



PERAKENDE SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN İŞLETMELERİN FİNANSAL SORUNLARINA YÖNELİK ÇORUM ÖLÇEĞİNDE BİR ÇALIŞMA

Doç. Dr. Selçuk KENDİRLİ

Hitit Üniversitesi İİBF Bankacılık Finans Bölümü, Çorum, Türkiye
selcukkendirli@hitit.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Hülya ÇAĞIRAN KENDİRLİ

Hitit Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, Çorum, Türkiye
hulyacagirankendirli@hitit.edu.tr

Fevzi DİKER

Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çorum, Türkiye
fevzidiker@hitit.edu.tr

Öz

Perakende sektörü, ülke ekonomilerine sağlamış olduğu istihdam ve gelir katkısı açısından bakıldığında önemli bir yere sahiptir. Küreselleşen dünya şartlarında rekabet şartlarının ağırlaşması, mal ve hizmet çeşitlerinin farklılaşması gibi nedenlerle perakende sektörü hızlı değişen ve gelişen sektörlerden biridir. Bu değişim ve gelişime ayak uydurabilmek, beraberinde bazı finansal sorunları doğurmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, perakende sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin, yönetim ve organizasyon yapılarından kaynaklanan ve ayrıca sermaye yapılarından kaynaklanan finansal sorunlarını incelemektir. Bu kapsamda, Çorum İlinde perakende sektöründe faaliyet gösteren işletmeler üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırma anket yöntemi ile yapılmış, sahadaki tüm işletmeler araştırmaya dâhil edilmiştir. Toplamda 347 işletmeden değerlendirilebilir anket dönüşü olmuştur. Çalışmadan elde edilen sonuca göre, perakende sektörünün en önemli sorunu alacakların tahsil edilememesidir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre işletme büyüklüğü her türlü unsurun temel belirleyicisi olarak ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: KOBİ'lerde Finansal Sorunlar, Perakende Sektörü, Perakende Sektöründe Sorunlar, Çorum İşletmeleri

Jel Kodları: G00, G02

A STUDY ABOUT THE FINANCIAL PROBLEMS AT OPERATING IN RETAIL SECTOR: CASE STUDY IN ÇORUM SCALE

Abstract

The retail sector, which was provided to the national economy in terms of employment and revenue contribution, has an important place when viewed. Reasons such as worsening of conditions of competition in the globalized world, the differentiation of types of goods and services to the retail sector is one of the fastest changing and evolving sectors. To adapt to this change and evolution, along raises some financial problems.

The purpose of this study, of the businesses operating in the retail sector, financial problems examines which arising from the management and organizational structure and also arising from the capital structure. In this context, Çorum businesses operating in the retail sector has made a research on. Research has made by survey and all the enterprises have included to the study. In total there are 347 surveys have been transformed from the enterprises for able to evaluate. According to the results of study, the most important problem is cannot be collected to claim for the retail sector. According to study results, company size is the basic indicator for

the enterprises which one is for all elements.

Keywords: Financial Problems in SMEs, Retail Sector, Problems in Retail Sector, Çorum Enterprises

Jel Codes: G00, G02

1. Giriş

Perakende sektörü hızlı değişen ve gelişen sektörlerden biridir. Küreselleşme sürecinde rekabetin artması, mal ve hizmetlerin farklılaşmasını ve çeşitlenmesini sağlamıştır. Ayrıca kişisel gelirdeki değişme, tüketicileri daha küçük pazar kesitlerine ayırmıştır. Bu gelişmeler perakendecileri yeni pazarlama stratejileri belirlemeye ve satış geliştirme çabalarını artırmaya yöneltmiştir (Demir, 2007: 35). Perakendecilik faaliyetinin yarattığı faydaların boyutu, ülkelerin ekonomik sistemlerine ve gelişmişlik düzeylerine göre farklılık göstermektedir. Gelişmiş ülkelerde perakendecilik sektörünün yarattığı faydaların boyutu ve bunlardan yararlanabilme düzeyi daha yüksek iken, gelişmekte olan ülkelerin çoğunda bu durum daha sınırlı düzeydedir (Gürman, 2006: 4).

Türk perakende sektörü 2011 yılı cirosu, TÜİK ticaret ciro verileri baz alınarak yapılan hesaplara 191 milyar ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Bunun; 81 milyar dolarlık büyüklüğü ile organize perakende sektörünün payı %42'dir. KOBİ ölçeğinde faaliyet gösteren perakende sektörünün payı ise, 110 milyar ABD Doları ile % 58'lik paya sahiptir. Öte yandan, kamu kurumları tarafından açıklanan kayıt dışı ekonominin payı (%30) ciro hesabına dahil edildiğinde, toplam perakende sektörü cirosu 224 milyar ABD Doları'na yükselmekte, organize perakendenin payı ise %36'ya gerilemektedir. (TOBB, 2012: 1-5)

Bu çalışmada, perakende sektöründe faaliyet gösteren KOBİ ölçeğinde işletmelerin en önemli sorunları içerisinde sayabileceğimiz finansal sorunları incelenecektir. Böylece perakendeci işletmelerin finansal sorunlarının nedenlerinin belirlenmesinde ve bu sorunların çözümü için alınabilecek önlemlere yönelik ışık tutulması amaçlanmıştır.

