

**KOSGEB'İN FAALİYETLERİ
VE EKONOMİYE KATKISI**

(Yüksek Lisans Tezi)

Mehmet UYSAL

Kütahya - 2019

T.C.
KÜTAHYA DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İktisat Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

**KOSGEB'İN FAALİYETLERİ
VE EKONOMİYE KATKISI**

Danışman:
Prof. Dr. Ramazan KILIÇ

Hazırlayan:
Mehmet UYSAL

Kütahya - 2019

Kabul ve Onay

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından İktisat Anabilim/Anasanat Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ ÇALIŞMA RAPORU olarak kabul edilmiştir.

Başkan.....

(İmza)

Üye.....

(İmza)

Üye.....

(İmza)

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

İmza

Doç. Dr. Ayhan KAHRAMAN

Enstitü Müdürü

Bilimsel Etik Bildirimi

Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım “Kosgeb’in Faaliyetleri ve Ekonomiye Katkısı” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

...../...../2019

Mehmet UYSAL

Özgeçmiş

1985 yılında Mersin/Silike'de doğdu. İlkokulu Mersin Bozyazi Beyreli ilkokulu, orta okul ve lise eğitimini de Mersin Bozyazi Anadolu Lisesi'nde tamamladı. Eylül 2006'de Dumlupınar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü'nde lisans eğitimine başladı ve Mayıs 2010'da dereceyle mezun oldu. 2011 yılında Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Para ve Banka Bilim Dalı'nda yüksek lisansa başladı. İyi derece de İngilizce bilmekte.

ÖZET

KOSGEB'İN FAALİYETLERİ VE EKONOMİYE KATKISI

Mehmet UYSAL

Yüksek Lisans Tezi, İktisat Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Ramazan KILIÇ

Haziran, 2019, 99 sayfa

Ekonomik yapıları ne kadar farklı olursa olsun Küçük ve Orta Ölçekli işletmeler gelişmiş ülkelerde de gelişmekte olan ülkelerde de ülke ekonomisinde önemli bir yere sahiptir ve önemi, her ülkede artmaya başlamıştır. Ülkedeki bütün işletmelerin yüzde 99'undan fazlasına sahip olan Küçük ve Orta Ölçekli işletmeler, istihdam oluşturmaya, verimliliğe, girişimciliğin geliştirilmesine, yatırım yapılmasına, bölgesel kalkınmaya, rekabet ortamının oluşturulması ve yaratılmasına ve dolayısıyla en yüksek ekonomik göstergelere önemli katkılarda bulunmaktadır. Ayrıca KOBİ'ler toplum refahının ve sosyal düzenin gelişmesinde de önemli faydalar sağlamaktadır.

KOBİ'ler artan rekabet ortamından çok fazla etkilenmekte ve birçok sorun ile karşı karşıya kalmaktadırlar. KOSGEB bu aşamada devreye girerek küçük işletmelere rekabet gücü kazandırmak ve piyasadaki sorunların verimliliklerini etkilememesi ve faaliyetlerini sürdürebilirliğini sağlaması için destek vermektedir. Bu nedenle KOSGEB'e, firmalarla birlikte hareket etmede büyük işler düşmektedir. Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin fiziki ve idari altyapı eksikliklerinin hızla tamamlanması ve gerekli yasal düzenlemelerin yapılması adına bir çok çalışma yapılmaktadır.

Bu çalışmada KOBİ'lerin Türkiye'deki durumları ve sorunları ele alınarak KOSGEB'in bu alanda yaptığı çalışmalar, KOBİ'lerin genel özellikleri, geliştirilmesi için yapılması gerekenler, fonksiyonlarının neler olduğu belirtilmiştir. Sonuç olarak ise KOSGEB'in faaliyetlerinde ana temanın KOBİ'ler olması gerektiği belirtilerek bu alandaki çalışmaların geliştirilmesi için öneriler getirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: KOSGEB Faaliyetleri, KOBİ Tanımı, KOBİ'lerin Avantaj ve Dezavantajları

ABSTRACT

KOSGEB'S ACTIVITIES AND CONTRIBUTION TO THE ECONOMY

UYSAL, Mehmet

Master Thesis, Department of Economy

Thesis Advisor: Prof. Dr. Ramazan KILIÇ

June, 2019, 99 pages

No matter how different economic structures Small and Medium-Sized Enterprises in developing countries as in developed countries have an important place in the national economy and its importance, it began to increase in all countries. Percent of all enterprises in our country 99 'four accounts for more Small and Medium-Sized enterprises, job creation, investment in the, entrepreneurship development, regional development, productivity, creation of a competitive environment Small and Medium-Sized Businesses also provide important benefits in the development of social welfare and social order.

