmanın Faaliyet Gösterdiği Süre, Çalışan Sayısı, Kaç Yıldır İhracat Yaptığı, 2016 Yılı İhracat Miktarı ve 2016 Yılı Ciro Miktarı) Pazarla İlgili Genel Bilgiler alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.**

**H1a:**Firmanın faaliyet gösterdiği sürenin Pazarla İlgili Genel Bilgiler alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.

**H1b:**Firmanın sahip olduğu çalışan sayısının Pazarla İlgili Genel Bilgiler alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.

**H1c:**Firmanın toplam ihracat süresinin Pazarla İlgili Genel Bilgiler alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.

**H1d:**Firmanın 2016 yılı ihracat miktarının Pazarla İlgili Genel Bilgiler alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.

**H1e:**Firmanın 2016 yılı ciro miktarının Pazarla İlgili Genel Bilgiler alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.

**H2: Firma Değişkenlerinin (Firmanın Faaliyet Gösterdiği Süre, Çalışan Sayısı, Kaç Yıldır İhracat Yaptığı, 2016 Yılı İhracat Miktarı ve 2016 Yılı Ciro Miktarı) Yurtdışı Talep Koşulları alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.**

**H2a:**Firmanın faaliyet gösterdiği sürenin Yurtdışı Talep Koşulları alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.

**H2b:**Firmanın sahip olduğu çalışan sayısının Yurtdışı Talep Koşulları alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.

**H2c:** Firmanın toplam ihracat süresinin Yurtdışı Talep Koşulları alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.

**H2d:**Firmanın 2016 yılı ihracat miktarının Yurtdışı Talep Koşulları alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.

**H2e:**Firmanın 2016 yılı ciro miktarının Yurtdışı Talep Koşulları alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.

**H3: Firma Değişkenlerinin (Firmanın Faaliyet Gösterdiği Süre, Çalışan Sayısı, Kaç Yıldır İhracat Yaptığı, 2016 Yılı İhracat Miktarı ve 2016 Yılı Ciro Miktarı) İhracat Maliyeti alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.**

**H3a:**Firmanın faaliyet gösterdiği sürenin İhracat Maliyeti alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.

**H3b:**Firmanın sahip olduğu çalışan sayısının İhracat Maliyeti alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.

**H3c:** Firmanın toplam ihracat süresinin İhracat Maliyeti alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.

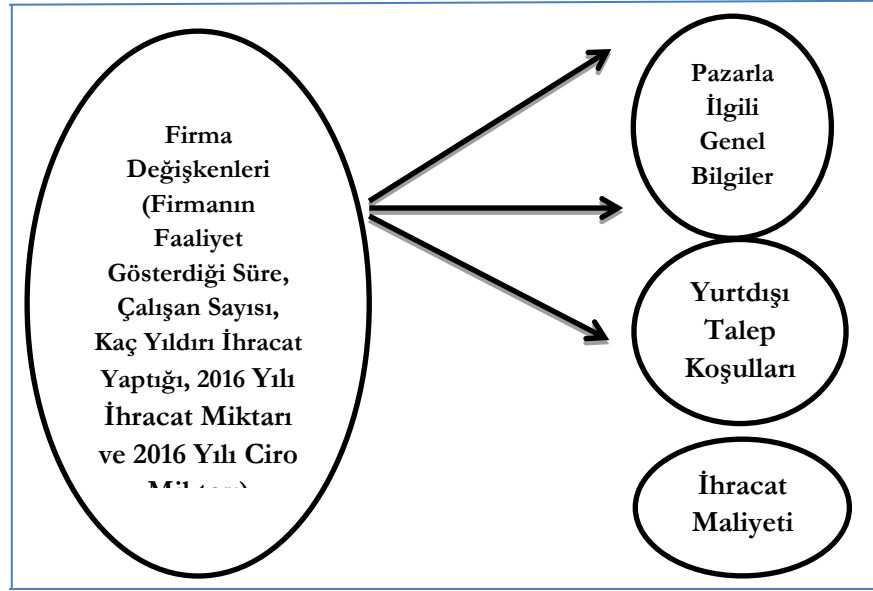


**H3d:**Firmanın 2016 yılı ihracat miktarının İhracat Maliyeti alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.

**H3e:**Firmanın 2016 yılı ciro miktarının İhracat Maliyeti alt boyutu üzerinde pozitif veya negatif ve anlamlı bir etkisi vardır.

#### 4.2. Araştırmanın Yöntemi

KOBİ'lerde firma değişkenlerinin (Firmanın Faaliyet Gösterdiği Süre, Çalışan Sayısı, Kaç Yıldırı İhracat Yaptığı, 2016 Yılı İhracat Miktarı ve 2016 Yılı Ciro Miktarı) İhracat Sorunları Algısına etkisini alt boyutlar (Pazarla İlgili Genel Bilgiler, Yurtdışı Talep Koşulları ve İhracat Maliyeti) üzerinden belirlemeye yönelik olan bu araştırmada, elde edilen veriler çerçevesinde oluşturulan modele (Şekil 1) ilişkin analizler gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda öncelikle daha önce uyarlama çalışmaları yapılan ve araştırmada kullanılan ölçeğin, araştırma verilerine uygunluğunu test etmek amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi yapılmış ardından değişkenler arası korelasyonlar tespit edilmiştir. Devamında ise hipotezlerin test edilmesi amacıyla Çoklu Regresyon Analizi yapılmıştır. Araştırma modeli Şekil 1'de sunulmuştur.