2. Perakendecilik Kavramı

Fransızca kökenli bir kelime olan ve 'bir şeyin parçası olmak' ya da 'bir şeyi parçalara ayırmak' anlamına gelen *retailer* sözcüğü aynı zamanda, perakendecinin temel fonksiyonu olan ürünlerin, toptancılardan büyük miktarlarda satın alınıp, bireysel tüketicilere nispeten küçük miktarlarda satılması faaliyetini ifade etmektedir (Külter, 2009: 8). Türkçe karşılığı da aynı şekilde parçalamak, bölmek, uygun hale getirmektir. Bu kelimeler, perakendeci işletmelerin temel fonksiyonu olan çeşitli arz kaynaklarından büyük miktarda mal alma ve bireysel tüketiciye satılmak üzere malları küçük parçalara ayırma işlevini belirtmektedir.

İşletmeler, hedef kitle olan tüketici grubuna ulaşırken, oluşturacakları strateji doğrultusunda pazarlama karmasının elemanlarını şekillendirirler.(Amstrong ve Kotler, 1998: 47) Dağıtım kanalı içerisinde yer, alan bir aracı olarak perakendecilik, ‘üretilen malların üretim noktalarından tüketicilere ulaştırılmasını sağlayan ve böylece malların taraflar arasında fiziksel olarak değişiminin gerçekleşmesine yardımcı olan ve dağıtım maliyetlerini azaltmaya odaklı klasik bir aracılık faaliyeti’ olarak değerlendirilmiştir (Mulhern, 1997: 103).

Perakendeci işletmeler, rekabetin yoğun olarak yaşandığı teşhir yerleridir ve bu işletmeler uzmanlaşmaya, ekonomik faaliyetlerin minimizasyonuna ve stokların ekonomik olarak dengelenmesine imkan vermeleri açısından da üretici işletmelere önemli imkanlar sunarlar (Çağlar ve Kılıç, 2005: 180).

Perakendecilik kavramlarının çoğu aynı temel kavramı paylaşmaktadır. Perakendecilik doğru mal ve hizmetin doğru yerde ve doğru biçimde, doğru zamanda, doğru miktarda, doğru fiyatta bulundurulması anlamına gelmektedir. Perakendeciler, ürün ya da hizmetlerin satışına yönelik pazarlama çabalarını doğrudan son tüketicilere yönelten kuruluşlardır.(Lewison, 1991:2)

Ekonomik büyüme, yükselen gelir düzeyi, artan genç nüfus, artan kentleşme ve çalışan kadın nüfusundaki artış, ürün çeşitliliğine artan talep, giderek artan kredi kartı kullanımı gibi değişimler, perakendecilik sektörünün Türkiye’deki önemini giderek artırmaktadır. Söz konusu çeşitlilik perakendeci kuruluşlar arasındaki rekabeti daha da şiddetlendirmektedir. (Külter, 2009: 1) Rekabetin artması küçük ölçekli perakende işletmelerinin varlıklarını devam ettirebilmesini zorlaştırmaktadır. Günümüzde perakendecilik, malların tüketicilere küçük miktarda satılması olarak tanımlanan faaliyetin ötesinde, farklı ve daha karmaşık faaliyetler bütününe dönüşmüştür (Levy ve Weitz, 2007: 7).

Perakende işletmeleri; istihdam yaratmaları ve ekonomiye katma değer sağlamalarının yanı sıra, üreticilerin cephesinden temsilcilik rolü, tüketicilerin cephesinden ise garantörlük rolü bulunmaktadır. Temsilcilik rolü, üreticilerin ürettiği güvenilir ürünleri satmasından ve üreticinin pazarlama stratejisinin gereklerini yerine getirmesinden ileri gelmektedir. Garantörlüğü ise, tüketici sağlığını tehdit etmeyecek nitelikteki ürünleri, en ekonomik şekilde satın alarak, ürünün hijyenini ve güvenliğini temin ederek tüketiciye hizmet vermesinden kaynaklanmaktadır. Perakendeciler, mal naklinin yanı sıra ne zaman, ne miktarda malın hazırlanması gerektiğini de belirlemektedir. (Gürman,2006: 3-4)

Perakende sektöründe işletmeler temel olarak; uygun bir kuruluş yeri seçimi, tüketicilerin istediği ürün çeşitlerini bulundurma, sunulan ürünlerin tüketicilerin istediği kalitede olmasına, fiyatların uygun olmasına, ödeme şekillerinde gerekli kolaylıkların sağlanmasına, işletme bünyesinde faaliyet gösteren satış elemanlarının tüketicilere yaklaşımına ve marka çalışmalarına önem verme gibi hususlara dikkat etmesi gerekmektedir (Varinli, 2005: 6).

Perakendeci işletmelere ilişkin özellikler, gelecekte hangi perakende türlerinin gelişebileceğine de ışık tutmaktadır. Buna göre, küçük ve büyük ölçekli perakendeciler, perakende sektöründe rekabeti belirleyen en önemli unsurun işletmelerinin konumu olduğunu belirtmektedirler. Bunu takiben kalite ile ilişkili özellikler ve fiyatlar önem kazanmaktadır. Ayrıca özel markalı ürünlerin pazar payının gelecekte daha da artacağı ve bu artışın perakendecilik sektöründe daha fazla rekabete yol açacağı öngörülmektedir (Çelen vd., 2005:28-29).

