

K O B İ

Büyüyen Ekonomik Güç

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde işsizliğin azaltılması ve yeni istihdam alanlarının yaratılmasında oynadıkları rol, dengeli ekonomik ve sosyal kalkınmaya yaptıkları olumlu katkılarıyla, ekonominin can damarını KOBİ'ler oluşturmaktadır. TÜİK'in 2013 yılı verilerine göre, ihracatın yüzde 62,6'sı, ithalatın da yüzde 38,5'i KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmektedir.

Büyüme gücüne ve isteğine sahip, yenilikçi, uluslararası alanda rekabetçi KOBİ'ler, bugün küresel ekonominin en önemli büyüme motorları olarak değerlendirilmektedir. Ekonomik kriz sırasında, büyük şirketler ölçek küçültme programları yürütürken, KOBİ'ler istihdam yaratabilen az sayıda firma arasında yer almaya devam etmektedir. KOBİ'ler Avrupa Birliği'nde (AB) olduğu gibi, Türk ekonomisinin de temel taşlarını oluşturmaktadır. AB ülkelerine göre, rekabetçilik yolunun KOBİ'lerden geçmektedir. Bunun için girişimciliğin teşvik edilmesi ve uygun iş ortamlarının sağlanması çok önemlidir. KOBİ'ler, Türkiye'deki ekonomik büyümeye yakıt sağlamaktan esneklik yaratmaya; Türkiye ile AB arasında köprü kurma hedefinden istihdamın desteklenmesine kadar birçok alanda çok önemli bir rol üstlenmektedir.

Türkiye ve AB'de KOBİ tanımı

Türkiye'de KOBİ tanımına ilişkin yönetmelikte 2012 yılının Kasım ayında yapılan değişiklikle bu işletmeler yeniden tanımlanmıştır. Buna göre 1-249 arasında çalışanı olan ve yıllık net satış hâsılatı veya mali bilanço büyüklüğü 40 milyon lirayı aşmayan işletmeler KOBİ tanımına girmektedir. 10'dan az kişi çalıştıran, yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosu 1 milyon lirayı aşmayan işletmeler mikro, 50'den az kişi çalıştırıp net satış hasılatı veya mali bilançosu 8 milyonu aşmayanlar küçük, 250 kişiden az çalışanı olan ve satış hasılatı veya mali bilançosu 40 milyon lirayı aşmayanlar orta büyüklükte işletme sayılmaktadır.

AB'de, KOBİ'ler 250 kişinin altında insan çalıştıran, yıllık ciroları 50 milyon euronun üzerinde olmayan (ve/veya yıllık toplam bilançoları 43 milyon euronun üzerinde olmayan) firmalar olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım doğrultusunda, AB genelindeki 23 milyon KOBİ tüm şirketlerin yüzde 99'unu temsil ederken, yaklaşık 75 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır.

AB genelinde KOBİ'ler toplam istihdamın yüzde 67'sini oluşturmaktadır. Bunun yüzde 29'unu mikro işletmeler, yüzde 21'ni küçük işletmeler, yüzde 17'sini ise orta boy işletmeler gerçekleştirmektedir. Yeni iş imkânı yaratmada

KOBİ'lerin payı yüzde 80 civarında olurken, özellikle ekonomik kriz döneminde istihdam kaybının en az olduğu işletmeler yine KOBİ'ler olmaktadır.

TÜİK verileriyle KOBİ'ler

Güçlü bir girişimcilik kültürünün mevcut olduğu Türkiye'de firmaların yüzde 99'unu KOBİ'ler oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, ülkemizde, esnaf ve sanatkârların da ağırlıklı olarak içinde yer aldığı 2 milyon 600 bin KOBİ faaliyet göstermektedir. KOBİ'lerde ekonomik faaliyetlerin istatistiki sınıflamasına göre, girişimlerin yüzde 40,8'i toptan ve perakende ticaret, yüzde 16,4'ü ulaştırma ve depolama, yüzde 12,8'i imalat sanayinde faaliyet göstermektedir. KOBİ'ler, toplam girişim sayısının yüzde 99,9'unu, istihdamın yüzde 76'sını, maaş ve ücretlerin yüzde 53'ünü, cironun yüzde 63'ünü, faktör maliyetiyle katma değer in yüzde 53,3'ünü ve maddi mallara ilişkin brüt yatırımın yüzde 53,7'sini oluşturmaktadır.