Şekil 1: Araştırma Modeli

#### 4.3. Araştırmanın Evreni ve Frekans Analizi

Araştırma evrenini sektör ayırımı gözetilmeksizin, Güneydoğu İhracatçılar Birliği'nden alınan güncel bilgiye göre; Gaziantep il merkezinde faaliyet gösteren toplam 2.131 adet ihracat yapan KOBİ oluşturmaktadır. Ana kütlede %95 güvenilirlik sınırları içerisinde %5'lik bir hata payı dikkate alınarak minimum örneklem büyüklüğü 326 kişi olarak hesap edilmiştir (Sekaran, 1992:253). Öncelikle tam sayım yapmak amacıyla tüm KOBİ'lere anket formu fiziki olarak dağıtılmıştır. Ancak dağıtılan anket formları bazı KOBİ'ler tarafından doldurulmak istenilmemiş, bazıları tarafından da eksik doldurulmuştur. Önemli bir kısmı ise Güneydoğu İhracatçılar Birliği'nden





alınan adreslerinde bulunamamıştır. Tüm bu olumsuzluklara rağmen fiziki olarak dağıtılan 2.131 anket formundan 112 tanesinin geri dönüşü sağlanmış ve bu sayının tamamı analiz yapmak için uygun bulunmuştur.

Araştırmaya katılanların;

- ✓ %8,9'u (n=10) İlk Kademe Yöneticisi (Şef, Vardiya Amiri vb), %66,1'i (n=74) Orta Kademe Yöneticisi (Departman/Bölüm Müdürü/Müdür Yardımcısı) ve %25,0'ı (n=28) Üst Kademe Yöneticisi (Genel Müdür, Genel Müdür Yardımcısı) pozisyonunda çalışmaktadır.
- ✓ %3,6'sı (n=4) İlköğretim, %12,5'i (n=14) Lise, %18,8'i (n=21) Önlisans, %56,3'ü (n=63) Lisans ve %8,9'u (n=10) Lisansüstü eğitim düzeyindedir.
- ✓ %26,8'i (n=30) 20-30 yaş arasında, %42,9'u (n=48) 31-40 yaş arasında, %24,1'i (n=27) 41-50 yaş arasında ve %6,3'ü (n=7) 51-60 yaş arasındadır.
- ✓ %10,7'si (n=12) Gıda Ürünleri İmalatı, %58,9'u (n=66) Tekstil, %2,7'si (n=3) Madencilik, %2,7'si (n=3) Perakendecilik, %7,1'i (n=8) Plastik, %4,5'i (n=5) Kimya, %1,8'i (n=2) Tarım/Hayvancılık ve %11,6'sı (n=13) Diğer sektörlerde faaliyette bulunmaktadır.
- ✓ %85,7'si (n=96) Organize Sanayi Bölgesinde ve %14,3'ü (n=16) Şehir Merkezinde faaliyette bulunmaktadır.
- ✓ Araştırmaya katılan 112 işletme ortalama 16,12 yıldır faaliyetlerini sürdürmektedir.
- ✓ Araştırmaya katılan 112 işletmede ortalama 32,97 çalışan bulunmaktadır.
- ✓ Araştırmaya katılan 112 işletme ortalama 9,94 yıldır ihracat yapmaktadır.
- ✓ Araştırmaya katılan 112 işletme 2016 yılında ortalama 4.830.926,11 TL tutarında ihracat yapmıştır.
- ✓ Araştırmaya katılan 112 işletme 2016 yılında ortalama 8.503.913,58 TL tutarında ciro elde etmiştir.