3. Finansal Sorunlar

Türkiye’de faaliyet gösteren işletmelerin %99,9’u KOBİ ölçeğinde işletmelerdir (TÜİK,) Dolayısıyla perakende sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin de çok önemli bir kısmı KOBİ ölçeğinde faaliyet göstermektedir. Bu sebeple perakendeci işletmelerin finansal sorunlarını ele alırken, KOBİ ölçeğindeki işletmelerin finansal sorunlarını ele alan literatür çerçevesinde incelenecektir.

Genel olarak tüm dünyadaki KOBİ’lerin finansal özellikleri incelendiğinde; aşağıda sıralanan özelliklere sahip oldukları söylenebilir (Kaya, 2005: 67-68, Hussain and Ashraf,2012: 42, Yang and Mai, 2011:30, Huang, 2011: 10).

- KOBİ’lerin ayrı bir finansman bölümü genelde yoktur.
- KOBİ’lerde işletme sahibi işletmeyle özdeşleşir ve işletme için herhangi bir kredi başvurusunda işletmenin performansının yanı sıra işletme sahibinin göstereceği teminatlara da bakılmaktadır.
- İşletmenin iflası durumunda, küçük işletmenin sahibi işletmenin varlıklarına ilave olarak kişisel varlıklarını da kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalabilir.
- Oto finansman bakımından KOBİ’ler büyük işletmelere oranla daha olumsuz şartlar taşımaktadır.

- İşletme sahipleri yeterli finansal bilgiye sahip değildir ve modern finansal teknikleri yeterince kullanamazlar.

Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahip olan KOBİ'lerin en önemli sorunu finansman yetersizliğidir (Kendirli, 2002: 76). Bu sorunun temelinde ise KOBİ'lerin öz sermaye yapıları yatmaktadır (Zengin ve Aykırı, 93). KOBİ'ler sabit sermaye ve işletme sermayesi tutarlarından oluşan ilk yatırım tutarını genellikle; bireysel tasarrufları sonucunda oluşturdukları öz sermayelerinden, akraba ve dostlarından sağladıkları borçlardan karşılamaktadırlar. Dolayısıyla kuruluş aşamasında öz sermayelerinin sınırlı olması nedeniyle yatırım projeleri başarılı ve karlılık oranları yüksek dahi olsa, KOBİ'lerin finans kurumlarından yabancı kaynak sağlama olanakları azdır. Çünkü finansal kurumlar genellikle bilançoları sağlam olan işletmeleri tercih etmektedirler. (Aypek, 1998: 77, Onuorah, 2009:16). Başlangıç sermayeleri sınırlı olduğundan, kredi temininde yaşanan güçlükler ve kredi maliyetleri nedeniyle küçük işletmeler hem öz sermaye sorunu hem de dış kaynak sorunu ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu durum işletme faaliyetlerini olumsuz yönde etkilediği gibi yeni projeleri finanse etmekte de güçlükler meydana getirmektedir. KOBİ'ler bundan dolayı büyüyememekte, faaliyetlerini genellikle bölgesel olarak sürdürmektedirler (Çakır, 2006: 32, Lemuel, 2009: 16).

KOBİ'ler genellikle sağlanabilen sınırlı sermayenin önemli bir kısmı, sabit varlıklara bağlanmakta; işletme faaliyetinin devamı için gerekli çalışma sermayesi, yeterince önemsenmemektedir. Hâlbuki yatırımın başarısı açısından yatırım tutarının sağlıklı bir şekilde belirlenmesi kadar; sabit ve döner varlıklar arasında dengeli bir şekilde dağıtılması da büyük önem taşır (Canbaş, 1989: 12, Lemuel, 2009:16)

Dünyada ve Türkiye'de bankalardan alınan krediler KOBİ'lerin faaliyetleri için kullandıkları başlıca finansman kaynağıdır. Ancak bankacılık sisteminin yeterince etkin işlemediği gelişmekte olan ülkelerde, özellikle KOBİ'lere uygulanan kredi faizlerinin yüksekliği ve verilen kredi karşılığı istenen garantiler gibi sorunlar nedeniyle bankalardan sağlanan krediler KOBİ'lerin ihtiyaçlarını karşılamakta yeterli olmamakta ya da bu işletmeler için yeni sorunlar yaratmaktadır.(Bayraktar ve Köse: 2004:16)

KOBİ'ler kredi aldıkları zamanda kredi riski neticesinde olması gerekenden daha yüksek faizlere maruz kalmaktadırlar. Bankalar, mümkün olduğunca düşük riskle çalışmak istemeleri nedeniyle bazen talep edilen kredi karşılığında birkaç kat teminat isteyebilmektedirler. Büyük işletmeler talep ettikleri kredi karşılığında varlıklarını teminat

olarak gösterebilirken, küçük işletme sahipleri genellikle şahsi mal varlıklarını teminat olarak göstermektedirler. İş hayatının kötü gitmesiyle de küçük işletme sahibi tüm mal varlığını kaybetme riskiyle karşı karşıya kalabilmektedir. Bu durum, küçük işletmelerin kredi yoluyla finansmanda çekimser davranmalarına neden olmaktadır (Müftüoğlu, 1998: 268, Aamir and Farooq, 2010:22).

