

KOBİLERDE DIŞ TİCARET SORUNLARI: ANTALYA İLİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Özlem ÇETİNKAYA BOZKURT*

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak İşletme Fakültesi, (ozlemcetinkaya@mehmetakif.edu.tr)

Dr. Öğr. Üyesi Hakan TUNÇ

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İİBF, (htunc@mehmetakif.edu.tr)

ÖZET

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde üretimin ve ihracatın büyük çoğunluğu KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla bu ülkelerde KOBİ'leri ve KOBİ'lerin yaşadığı dış ticaret sorunları doğru analiz edilmeden, dış ticaret hedeflerine ulaşmak mümkün gözükmemektedir.

Bu çalışmada Antalya ilinde faaliyet gösteren 119 firmaya uygulanan bir anket yardımıyla, ilgili firmaların dış ticaret süreçlerinde yaşadıkları sorunlar tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu sorunlar sırası ile döviz kurundaki hareketlilik, ülke ekonomisindeki istikrarsızlık, devlet desteğinin yetersiz olması şeklinde tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada firmaların yaşadığı en önemli sorun olan döviz kuru hareketliliğinin ihracatı olumsuz etkilediği düşüncesi ile personel sayısı, işletmenin faaliyet alanı ve pazarlama faaliyet yürütücüsünün kim olduğu arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, Dış Ticaret, Antalya, Varyans Modeli, Döviz Kuru.

FOREIGN TRADE PROBLEMS IN SMES: SAMPLE OF ANTALYA

ABSTRACT

In the developing countries like Turkey, the major part of production and export is realized by SMEs. So, reaching foreign trade targets is impossible before analyzing SMEs and their problems in developing countries.

In this study, related organizations' problems on foreign trade process tried to capture with help of questionnaire applied on 119 organizations in Antalya. These problems were determined respectively volatility on currency rate, instability on economics and insufficient government assistance. Also statistically meaningful differences were found between the most important problem that companies face is the idea that volatility on currency rate affects exports negatively and personnel number, and between business segment and who operates marketing activities.

Keywords: SMEs, Foreign Trade, Antalya, Model of Variance, Currency Rate.

* Sorumlu Yazar

1. Giriş

İhracatın kuruluşlar ve ekonomiler açısından oldukça önemli olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Ekonomiye dış kaynak sağlayan ihracat, ülke ekonomisinin kalkınmasında ve gelişmesinde büyük roller üstlenmektedir. İhracatın artması milli geliri çoğaltır ve ülkedeki döviz darboğazının da ortadan kaldırılmasına katkıda bulunmak suretiyle ekonomik kalkınmaya destek olur (Sönmez & Arslan, 2007). KOBİ'ler ihracata yöneldikten sonra elde edilecek döviz girdileri ile ülke ekonomisine katkıda bulunacaklar ve istihdam yaratacaklardır (Erdoğan & Develioğlu, 2009:237).

KOBİ'leri ihracata yönelten çeşitli faktörler vardır. Bunlardan en önemlileri (Işık & Delice, 2007; Ergen, 2011; Bagchi-Sen, 1999);

- Satış ve kârını artırmak,
- Büyümek
- Pazar darlığı,
- Pazardaki yüksek rekabet,
- İç pazara olan bağımlılığı azaltmak,
- İç pazarda talebin az olması (enflasyon, dönemsel dalgalanma vb.)
- Dünya piyasalarından pay almak,
- Atıl kapasiteye sahip olma,
- Dış pazarlarda güçlü rakiplerin mamulleriyle rekabeti öğrenerek, iç pazarlarda da güçlü hale gelmek,
- Ülke dışındaki potansiyel pazar fırsatlarını değerlendirmek
- Ülke dışından üretilen ürünlere yönelik talep oluşması
- Dış pazarlardaki vergi ve diğer teşvik avantajlarından yararlanmak şeklinde sıralamak mümkündür.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekonomik ve sosyal açıdan taşıdıkları önem, ülkeleri ve araştırmacıları bu işletmelerin sorunlarını gidermeye ve bu işletmelerden daha yüksek verim elde etmek yoluyla ülke ekonomisini güçlendirmeye yöneltmiştir. Dolayısıyla ülkemizdeki işletmelerin yaklaşık %99,9'unu oluşturan, istihdamın %76'sını, yatırımların ise %50'sini sağlayan (TÜİK, 2016) KOBİ'lerin sorunlarına çözüm bulmaya çalışmak ekonomik ve sosyal açıdan önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı; Antalya Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyet gösteren KOBİ'lerin, ihracat kapsamında yaşadıkları sorunları ortaya koymaktır. Bu sorunları belirleyebilmek adına anket tekniğinin kullanıldığı bir saha araştırması yapılmıştır. Bu çalışma ülkemizde Antalya'da faaliyet gösteren KOBİ'lerin ihracat sorunlarını açıklayan benzeri çalışmaların çok fazla yapılmamış olması bakımından önemlidir.

2. Kuramsal Çerçeve

2.1. KOBİ Kavramı ve KOBİ'lerde Dış Ticaret

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ'ler), ekonomide istihdamın artırılmasında, yenilikçilik ve ticarete önemli bir role sahiptir (Dicht vd., 1984; Dicht vd., 1990; Lyons,

1995; Freeman, 1991; Rothwell, 1991). Türkiye’de ve dünyada çeşitli KOBİ tanımları yapılmaktadır. İşletme türlerinin, işletme faaliyet alanlarının, bölge ve ülke farklılıklarının olması ortak KOBİ tanımı yapmayı güçleştirmektedir. KOBİ tanımını etkileyen nitel ve nicel belli başlı kriterler vardır. Bunlardan nitel kriterler; işletmenin faaliyet gösterdiği iş kolu içerisinde nispeten küçük bir paya sahip olması, işletme sermayesinin tümünün veya büyük bir bölümünün işletme sahibine ait olması, iş bölümü ve uzmanlaşma derecesi, girişimcinin işletmede fiilen çalışması, bağımsız yönetim (genelde işletmenin sahibi aynı zamanda yöneticisidir) ve modern yönetim tekniklerini uygulamada yetersizlik gibi sıralanabilir. Nicel kriterler ise, personel sayısı, sermaye, üretim miktarı, aktifler toplamı, makine parkı, pazar payı, kâr, kullandıkları enerji miktarı, satış hacmi gibi faktörlerden oluşmaktadır (Özgener, 2003:138).

Türkiye’de, 11.02.2017 tarihli Resmi Gazetede yayımlanan 12 seri nolu Kurumlar Vergisi Genel Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile 18/1/2017 tarihli ve 6770 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Emekli Sandığı Kanunu ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunla; KOBİ tanımı değişmiştir. Bu değişikliğe göre, KOBİ sayılan şirketin taşınması gereken iki şart bulunmaktadır. İlk şart personel sayısının 250 kişiden az olması iken ve ikinci şart; aktif büyüklüğü veya net satış hasılatının, gelir tablosunda yer alan yıllık net satış hasılatı veya bu dönemin sonunda çıkarılan bilançonun aktif toplamından herhangi birinin kırk milyon Türk Lirasını aşmamasıdır.