#### 4.4. Araştırmanın Ölçeği: İhracat Sorunları Algısı Ölçeği (İSAÖ)

KOBİ'lerde firma değişkenlerinin (*Firmanın Faaliyet Gösterdiği Süre, Çalışan Sayısı, Kaç Yıldır İhracat Yaptığı, 2016 Yılı İhracat Miktarı ve 2016 Yılı Ciro Miktarı*) İhracat Sorunları Algısına etkisini, alt boyutlar (Pazarla İlgili Genel Bilgiler, Yurtdışı Talep Koşulları ve İhracat Maliyeti) üzerinden belirlemeye yönelik olan bu çalışmada kullanılan ölçeğe ilişkin bilgiler aşağıda verilmektedir. Araştırmada kullanılan ölçeğe ilişkin uyum iyiliği değerleri Tablo 1'de sunulmuştur. Araştırmada oluşturulan modeli ve hipotezleri test etmek amacıyla Çoklu Regresyon Analizi yapılmıştır. Gizli değişkenlerle analiz için çalışmadaki tüm değişkenlerin ölçülmesinde kullanılan bütün ölçüm araçlarının geçerli ve güvenilir olması gerekmektedir (Şimşek, 2007:19). Bu amaçla çalışmada kullanılan bütün ölçeklere ilişkin yapılan geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarına dair sonuçlar her ölçekle ilgili bölümün sonunda sunulmuştur. Tüm ölçeklerde KMO ve Barlett testleri kabul edilen standartlardadır. Ayrıca ölçeklerde çoklu bağlantı testleri yapılmış olup bağlantı problemi bulunmamaktadır.



KOBİ'lerin ihracat sorunları algısı; Arslan (2006) tarafından geçirme ve güvenilirlik çalışmaları ile yapılmış, tek boyuttan oluşan, toplamda 16 maddelik ölçek kullanılmıştır. Tarafımızca yapılan Keşfedici Faktör Analizi (KFA) ve Doğrulayıcı Faktör Analizi neticesinde ölçek üç boyut (Pazarla İlgili Genel Bilgiler, Yurtdışı Talep Koşulları ve İhracat Maliyeti) ve 13 maddeli hale getirilerek "İhracat Sorunları Algısı Ölçeği" adı verilmiştir.. Ölçek 5'li Likert tipi ifadelerden oluşmaktadır (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum).

Ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla paket program ile Doğrulayıcı Faktör Analizi yapılmıştır. Faktör analizi neticesinde ölçeğin üç boyutlu yapısına uyum sağlamadığı ve uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir standartlarda olmadığı tespit edilmiştir. Bunun üzerine ifadelerin standardize edilmiş regresyon katsayılarına (Standardized Regression Weights) bakılmıştır. Burada tahmin (estimate) değeri çok düşük olduğu görülen v32 (Yurt dışından tahsilat yapmanın zorluğu veya işlemlerin yavaş olması) ifadesi çıkarılarak Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) tekrarlanmıştır.

Tekrarlanan nihai Doğrulayıcı Faktör Analiz (DFA) neticesinde verilen ölçeğin üç boyutlu yapısına uyum sağladığı ve faktör yüklerinin 0,49 - 0,88 arasında olduğu tespit edilmiş ve ölçeğin uyum iyiliği değerleri Tablo 4'de sunulmuştur. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ise ölçeğin Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayısı 0,67 olarak bulunmuştur. Ölçeğin Kaiser-Meyer-Olkin analiz sonucunun 0,74 ve Barlett testi anlamlı (p=.000) olduğu ortaya çıkmıştır.

#### 4.5. Bulgular

Araştırma kapsamında öncelikle ölçeklere ilişkin doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Bu testlere ilişkin bulgular Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 4: Ölçeğin Uyum İyiliği Değerleri

Ölçekler	CMIN/		GFI	AGFI	CFI	NFI	TLI	RMSEA	
	X <sup>2</sup>	df	DF≤5	≥.85	≥.80	≥.90	≥.90	≥.90	≤.08
<b>İhracat Sorunları Algısı Ölçeği</b>	89,3	62	1.441	.89	.84	.93	.81	.91	.06

Not: Uyum iyiliği değer aralıkları "kabul edilebilir" standartlara göre düzenlenmiştir

Araştırma neticesinde elde edilen verilere paket programlar vasıtasıyla analizler yapılmıştır. Bu çerçevede öncelikle katılımcıların ihracat sorunları algısına ilişkin verilerin ortalamaları, standart sapmaları ve aralarındaki korelasyonlar incelenmiştir. Analiz neticesinde elde edilen ortalamalar, standart sapmalar ve korelasyon değerleri Tablo 5'de sunulmuştur.



Tablo 5. Değişkenlere Ait Ortalama, standart Sapma ve Korelasyon Katsayıları (n=112)

Değişkenler	Ort.	S.S	1	2	3	4	5	6	7	8
Pazarla İlgili Genel Bilgiler	2,54	0,758	-	,408**	-0,14	-0,03	-0,03	-,276**	0,041	-0,01
Yurtdışı Talep Koşulları	2,55	0,921	,408**	-	-,216*	-0,06	,194*	-0,148	,330**	,322**
İhracat Maliyeti	4,48	0,669	-0,137	-,216*	-	-0,03	-0,13	-0,065	-0,16	-,187*
Firmanın Faaliyet Süresi	16,12	10,4	-0,03	-0,06	-0,03	-	0,16	,605**	,272**	,335**
Çalışan Sayısı	32,97	41,64	-0,028	,194*	0,127	0,16	-	,213*	0,173	,360**
Toplam İhracat Süresi	9,94	6,859	-,276**	-0,15	-0,07	,605**	,213**	-	,450**	,493**
2016 Yılı İhracat Miktarı	4830926,1	7,967,925,518	0,041	,330**	-0,16	,272**	0,173	,450**	-	,715**
2016 Yılı Ciro Miktarı	8503913,6	13,904,168,261	-0,007	,322**	-,187*	,335**	,360**	,493**	,715**	-