Small and Medium-Sized Businesses increasingly competitive environment from being affected too much and are faced with many problems. Small and Medium Industry Development and Support Administration provides support to small businesses to gain competitive power is activated at this stage and the problems affecting the efficiency of the market and to ensure the sustainability of their activities. Therefore, the Small and Medium Industry Development and Support Administration, have great jobs to move with the company. Physical and administrative infrastructure of Small and Medium-Sized Enterprises lack the rapid completion of the necessary legal arrangements are made on behalf of a lot of work.

In this study, Small and Medium-Sized Enterprises by considering the situation and problems in Turkey, Small and Medium Industry Development and Support Administration of his studies in this area, the general characteristics of small and medium-sized enterprises needs to be done to develop, it is stated that what their functions are. As a result, the Small and Medium Industry Development and Support, indicating that the main theme in the activities of the Administration of Small and Medium-Sized Businesses should have tried to come up with suggestions for the development of work in this area.

Keywords: SMIDSA, The SME definition, SME's are the advantages and disadvantages

ÖNSÖZ

Hazırlamış olduğum bu tezde KOSGEB'in Türkiye'deki faaliyetlerinin aşamaları incelenmiş, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere verilen destekler, hibeler, krediler araştırılmıştır.

Yaptığım bu çalışma bana Türkiye'nin gelişmişlik düzeyinin boyutları hakkında büyük ölçüde bilgi edinmemi sağlamasının yanı sıra tezi hazırlarken yaptığım araştırmalarda bu konu üzerinde ciddi bir ilerleme olduğunu gözlemledim Türkiye'deki küçük işletmelerin geliştirilmesi için yüksek harcamalar yapıldığını fark ettim. Bu çalışmamda bana bilgi, tecrübe ve yönlendirmeleriyle yardımcı olan, birlikte çalışmaktan büyük onur duyduğum ve keyif aldığım tez danışmanım Prof. Dr. Ramazan KILIÇ'a teşekkür eder, hazırlamış olduğum bu tezi okuyan herkese yararlı olmasını dilerim.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
ÖNSÖZ.....	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLO LİSTESİ.....	x
GRAFİK LİSTESİ.....	xi
KISALTMALAR	xii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM KOSGEB VE KOBİLERE KAVRAMSAL BAKIŞ

1.1. KOSGEB'İN TANIMI VE KURULUŞU.....	4
1.2. KOSGEB'İN DESTEK VERDİĞİ SEKTÖRLER	4
1.3. KOSGEB'İN YAPTIĞI HİZMETLER	6
1.3.1. İnteraktif Ticaret Faaliyetleri	7
1.3.2. Teknolojiyi Geliştirme ve Teknoloji Destekleme Hizmeti	7
1.3.3. Finansal Destek Hizmetleri	8
1.3.4. Girişimciliği Destekleme Hizmetleri	8
1.3.5. Piyasa Araştırması ve İhracatın Artırılması Hizmetleri	27
1.3.6. Bölgesel Destekler ve Kalkınmayı Sağlayan Hizmetleri	27
1.3.7. Laboratuvar Hizmetleri	27
1.3.8. Danışmanlık Hizmeti	28
1.3.9. Kalite Geliştirme ve Markalaşma Hizmetleri	28
1.3.10. Eğitim Hizmetleri.....	32
1.3.11. Denetim ve Gözetim Hizmetleri	32
1.4. KOSGEB'İN YAPTIĞI DESTEKLER	32
1.4.1. KOBİ'lerin Projelerine Yapılan Destekler	33
1.4.2. Tematik Proje Destek Programı	33
1.4.3. İş birliği Güç birliği Destek Programı.....	34
1.4.4. AR-GE, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek programı	34
1.4.5. Genel Destek Programı	35
1.4.6. Girişimcilik Destek Programı	35
1.4.7. Gelişen İşletmeler Piyasası KOBİ Destek Programı.....	36
1.4.8. Kredi Faiz Desteği.....	36
1.5. KOBİ KAVRAMI	36
1.6. KOBİ TANIMI	37