Yaşanan sermaye sorunlarıyla birlikte KOBİ'lerin yöneticilerinin finansman bilgileri yeterli olmaması ve bu konuda yetişmiş elemanlar istihdam etmemeleri de sorunu derinleştirmektedir. KOBİ'lerin bilgiye ulaşma ve bilgi eksikliği nedeniyle verimlilikleri ve katma değer oluşturmaları yeterince yüksek olmamaktadır. Bu da kaynak sorununu derinleştirmektedir. Bilgi eksikliği nedeni ile KOBİ'ler kaynaklara ve teknolojiye ulaşmakta da sorun yaşamaktadır. KOBİ'lerdeki işletme yöneticilerinin finansal yönetim konusundaki bilgi ve deneyimlerinde eksiklikler bulunmasından dolayı söz konusu işletmeler sıklıkla, büyük ölçekli işletmelerden farklı olarak, özellikle mali konularda uzman eleman eksikliği duymaktadırlar. Finansman ve muhasebe konusunda çok az bilgiye sahip olup bu tür bilgileri uzman kişilerden sağlama imkânları sınırlıdır. (Çakır,2006:30-31) Bu nedenle işletmelerin ihtiyaç duyduğu bilgilere ulaşmasını sağlayacak ulusal bilgi merkezlerine ihtiyaç bulunmaktadır (Zengin, 2008: 65, Lemuel,2009:51, Aamir and Farooq, 2010:19).

Çokgezen 2011'de yapmış olduğu çalışmasında perakendeci işletmelerin finansal durumlarının da piyasa performansı ile orantılı gittiğini belirtmiş, işletmelerin problemlerinin çözümü için bürokrasinin insiyatif alması gerektiğini öngörmüştür. Erdil, Erdil ve Erbyık (2014) sanayi perakendecileri için yaptıkları çalışmada, işletmelerin yaşadıkları temel problemin veri dosyalama ve veri oluşturulması olduğunu ifade etmişlerdir. Çalışmalarında sanayi perakende sektöründe problemlerin aşılabilmesi için sağlıklı veri üretilmesi gerektiği sonucuna varmışlardır.

El-Hamidi ve Baslevent (2013) yaptıkları çalışmada Türkiye ve Mısır KOBİ'lerini karşılaştırmışlardır. Bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre KOBİ niteliğindeki perakendeci işletmelerde dahil olmak üzere hem işgücü kaynağına hem de finansal kaynaklara ulaşmada sıkıntılar yaşamaktadır. Hendricks'in (2005) yapmış olduğu çalışmada tarımsal perakendeciler araştırılmıştır. Bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre tarımsal perakendecilerin en önemli sorunu rotasyon ve yer tedarik edilmesi olarak ifade edilmiştir.

4. Çorum İlinde Faaliyet Gösteren Perakende İşletmelerinin Finansal Sorunlarına Yönelik Araştırma

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı perakende sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin finansal problemlerini belirlemek, katılımcıların karşılaştıkları olaylara karşı yaklaşımları genel olarak test edilmeye çalışılmıştır. Perakendecilik sektörü, bütün sektörler açısından bakıldığında vazgeçilemeyecek unsurlardan bir tanesidir. Hizmet ya da malı üreten üretici, elde edilen bu çıktıyı gerek endüstriyel açıdan gerekse bireysel açıdan tüketicilere ulaştırmak için perakende sektörüne ihtiyaç duymaktadır. Perakendecilik sektöründe ortaya çıkan sorunlar diğer sektörleri de doğrudan etkilemekte, yükümlülüklerin yerine getirilmesi sürecinde aksamalara neden olmaktadır. Çorum ekonomisi de son yıllarda gerek yurt içinde gerekse dış ticarete oldukça gelişme göstermiştir. Bu gelişme doğal olarak perakende sektörüne de yansımıştır. Bütün sektörler açısından bu denli önemli olan bir alanda Çorum ili açısından bağımsız bir çalışma literatürde bulunmamaktadır. Bundan sonra yapılacak çalışmaları tetiklemek ve araştırmacıların bu alana olan ilgisini artırmak için bu çalışma son derece önemlidir. Çalışma gerek akademik camiada gerekse iş çevresinde Çorum ili perakendecilik sektörü açısından önemli bilgiler içermektedir.

4.2. Araştırmanın Yöntemi ve Kısıtları

Bu çalışma perakende sektöründe yer alan KOBİ ölçeğindeki perakende işletmelerinin finansal sorunlarını gözlemlemek amacıyla yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda; Çorum İlinde faaliyet gösteren 347 perakende işletmesiyle karma anket yöntemiyle 29 sorudan oluşan bir anket çalışmasıyla veriler elde edilmiştir. Anketler anketörler vasıtası ile yüz yüze yapılmıştır.

Anket soruları dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; 6 soru yer almaktadır. Bu sorular; 1. soru ankete katılan kişiyi, 2.,3.,4. ve 5. sorular işletmeyi tanımaya yöneliktir. 6. soru ankete katılan kişinin perakende sektöründe faaliyet göstermekten dolayı memnuniyet durumunu tespit etmeye yöneliktir.

Anketin ikinci bölümü, 5'li likert ölçeğinde düzenlenmiştir. Bu bölümde perakende işletmesinin müşteri memnuniyeti için dikkat ettiği finansal kaynak gerektiren hususlar gözlemlenmiştir. Bunun için anketin 7-13 arasında yer alan 7 soru sorulmuştur.