\*p&lt;.05, \*\*p&lt;.01

İhracat yapan KOBİ'lerde bazı Firma Değişkenleri ile (Firmanın Faaliyet Gösterdiği Süre, Çalışan Sayısı, Kaç Yıldırı İhracat Yaptığı, 2016 Yılı İhracat Miktarı ve 2016 Yılı Ciro Miktarı) İhracat Sorunları Algısı Ölçeğinin alt boyutları olan "Pazarla İlgili Genel Bilgiler", "Yurtdışı Talep Koşulları" ve "İhracat Maliyeti" bileşenleri arasındaki ilişkiler çoklu korelasyon analizi ile araştırılmıştır.

Elde edilen bulgulara (Gürbüz ve Şahin, 2016:268)'e göre;

- Katılımcıların İhracat Sorunları Algısı Ölçeğinin alt boyutları olan "Pazarla İlgili Genel Bilgiler" algısı ile ihracat yapılan süre arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır (  $r(212) = -.276, p<.001$ ).
- Katılımcıların İhracat Sorunları Algısı Ölçeğinin alt boyutları olan "Yurtdışı Talep Koşulları" algısı ile çalışan sayısı (  $r(212) = .194, p<.005$ ), 2016 yılı ihracat miktarı (  $r(212) = .330, p<.001$ ) ve 2016 yılı ciro miktarı (  $r(212) = .332, p<.001$ ) arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- Katılımcıların İhracat Sorunları Algısı Ölçeğinin alt boyutları olan "İhracat Maliyeti" algısı ile 2016 yılı ciro miktarı arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır (  $r(212) = -.187, p<.005$ ).



KOBİ'lerde ciro miktarı ve ihracat tutarının İhracat Sorunları Algısına etkisini alt boyutlar (Pazarla İlgili Genel Bilgiler, Yurtdışı Talep Koşulları ve İhracat Maliyeti) üzerinden belirlemeye yönelik olan bu çalışmada elde edilen veriler çerçevesinde Gaziantep'te faaliyet gösteren ve ihracat yapan KOBİ'lerin ciro miktarı ve ihracat tutarının ihracat sorunları algısının alt boyutları olan Pazarla İlgili Genel Bilgiler, Yurtdışı Talep Koşulları ve İhracat Maliyeti algılarının ne kadar belirlediğini incelemek üzere çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analiz neticesinde elde edilen ortalamalar, standart sapmalar ve korelasyon değerleri Tablo 6'da sunulmuştur.

#### 4.5.1. H1 Hipotezinin Testi

Hipotezin ve Alt Hipotezlerin test edilmesi amacıyla Çoklu Regresyon Analizi yapılmıştır.

Gaziantep ilindeki ihracat yapan KOBİ'lerin Firma Değişkenlerinin (Firmanın Faaliyet Gösterdiği Süre, Çalışan Sayısı, Kaç Yıldır İhracat Yaptığı, 2016 Yılı İhracat Miktarı ve 2016 Yılı Ciro Miktarı) İhracat Sorunları Algısı Ölçeğinin, Pazarla İlgili Genel Bilgiler alt boyutuna yönelik algılarını ne kadar belirlediğini incelemek üzere çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Çoklu Analizi sonuçları Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. H1 Hipotezi İçin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları (n=112)

Alt Hipotezler	B	S.H.	$\beta$
<b>H1a</b> Firmanın faaliyet süresi	,016	,008	,214
<b>H1b</b> Çalışan sayısı	-1,235	,002	-,001
<b>H1c</b> Toplam ihracat süresi	-,056	,014	-,508**
<b>H1d</b> 2016 yılı ihracat miktarı	1,729	,000	,182
<b>H1e</b> 2016 yılı ciro miktarı	2,275	,000	,042
<b>SABİT</b>	2,742	,139	

Not:  $R^2 = 0.114$ ; Düz.  $R^2 = 0.101$ ;  $F_{(5,106)} = 3,482$ ,  $p < 0.001$  \*\*  $p < .01$

Çoklu regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır. ( $F_{(5,106)} = 3,482$ ,  $p < 0.001$ ) Düzeltilmiş  $R^2$  değeri 0.101'tir. Bu netice, "Pazarla İlgili Genel Bilgiler" algısındaki %10'luk orandaki varyansın Firma Değişkenleri (Firmanın Faaliyet Gösterdiği Süre, Çalışan Sayısı, Kaç Yıldır İhracat Yaptığı, 2016 Yılı İhracat Miktarı ve 2016 Yılı Ciro Miktarı) tarafından açıklandığını gösterir. Tablodaki Beta katsayıları incelendiğinde,



tüm bağımsız değişkenler regresyon analizine tabi tutulduğunda, “Pazarla İlgili Genel Bilgiler” algısını açıklamada Firmanın toplam ihracat süresi ( $\beta = -0.508$ ,  $p < 0.01$ ) değişkeninin negatif ve anlamlı katkısının olduğu ancak diğer değişkenlerin ise anlamlı katkısının olmadığı ortaya çıkmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2016:279-280).