1.7. TÜRKİYE’DE ve AVRUPA BİRLİĞİNDE KOBİ TANIMLARI.....	38
1.7.1. Türkiye’de KOBİ Tanımları	38
1.7.1. Avrupa Birliği’nde KOBİ Tanımı	39
1.7.3. Amerika’da KOBİ Tanımı	40
1.8. KOBİ TANIMINDA ÖLÇÜTLER.....	42
1.8.1. Nitel Ölçütler.....	43
1.8.2. Nicel Ölçütler	44
1.9. TÜRKİYE’DE KOBİ’LERİN YERİ.....	44
1.9.1. KOBİ’lere destek ve teşvik veren kurum ve kuruluşlar.....	45
1.10. KOBİ’LERİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI	51
1.10.1. KOBİ’lerin Avantajları	51
1.10.2. KOBİ’lerin Dezavantajları	53
İKİNCİ BÖLÜM	
KOBİ’LERİN YÖNETİMSEL SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	
2.1. KOBİ’LERİN SORUNLARI	55
2.1.1. KOBİ’lerde İnsan Kaynakları Planlaması.....	60
2.1.2. KOBİ’lerde İnsan Kaynakları Eğitim ve Geliştirme.....	61
2.1.3. KOBİ’lerde Kariyer Yönetimi	62
2.1.4. KOBİ’lerde Performans Yönetimi	62
2.1.5. KOBİ’lerde Ücret Yönetimi.....	63
2.1.6. KOBİ’lerde Çalışma İlişkilerinin-Endüstri İlişkilerinin Düzenlenmesi	65
2.2. EKONOMİK KRİZLER	65
2.3. KOBİ’LERİN KRİZ YÖNETİMİ	70
2.4. KAYIT DIŞI İSTİHDAM.....	74
SONUÇ.....	88
KAYNAKÇA	91
DİZİN	99

TABLolar LİSTESİ**Sayfa**

Tablo 1.1: Girişimci ve Yenilikçi Üniversite Endeksi 2017 Sıralaması	18
Tablo 1.2: Türkiye’de Kobi Tanımı	39
Tablo 1.3: AB’de KOBİ Tanımı	40
Tablo 1.4: Defence News Top 100.....	47
Tablo 1.5: KOBİ’lerin Sektörlere Göre Dağılımı	49
Tablo 2.1: Türkiye’de 2017-2018 İstihdam Verileri	76
Tablo 2.2: Kayıt Dışı İstihdamın Sektörlere Göre Oranları (%)	81
Tablo 2.3: Gelişmiş Ülkelerde KOSGEB Benzeri Kuruluşların Durumu	87

GRAFİKLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Grafik 1.1: Liseye Kadar Eğitim Alanların Toplumun Geneline Oranı.	11
Grafik 1.2: Liseye Başlamadan Okuldan Ayrılanların Oranı	12
Grafik 1.3: Kadın Girişimcilerin Türkiye’deki Durumu	23
Grafik 1.4: Girişimcilerin Yaş Aralığı.....	24
Grafik 1.5: Kadın Girişimciler İçin Dünyanın En İyi Şehirleri	25
Grafik 1.6: Kendi İşini Kurmaya Olumlu Bakanların Oranı	26
Grafik 1.7: Marka Başvuru Sayıları.....	30
Grafik 1.8: Marka Tescil Sayıları	31
Grafik 1.9: KOBİ’lere Sağlanan Kredi Oranı.....	41
Grafik 2.1: Nevilerine Göre Yıllar İtibariyle Açılan ve Kapanan Şirketler.....	68
Grafik 2.2: Kayıt Dışı İstihdamın Yıllara Göre Oranı	75
Grafik 2.3: KOBİ’lerin Girişim, Çalışan, Maliyet/Katma Değer Oranları.....	79

KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
GEM	Global Entrepreneurship Monitor (Küresel Girişimcilik Endeksi)
GIGP	Genç İnovasyon ve Girişimci Programı
İSMEK	İstanbul Büyükşehir Belediyesi Sanat ve Meslek Eğitimi Kursları
İSTKA	İstanbul Kalkınma Ajansı
İŞGEM	İş Geliştirme Merkezi
İŞ-KUR	İş Kurumu
KMO	Kaiser-Meyer-Olkin Testi
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
MBA	İşletme Yüksek Lisans Programı
MEB	T.C. Milli Eğitim Bakanlığı
TED	Türk Eğitim Derneği
TEGEV	Teknolojik Eğitimi Geliştirme Vakfı
TEYDEB	Teknoloji ve Yenilik Destek Programları Başkanlığı
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu

TEZ METNİ

GİRİŞ

Ekonominin temel taşı sayılan küçük sanayi ve işletmelerin yaşatılması zorunluluğu göz ardı edilemeyecek kadar barizdir. Bu nedenle KOSGEB'in, KOBİ'lerde de artık değişim zorunlu bir durum haline geldiğini kabul ederek birçok girişim, destek ve faaliyetlere imza atmış küçük ve rekabete dayanamayacak orta büyüklükteki işletmelerin devamlılığını sağlamak adına sermaye sorunu başta olmak üzere bu işletmelerin sorunlarına çözüm bulmaya devam etmektedir. Bunlardan en önemlilerinin başında Türkiye çapında bir çok banka ile işbirliği yaparak işletmelere destek sağladığı aşıkardır.

Ayrıca Küçük ve Orta Büyüklükteki işletmelerin nakit desteğine olduğu kadar geliştirilmeye de ihtiyacı vardır. Çünkü teknolojinin giderek kendini geliştirmesi bir yandan işverenleri daha az insan istihdam ettirmeye yöneltirken, bir yandan da teknolojiye ayak uydurabilen kalifiye insanların çalıştırılmasını zorunlu kılmıştır. Dolayısıyla bu durum işletmelerde teknoloji, kalifiye eleman, tam bilgi gibi unsurların önemini arttırmıştır.

KOSGEB, işletme için gerekli desteği sağlayarak ve bunun yanında insan kaynakları yönetimi gibi işletme için gerekli olan işgücünü bulmayı kapsamamaktadır. Ayrıca işgücü odaklı olarak çalışmayı getirir. Yani çalışanlarına kariyer gelişimini, kişisel gelişimini, motivasyonunu arttırmayı, insanların verimli bir şekilde çalışmalarını sağlamayı, çalışanlar kişiler ve örgüt arasındaki ilişkileri tetikleyen bütün yönetim kararları gibi sorunların çözüm işlevleri de temel amacı olarak benimsemektedir. Kısacası; KOSGEB küçük veya orta büyüklükteki bir işletmedeki rolü, çalışanlar için verimli bir ortamın yaratılmasına yönelik teknik bilgi ve politikaların uygulanmasını içermektedir.

Bunun yanında KOBİ'ler, büyük ölçekli firmalara nazaran daha düşük oranda sermayeyle ve emek odaklı olarak üretimlerini yürütmeye çalışan, büyük oranda da hantal bir kapasiteyle çalışan ekonomik unsurlardır. Dolayısıyla böyle bir ekonomik birim için en önemli unsur, nakit kaynaklar olarak görülmelidir. Çünkü tüm üretim faktörleri arasında, mevcut sermayeyi enerjiye dönüştürebilen ve gelişmeyi sağlayan en önemli unsur paradan geçmektedir.

Bu nedenle çalışmamda KOSGEB'in KOBİ'lere yaptığı destek üzerinde durulacaktır.

Birinci bölümde KOSGEB'in tanımı, faaliyetleri KOBİ'lere Türkiye'de verilen destekleri, KOBİ'lere destek verirken göz önünde bulundurulacak kriterlerin neler olduğu ve bunun tanımında esas alınan ölçütlere, Türkiye'de KOBİ'lerin yeri ve KOBİ'lere destek verem kurum ve kuruluşlara, KOBİ'lerin avantaj ve dezavantajlarına yer verilmektedir.