KOBİ tanımı, niteliği ve sınıflandırılması revize edilerek şu şekilde sınıflandırılmıştır (www.tobb.org.tr):

Tablo 1: Türkiye’de KOBİ Tanımı

Kriter	Mikro Ölçekli KOBİ	Küçük Ölçekli KOBİ	Orta Ölçekli KOBİ
Çalışan Personel Sayısı	<10	<50	<250
Yıllık Net Satış Hasılatı	≤ 1 Milyon TL	≤ 8 Milyon TL	≤ 40 Milyon TL
Yıllık Mali Bilanço Toplamı	≤ 1 Milyon TL	≤ 8 Milyon TL	≤ 40 Milyon TL

Kaynak: <https://www.tobb.org.tr/KobiArastirma/Sayfalar/KOBITanimi.php>

2015 yılı TÜİK verilerine göre ihracatın %55,1’i, ithalatın ise %37,7’si KOBİ’ler tarafından gerçekleştirilmiştir. İhracatta, 1-9 kişi çalışanı olan mikro ölçekli girişimlerin payı %17,7 iken, 10-49 kişi çalışanı olan küçük ölçekli girişimlerin payı %20,3, 50-249 kişi çalışanı olan orta ölçekli girişimlerin payı ise %17,1 olmuştur (TÜİK, 2016). Yine aynı verilere göre; KOBİ’lerin ihracatının %59,3’ü ticaret sektöründe,%36’sı ise sanayi sektöründe faaliyet gösterenler tarafından yapıldığı anlaşılmaktadır. Ülke gruplarına göre 2015’te dış ticaret verileri incelendiğinde, KOBİ’ler tarafından yapılan ihracatın yüzde 49’u AB, yüzde 34,5’i Asya ülkelerine yapıldığı görülmektedir (TÜİK, 2016). Bu istatistiklere göre, Türkiye’deki KOBİ’ler için Avrupa ülkeleri cazip bir pazar durumundadır.

2.2. KOBİ’lerin İhracat Sorunları ve Kaynakları

İhracat sorunları, şirketin uluslararası operasyonları başlatma, geliştirme veya sürdürme kabiliyetini engelleyen tutum, yapısal, operasyonel ve diğer kısıtlamalar olarak tanımlanabilir

(Köksal & Kettaneh, 2011:109). Çeşitli çalışmalar farklı perspektiflerden ihracat sorunlarına odaklanmış ve farklı metodolojileri kullanmıştır. Literatür, ihracat sorunlarının iç ve dış olarak sınıflandırılabilceğini önermektedir.

2.2.1. Örgütsel Nedenlerden Kaynaklanan Sorunlar

İçsel ihracat sorunları şirket içindeki sorunlara atıfta bulunur. Genellikle ihracat faaliyetleri için yetersiz olan işletme ve ürün özellikleriyle ilişkilidir (Köksal & Kettaneh, 2011: 109). Dış ticaret faaliyetlerinde bulunan KOBİ'lerin, örgütsel yapıları, sahip oldukları finansal kaynaklar ve çalıştırdıkları personelin niteliği gibi değişkenlerin sebep olduğu sorunlardan bazıları şunlardır (Kaymak, 2015; Erdoğan & Develioğlu, 2009; Altıntaş vd., 2007; Morgan & Katsikeas, 1997; Leonidou, 1995; Katsikeas & Morgan, 1994; Bilkey & Tesar, 1977).

- Ürün kalitesi
- Üretim maliyetlerinin yüksekliği,
- Kalifiye eleman yetersizliği
- Ucuz ve kaliteli hammadde bulma güçlüğü
- Düşük kalitede ve düşük teknoloji ile üretim yapılması
- Ürünlerin ambalajlanmasında ve etiketlenmesinde yeterli olamamak
- Teknoloji ve Ar-Ge faaliyetlerinin yetersizliği
- Dış ticaret organizasyonlarının yeterince yardımcı olamaması
- İhracata yönelik üretim için kapasite yetersizliği
- Dış fiyatlandırmadaki yanlışlıklar
- Ürünlerin taşıma-depolama ve dağıtımında yaşanan güçlükler
- Siparişlerin zamanında teslim edilememesi
- Satış geliştirme ve tanıtım faaliyetlerindeki yetersizlikler
- Pazar araştırması yapamamak
- İhraç bedeli tahsilâtında yaşanan sıkıntılar
- Firmanın imajı

2.2.2. Örgüt Dışından Kaynaklanan Sorunlar

Dışsal ihracat sorunları, şirketin makro çevre koşullarından kaynaklanmakta ve ihracat piyasa yapısına ve ev sahibi hükümet politikalarına ilişkindir. İhracat pazarlarındaki rekabet, menşe ülke veya ülke imajı ve ev sahipliği yapan ülke hükümetleri tarafından uygulanan tarife / tarife dışı engeller gibi makro çevre güçleri, şirket ihracat performansını önemli ölçüde etkiler. Araştırmalar, saldırgan rakiplerin varlığını, rekabetçi fiyatların olmamasını ve ihracat pazarlarındaki rekabetin önemini vurgulamaktadır (Köksal & Kettaneh, 2011:113). KOBİ'lerin örgüt dışındaki nedenlerden kaynaklanan ihracat sorunları arasında (Leonidou, 1995; Albaum, 1983; Morgan & Katsikeas, 1997; Bilkey, 1978; Karafakioglu, 1986; Dicht vd., 1984; Leonidou, 1995; Ahmed vd., 2004);

- Devlet desteklerinin ve teşvik tedbirlerinin yetersiz olması
- Ülke ekonomisindeki istikrarsızlık
- İhracatta yaşanan bürokrasi ve prosedürler
- Yabancı ülkelerin uyguladığı kotalar
- Rakipler ve rekabetin şiddeti
- Banka hizmetlerinin yetersiz olması
- Navlun sigorta bedellerinin yüksek olması
- Dövizdeki dalgalanmalar
- Ülke imajı
- Kültür
- Farklı müşteri tutumları
- Dil ve iletişim farklılıkları
- Yüksek tarife ve tarife dışı engeller yer almaktadır.

2.3. KOBİ'lerin Dış Ticaret Sorunlarına İlişkin Yapılmış Çalışmalar

1960 ile 1970 yıllar arasındaki KOBİ'lerin ihracatındaki engellere ilişkin çalışmalarda beş önemli sorun tespit edilmiştir. Bunlar; evrak işleri, güvenilir bir distribütör seçimi, tarife dışı engeller, akredifler ve müşterilerle olan iletişim olarak sıralanmaktadır (Bilkey, 1978).

1980 yılların sonlarında konuyla ilgili pek çok çalışma yapılmıştır. Örneğin, Hook ve Czinkota (1988), ihracatçı olmayan KOBİ'lerin, ihracat faaliyetinin başlatılmasıyla ilgili sorunlara (ilk yatırımın artırılmasında yaşanan güçlükler, tarife ve tarife dışı engeller ve ihracat hakkında bilgi eksikliği gibi) büyük önem verdiklerini tespit ettiler. İhracatçı KOBİ'ler ise, esas olarak operasyonel konulara odaklanmışlardı (çok fazla kırtasiyecilik, ulaşım zorluğu, eğitimsiz personel gibi).