Yani firmanın toplam ihracat süresi arttıkça pazarla ilgili genel bilgilere ilişkin sorun algılaması azalmaktadır. Bu durum firmanın ihracatta tecrübesi arttıkça beraberinde kendine güveninin arttığı ve pazarla ilgili genel bilgilere daha fazla hakim olmaya başladığı biçiminde yorumlanabilir.

Bu durumda; Gaziantep ilinde ki ihracat yapan KOBİ’lerin firma değişkenlerinden olan toplam ihracat süresinin İhracat Sorunları Algısı Ölçeğinin alt boyutlarından olan “Pazarla İlgili Genel Bilgiler” bileşenine etkisini araştıran H1c kabul edilirken, aynı bileşene firmanın faaliyet süresinin etkisini araştıran H1a, çalışan sayısının etkisini araştıran H1b, 2016 yılı ihracat miktarının etkisini araştıran H1d ve 2016 yılı ciro miktarının etkisini araştıran H1e hipotezleri desteklenmemiştir.

**Tablo 7. H1 Hipotezi Testi Sonuçları**

Hipotez	$\beta$ ***	Sonuç
<b>H1a</b> Firmanın faaliyet süresi	,214	Desteklenmedi
<b>H1b</b> Çalışan sayısı	-,001	Desteklenmedi
<b>H1c</b> Toplam ihracat süresi	-,508**	<b>Kabul</b>
<b>H1d</b> 2016 yılı ihracat miktarı	,182	Desteklenmedi
<b>H1e</b> 2016 yılı ciro miktarı	,042	Desteklenmedi

\*\*\*Standardize edilmiş katsayılar. \*\*  $p < .01$ , \*  $p < .05$

#### 4.5.2. H2 Hipotezinin Testi

Hipotezin ve Alt Hipotezlerin test edilmesi amacıyla Çoklu Regresyon Analizi yapılmıştır.

Gaziantep ilindeki ihracat yapan KOBİ’lerin Firma Değişkenlerinin (Firmanın Faaliyet Gösterdiği Süre, Çalışan Sayısı, Kaç Yıldır İhracat Yaptığı, 2016 Yılı İhracat Miktarı ve 2016 Yılı Ciro Miktarı) İhracat Sorunları Algısı Ölçeğinin, Yurtdışı Talep Koşulları alt boyutuna yönelik algılarını ne kadar belirlediğini incelemek üzere çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Çoklu Analizi sonuçları Tablo 8’de sunulmuştur.



Tablo 8. H2 Hipotezi İçin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları (n=112)

Alt Hipotezler	B	S.H.	$\beta$
<b>H2a</b>			
Firmanın faaliyet süresi	,002	,009	,028
<b>H2b</b>			
Çalışan sayısı	,003	,002	,138
<b>H2c</b>			
Toplam ihracat süresi	-,063	,015	-,469**
<b>H2d</b>			
2016 yılı ihracat miktarı	3,700	,000	,320**
<b>H2e</b>			
2016 yılı ciro miktarı	1,755	,000	,265*
<b>SABİT</b>			

Not:  $R^2 = 0.285$ ; Düz.  $R^2 = 0.252$ ;  $F_{(5,106)} = 8,466$ ,  $p < 0.001$  \* $p < .05$  - \*\* $p < .01$

Çoklu regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır. ( $F_{(5,106)} = 8,466$   $p < 0.001$ ) Düzeltilmiş  $R^2$  değeri 0.252'dir. Bu netice, "Yurtdışı Talep Koşulları" algısındaki %25,2'lik orandaki varyansın Firma Değişkenleri (Firmanın Faaliyet Gösterdiği Süre, Çalışan Sayısı, Kaç Yıldır İhracat Yaptığı, 2016 Yılı İhracat Miktarı ve 2016 Yılı Ciro Miktarı) tarafından açıklandığını gösterir. Tablo 8'de ki Beta katsayıları incelendiğinde, tüm bağımsız değişkenler regresyon analizine tabi tutulduğunda, "Yurtdışı Talep Koşulları" algısını açıklamada Firmanın toplam ihracat süresi ( $\beta = -0.469$ ,  $p < 0.01$ ) değişkeninin negatif ve anlamlı katkısının, 2016 yılı ihracat miktarı ( $\beta = 0.320$ ,  $p < 0.01$ ) değişkeninin pozitif ve anlamlı katkısının ve 2016 yılı ciro miktarı ( $\beta = 0.265$ ,  $p < 0.05$ ) değişkeninin pozitif ve anlamlı katkısının olduğu diğer değişkenlerin ise anlamlı katkısının olmadığı ortaya çıkmaktadır.