KOBİ Kredileri 2013'te %30 Büyüdü (Milyar TL)

Yıllar	Toplam Krediler	KOBİ Kredileri	Yıllık Büyüme (%)
2008	367.4	84.6	10,6
2009	392.6	83.2	-1.6
2010	525.8	125.4	50.7
2011	628.8	162.8	29.8
2012	794.7	199.7	22.7
2013	1009	262.9	31.6

TÜİK'in 2013 yılı Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri'ne göre, ihracatın yüzde 62,6'sı, ithalatın da yüzde 38,5'i KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmektedir.

Girişimlerde, Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması'na göre 10 ve daha fazla çalışanı olan girişimlerin yüzde 90,8'i internet erişimine sahiptir. Bu oran KOBİ'lerde ise yüzde 90,5'tir.

Araştırma kapsamındaki girişimlerin bilgisayar kullanım oranı yüzde 92, web sayfası sahiplik oranı yüzde 53,8, internete geniş bant bağlantı ile erişim oranı yüzde 90,6 iken, en yaygın kullanılan internet bağlantı türü yüzde 86,4 ile DSL bağlantı şeklindedir.

Ekonomideki bu ağırlıklarına karşılık KOBİ'ler banka kredilerinden sadece yüzde 25 pay almaktadır. KOBİ'ler içinde kredi müşterisi olanların sayısı 2,5 milyon dolayındadır. Gelişmiş ülkelerde bu oran yüzde 40-50 seviyesindedir.

KOBİ'lerin karşılaştıkları zorluklar

KOBİ'ler, kendi ulusal bölgelerinde birçok yeni zorlukla karşılaşmaktadır. Uluslararası üretimin yayılmasıyla, iç içe geçmiş çok taraflı ve bölgesel ticari anlaşmaların sayısının artması küresel ekonomik coğrafyayı değiştirmektedir. Piyasa kuralları hızlı bir biçimde değişirken, şirketler de rekabet güçlerini koruyabilmek için bu değişime uyum sağlamak zorunda kalmaktadır.

Öncelikle büyük şirketlere hizmet verme eğiliminde olan ticari bankalar, yüksek sabit maliyet, KOBİ'lere ve pazara ilişkin bilgi eksikliği, yetersiz teminatlar, kredi riskinin klasik mali analiz yöntemleriyle değerlendirilmesine ilişkin zorluklar nedeniyle KOBİ'lere finansman sağlama konusunda çekince yaşanabilmektedir.

Türkiye'de KOBİ'lerin dağılımı da büyük bir coğrafi dengesizlik göstermektedir. KOBİ'lerin yüzde 65 gibi büyük bir oranı Marmara Bölgesi ve İzmir'de yer alırken, sadece yüzde 20'si Doğu Bölgelerinde faaliyet göstermektedir. Gıda işleme, tekstil ve perakendecilik gibi sektörlerde Türk KOBİ'lerinin verimliliği benzer gelir düzeyindeki ülkelere göre daha düşük görünürken, Türk KOBİ'lerin, bir diğer sorunu da ihracat ve yatırım konusunda yeterince etkin olamamaları şeklindedir.

Girişimciliğin desteklenmesi, personel eğitimi, ekonomik ve hızlı iş kurma süreçlerinin geliştirilmesi, daha elverişli yasaların ve vergilendirme kanunlarının çıkarılması, KOBİ'lerin teknolojik ve yeniliğe yönelik kapasitelerinin artırılması, KOBİ'lerin yabancı pazarlarda daha fazla temsil edilmesi gibi konular hükümetin KOBİ'lere yönelik oluşturduğu stratejinin

öncelikleri arasında yer almaktadır. Fakat iş ortamındaki birçok iyileştirmeye ve bu iyileştirmelerin ekonomik büyümeye olan katkısına rağmen, yeni iş kurmaya ilişkin resmi oranlar, özellikle şehir dışı alanlarda ve civarında çok düşük seviyelerde kalmaya devam etmektedir. Bunun en büyük nedenlerinden biri de KOBİ'lerin kredi erişiminde yaşadıkları zorluklardır.