1990'lı yıllarda ise Finlandiya, Brezilya, Almanya, Yunanistan, Güney Kore ve Türkiye olmak üzere Anglo-Sakson olmayan ülkelerde konuyla ilgili çok sayıda araştırma yapılmıştır (Rocha vd., 2008). Araştırma sonuçlarına göre yurtdışı pazarlardaki şiddetli rekabet en önemli sorun olarak algılanmaktadır. KOBİ'ler için yurtdışında rekabet edebilecek fiyatlar belirleyememek, dış pazarları analiz etme imkânının sınırlı olması neredeyse eşit öneme sahip olduğu tespit edilmiştir (Leonidou, 1995).

2000'li yılların başında konuya ilgili bilimsel dergilerde daha az sayıda çalışmanın yer aldığı görülmektedir. Bu alandaki az sayıdaki çalışmanın yanı sıra Shaw ve Darroch (2004), ihracatçı olmayan ülkelerde uluslararasılaşmanın önündeki engeller konusunda bir takım önemli farklılıklar tespit etmişlerdi. Bunlar; sınırlı mali kaynaklar, sermayeye sınırlı erişim, hükümet desteğinin eksikliği, firma büyüklüğü, sınırlı pazar bilgisi, sınırlı tecrübeler, teşvikler, sınırlı piyasa bilgisi ve sınırlı mali kaynaklar gibi etkenler olarak sıralanabilir. Rocha ve arkadaşlarının (2008), ihracattaki algılanan engelleri ve doğasını anlamaya çalıştıkları araştırmaları çok sayıda araştırmacıya ilham kaynağı olmuştur (Leonidou 1995, 2004). Ayrıca, ihracat, uluslararası pazarlama teorisinin inşası için de umut verici bir alan olarak kabul edilmiştir (Zou & Stan, 1998).

Bagchi-Sen (1999) Kanada'daki KOBİ'lerin ihracatının önündeki engelleri içsel ve dışsal nedenler olarak iki grupta toplamıştır. İçsel nedenler arasında; firmanın büyüklüğü, finansal gereksinimler, işletme sermayesinin eksikliği, kurum içi uzmanlığın olmaması, riskteki isteklilik, etkisiz yönetim, yönetim zamanı gereksinimleri, fakir emek-yönetim ilişkisi, eskimiş fabrika ve ekipmanlar yer almaktadır. Dışsal nedenler ise; kültürel farklılıklar, lisanslama gereksinimleri, kuruluş hakkı, göçmenlik sorunları, devlet kontrolleri ve yönetmelikler, üretim girdilerinin artan maliyetleri, çalışan istihdamına yönelik sorunlar, üretim girdisi sıkıntısı, azalan ürün talebi, güçlü yerli rekabet, yabancı üreticilerle yaşanan güçlü rekabetten oluşmaktadır. Araştırma sonuçları, küçük kentsel yerleşim yerlerinden başarılı ihracatçıların hem ürün hem de süreç yeniliğine aktif bir şekilde dahil olduklarını doğrulamaktadır.

İhracat engellerini farklı sınıflandırmasını öneren çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Çavuşgil & Zou 1994; Morgan 1997; Tesfom & Lutz 2006; Leonidou 2004). Örneğin Çavuşgil & Zou (1994) bir ihracat girişimi pazarlama stratejisinin iç kuvvetler (şirket ve ürün özellikleri) ve dış kuvvetler (sanayi ve ihracat pazarı özellikleri) tarafından belirlendiğini ifade etmiştir. Benzer şekilde, Tesfom & Lutz (2006), küçük ve orta ölçekli imalat firmalarının ihracat sorunlarını iç ve dış sorunlar olarak sentezlemişlerdir. Pinho & Martins (2010) Portekiz'deki potansiyel ihracatçı ve ihracatçı olmayan KOBİ'lerin ihracat yapmasındaki bazı önemli engellerin belirlenmeyi amaçlamışlardır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, ihracatçı olmayan KOBİ'lerin ihracat yapmasındaki engeller olarak; potansiyel piyasalar hakkında bilgi eksikliği, nitelikli ihracat personeli eksikliği, teknik uygunluk eksikliği, sektördeki rekabet derecesi ve mali yardım eksikliği (devlet ve finansal kurumlar) ile nitelikli insan kaynağının olmaması tespit edilmiştir. İhracatçı KOBİ'ler ise, hedef piyasadaki fiziksel ürün akışının depolanmasını ve kontrolünü en büyük engel olarak görüyorlardı. Khattak ve arkadaşları (2011) Pakistan'daki KOBİ'lerin mevcut ihracat zorluklarını ve bu engellerin KOBİ'leri nasıl etkilediğini incelemişlerdir. Bu çalışmanın bulgularına göre, iç engellerin (enerji krizi, politik-ekonomik-sosyokültürel çevre, pazarlama, fonksiyonel) dış engellerden (kalite ve fiyat rekabeti, ekonomik-politik-sosyokültürel çevre, ödeme, dil, belgeleme) daha etkili olduğunu ortaya koymuştur.

Türkiye'deki KOBİ'lerin ihracat işlemleriyle ilgili olarak günümüze kadar yapılan birçok araştırmadan da sorunların yıllar içinde çok fazla değişmediği görülmektedir (Tablo 2).

Tablo 2: Türkiye'deki KOBİ'lerin İhracat Sorunları Üzerine Yapılan Çalışmalar

Yazar	KOBİ'lerin ihracatta Karşılaştıkları sorunları	Çalışmanın Uygulama yeri
Bodur (1986)	Yüksek üretim maliyetleri, evrak gecikmeleri, dış piyasa bilgileri eksikliği, enerji sıkıntısı, taşımaya ilişkin sorunlar, Yüksek ihracat kredisi maliyeti, Halka açık bir bilgi yayma merkezinin eksikliği	88 yiyecek ve tekstil sektöründeki ihracatçı KOBİ ve büyük firma
Karafakioğlu, (1986)	Yoğun uluslararası rekabet, yabancı pazarlar hakkında bilgi eksikliği, yüksek risk, düşük kalitede üretim ve yüksek maliyetler, İhracat kısıtlamaları ve formaliteleri, Teşvik eksikliği	İstanbul'da İhracat yapan 201 adet KOBİ'ler