Yani firmanın toplam ihracat süresi arttıkça yurtdışı talep koşullarına ilişkin sorun algılaması azalmaktadır. Bu durum firmanın ihracatta tecrübesi arttıkça beraberinde kendine güveninin arttığı ve yurtdışı talep koşullarına ilişkin bilgilere daha fazla hakim olmaya başladığı biçiminde yorumlanabilir.

Ayrıca 2016 yılı ihracat miktarı ve 2016 yılı ciro miktarının da Yurtdışı Talep Koşullarına ilişkin sorun algısını pozitif ve anlamlı etkilediği tespit edilmiştir. Bu durum işletme hacmi ve ölçeği büyüyen işletmenin ihracatta karşılaşacağı olası bir sorundan büyüklüğü oranında etkileneceğinden sorun algısı da beraberinde artmaktadır.

Bu durumda; Gaziantep ilindeki ihracat yapan KOBİ'lerin firma değişkenlerinden olan toplam ihracat süresinin İhracat Sorunları Algısı Ölçeğinin alt boyutlarından olan Yurtdışı Talep Koşullar bileşenine etkisini araştıran H2c, 2016 yılı ihracat miktarının İhracat Sorunları Algısı Ölçeğinin





alt boyutlarından olan Yurtdışı Talep Koşullar bileşenine etkisini araştıran H2d ve 2016 yılı ciro miktarının İhracat Sorunları Algısı Ölçeğinin alt boyutlarından olan Yurtdışı Talep Koşullar bileşenine etkisini araştıran H2e kabul edilirken, aynı bileşene firmanın faaliyet süresinin etkisini araştıran H2a ve çalışan sayısının etkisini araştıran H2b, hipotezleri desteklenmemiştir.

**Tablo 9. H2 Hipotezi Testi Sonuçları**

Hipotez	$\beta$ ***	Sonuç
<b>H2a</b> Firmanın faaliyet süresi	,028	Desteklenmedi
<b>H2b</b> Çalışan sayısı	,138	Desteklenmedi
<b>H2c</b> Toplam ihracat süresi	-,469**	<b>Kabul</b>
<b>H2d</b> 2016 yılı ihracat miktarı	,320**	<b>Kabul</b>
<b>H2e</b> 2016 yılı ciro miktarı	,265*	<b>Kabul</b>

\*\*\*Standardize edilmiş katsayılar. \*\* p<.01, \* p<.05

#### 4.5.3. H3 Hipotezinin Testi

Hipotezin ve Alt Hipotezlerin test edilmesi amacıyla Çoklu Regresyon Analizi yapılmıştır.

Gaziantep ilindeki ihracat yapan KOBİ'lerin Firma Değişkenlerinin (Firmanın Faaliyet Gösterdiği Süre, Çalışan Sayısı, Kaç Yıldır İhracat Yaptığı, 2016 Yılı İhracat Miktarı ve 2016 Yılı Ciro Miktarı) İhracat Sorunları Algısı Ölçeğinin, İhracat Maliyeti alt boyutuna yönelik algılarını ne kadar belirlediğini incelemek üzere çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Çoklu Analizi sonuçları Tablo 10'da sunulmuştur.

**Tablo 10. H3 Hipotezi İçin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları (n=112)**

Alt Hipotezler	B	S.H.	$\beta$
<b>H3a</b> Firmanın faaliyet süresi	,001	,008	,023
<b>H3b</b> Çalışan sayısı	-,001	,002	-078
<b>H3c</b> Toplam ihracat süresi	,004	,013	,036



**Kobi'lerin İhracat Piyasalarında Karşılaştığı Sorunlara İlişkin Algıları: Gaziantep'teki Kobi'ler Üzerine Bir Araştırma**

<b>H3d</b>			
2016 yılı ihracat miktarı	6,490	,000	-,077

<b>H3e</b>			
2016 yılı ciro miktarı	6,235	,000	-,130

**SABİT**

Not:  $R^2 = 0.208$ ; Düz.  $R^2 = 0.043$ ;  $F_{(5,106)} = 0,963$ ,  $p < 0.001$  \* $p < .05$  - \*\* $p < .01$

Çoklu regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlı çıkmamıştır. Hiçbir alt hipotez desteklenmemiştir. Bu durumda; Gaziantep ilindeki ihracat yapan KOBİ'lerin firma değişkenlerinin İhracat Sorunları Algısı Ölçeğinin alt boyutlarından olan İhracat Maliyeti bileşenine etkisini araştıran tüm alt hipotezler desteklenmemiştir.