KOBİ'lerin kredi erişimi 2000'li yılların başlarından bu yana ciddi bir şekilde artmış olsa da, bu erişim daha çok ülkenin kalkınmış bölgeleriyle sınırlı kalmaktadır. Bazı bireysel bankaların şube ağını genişletmesine ve birtakım bağışçı destek programlarının uygulamaya konulmasına rağmen, genel olarak krediler kısa veya orta vadeli olmaktadır. Türkiye'de faaliyet gösteren KOBİ'lerin ancak onda birinin bankaların kredi sistemine girdiği gözlemlenmektedir. Diğer yandan Türkiye'de çoğu KOBİ ihtiyaç duyduğu rekabete sahip değildir. KOBİ'lerin gelişmesi için sanayi envanteri olmak üzere birçok hazırlığa da ihtiyaç duymaktadır. Çünkü hâlâ kaç tane firmanın hangi sektörde hangi kapasiteyle çalıştığı bilinmemektedir. Böyle bir durumda gerçekçi bir sanayi stratejisinin oluşturulması da zordur.

Geçtiğimiz 10 yıl Türk KOBİ'leri için önemli fırsatlar dönemi olmuştur. Türk finans sektörünün KOBİ kredi portföyünü büyütmüş olması, uluslararası firmaların Türkiye'nin sanayi alanlarına ve Türk şirketlerinin Avrupa pazarlarına girmeleriyle uluslararası standartların yayılmasını teşvik etmiş olmaları bu fırsatlardan bazılarıdır. Türkiye'deki KOBİ'lerin, mikro finans hizmetlerinden küme oluşumuna kadar farklı yenilikçi stratejiler ve çözümlere yönelmesi de bu alanda yaşanan bir diğer önemli gelişmedir.

Türkiye, Gümrük Birliği anlaşmasını imzalamasının ardından, KOBİ'ler için Strateji ve Eylem Planı'nı kabul etmiştir. Türkiye'nin Avrupa Girişim Ağı'na (European Enterprise Network) dâhil olması da, girişimciler ile şirketler açısından oldukça etkili ve somut çözümler üretilmesinde etkili olmuştur. Ağ sayesinde şirketler, bölgesel hizmetlerden daha kolay faydalanabilmektedir.

Rekabetçiliği artırmak

KOBİ'lerin rekabet gücünü geliştirmek için öncelikle araştırma ve inovasyon alanında çok sağlam bir eylem planı şarttır. Bu eylem planı kapsamında, iş çevresinde yapısal değişiklikleri gerçekleştirecek, kaynakların yeniden tahsisini kolaylaştıracak, ekonomik yenilikleri, eğitim ve öğretim politikalarını, araştırma ve inovasyon alanlarını koordine edecek düzenlemeler öncelik taşımaktadır.

Gelişmiş ekonomik yeterlilik için, ticarete açıklık, güçlendirilmiş tek pazar ve rekabet, belirleyici unsurlar olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle hizmet sektöründe, endüstri ağlarının sürekli liberalleşmesi ve ürün pazarlarına yönelik reformlar çok önemlidir. Uygulamaya konulacak politikaların bilgi ve yetenek üzerine kurulması gerekmektedir. KOBİ'lerin ekonomik performanslarının gözlemlenmesi için, 1992 yılında Avrupa KOBİ Gözlemevi kurulmuştur. Bu gözlemevi sayesinde, politikacılardan, araştırmacılara, ekonomistlerden KOBİ yöneticilerine kadar herkesin işine yarayacak çok önemli bilgiler toplanmaktadır. AB'nin, KOBİ'lere yönelik yapısal fonları 27 milyar euroya ulaşmıştır. Yedinci Çerçeve Programı kapsamında ayrılan 54 milyar euronun yüzde 15'i KOBİ'ler için kullanılmıştır. Avrupa Yatırım Bankası 2011- 2012 yılları için KOBİ'lere 30 milyar euro kaynak ayırmıştır. Bunun 1 milyarı mezzanine finansmanı, 50 milyon eurosu ise mikrofinansla kullanılmıştır.

KOBİ'lerin güçlü ve zayıf yönleri

Tüm bu gelişmelerin ışığında KOBİ'lerin güçlü ve zayıf yönleri nelerdir ? Bunlara da bakılmasında yarar vardır.

Güçlü yönleri;

- Daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlayıp, düşük yatırım maliyetiyle istihdam yaratmaktadır.
- Büyük sanayi işletmelerinin destekleyicisi ve tamamlayıcısı konumundadır.
- Talep değişiklikleri ve çeşitliliklerine daha kolay uyum sağlayabilmektedir.
- bölgeler arası dengeli kalkınmada önemli bir rol oynamaktadır.
- Bireysel tasarrufu teşvik etmektedir.
- Emek yoğun teknolojilerle çalışarak ve genelde düşük vasıflı elemanlar istihdamıyla işsizliğin aşağı çekilmesine katkı sağlamaktadır.
- Esnek yapıları sayesinde ekonomik kriz ve dalgalanmalardan daha az etkilenmektedir.
- Teknolojik yenilikleri almaya esnek yapıları nedeniyle daha yatkındır.
- Ekonominin ve toplumsal yapının denge ve istikrar unsuru konumundadır.
- Gelir dağılımındaki dengesizlikleri azaltmaktadır.