İkinci bölümde; KOSGEB'e bağlı olarak KOBİ'lerin geliştirilmesinde asıl kaynak olan sorunların tespiti aşamaları, KOSGEB'in strateji yönetiminin önemi ve fonksiyonlarına, ve mevcut kaynakların planlamasına, kriterlerin belirlenmesine, performans yönetimi, ücret yönetimi, endüstriyel ilişkiler ve iş güvenliğine yer verilmektedir.

Son olarak da, üçüncü bölümde ise; KOSGEB ve işbirliği yaptığı kurum ve kuruluşlar, KOBİ'lerdeki insan kaynakları yönetimi çerçevesinde insan kaynakları planlaması, KOBİ'lerde çalışan insan unsurlarının eğitimleri ve bu eğitimlerin geliştirilmesi, KOBİ'lerdeki üst yönetimlerin kariyerlerinin geliştirilmesi, KOBİ'lerde performans yönetimi, KOBİ'lerde ücretsel alanda gelişim ve KOBİ'lerde çalışan ve endüstrideki karşılıklı etkileşimin düzene oturtulması ve sistematığının oluşturulması konuları irdelenmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KOSGEB VE KOBİLERE KAVRAMSAL BAKIŞ

1.1. KOSGEB’İN TANIMI VE KURULUŞU

Seksenli yılların sonlarına doğru yapılan çalışmalar ve araştırmalar neticesinde küçük veya Türkiye şartlarında orta ölçekli denebilecek işletmelerin sıkıntılarının olduğu, bu zamana kadar Türkiye’nin küçük ve orta ölçekli işletmelerin farkında bile olmadığı ortaya konulmuş, bu işletmelerin sorunlar yaşadığı, sıkıntı içinde oldukları, destek olunması gerektiği sonucuna varılmıştır (Çetin, Ağustos 22).

Bu nedenle bu küçük işletmelerin sorunların giderilmesi amacıyla, dönemin Sanayi ve Ticaret Bakanı Şükrü YÜRÜR’ün tahsis ettiği konferans salonunda düzenlenen sempozyumda Küçük ve Orta Ölçekli işletmelerin çektiği sıkıntılar ve bu işletmelerin ihtiyaçlarının tartışılmasıyla birlikte ilk adımlar atılmış oldu (A.g.e).

Tabi bu sempozyumun çok ses getirmesi üzerine yapılan çalışmalar 8. Cumhurbaşkanı Turgut ÖZAL’a sunulmuş, Cumhurbaşkanı tarafından çok beğenilmesi üzerine zaman kaybedilmeden 12.04.1990 tarihinde 3624 sayılı KOSGEB kanunu çıkarılmış ve dört ay içinde bu Başkanlık kurulmuş oldu (A.g.e).

KOSGEB’in tanımını yapacak olursak, aslında KOSGEB’in kuruluşu başlı başına tanımın kendisidir. Yine de Küçük ve orta ölçekli işletmelerin serbest ekonomi piyasasındaki rekabet alanında ellerinin kuvvetlendirilmesini geliştirmek ve teknolojik alanda gelişmelere daha hızlı uyum sağlayabilmelerini sağlamak amacıyla 1990’lı yıllarda Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından kurulmuş olan bir yapıdır denebilir (A.g.e).

1.2. KOSGEB’İN DESTEK VERDİĞİ SEKTÖRLER

KOSGEB, 2009 yıllarına kadar yalnız imalat sanayindeki sektörlerle destek veriyordu. Ancak kanunlarla yapılan değişikliklerde artık sanayi sektörünün dışındaki sektörlerle açılarak, ticaret ve hizmetteki diğer sektörlerle de birçok alanda destek vermeye başlamıştır (KOSGEB, 2015).

KOSGEB, şu an hâlihazırda yasa ve kurallarla genç girişimcilere, küçük veya orta büyüklükteki işletmelere(KOBİ)kredi sağlama, hibe fonu oluşturma programları oluşturarak ve eğitime yönelik programlarıyla desteklerini sürdürmeye devam etmektedir (A.g.e).

Günümüzde KOSGEB'in desteklemiş olduğu sektörlerden bazıları şunlardır.