**Tablo 11. H3 Hipotezi Testi Sonuçları**

<b>Hipotez</b>	<b><math>\beta</math> ***</b>	<b>Sonuç</b>
<b>H3a</b> Firmanın faaliyet süresi	,023	Desteklenmedi
<b>H3b</b> Çalışan sayısı	-078	Desteklenmedi
<b>H3c</b> Toplam ihracat süresi	,036	Desteklenmedi
<b>H3d</b> 2016 yılı ihracat miktarı	-,077	Desteklenmedi
<b>H3e</b> 2016 yılı ciro miktarı	-,130	Desteklenmedi

\*\*\*Standardize edilmiş katsayılar. \*\* $p < .01$ , \* $p < .05$

## 5. Sonuç ve Öneriler

İhracat piyasaları günümüz küresel dünyasında, rekabette oldukça önemli olup mikro düzeyde firmaların makro düzeyde ise ülkelerin önemli stratejik hamleleri ile geliştirmesi gereken alanlardır. Bu piyasalarda sağlanacak başarı, ülkenin enflasyonundan işsizliğine kadar birçok makro ekonomik değişkenini etkilerken firmalarında özellikle Pazar gücünü, üretim yapısını ve karlılığını belirlemektedir. Bu nedenle özellikle gelişmekte olan ülkeler ihracat sektörlerine özel birçok teşvik ve sübvansiyon politikaları uygulamakta, böylece dünya piyasalarında önemli yerler edinmektedir. Bunun en güzel örneği Çin'de görülmektedir. Gerek kamusal politikalar gerekse düşük maliyetler, Çin'li firmaların dünya ihracat piyasalarında lider olmasını sağlamaktadır.

Çalışmanın özünü oluşturan KOBİ'ler için durum değerlendirilmesi yapıldığında, birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de bu işletmeler büyük



kapasiteli firmalara göre oldukça avantajlı olduğu özelliklere sahiptir. Türkiye’de toplam İstihdam ve üretimin %90’ını barındıran KOBİ’ler genel olarak incelendiğinde katma değer yaratılması, karlılık, üretim gibi alanlarda büyük ölçekli firmalara göre daha iyi durumda olduğu söylenebilir. Fakat güçlü bir sermayeye yapısına sahip olmamaları, alanında uzman personel istihdamında ki eksiklikler, üretim ve satış kısmında yaşanan sorunlardan dolayı bu firmalar henüz dış piyasalarda istenilen etkinliğe kavuşamamışlardır. Üretim ve idari alanda gerekli kurumsal yapıya ulaşamamasından dolayı KOBİ’ler ihracat piyasalarında aile işletmeleri mantığıyla hareket etmekte, amatör ruhla çalışmakta, gerekli Pazar analizleri yapmadan piyasada yer edinmeye çalışmaktadırlar. Belirtilen bu ve benzeri sorunlardan dolayı Türkiye’de ve birçok gelişmekte olan ülkelerde KOBİ’ler dış ticaret piyasalarında yeterli seviyeye gelememişler, ihracat yapmaları durumunda ise beklenen kar marjlarını yakalayamamışlardır.

Çalışmada KOBİ’lerin ihracat piyasalarında etkinliğini geliştirebilmeleri ve yaşadıkları sorunların tespiti için Gaziantep ilinde 112 firma üzerinden bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Analizlerde “İhracat Sorunları Algısı Ölçeği” nin alt boyutları ile firmaların demografik değişkenleri arasındaki ilişkiler Çoklu Regresyon Analizi yöntemiyle test edilmiştir. Kurulan hipotezlerin analizinden önce gerekli güvenilirlik testleri ve DFA – KFA faktör analizlerinin gerçekleştirilmesinin ardından elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Saha araştırmasının analiz sonuçlarından ve yapılan gözlemler neticesinde; Firmaların ihracat yapma sürelerinin artması durumunda tecrübelerinden kaynaklı olarak kendilerine ve firmalarına olan güvenin arttığını, böylece ihracat pazarı ile ilgili genel bilgilere daha fazla hakim olmaya başladığı söylenebilir. KOBİ’lerin ihracat piyasalarındaki tecrübesi ile birlikte cirolarındaki gelişme ve üretim ölçeğinin büyümesi durumunda, firmalar yurtdışı pazarlarda müşteri talep yapısının daha iyi analiz edilmeye başladığını belirtmişlerdir. Firmalarda çalışan sayısının artması, ihracat miktarındaki gelişme ve toplam ciro ile yurtdışı talep koşulları arasında pozitif yönlü bir korelasyon ilişkisi görülmüştür. Ayrıca beklentiler dahilinde firmaların toplam cirosu ve ihracat miktarının artması durumunda ihracat maliyetlerinin düştüğü anlaşılmaktadır. Analizlerde ihracat maliyeti algısı ile firmaların toplam cirosu arasında negatif yönlü bir korelasyon ilişkisi tespit edilmiştir.