Anketin üçüncü bölümünde ise 4 soru yer almaktadır. Bu sorulardan; 14. soru işletmenin kuruluş aşamasında sermayeyi nasıl temin edildiğini, 15. soru işletmenin mevcut sermayesini yeterliliği, 16. soru işletmenin yaşadığı finansal sorunlarının niteliği, 17. soru

finansal sorunların çözümünde kullanılan finansal teknikler, hakkında bilgi edinme amaçlı sorulmuştur. Anketin dördüncü bölümü yine 5'li likert ölçeğinde düzenlenmiş ve ankete katılanlara 18-29 arasında yer alan 12 soru sorulmuştur. Bu sorular perakende işletmelerinin yaşadıkları finansal sorunların çözümüne yönelik yaklaşımlarını ölçmeye yöneliktir. Çalışmadan elde edilen veriler, ekonometrik analiz programı ile analiz edilmiş ve değerlendirmeler yapılmıştır.

Araştırmanın kısıtları ise;

- Anketi uygulayan anketörler anket sorularını tam ve doğru olarak deneklere aktarmışlardır.
- Anket uygulanan denek soruları tam ve doğru olarak algılamıştır.
- Deneklerin anket sorularına verdikleri cevaplar doğrudur ve gerçeği yansıtmaktadır.

4.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma evreni olarak Çorum ili merkezinde faaliyetlerini gösterdiği ve hali hazırda faal olarak görünen işletmelerin tamamı alınmıştır. Örneklem büyüklüğü olarak tam örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Ancak işletmelerden geriye dönen anketlerden 347 tanesi değerlendirilebilir kapsamdadır. Çorum KOSGEB ve Çorum Ticaret ve Sanayi Odasından elde edilen verilerin karşılaştırılmasından ortaya çıkarılan bilgilere göre, Çorum'da kayıtlı 7.200 işletme görünmektedir. İnceleme sonucunda bu işletmelerin 2.600 tanesi Çorum ili ve genelinde faaliyet göstermektedir. Elde edilen verilerden yapılan istatistiksel sonuca göre, %95 güven seviyesinde 335 işletmeye ulaşılması gerekmektedir. Bu sonuç tüm Çorum genelini kapsamaktadır. Çalışma kapsamında ulaşılan 347 işletme sayısı araştırma açısından yeterli sayılabilir.

4.4. Araştırmanın Bulguları ve Yorumlanması

Ankete 347 perakende işletmesi yetkilisi katılmıştır. Bu katılanların 297'si işletme sahibi veya ortağı, 20'si müdür, 26'sı muhasebe sorumlusu ve 4'ü diğer görevlerde bulunan kişilerdir.

Bu KOBİ ölçeğindeki perakende işletmelerinin; 271'i mikro ölçekli, 72'si küçük ölçekli ve 4'ü orta ölçekli işletmelerdir. Bu işletmelerin 64'ü 5 yıldan az, 41'i 5-10 yıl arasında, 54'ü 10-20 yıl arasında, 53'ü 20-25 yıl arasında ve 135'i 25 yılın üzerinde perakende sektöründe faaliyet gösterdiğini beyan etmiştir.

Ankete katılan işletme yetkililerine yöneltilen, ‘perakende sektöründe faaliyet gösterdiğiniz için memnun musunuz?’ sorusuna; cevap olarak katılımcıların, 186’sı evet, 161’i hayır cevabını vermiştir.

‘İşletmenizin kuruluş aşamasında gerekli olan varlıkların kaynağını nasıl temin ettiniz?’ sorusuna işletmelerin birden fazla kaynaktan yararlanabilmiş olabileceklerinden dolayı, birden fazla cevap verebilecekleri belirtilmiştir. Buna göre işletme yetkililerinin verdikleri cevaplar aşağıda yer alan Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: İşletmenin kuruluş aşamasında varlıklarını temin etme şekilleri.

VARLIK KAYNAĞI	İŞLETME SAYISI	İŞLETME ORANI (%)
Banka kredisi	159	45,8
Dost veya akrabalarından borç temini	157	45,2
Teşvik imkânlarından faydalanma	20	5,8
Esnaf kefalet kredisi	85	24,5
KOSGEB desteği	21	6,1
Miras yoluyla	170	49
Satıcılardan vadeli emtia temin ederek	262	75,5
Diğer	10	2,9

‘İşletmenizin öz sermayesinin yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?’ sorusuna ankete katılan işletme yetkilileri cevap olarak; 173’ü yeterli, 131’i kısmen yeterli ve 43’ü yetersiz cevabını vermiştir.

‘İşletmenizde yaşanan finansal sorunların nedenleri nelerdir?’ sorusuna işletmelerin birden fazla sorunla karşılaşmış olabileceklerinden dolayı, birden fazla cevap verebilecekleri belirtilmiştir. Buna göre işletme yetkililerinin verdikleri cevaplar Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2: İşletmelerin karşılaştıkları finansal sorunlar.