Tablo 2 devam

Karakaya & Harcar (1999)	Finansal kaynakların eksikliği, hükümet tarafından sağlanan yetersiz piyasa bilgileri	Farklı sektörde faaliyet gösteren ve ihracat yapmayan 177 adet KOBİ
Delice (2001)	Finansman Sorunu, Uluslararası Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Sorunlar, Bürokratik Engeller, Rekabet Sorunu, Üretim Maliyetleriyle İlgili Sorunlar, Yeterli Sayıda Nitelikli Personel Olmaması	Kayseri ve Nevşehir'de faaliyette bulunan ve KOSGEB'in veri tabanında İhracatçı olarak kayıtlı görünen 27 işletme üzerinde
Karamustafa vd. (2001)	Ürün maliyetlerinin rakip ülkelere göre yüksek olması, yabancı müşterilere ulaşamama, yabancı pazarları tanımama, yatırım ve teknolojik yetersizlikler, kapasite darlığı, ihracat konusunda bilgi yetersizliği, kalite düşüklüğü	Samsun ilindeki KOBİ'ler
Çoban (2005)	Sektörün en önemli problemi tedarik kaynağı ile işbirliğinde yaşanan problemler, rekabetçi fiyat uygulamalarının yaşattığı zorluklar, yabancı ülkelere tüketimcilerin farklı alışkanlıkları, dış pazarla ilgili bilgi yetersizlikleri, yüksek vergi oranları ve farklı kalite standartlarıdır.	Kayseri mobilya sanayinde yer alan 30 işletme
Balantekin (2006)	İşletmelerin başlıca ihracat sorunlarının üretim maliyetleri, ülke ve işletme imajı, finansal sorunlar, yetişmiş eleman ve rekabet olduğu belirlenmiştir	Kayseri Organize Sanayi Bölgesinde bulunan KOBİ'ler
Demirel & Sezgin (2006)	İşletmelerin pazara açılım kararlarında en çok girişimcilerin/ üst düzey yöneticilerin yaklaşımlarının etkili olduğu, onların kararlarında da en çok dağıtım kanalı özellikleri (öncelikle uluslar arası kanallarla çalışma koşullarının ve coğrafik konum olarak uzak olan kanalların maliyetleri) nin ve fiziksel dağıtım şartları (taşıma ve stoklamanın maliyetleri ve zorlukları) nin etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Özellikle araştırma yapmadıkları/ yapamadıkları için yeterli bilgiye sahip olmadıklarını, bilgileri bir şekilde elde edenler ise bu çalışmalarını yönlendirecek bilgi, birikim ve eğitime sahip çalışanları olmadığını ifade etmektedirler.	Balıkesir İlinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren 100 KOBİ
Işık & Delice (2007)	İşletmelerin yoğun dış rekabeti ihracatları için engel görmedikleri; Finansmanı için çalışma sermayesinin yetersiz olmasını ihracat için engel, Yabancı pazarları analiz etmede ve hedef pazarları belirlemede bilgi eksikliği, yurtdışındaki yasal düzenlemeleri ihracat için ciddi bir engel olarak görmektedir. Karaman'daki işletmelerin %60 gibi yüksek bir oranı elverişsiz kur oranlarını ihracat için engel olarak görürken, sözkonusu oran Nevşehir için sadece %20'dir.	Karaman ve Nevşehir illerinde faaliyet gösteren KOBİ niteliğindeki 35 ihracatçı firma

Tablo 2 devam

Sönmez & Arslan (2007)	Elverişsiz kur oranlarının, yabancı pazarlarda yoğun rekabetin etkili olması, devlet desteği ve teşviklerin yetersiz oluşu, yurt dışındaki yasal düzenlemelerin tam olarak bilinmemesinin etkisi, yüksek gümrük vergileri ve vergi dışı engellerin etkili olduğu, nitelikli ihracat elemanlarının eksikliği, ihracat finansmanı için çalışma sermayesinin yetersizliği, ihracata yönelik bürokratik işlemlerin çokluğu	Ankara ve Bursa/İnegöl bölgelerinde tesadüfi olarak seçilen 97 adet işletme
Altıntaş vd. (2007)	Döviz kuru riski, Müşterilere tatmin edici fiyat sunmak, Yurtdışı pazarlarda keskin rekabet, devlet yardımı / teşviklerin olmaması, İhracatını finanse etmek için işletme sermayesi yetersizliği, Piyasayı bulmak / analiz etmek için sınırlı bilgi, Yüksek tarife ve tarife dışı engeller, Türkiye’de bürokratik gerekler, Aşırı nakliye masrafları, İhracat için yetersiz / eğitimsiz personel, İhracat dağıtım kanallarına erişme, Olumsuz kurallar ve düzenlemeler, Teknik / satış sonrası servis sağlama, Bilmediğiniz yabancı iş uygulamaları, Yurtdışından gelen ödemelerin yavaş tahsilatı, İhracat için üretim kapasitesinin olmaması, İhracat ürün kalite standartlarını karşılamak, Yabancı iş fırsatlarını tanımlayamamak, Farklı yabancı müşteri alışkanlıkları / tutumları, dil ve iletişim farkı	145 farklı sektördeki ihracat yapan KOBİ
Keskin vd. (2009)	Mevzuata ilişkin sorunlar ve bürokratik engeller, ekonomik istikrarsızlık, dış talep yetersizliği, finansman yetersizliği, dış pazarlar hakkında bilgi eksikliği ve nitelikli personel eksikliği	Erzurum Organize Sanayi Bölgesinde faaliyette bulunan Kobi’ler
Ergen (2011)	Rekabetten kaynaklanan sorunlar, Fiyatların yüksekliğinden kaynaklanan sorunlar, ihracatın finansmanı ile ilgili sorunlar, Üründe kalite, ambalaj ve standardizasyon sorunları, Satış arttırma teknikleri (reklam gibi) kullanamama, Nakliye, depolama sorunları, ihracat mevzuatındaki istikrarsızlık Yurt dışı satış dağıtım organizasyonu eksikliği	Konserve Meyve-Sebze Sektöründe yer alan KOBİ’ler
Köksal & Kettaneh (2011)	Yetersiz üretim kapasitesi, yabancı pazar bilgilerini elde etmede güçlükler, piyasa potansiyelinin belirlenmesi, ihracatta nitelikli personel eksikliği, kalitesiz ürünler, yetersiz ürün karışımı, ambalajlama ve zayıf marka imajı. İhracatta karşılaşılan sorunların çoğu her iki örnekteki şirketler için aynıdır.	144 adet Türkiye’de farklı sektörlerde faaliyet gösteren KOBİ ve 71 adet Lübnan’daki KOBİ
Şahin (2016)	Ürünlerin kalite ve standardizasyon eksikliği, Rakiplerin ve rekabet edebilme şiddetinin yoğun olması, Hedef pazar araştırması ve ürün tanıtım eksikliği, Verimliliğin düşük ve Maliyetlerin yüksek olması, Benzer işletmelerle işbirliği yapılamaması, Finansman sorunları, Donanımlı dış ticaret elemanı eksikliği, Fuar, teşvik gibi olanaklardan haberdar olmama, AR-GE ve inovasyon eksikliği.	Kuyumcukent’te kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren 45 ihracatçı firma

2.4. Antalya İli Dış Ticaret Yapısı

Antalya ili Türkiye'nin önemli turizm ve dış ticaret merkezlerinden biridir. Antalya ilinde 2016 yılında gerçekleşen ihracat miktarı 976 milyon dolardır. Antalya ilinde en çok ihracat yapan sektörler meyve-sebze sektörü ve madencilik sektörüdür (Baka, 2014:27). 2016 yılında Türkiye'de toplam 142 milyar dolar ihracat gerçekleşmiştir (TÜİK, 2017). Antalya ili tek başına Türkiye ihracatının binde 7'sini gerçekleştirmektedir.