Elde edilen sonuçlar literatürde; Katsikeas, Piercy ve Loannidis (1996), Styles ve Ambler (2000), Ansen (2000), Bilici (2007) ve Sönmez ve Arslan (2007) gibi çalışmaları desteklemektedir. Sonuçlardan yola çıkılarak önemli tespitler ve öneriler getirilebilir. Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde üretim ve istihdam yapısının büyük kısmını oluşturan KOBİ’ler için artık yapısal çözümlerin üretilmesi ve Orta ve Uzun Vadeli Stratejik Planlar da KOBİ’lere dönük, sonuç alınabilecek politikaların yaratılması gerekmektedir. Son yıllarda sağlanan birçok teşvik ve sübvansiyonlara rağmen henüz KOBİ’lerin bu imkanlardan yeterince faydalanamadığı görülmektedir. Bu



nedenle bu fırsatların daha çok sektörel bazda oluşturulması ve doğru tanıtılması gerektiği düşünülmektedir. Analiz sonuçlarından da görüldüğü üzere firmaların ihracat deneyimlerinin artması durumunda yurtdışı piyasalarda daha fazla söz sahibi olduğu ve geliştiği görülmektedir. Bu nedenle KOBİ'lerin küresel piyasalarda varlığını arttırabilecek fırsatların sağlanması, kalifiye eleman sorunlarının eğitim destekleriyle çözülmesi ve özellikle finansman sorunları için EXIMBANK gibi kurumlardan kredi verilmesi olanaklarının arttırılması oldukça önemlidir.

### **Kaynakça**

Akgemici, T. (2001). *KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler*, Ankara: KOSGEB Yayını.

Ansen, Y. (2000). Halk Bankası ve KOBİ'lere Yönelik Hizmetleri. *İGEME'den Bakış*, 14, 16-24.

Arslan, A.R (2006). Türkiye'nin Mobilya İhracatındaki Sorunlarının Belirlenmesi ve Çözüm Önerileri. *Gazi Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Ay, H.M. ve Talaşlı, E. (2007). Türkiye'de Kobi'lerin İhracattaki Yeri Ve Karşılaştıkları Sorunlar. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F Dergisi Yerel Ekonomiler Dergisi*, Özel Sayısı, 173-184.

Bilici, N. (2007). Erzurum Alt Bölgesindeki Kobi'lerin Mevcut Durumları, Sorunları Ve Çözüm Önerileri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 383-398.

Çetin, C. (1996). *Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi*, İstanbul. Der Yayınları.

Çolakoğlu, M. H. (2002). *KOBİ Rehberi*. Ankara: TOBB Genel Yayınları.

European Commission, (2005), *The New SME Definition, User Guide and Model Declaration*, Brussels.

Gürbüz, S., Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz*, Ankara: Seçkin Yayınevi

Katsikeas, C.S., Piercy, N.F. and Loannidis, C. (1996). Determinants of Export Performance In A European Context, *European Journal Of Marketing*, 30(6), 6-35.

Kayabaşı, A. vd. (2015). Kobi'lerde İhracat Performansını Belirleyen Unsurların İncelenmesi: İnegöl'de Faaliyette Bulunan İşletmeler Üzerinde Bir Alan Araştırması, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(28), 1-12.

Keskin, G. vd. (2009). Bölgesel Gelişme Aracı Olarak Kobi'ler ve İhracat Sorunları (Erzurum'da Bir Araştırma), *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2): 279-290.

Khan, S. H. (1989) Financing of Exports from SMEs in Developing Countries: Alternative Schemes in Exports from Small and Enterprises in Developing Countries: Issues and Perspectives, *International Trade Centre, UNCTAD/GATT*. 9, 119-132.



- Meydan, C. & Şeşen, H. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi, AMOS Uygulamaları*, 2.Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Müftüoğlu, T. (1989). *Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Sorunlar ve Öneriler*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayınları
- Müslümov, A. (2001). *Türkiye’de Ekonomik Krizlerin Halka Açık KOBİ’lere Etkisi, KOBİ’lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları*, 1. Orta Anadolu Kongresi, 18-21 Ekim 2001, Nevşehir.
- Oktav, M. (1990). *Orta ve Küçük İşletmelerde İhracata Yönelik Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri*, Ankara: TOBB Yayınları,
- Özgen, H., ve Doğan, S. (1997), *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Uluslar arası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Temel Yönetim Sorunları ve Çözüm Önerileri*, Ankara: KOSGEB Yayınları.
- Resmi Gazete. (2005). *Küçük Ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri Ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik*. 2005/9617, 5(44).
- Sekaran, U., (1992). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, Second Edition, John Wiley & Sons, 450.
- Sönmez, A. ve Arslan, R. (2007). İhracat Yapma Şekline Göre Karşılaşılan Sorunlar; Mobilya Endüstrisi Örneği. *Politeknik Dergisi*, 19(4), 403-409.
- Styles, C. And Ambler, T. (2000). The Impact of Relational Variables on Export Performance: An Empirical Investigation in Australia and The UK. *Australian Journal of Management*, 25(3), 261-281.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş: Temel İlkeler ve Lisrel Uygulamaları*, Ankara: Ekinoks.
- TOBB. (2017). KOBİ İstatistikleri. <https://www.tobb.org.tr/kobi/istatistikler> (20.09.2017).