FİNANSAL SORUNLAR	İŞLETME SAYISI	İŞLETME YÜZDESİ (%)
Öz kaynak yetersizliği	180	51,9
Finansal yönetim yetersizliği	15	4,3
Alacakların tahsil edilememesi	221	63,7
Enflasyonun sermayeyi eritmesi	41	11,8
Kredi güçlükleri	118	34
Çalışma sermayesinin darlığı	116	33,4
Maliyetlerin yüksek olması	306	88,2
Karın düşük olması	305	87,9
İşletmenin yatırımda olması	52	15
Hatalı devlet politikaları	103	29,7

‘Yaşanan finansal sorunların çözümünde hangi finansal yöntemleri kullanmaktasınız?’ sorusuna 115 işletme yetkilisi herhangi bir bankacılık faaliyetinden faydalanmıyoruz cevabını verirken. Diğer 232 işletmenin tamamı banka kredisi kullandığını belirtmiştir. Ayrıca bu işletmeler 7’si leasing, 19’u faktöring, 18’i barter gibi alternatif finansal yöntemleri kullandıklarını beyan etmişlerdir.

4.5. Araştırma Verilerinin Analizi

Yapılan araştırmanın sonuçlarının doğruluğunu ve tutarlılığını ortaya koymak amacıyla 5’li Likert ölçeğine göre hazırlanan anketin 2. ve 4. bölümünde yer alan sorular Cronbach Alpha modeli güvenlik testi uygulanmıştır. Buna göre 2. bölümde yer alan 11. soru ve 4. bölümde yer alan 21,24,25,26,27 ve 28. sorular ölçekten çıkartılmıştır. Bu sorular çıkartıldıktan sonra yapılan Cronbach Alpha güvenlik testi sonucunda 2. bölümde yer alan sorular için; 0,802’lik düzeyde, 4. bölüm için 0,722’lik güven düzeyi ölçek güvenilirliği sonucu elde edilmiştir.

Perakende sektöründe yer alan işletmelerin finansal sorunlarının ve finansal sorunların ve sorunların algılanma biçiminin işletme yapısına göre değişkenlik gösterip, göstermediği araştırmanın ana eksenini oluşturmaktadır. Buna göre çalışmanın hipotezleri şu şekildedir;

H01: İşletme yetkilisinin perakende sektöründe faaliyet göstermekten memnun olma durumu, işletme yetkilisinin işletmenin öz sermayesinin yeterliği hakkındaki düşüncesine göre farklılaşmaktadır.

H02: Perakende işletmelerinin müşteri memnuniyeti için dikkat ettiği finansal kaynak gerektiren hususlar, KOBİ büyüklüğüne göre farklılaşmaktadır.

H03: Perakende işletmelerinin finansal sorunların çözümüne yönelik yaklaşımları, KOBİ büyüklüğüne göre farklılaşmaktadır.

Hipotezler, örnekleme oluşturan işletmeler arasında, sorunların ifade edilmesi ve algılanma biçimleri açısından farklılık olup olmadığı üzerinde yoğunlaştığı için, elde edilen bulgular, farklılıkların tespitine yönelik bir analiz olan ANOVA testi ile değerlendirilmiştir.

Araştırmanın birinci hipotezi;

Tablo 3: H01 Hipotezi İçin ANOVA Testi

	KARELER TOPLAMI	df	KARELER ARTALAMA	F	ANLAM
GRUPLAR ARASINDA	123,690	1	123,690	978,583	,000
GRUPLAR İÇİNDE	43,607	345	,126		
TOPLAM	167,297	346			

ANOVA tablosunun anlamlılık sütunundaki değer 0,00 olduğu görülmektedir. Söz konusu değer $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz (Baş, 2010:171-173) Buna göre H01 Hipotezi kabul edilmiştir. Yani, işletme yetkilisinin perakende sektöründe faaliyet göstermekten memnun olma durumu, işletme yetkilisinin işletme öz sermayesinin yeterliği hakkındaki düşüncesine göre farklılaşmaktadır.

Araştırmanın ikinci hipotezi

Tablo 4: H02 Hipotezi için ANOVA Testi

	KARELER TOPLAMI	df	KARELER ORTALAMA	F	ANLAM
GRUPLAR ARASINDA	1356,852	2	678,426	46,328	,000
GRUPLAR İÇİNDE	5037,500	344	14,644		
TOPLAM	6394,352	346			

ANOVA tablosunun anlamlılık sütunundaki değer 0,00 olduğu görülmektedir. Söz konusu değer $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz (Baş, 2010:171-173) Buna göre H02 Hipotezi kabul edilmiştir. Yani, perakende işletmelerinin müşteri memnuniyeti için dikkat ettiği finansal kaynak gerektiren hususlar, KOBİ büyüklüğüne göre farklılaşmaktadır.

Araştırmanın üçüncü hipotezi;

Tablo 5: H03 Hipotezi İçin ANOVA Testi

	KARELER TOPLAMI	df	KARELER ORTALAMA	F	ANLAM
GRUPLAR ARASINDA	335,500	2	167,750	9,325	,000
GRUPLAR İÇİNDE	6188,339	344	17,989		
TOPLAM	6523,839	346			

ANOVA tablosunun anlamlılık sütunundaki değer 0,00 olduğu görülmektedir. Söz konusu değer $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz (Baş, 2010:171-173) Buna göre H03 Hipotezi kabul edilmiştir. Yani, Perakende işletmelerinin finansal sorunların çözümüne yönelik yaklaşımları, KOBİ büyüklüğüne göre farklılaşmaktadır.