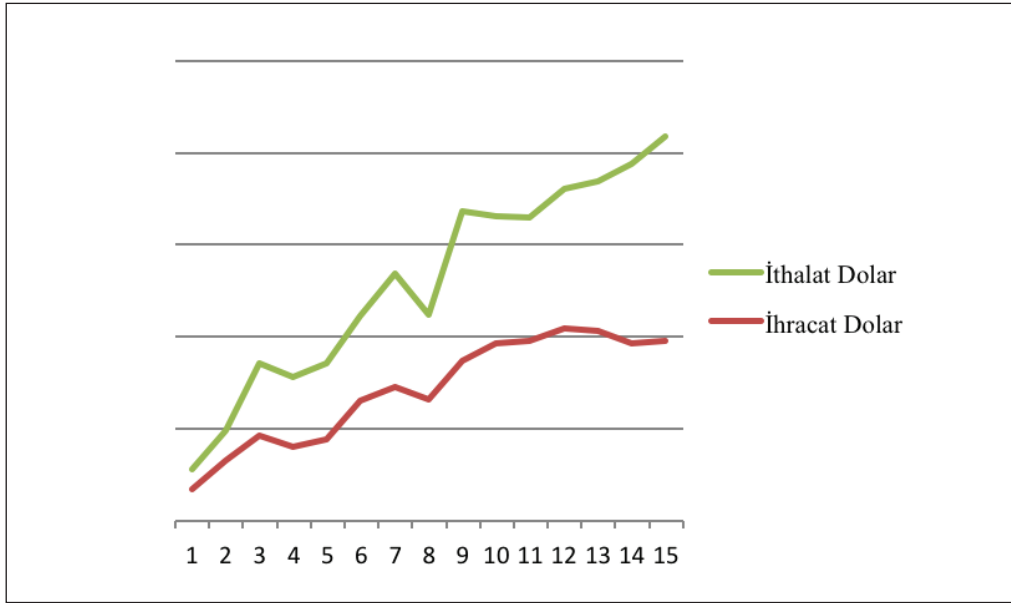
Tablo 3: Antalya'nın Dış Ticaret Yapısı

Yıl	İhracat (Dolar)	İthalat (Dolar)	Dış Ticaret Açığı	Karşılama Oranı	İhracat Büyüme	İthalat Büyüme
2002	165.989.350	109.804.924	56.184.426	151	0%	0%
2003	324.990.267	161.475.693	163.514.574	201	96%	47%
2004	457.829.376	397.838.996	59.990.380	115	41%	146%
2005	396.314.624	382.843.825	13.470.799	104	-13%	-4%
2006	437.115.292	412.235.227	24.880.065	106	10%	8%
2007	650.608.966	462.535.007	188.073.959	141	49%	12%
2008	724.563.219	616.693.460	107.869.759	117	11%	33%
2009	655.414.065	460.570.028	194.844.037	142	-10%	-25%
2010	864.215.958	816.585.737	47.630.221	106	32%	77%
2011	961.010.841	689.246.156	271.764.685	139	11%	-16%
2012	977.894.778	666.709.059	311.185.719	147	2%	-3%
2013	1.047.252.76	754.465.866	292.786.900	139	7%	13%
2014	1.032.681.57	808.191.617	224.489.890	128	-1%	7%
2015	961.270.159	976.463.065	-15.192.906	98	-7%	21%
2016	976.901.566	1.112.966.49	-136.064.843	88	2%	14%

Kaynak: Yazarlar tarafından TÜİK Verileri Kullanılarak Hazırlanmıştır.

Tablo 3'te Antalya ilinin 2002-2016 yılları arasında gerçekleşen ithalat –ihracat, ihracat ve ithalatta bir önceki yıla göre büyüme, Antalya iline ait dış ticaret açığı verileri ile ihracatın ithalatı karşılama oranı verilmiştir. Antalya ilinin 14 yıllık verisi incelendiğinde son iki yıl dışında dış ticaret fazlası verdiği, 2015 ve 2016 yıllarında ise ithalat artışları nedeniyle dış ticaret açığı verdiği gözükmektedir. Antalya ilinde son 14 yılda ihracat 5,8 kat, ithalat ise 10 kat artmıştır. İhracatın ithalatı karşılama oranları incelendiğinde ise son iki yıl içinde verilerin olumlu olduğu gözükmektedir.

Şekil 1: Antalya İli 2002-2016 Yılları Arası İhracat ve İthalat Trendi (Cari Rakamlar)



Kaynak: Yazarlar tarafından TÜİK Verileri Kullanılarak Hazırlanmıştır.

Şekil 1’de Antalya ilinin 2002- 2016 yılları arasında gerçekleşen ihracat ve ithalat verilerinin trend eğilimleri verilmiştir. Her iki grafiğinde artan eğilimde olduğu ithalat grafiğinin eğiminin ihracat grafiği eğimine daha yüksek olduğu net bir biçimde gözükmemektedir. Her iki trendinde paralel hareket ediyor gibi gözükmesi korelasyon olasılığını güçlendirmiş olup Antalya ilinin ihracat ve ithalatı arasındaki ilişki sperman korelasyon analizi yardımıyla (Tablo 4) incelenmiştir.

Tablo 4: Sperman Korelasyon Tablosu (Büyüme)

	Korelasyon Katsayısı (Sperman)	Olasılık Değeri (Sig)	Örneklem Büyüklüğü
İhracat Büyüme- İthalat Büyüme	,608	,016	15

P <0,05

Veri setindeki dönemin darlığı nedeniyle non-parametrik bir korelasyon testi olan Sperman korelasyon testi kullanılmıştır (Büyüköztürk, 2007:31). Tablo 4 incelendiğinde ihracattaki büyüme ile ithalattaki büyüme arasında pozitif yönlü bir ilişki görülmektedir. Olasılık değeri her iki değişken için 0.05’in altında çıkmıştır. Bu değer tablo altında da belirtildiği gibi (p<0,05) % 95 güven aralığında katsayıların istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2005:112).

3. Antalya İlinin Dış Ticaret Sorunları Üzerine Bir Uygulama

Çalışmanın bu kısmında Antalya ilinde bulunan dış ticaret yapan 119 KOBİ'ye ihracat sürecinde yaşadıkları sorunları tespit etmek amacıyla bir anket uygulaması yapılmıştır. Soru formu ilgili firmaların dış ticaret bölümü sorumluları ve işletme sahipleri ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan anket likert tipi ölçekte olup, 1 yanıtı “hiç katılmıyorum”, 5 yanıtı ise, “tamamen katılıyorum” şeklinde kodlanmıştır. Güvenilirlik analizi sonucunda ölçeğin bir bütün olarak Cronbach's Alpha değeri 0,89 çıkmış olup, bu değer kullanılan ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2005:405).