Zayıf yönleri;

- sektörel Dış ticaret Şirketleri, bünyesindeki KOBİ yapılanmalarında sorunlar yaşanmaktadır, bu konudaki mevzuat engelleyici niteliktedir.
- Teknik bilgiler yetersiz, teknoloji düzeyleri düşük kalmaktadır.
- Standartlara uygun üretim yapmadıkları için ihracat potansilleri düşüktür.
- Rekabet güçleri düşüktür.
- Pazar ve sector bilgileri yetersizdir. Dolayısıyla KOBİ'ler genel olarak yaptıkları ürünün iç pazardaki talebini, rakiplerini, bunların Pazar payını, talebini yıllara göre trendini bilmeden imlat yapılmaktadır.
- pazarlama ve tanıtım konusunda altyapı ve bilgi eksiklikleri vardır.
- Küçük ölçekli ve dağınık olmalarından dolayı verimlilikleri düşük kalmaktadır.
- Öz kaynakları yetersiz, mali dalgalanmalara bağlı olarak zaman içinde erozyona uğramaktadır.

2014 KOBİ'lerin yılı mı ?

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu (BDDK), bankaların küçük işletmelere verdiği krediler için ayıracakları karşılıkların oranını yarım puan düşürmüştür. Bankacılar 2014'te küçük ve orta ölçekli işletmelere daha fazla kredi verileceğini söylerken, "Bu yıl kredilerde yüzde 30'luk bir büyüme beklmektedir. Bu gibi gelişmelere bakıldığında 2014 yılının KOBİ'lerin yılı olacak" gibi yorumlar yapılmaktadır. Türkiye'deki toplam işletmelerin yüzde 99'unu oluşturan KOBİ'lerin kredilerden aldığı pay ise son derece yetersiz kalmaktadır. Yakın bir zamana kadar bankacıların büyük bir bölümü tarafından "riskli müşteri" olarak değerlendirilen KOBİ'ler son beş yılda bankaların gözdesi haline gelmiştir. Hazine faizlerinde yaşanan sert düşüş ve bankalar arasındaki güçlü rekabet işletmelerin krediye hem daha uygun fiyatla hem de daha çabuk ulaşmasını sağlamıştır. Bu değişim BDDK verilerine de yansımıştır. 2008 yılında 80 milyar lira olan KOBİ kredileri aradan geçen zaman diliminde yüzde 227 artışla 262 milyar liraya ulaşmıştır.

Kredi kullanan KOBİ sayısı hızla artıyor

TÜİK verilerine göre Türkiye'de 2 milyon 600 işletme faaliyet göstermektedir. Bunların çok önemli bir bölümü "mikro işletme" olarak tanımlanan ve çalışan sayısı 1-9 kişi arasında değişen işletmelerdir. Yıllık cirosu 1 milyon liranın altında olan bu işletmelerin sayısı 2 milyon 500 bindir. 20-50 kişinin çalıştığı ve yıllık cirosu 1 ile 8 milyon arasında olan işletmeler ise "küçük ölçekli" işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Bu şirketlerin sayısı da 46 bin civarındadır.

Yıllık cirosu 8 ile 40 milyon arasında değişen şirketler “orta ölçekli” olarak tanımlanmaktadır. Türkiye’de 19 bin 500 şirket bu kategoriye girerken geri kalan işletmeler ‘büyük ölçekli’ olarak tanımlanmaktadır. BDDK verilerine göre küçük ve orta ölçekli işletmeler bankaların yeni gözdesi. Bankaların saldırgan bir pazarlama stratejisi izlemesi sayesinde KOBİ müşterilerinin sayısı hızla artmıştır. 2007 sonunda 1 milyon 350 bin olan müşteri sayısı kısa zamanda 2 milyon 50 bine yükselmiştir. Bu verileri değerlendiren bankacılar, Türkiye’deki işletmelerin çok önemli bir bölümünün hâlâ bankalarla çalışmadığına dikkat çekmektedir.