5. Sonuç ve Öneriler

Yapılan çalışmada KOBİ ölçeğindeki perakende işletmelerinin çok sayıda finansal sorunla karşı karşıya kaldığı görülmüştür. Bu sorunların temelinde; işletmelerin sermaye yapılarının sınırlı olması ve işletme yetkililerinin finansal konularda yeterince bilgi sahibi olmaması yatmaktadır.

KOBİ ölçeğindeki perakende işletmeleri karşılaştıkları finansal sorunları genel olarak banka kredisi yoluyla çözmeye çalıştığı görülmüştür. İşletmeler, finansman sorunlarının çözümünde banka kredisi dışındaki finansal yöntemleri çok fazla kullanmadığı görülmektedir. Bu durum KOBİ ölçeğindeki perakende işletme yetkililerinin, finansal sorunların çözümünde kullanılabilecek alternatif finansman araçları hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıklarını göstermektedir.

Perakende işletmelerinin finansal sorunları çözümüne yönelik yaklaşımlar, perakende işletmesinin büyüklüğüne göre bazı farklılıklar göstermektedir. Örneğin mikro ölçekli perakende işletmeleri finansal darboğaza girdiğinde vadeli emtia alımlarını azaltmakta hatta durdurmaktadır. Buna mukabil küçük ve orta ölçekli perakende işletmeler; vadeli emtia alımlarını artırarak yeni kaynak oluşturmaktadırlar. Bunun en önemli sebebi mikro ölçekli perakende işletmelerinin satış potansiyeli daha zayıf olmasıdır. Mikro ölçekli perakende işletme sahipleri; zaten ödeme darlığı yaşanan bir dönemde yeni vadeli alımlar yaparak sadece borç yükünü artıracaklarını düşünmektedirler. İşletme büyüklüğü arttıkça satış hacmi de arttığı için küçük ve orta ölçekli perakende işletmeleri, finansal sorunlarla karşılaştıkları dönemlerde vadeli emtia alımını artırmakta ve bu emtiaları kısa zamanda nakde çevirerek; yaşadıkları finansal sorunlara çözüm getirebilmektedir.

Sonuç olarak; KOBİ ölçeğindeki perakende işletmelerinin finansal sorunlarının temelinde sermaye ve bilgi eksikliği yatmaktadır. Özellikle sermaye kaynaklı sorunlar işletmenin kuruluş aşamasında başlamaktadır. İşletmeler, alternatif finansal teknikler hakkında yeterince bilgiye sahip değiller, bu sebeple çoğunlukla banka kredisi kullanarak finansal sorunlarını çözmeye çalışmaktalar. Ayrıca KOSGEB destekleri ve devlet teşviklerinden haberdar olamamaktalar. İşletmeler faydalanabilecekleri KOSGEB destekleri hakkında bilgilendirilmeli ve perakende işletmelerinin faydalanabilecekleri alternatif finansal teknikler hakkında tanıtıcı çalışmalar yapılmalıdır.

Kaynakça

- [1] Aamir, Suhaib and Farooq, Umar (2010), "Small and Medium-sized Entities in Sweden to Adopt International Financial Reporting Standard (IFRS) for Small and Medium-sized Entities (SMEs).", School of Business, Umeå University, Master Thesis.
- [2] ARMSTRONG, Gray. KOTLER, Philip (1998), Principles of Marketing, Prentice Hall, New Jersey, s.47.
- [3] AYPEK, Nevzat,(1998) "Sermaye Piyasası Aracı Olarak Risk Sermayesi ve Türk Sermaye Piyasasında Uygulanabilirliği", KOSGEB, Ankara.
- [4] BAŞ, Türker (2010), Anket, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- [5] BAYRAKTAR, Sema. KÖSE, Yasemin (2004) Kobi'lerin Finansmanı ve Finansal Sorunları: Zonguldak Örneği, İşletme, İktisat ve Finans Dergisi, S:218.
- [6] CANBAŞ ,Serpil (1989), Küçük ve Orta Boy Sanayi İşletmelerinin Finansal Sorunları ve Türkiye' de ve Avrupa Topluluğu'nda Küçük ve Orta Boy Sanayi İşletmelerine Sağlanan Finansal Destekler",