Tablo 5: Temel İstatistik Sonuçları (M>3)

	nN	Ortalama (M)	Std Deviation	Skewness	Kurtosis
Dövizdeki dalgalanmalardan olumsuz yönde etkilenmekteyiz.	118	3,4237	1,42269	-0,368	-1,23
Ülke ekonomisindeki istikrarsızlık ihracatı olumsuz etkilemektedir.	117	3,3248	1,35716	-0,232	-1,197
Devlet desteği yetersizdir.	117	3,265	1,22751	-0,095	-0,975
İhracat mevzuatında sürekli yaşanan değişiklikler dış ticaretimizi olumsuz etkilemektedir.	118	3,2627	1,22947	-0,124	-1,019
Ülkelerin uyguladığı kotalar ihracatta olumsuzluklara yol açmaktadır.	116	3,181	1,18394	-0,071	-0,792
Navlun sigorta bedellerinin yüksek olması pazar payımızı etkiliyor.	116	3,1034	1,30137	-0,002	-1,113
Navlun bedelinin yüksek olmasından dolayı istediğimiz ülkelere ihracat yapamıyoruz	116	3,0776	1,37778	0,021	-1,206
İhracatta bürokratik engeller yaşamaktayız.	117	3,0513	1,3445	0,057	-1,147
Uluslararası pazarlarda reklam maliyetlerinin yüksek olmasından dolayı zorluk çekiyoruz.	117	3,0342	1,28608	-0,089	-1,123
Ucuz ve kaliteli hammadde güçlüğü çekmekteyiz.	117	3,0171	1,47965	0,003	-1,463
İhracat kredileri yetersizdir.	117	3,0085	1,36139	0,047	-1,149

Tablo 5'de Antalya ilinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin dış ticaret sorunlarına ilişkin ifadelerin için üzerinde ortalamaya sahip olanları verilmiştir. 5'li likert kullanılan anketlerde ortalama değer üç olduğu için KOBİ'lerin cevaba ilişkin ortalama değer için üstünde olması ilgili sorunun varlığına ilişkin genel bir eğilim olduğunu gösterir. Sonuç itibarıyla Antalya ilinde ihracat yapan KOBİ'lerin en çok döviz kurundaki hareketlilik, ülke ekonomisindeki

istikrarsızlık, devlet desteğinin yetersiz olması ve mevzuatta yaşanan sürekli değişikliklerden olumsuz etkilendiği gözükmektedir (Tablo 5).

Tablo 6: Temel İstatistik Sonuçları (M<3)

	nN	Ortalama (M)	Std Deviation	Skewness	Kurtosis
Yeni dış pazarlar bulma konusunda zorluk çekiyoruz.	114	2,9035	1,34342	0,09	-1,193
Dış pazarlamada nitelikli satış elemanı istihdam etmekte güçlük çekiyoruz.	114	2,8947	1,45352	0,134	-1,343
Banka hizmetleri yetersizdir.	116	2,8707	1,30903	0,125	-1,009
Aracı maliyetlerimizi fiyata yansıtmakta zorluk çekiyoruz.	117	2,812	1,37673	0,144	-1,276
Satış geliştirme ve tanıtım faaliyetlerini bütçe yetersizliklerinden dolayı gerçekleştiremiyoruz.	115	2,713	1,375	0,265	-1,15
Dış pazarlar hakkında yeterli bilginin olmaması Pazar payımızı düşürmektedir.	116	2,7069	1,37694	0,3	-1,116
Teslimatın zamanında yapılamaması ihracatımızı olumsuz yönde etkilemektedir.	116	2,6724	1,31066	0,323	-0,965
İhracatta pazar araştırması yapmakta zorluk çekiyoruz.	118	2,661	1,32188	0,13	-1,198
Ürünlerimizin dağıtımında nakliye güçlükleri yaşamaktayız.	117	2,4615	1,26313	0,584	-0,739
Ürünlerin kalite standartlarının düşük olması ihracatımızı olumsuz etkilemektedir.	118	2,3983	1,21346	0,709	-0,357
İhraç bedeli tahsilatının zor olmasından dolayı ihracatımızda zorluk çekiyoruz.	118	2,3983	1,2618	0,48	-0,935
Kapasite yetersizliğinden dolayı ihracatta güçlük çekiyoruz.	118	2,2542	1,22779	0,825	-0,241
Ürünlerin ambalajlanmasında ve etiketlenmesinde zorluk çekiyoruz.	119	2,0924	1,12741	1,151	0,833

Tablo 6’da ise, Antalya ilinde faaliyet gösteren ve dış ticaret yapan KOBİ’lerin ihracat sorunlarına ilişkin ifadelerinin için altında ortalamaya sahip olanları verilmiştir. Bu firmaların dış ticaret süreçlerinde en az yaşadıkları sorunlar: ambalajlama sorunu, kapasite yetersizliği sorunu, tahsilat sorunu, kalite standartları sorunu, nakliye sorunu ve pazar araştırması sorunu olduğu tespit edilmiştir (Tablo 6).

Tablo 7: Varyans Test Sonuçları (Döviz Kuru Hareketlilik)

	Levene İstatistiği	Levene İstatistiği Olasılık Değeri	F değeri	Olasılık Değeri
Personel Sayısı –Döviz Kurundaki hareketlilik	1705	,170	2701	,049
İşletmenin faaliyet alanı-Döviz kurundaki hareketlilik	1326	,232	3191	,002
Pazarlama Faaliyet yürütücüsü-Döviz Kurundaki hareketlilik	,635	,594	3178	,027

Antalya ilinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin ihracat süreçlerinde yaşadıkları en önemli sorunun döviz kurundaki hareketlilik olduğu yukarıda belirtilmiştir. Çalışmanın bu kısmında bu sorunun aynı firmalara ait demografik özelliklerle olan istatistiksel farklılıklar analiz edilmeye çalışılmıştır. Analizler için varyans testi kullanılmıştır (Tablo 7). Varyans testi ikiden fazla grup olan ve diğer değişkenlerle istatistiksel anlamlılık farklılığın tespiti için kullanılır. Bu analizin iki varsayımı vardır.

Birincisi ilgili değişkenlerin verileri normal dağılmalıdır. Normal dağılım varlığının tespiti için basıklık ve çarpıklık değerleri kullanılmış olup ilgili değerler Tablo 5 ve Tablo 6'da verilmiştir. Değerlerin +2 ile -2 aralığında değişiyor olması veri setinin normal dağılımı (Morgan vd., 2004:59) sorununun olmadığını gösterir. Diğer varsayımı ise, model varyanslarının homojen dağılımıdır (Büyüköztürk, 2007:47). Varyansların homojenliğinin tespiti için Levene istatistiği kullanılmış olup her değişken için olasılık değerleri Tablo 7'de verilmiştir. Tablo 7 incelendiğinde her üç levne istatistiği olasılık değeri .005'den büyük çıkmıştır. Dolayısıyla varyansların homojen dağıldığı söylenebilir (Kalaycı, 2005:219).

Ayrıca sonuçlar incelendiğinde Antalya ilinde döviz kuru hareketliliğinin ihracatı olumsuz etkilediği düşüncesini personel sayısı, işletmenin faaliyet alanı ve pazarlama faaliyetlerinin kim tarafından yürütüldüğünden etkilendiği görülmüştür.

Tablo 8: Varyans Test Sonuçları (Ambalajlama Sorunu)

	Levene İstatistiği	Levene İstatistiği Olasılık Değeri	F değeri	Olasılık Değeri
Hukuki Yapı - Ambalajlama Sorunu	3481	,034	6747	,002
Pazarlama departman varlığı- Ambalaj Sorunu	4866	,026	6846	,010

Tablo 8'de ise, Antalya ilinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin dış ticaret süreçlerinde en az etkilenen sorunu olan ambalajlama sorununun bazı demografik özelliklerle farklılık gösterip göstermediği analiz edilmiştir. İki değişken için değişen varyans sorunu olmakla birlikte hukuki yapı ve pazarlama departmanının varlığı ambalajlama sorununu ihracatı olumsuz etkileme düşüncesini etkilemiştir.