- Çeşitli gıda ürünleri üzerine imalat yapan sektörler
- Tekstil ve özellikle giyim alanında imalat yapan sektörler
- Maden ve Taş Ocağı alanında faaliyet yapan sektörler
- Gazlı veya normal içecek imalat sektörü
- Deri ve deriden yapılan ürünlerinin imalat ve pazarlanması
- Kağıt hamuru, kağıttan ve mukavvadan yapılan ürünlerinin imalatı
- İlaç ve ecza sanayisi ve ilaçlar üzerinde **Ar-Ge** faaliyetleri
- Plastik eşya imalatı
- Ana metal ve çelik sanayi (Demir, alüminyum, bakır imalat sektörü)
- Fabrikasyon metaller ve buna bağlı ürünlerinin imalatı
- El aletleri, takım tezgah uçları, testere ağızları imalat alanı
- Elektrik ve Elektronik ürün imalatları
- Bilgisayar ve bilgisayar yedek parçaları imalatları
- Motorlu kara taşıtı gibi römorkör imalatı
- Gemi ve tekne imalatları
- Mobilya sektörü ile ilgili imalat
- Bölgesel su dağıtım sektörü
- Kanalizasyon ve atık yönetimi
- İnşaat ve inşaat malzemeleri sektörü
- Kara ve Demir Yollarının inşaatı alanındaki sektörle
- Toptan ve perakende yapılan ticaret sektörü
- Ulaştırma alanı sektörü
- Bilgi ve İletişim alanı sektörü

- Konaklama ve yiyecek hizmetindeki faaliyet alanları (A.g.e).

Bunların yanında son zamanlarda yazılım ve savunma alanlarında da destekler sağlayan KOSGEB çok geniş bir yelpazede işbirliği protokollerine de imza atmaktadır.

KOSGEB'in desteklemek ve geliştirmekle yükümlü olduğu bu sektörler 18.09.2009 tarihinde Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Bakanlar Kurulu Kararı ile sınırları belirlenmiştir.

Sektörel bazda en önemli alan belki de son zamanlarda büyük bir öneme ve Pazar payına sahip olan yazılım ve savunma sanayisidir. Bu nedenle KOSGEB ve Savunma Sanayi Müsteşarlığı arasında bir protokol imzalanmıştır. Bu protokole göre savunma ve havacılık alanında üretim yapan KOBİ olarak nitelendirilebilecek işletmelerin savunma ve havacılık sanayisinin ihtiyaçlarını karşılamak üzere kalitelerinin artırılması ve belirli standartlara kavuşturulması için tarafların işbirliği yaparak model geliştirecek, strateji oluşturacak ve yöntem belirleyeceklerdir (www.sasad.org.tr, 2017).

Bu kapsamda taraflar, bu işkollarını destekleyen sektörlerdeki KOBİ'leri destekleyerek teknolojik ürünlere yatırım programı geliştirilmesini sağlamak, destekleme konusunda bu sektörlerle öncelik sağlamak ve bu konuda yapılacak düzenlemeler üzerinde çalışmalar yapmak konusunda anlaşmışlardır. Ayrıca bu işletmelerle karşılıklı olarak veri akışının sağlanarak bilgi paylaşımının hızlandırılması adına uygulamalar geliştirilmesi kararlaştırılmıştır. Taraflarca birlikte yapılacak projelerin takibinde ihtiyaç duyulan tesis ve ekipmanların işleyişini ve ortak yapılacak çalışmaların izlenerek amacına uygunluğunun yürütülmesi konuları ele alınmış ve bu konuda ciddi ve kararlı adımlar atılmıştır.

Elbette mevcut ekonomik duruma paralel olarak her geçen gün KOSGEB'in destek verdiği işletme sayısı artmakta, sektöre yeni giren işletmelere de büyük oranda destek olup, kolaylıklar sağlamaktadır.

1.3. KOSGEB'İN YAPTIĞI HİZMETLER

KOSGEB'in vermiş olduğu hizmetler girişimcilere ve KOBİ'lere yönelik olarak, ekonomiye can verilmesi ayrıca sektörel fikirlerin değerlendirilerek alanında birçok mevzuda geniş çaplı ve çeşitli bir alanı kapsamaktadır (KOSGEB, 2015).