- 3.Ulusal İşletmecilik Kongresi, Düzce.
- [7] ÇAĞLAR, İrfan ve KILIÇ, Sabiha. (2005) Pazarlama, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul.
- [8] ÇAKIR, Harun (2006), Kobi'lerin Finansal Sorunlarının Çözümünde Bölgesel Pazar Oluşumu ve Türkiye İçin Bir Model Önerisi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- [9] ÇELEN, Aydın. ERDOĞAN, Tarkan. TAYMAZ, Erol (2005). Fast Moving Consumer Goods- Competitive Conditions and Policies. Economic Policy Research Institute Working Paper Series, 1-53.
- [10] Çokgezen, Murat. (2011), "State Owned Enterprises, Entrepreneurship and Local Development: A Case From Turkey", European Journal of Economic and Political Studies, EJP-4-2, pp.91-107.
- [11] DEMİR, Hülya. (2007), Perakende Kuruluşlarda Yeni Teknolojiler ve Gıda Perakendeciliğinde Kullanımına İlişkin Bir Araştırma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- [12] El-Hamidi, Fatma and Baslevent, Cem. (2013), Micro And Small Enterprises (Mses) In Urban Economies: A Comparative Study Of Egypt And Turkey At The Province Level, Working Paper 761, <http://erf.org.eg/wp-content/uploads/2014/07/761.pdf> Erişim Tarihi:07/01/2016
- [13] ERDİL, Ayşenur. ERDİL, Mehtap and ERBIYIK, Hikmet (2014), "Case Study About Retailing Market of Industrial Sector in Turkey", Proceedings of the 2014 International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Bali, Indonesia, January 7 – 9.pp.
- [14] European Commission (2014), Directorate-General for Research and Innovation Final Report from the Expert Group on Retail Sector Innovation Brussels, 30.10.2013, http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/Report_from_EG_on_Retail_Sector_Innovation_A4_FINAL_2.pdf Erişim Tarihi: 07/01/2016
- [15] Frank, Knight. (), India Organised Retail Market Diagnosis & Outlook
- [16] GİLMORE, Fionna. (2003). Marka Savaşçıları. (Çev: Fevzi Yalım) Media Cat yayınları. İstanbul
- [17] GÜRMAN, Asiye Ayben (2006), Dünya Perakendeciliğinde Globalleşme Eğilimleri ve Türk Perakendecilik Sektörüne Etkileri, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- [18] Hendrickson, John. (2005) Grower to Grower: Creating A Livelihood on a Fresh Market Vegetable Farm, CIAS Outreach Specialist University of Wisconsin-Madison College of Agricultural and Life Sciences, October.
- [19] Huang, Sisi (2011), "What are the extent of Small and Medium-sized Enterprises Financing Problems in China and Its Countermeasures -- Based on SME financing system and cases of Tianjin", Södertörns University, Institution for Social Sciences, Master Thesis.
- [20] Hussain , Mudassar and Ashraf, Muhammad Imran. (2012), "Financing Of SMEs (Small & Medium Enterprises); Alternatives, Policy Measures And Financial Solutions – The Case Of Pakistan's Cotton Ginning Industry", School of Management, Balking Institute Of Technology Fe2413 Fall 2011 Master Thesis.
- [21] KAYA, Gamze Ayça. (2005), Elazığ İli Organize Sanayi Bölgesinde Faaliyetlerini Sürdüren Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Finansal Sorunları ve Çözüm Önerileri, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Malatya.
- [22] KENDİRLİ, Selçuk (2002), Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin Finansal Sorunları ve Alternatif Çözüm Önerileri", Hazine Dergisi, Sayı:14, ,ss.69-104
- [23] KÜLTER, Banu. (2009), Mağaza Özellikleri ve Tutumun, Perakendeci Markasına Yönelik Tutum ve Tercih Üzerindeki Etkisi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Niğde.
- [24] Lemuel, Esisal. (2009), "Financing Options For Small And Medium Enterprises (Smes): Exploring Non-Bank Financial Institutions As An Alternative Means Of Financing The Case Of Nigeria School of Management Blekinge Institute of Technology, Master Thesis.
- [25] LEVY, Michael. WEITZ, Barton A. (2007), Retailing Management, 6th Edition, Irwin McGraw-Hill Inc. Boston, USA.
- [26] LEWİSON, M. Dale. (1991) Retailing, Macmillan Publishing Company, New York.
- [27] MULHERN, Francis J. (1997), "Retail Marketing: From Distribution to Integration", International Journal of Research in Marketing, Vol: 14, No: 2, pp. 103–124.
- [28] MÜFTÜOĞLU, M. Tamer, (1998)"Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler KOBİ'ler", Turhan Kitabevi, Ankara.
- [29] Onuorah, Patrick. (2009), "The Role Of Small And Medium Sized Enterprises For Economic Growth - A Case Study Of Matorı Lga In Lagos, Nigeria",. School Of Management Blekinge Institute Of Technology, Master Thesis
- [30] ÖRÜCÜ, Edip ve KANIBİR, Hüseyin (2005), Yumurta Pazarındaki Sorunlara Pazarlama Anlayışı Perspektifinden Bir Bakış Ve Çözüm Önerisi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S:13.
- [31] TOBB (2012), Türkiye Perakendecilik Meclisi Sektör Raporu, TOBB Yayınları, Ankara.

- [32] TUİK,(2013) Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri.
- [33] VARİNLİ, İnci (2005), Marketlerde Pazarlama Yönetimi, Detay Yayıncılık, Ankara
- [34] Yang, Wenlei and Mai, Liwen. (2011), “Financing of SMEs in Sweden and China Engaged in Foreign Trade”,Faculty of Education and Economic Studies Department of Business and Economic Studies.
- [35] YILMAZ, Hüseyin (2007) Turizm Sektörü Kobilerinin Finansman Sorunlarının Diğer Sektörlerle Karşılaştırmalı Analizi: Bodrum Örneği, Muhasebe ve Finansman Dergisi.
- [36] ZENGİN, Yunus (2008), KOBİ’lerde Finansal Sorunlar ve Basel II’nin KOBİ’lere Etkileri Kars İlinde Bir Araştırma, Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kars.
- [37] ZENGİN, Yunus. AYKIRI Murat (2012), Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde (Kobi) Finansal Sorunlar: Kars İlinde Bir Uygulama, Kafkas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 3