Tablo 9: Lojistik Regresyon Sonuçları (Döviz Kuru Dalgalanmasından Etkilenme)

Bağımsız Değişken	Omnibus (model) Sonuçları	Nagelkerke R- Kare Sonuçları	Olasılık Değeri	B	Exp(B)
Personel Sayısı	5326-,021	,059	,025	-,483	,617
Faaliyet Alanı	13528-,000	,145	,000	-,245	,783
İhracat kredilerinin yetersizliği beklentisi	8819-,003	,097	,004	,421	1,524
Ülke ekonomisindeki istikrarsızlığın olumsuz etki beklentisi	9222-,003	,102	,003	,434	1,543
Uluslararası reklam maliyetlerinin yüksekliğinin olumsuz etki beklentisi	14566-,000	,156	,000	,586	1,797
Aracı maliyetlerinin fiyata olumsuz etkisi	5926-,015	,066	,017	,337	1,401
Pazar araştırması sorunu	4024-,045	,045	,048	,288	1,333

P < 0,05

Uygulama bölümünün son kısmında Antalya ilinde faaliyet gösteren ve ihracat yapan 119 KOBİ'nin dış ticaret geliştirmede en önemli sorunu olan döviz kurunda dalgalanmayı etkileyen faktörler lojistik regresyon modeli yardımıyla incelenmiştir. Bu kısımda bağımlı değişken olarak firmanın döviz kuru dalgalanmasından etkilenme oranı ikili kod haline getirilmiştir. Lojistik Regresyon modellerinde bağımsız değişkenin etkisini ölçebilmek için bağımlı değişkenin çok değişkenli olmak yerine ikili değişken olmak zorundadır. Bu sayede bağımsız değişkendeki bir harekette bağımlı değişkenin yönünün hesaplamak mümkündür. Döviz kuru dalgalanmasındaki etkilenmeyi lojistik regresyon modeliyle analiz edebilmek için beşli likert anket ile toplanan verilerde ortalama değer üç olduğu için bağımlı değişken aşağıdaki gibi kodlanmıştır.

Döviz kuru dalgalanmasından etkilenme > 3 = 1

◆ **Bağımlı Değişkenin Kodlanması**

Döviz kuru dalgalanmasından etkilenme < 3 = 0

Tablo 9 incelendiğinde ihracat kredilerinin yetersizliği beklentisi, ülke ekonomisindeki istikrarsızlığın olumsuz etki beklentisi uluslararası reklam maliyetlerinin yüksekliğinin olumsuz etki beklentisi, aracı maliyetlerinin fiyata olumsuz etkisi, pazar araştırması sorunu arttıkça firmaların döviz kuru dalgalanmasından etkilenmesi de artmaktadır. Fakat personel sayısındaki artış döviz kuru dalgalanmasından olumsuz etkilenmeyi azaltmaktadır.

Ayrıca değişkenin Omnibus sonuçları modelin bir bütün olarak anlamlı olduğunu, olasılık değeri ise katsayıların .005 anlamlılık seviyesinde anlamlı olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2005: 284). Döviz kuru dalgalanmasının olumsuzluğunu en çok etkileyen uluslararası

reklam maliyetlerinin yüksekliği beklentisi olmuştur. İlgili değişkenin Exp (B) katsayısının 1.79 olması KOBİ'lerin reklam maliyetlerinin yüksekliği nedeniyle uluslararası pazarlama güçlüğü çekmesi arttıkça döviz kuru dalgalanmasından 1.79 kat olumsuz etkilendiklerini göstermektedir (Kalaycı, 2005:284). Exp (B) katsayılarının yorumlanmasında % 95 güven aralığı kullanılmış olup bu durum tablonun altında belirtilmiştir (p <0,05).

4. Sonuç

Gelişmekte olan ekonomilerin geleceğini inşa etmede uluslararası ticaret, stratejik bir role sahiptir. Kalkınma süreçlerinde bu ekonomilerin iktisadi kriz geçmişleri incelendiğinde cari açık kaynaklı olan ve yerli paranın değer kaybetmesi ile sonuçlanan çok fazla ekonomik kriz söz konusudur. İktisadi karar vericiler ister makro boyutta ister bölgesel boyutta politika üretirken, ülkenin cari dengesinin lehine politikalar üretmek zorundadır. Aksi takdirde uygulanan iktisat politikalarında beklenen sonuçlarda sapmalar meydana gelebilmektedir.

Bu çalışmada Antalya ilinde faaliyet gösteren 119 KOBİ'ye uygulanan bir anket yardımıyla Antalya ilinin dış ticaret gelişim sürecinde yaşadığı sorunlar tespit edilmeye çalışılmıştır. Sonuçlar göstermektedir ki; Antalya ilinin dış ticaret sürecinde yaşadıkları en önemli sorunlar döviz kurundaki hareketlilik, ülke ekonomisindeki istikrarsızlık, devlet desteğinin yetersiz olması ve dış ticaret mevzuatında yaşanan sürekli değişiklikler şeklinde belirlenmiştir. Ayrıca, Antalya ilinin dış ticaret sürecinde en az yaşadığı sorunlar ise sırasıyla ambalajlama, kapasite yetersizliği, tahsilat, kalite standartları, nakliye ve pazar araştırması sorunu olduğu tespit edilmiştir.

Ayrıca, en önemli sorun olan döviz kurundaki hareketlilik anket yardımıyla elde edilen personel sayısından, işletmenin faaliyet alanından ve pazarlama faaliyet yürütücüsünün değişmesinden etkilenmiştir. Çalışmada logit modeli yardımıyla KOBİ'lerin döviz kuru dalgalanmasından etkilenme nedenleri de incelenmiş olup, uluslararası reklam maliyetlerinin olumsuz etkisi ve ülke ekonomisinde istikrarsızlık arttıkça firmaların döviz kuru dalgalanmasından daha çok etkilendiği saptanmıştır.