Rekabet gücünü daha da artırmak, sektördeki yeni projelerin ortaya konması hakkında bilinci ve kültürü yaygınlaştırmak, ihracat ve üretim alanlarındaki istihdamı gelişmesinde katkıda bulunmak gayeleriyle girişimcilere ve KOBİ'lere ekonomik destek sağlamaktadır.

1.3.1. İnteraktif Ticaret Faaliyetleri

KOSGEB, işletmelerin internet üzerinden yapılan ticarete adapte olmalarını, ihtiyacı olan/ ihtiyaç duydukları bilgilere kolaylıkla ve en kısa sürede erişebilmeleri ve hem ulusal hem de uluslararası iletişim kurmalarını sağlayabilmek için KOBİNET'i kurmuştur. KOBİNET, *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler Arasındaki Bilgi Ağı* anlamını taşımaktadır.

KOBİNET'te ki bilgiler ekonomik olanakları, iş alemindeki diğer şirketler, Avrupa Birliği konularındaki bilgileri kapsamaktadır. Ayrıca, işletmelere avantaj sağlayabilmek için KOBİNET'e "Firma Rehberi" denen bir rehber de eklenmiştir.

Günümüzde gelişim göstermiş olan bu uygulama birçok işletmeyi zahmetsizce bir araya getirmekte, işletmelerin sorunları daha kolay dile getirilmekte, işletmeler arasındaki iletişimi sağlamaktadır.

1.3.2. Teknolojiyi Geliştirme ve Teknoloji Destekleme Hizmeti

Katma değeri oldukça fazla olan teknolojik ürün veya üretimde yeni sistemler geliştirerek yenilik sağlamayı amaç edinen KOBİ'lerle girişimcilere yönelik; birçok üniversiteyle birlikte hareket ederek üniversiteler bünyesinde Teknoloji Geliştirme Merkezleri (TEKMER) kurulmuştur (KOSGEB, 2018).

Bu Merkezlerin bulunmadığı yerlerde ise teknolojik ürünler ve sistemlerin geliştirilmesi için Ar-Ge üzerinde çalışmalar yapan işletmelere ise farklı projelerle destek verilmektedir. Bunlardan birisi de "Duvarsız Teknoloji Inkübatörü Programı" olarak adlandırılan destekler girişimcilere sunulmaktadır.

1.3.3. Finansal Destek Hizmetleri

Girişimci veya Küçük işletmelere, işleriyle ilgili olan ve işlerini büyütebilmelerine yardımcı olmak ve fikir üreterek bu fikirlerini geliştirebilmelerini sağlamak amacıyla, ihracat alanında güç kazanmak ve bu gücü artırmak, girişimcilik ruhunun yaygınlaştırılmasını sağlamak amacıyla yeni ürünler geliştirilmesi hesabına çok sayıda destek sağlayan programlar ile girişimcilere ve KOBİ'lere destek vermektedir.

1.3.4. Girişimciliği Destekleme Hizmetleri

Girişimci bilgi ve sermayesini kullanarak bir ekonomide mal ve hizmet üreten ve bunu insanların kullanımına sunan kişi olarak tanımlayabiliriz. Üretimde etkili olan ulaşım, yer şekilleri, yer altı kaynakları, iklim, nüfus, sanayi, bitki örtüsü, teknoloji, iletişim gibi beşeri etkenler girişimcinin ve yatırımın yönünü de belirlemektedir. Bir üretim aşamasında tüm aşamaları belirleyerek insanların kullanımına sunan kişi olarak da tanımlanan girişimci bir ülkenin kalkınmasında ana unsur olarak değerlendirilebilir (Mucuk, 2004: 5-8).

Bir girişimcide olması gereken özellik, sadece kendi çıkarını değil aynı zamanda toplumun refahını da düşünen, ülkesine hizmet ettiğinin farkında olarak elindeki imkanları değerlendiren, bu imkanları fırsata dönüştürebilen ve günün şartlarını ekonomik fırsatlara dönüştürebilen kişi diyebiliriz. Bir girişimci yeni ve farklı ekonomik faaliyetlere yatırım yaparak ülke için istihdam alanları yaratmakta bu faaliyeti nedeniyle ülkenin refah seviyesini yükseltmektedir. Bu da bir girişimcinin ne kadar değerli olduğunun göstergesidir.