Kaynakça

- Ahmed, Z. U., Craig, J. C., Baalbaki, I., & Hadadian, T. V. (2004). Export barriers and firm internationalisation: A study of Lebanese entrepreneurs. *Journal of Management and World Business Research*, 1(1), 11-22.
- Albaum, G. (1983). Effectiveness of government export assistance for US. *International Marketing Review*, 1(1), 68-75.
- Altıntaş, M. H., Tokol, T., & Harcar, T. (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.
- Bagchi-Sen, S. (1999). The small and medium sized exporters' problems: An empirical analysis of Canadian manufacturers. *Regional Studies*, 33(3), 231-245.
- BAKA. (2014). *Batı Akdeniz Dış Ticaret Analizi 2002-2013*. Erişim tarihi: 03.06.2017, http://www.baka.org.tr/uploads/7434546767dis_ticaret_analizi_2002-2013.pdf

- Balantekin, B. E. (2006). İhracatta KOBİ'lere sağlanan devlet destekleri ve KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar ve Kayseri'de bir anket uygulaması. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Bilkey, W., & Tesar, G. (1977). The export behavior of smaller-sized Wisconsin manufacturing firms. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 93-98.
- Bilkey, W. J. (1978). An attempted integration of the literature on the export behavior of firms. *Journal of International Business Studies*, 9(1), 33-46.
- Bodur, M. (1986). A study on the nature and intensity of problems experienced by Turkish exporting firms. *Advances in International Marketing*, 1, 205-32.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. 7. Baskı, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Çavuşgil, S. T., & Zou, S. (1994). Marketing strategy-performance relationship: an investigation of the empirical link in export market ventures. *The Journal of Marketing*, Vol. 58, 1-21.
- Çoban, S. (2005). Kayseri mobilya sanayinin dış ticaret yapısı ve sorunlarına yönelik bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(2), 73-82.
- Delice, G. (2001, Ekim). *KOBİ'lerin ihracata yönlendirilmesinde finansman destekleri; Türk Eximbank kredileri üzerine bir uygulama*. 1. Orta Anadolu Kongresi - KOBİ'lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları, Nevşehir, 269-281.
- Demirel, M. M., & Sezgin, S. (2006). KOBİ'lerin dış pazarlara açılma problemleri. *İTÜ DERGİSİ/d*, 5(2), 116-124.
- Dichtl, E., Leibold, M., Köglmayr, H. G., & Mueller, S. (1984). The export-decision of small and medium-sized firms: A review. *Management International Review*, 24, 49-60.
- Dichtl, E., Koeglmayr, H. G., & Mueller, S. (1990). International orientation as a precondition for export success. *Journal of International Business Studies*, 21, 23-40.
- Erdoğan, Z., & Develioğlu, K. (2009). *Girişimcilik ve KOBİ'ler teori ve uygulama*. Zafer Erdoğan (ed.), 2. Baskı, Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Ergen, A. G. (2011). KOBİ'lerin uluslararası pazarlara açılmasında sektörel dış ticaret şirketleri modeli ve konserve meyve-sebze sektöründe uygulanabilirliğinin araştırılması. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Freeman, C. (1991). Networks of innovators: A synthesis of research issues. *Research Policy*, 20(5), 499-514.
- Hook Jr, R. C., & Czinkota, M. R. (1988). Export activities and prospects of Hawaiian firms. *International Marketing Review*, 5(4), 51-57.
- Işık, N., & Delice, G. (2007). Küreselleşme sürecinde kobi'lerin ihracat sorunları ve e-ticaret. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3, 75-89.
- Kalaycı, Ş. (2005). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. 1. Baskı Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karafakioglu, M. (1986). Export activities of Turkish manufacturers. *International Marketing Review*, 3(4), 34-43.

- Karakaya, F., & Harcar, T. (1999). Barriers to export for non-exporting firms in developing countries. *Academy of Marketing Studies Journal*, 3(2), 59-77.
- Karamustafa, O., Çetin, M., Karakaya, A., & Taslak, S. (2001). *KOBİ'lerin ihracat darlığı nedenleri üzerine bir araştırma: Samsun ili örneği*. I. Orta Anadolu Kongresi KOBİ'lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları, Nevşehir, 269-281.
- Katsikeas, C.S., & Morgan, R.E. (1994). Differences in perceptions of exporting problems based on firm size and export market experience. *European Journal of Marketing*, 28(5), 17-35.
- Kaymak, O. (2015). Türkiye'deki KOBİ'lerin mevcut durumlarının analizi ve ticari uygulamaları. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır.
- Keskin, G., Koşan, A. K., & Ayık, Y. Z. (2009). Bölgesel gelişme aracı olarak KOBİ'ler ve ihracat sorunları (Erzurum'da bir araştırma). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(2), 279-290.
- Khattak, J. K., Arslan, M., & Umair, M. (2011). SMEs' export problems in Pakistan. *Journal of Business Management and Economics*, 2(5), 192-199.
- Köksal, M. H., & Kettaneh, T. (2011). Export problems experienced by high-and low-performing manufacturing companies: A comparative study. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(1), 108-126.
- Leonidou L. (1995). Export barriers: non-exporters' perceptions. *International Marketing Rev.*, 12(1), 4-25.
- Leonidou L. (2004). An analysis of the barriers hindering small business export development. *Journal Small Business Management*, 24(3), 279-302
- Lyons, D. (1995). Changing business opportunities: The geography of rapidly growing small US private firms, 1982-1992. *The Professional Geographer*, 47(4), 388-398.
- Morgan, R. E. (1997). Export stimuli and export barriers: Evidence from empirical research studies. *European Business Review*, 97(2), 68-79.
- Morgan, R. E., & Katsikeas, C.S. (1997). Obstacles to export initiation and expansion, *Omega*, 25(6), 677-690.
- Morgan, B. George, A., Nancy. L.L., Gloeckener, G.W., & Karen, C. B. (2004). *SPSS for introductor statistics: Use and interpretation*. Second Edition, London: Lawrance Erlbaum Associates.
- Özgener, Ş. (2003). Büyüme sürecindeki KOBİ'lerin yönetim ve organizasyon sorunları: Nevşehir un sanayii örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20, 137-161.
- Pinho, J. C., & Martins, L. (2010). Exporting barriers: Insights from Portuguese small-and medium-sized exporters and non-exporters. *Journal of International Entrepreneurship*, 8(3), 254-272.
- Rocha, A. D., Freitas, Y. A., & Silva, J. F. D. (2008). Do perceived export barriers change over time? A longitudinal study of Brazilian exporters of manufactured goods. *Latin American Business Review*, 9(1), 102-128.

- Rothwell, R. (1991). External networking and innovation in small and medium-sized manufacturing firms in Europe. *Technovation*, 11(2), 93-112.
- Shaw, V., & Darroch, J. (2004). Barriers to internationalisation: a study of entrepreneurial new ventures in New Zealand. *Journal of International Entrepreneurship*, 2(4), 327-343.
- Sönmez, A., & Arslan, A. R. (2007). İhracat yapma şekline göre karşılaşılan sorunlar; Mobilya endüstrisi örneği. *Politeknik Dergisi*, 10(4), 403-409.
- Şahin, Ş. (2016). Kümelenmenin KOBİ'lerin ihracat performansına etkisi: Kuyumcukent örneği. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul.
- Tesfom, G., & Lutz, C. (2006). A classification of export marketing problems of small and medium sized manufacturing firms in developing countries. *International Journal of Emerging Markets*, 1(3), 262-281.
- TOBB. (2017). *Türkiye'de KOBİ tanımı*. Erişim Tarihi: 10.07.2017, <https://www.tobb.org.tr/KobiArastirma/Sayfalar/KOBITanimi.php>
- TÜİK. (2016). *Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri*. Erişim Tarihi: 14.07.2017, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21540>
- TÜİK. (2017). *Dış Ticaret İstatistikleri*. Erişim Tarihi: 14.07.2017 <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul>
- Zou, S., & Stan, S. (1998). The determinants of export performance: A review of the empirical literature between 1987 and 1997. *International Marketing Review*, 15(5), 333-356.