Öncelikle gelişmiş ülkelerde olduğu gibi, değişen şartlara ayak uydurabilmek ve bu ülkelerle rekabet edebilecek konuma gelebilmek için toplumda girişimcilerin yetiştirilmesi gerekir. İnsanların girişimci ruhunun öne çıkarılması ve girişimci bir özellik kazanması adına yeterli eğitimin verilmesi gerekmektedir. Girişimcilik gelişmiş ülkelerde büyüme, kendini sürekli olarak yenileyebilen, eğitim, zamanın şartlarına ayak uydurabilen bir tanıma içerir (TÜBİTAK, 2016).

Ekonomide girişimciliğin ne kadar önemli olduğunu bilen ve bunun farkında olan toplumlar girişimcilik eğitimleri vererek bireylerin yaratıcılıklarının ortaya

çıkmasını sağlamakta böylece ekonomik ve toplumsal kalkınmayı sağlaya bilmek için geleceğe yatırım yapmış olmaktadırlar (Karagöz, 2009: 1).

Her bir birey iş hayatına atılmadan önce almış olduğu eğitimle geleceğine yön vermekte ve gelecek için yapmış olduğu seçimlerde buna göre davranmaktadır. Bir bakıma aldığı eğitim bir insanın geleceğini ve hayatını şekillendirmektedir.

Bireylerin özgün iradeleriyle düşünüp bu düşüncelerini hayata geçirme yeteneğini etkilemenin yolu verilen eğitim ve öğretim faaliyetlerinden geçmektedir. Bu açıdan bakıldığında kalkınmanın desteklenmesi uzun bir sürece yayıldığı ve bunun girişimcilik ile sağlam bir yapıya kavuşturulması gerekliliği düşünüldüğünde bir ülkenin gelişiminde ne kadar önemli bir paya sahip olduğu ortaya çıkmaktadır (Sönmez, Toksoy, 2009: 44-47).

Bununla birlikte girişimciliğin geliştirilmesi işsizlik sorununu da uzun vadede ortadan kaldıracaktır. Devlet toplumun her bireyine iş sağlamayacağı gibi her bir kişiye de iş yeri açamayacağından girişimciliğin geliştirilmesi için hem bireyler hem de ülke adına faydalı olacak hem de devletin üzerinden büyük bir yükü kaldırmış olacaktır.

Girişimci zamanın şartlarını iyi değerlendirerek bunu fırsata dönüştüren ve kimsenin tahmin edemeyeceği öngörülerde bulunan ve bu özelliğiyle yeni yatırımlar yaparak istihdam ve üretim yapan kişidir.

Bir girişimciye ekonomideki diğer rakipleriyle rekabet edebileceği güven oluşturulmalı, başarılı olabilmesi için yeterli ekipman desteği sağlanmalı, gelişmiş ülkelerde olduğu gibi girişimcinin karşısına çıkacak tüm engellerin ortadan kaldırılmalıdır. Bu sayede ekonomideki kontrol gücü daha da artmış olacaktır.

KOSGEB, girişimcilik alanında bu kültürün yaygınlaştırılmasını sağlamak, işletmelerin ulusal ve uluslararası pazarlardaki etkinliğini artırarak hem geliştirilmiş ürünlerin piyasaya çıkarılmasını sağlamak hem de bu ürünlerin piyasada tutunabilmesini sağlamak için çok çeşitli programlarla desteklerini sürdürmektedir (KOSGEB, 2019).

Bu sayede ekonomide etkinliğin artması sağlanacak, sürekli değişen ekonomiye ayak uydurmada kolaylık sağlayacaktır. Bununla birlikte girişimcilik günlük yaşamdaki faaliyetlerde de etkileşimin artmasında faydalı olacaktır (Erden, 1998: 23-25).

Girişimcilerin eğitilmesinde bilimsel yaklaşıldığı sürece başarılı bireylerin artacağı ve bu da ülke açısından olumlu sonuçlar sağlayacağı unutulmamalıdır. Bir çok büyük şirket sahibinin yaşamları araştırıldığında büyük bir bölümünün küçük yaşlarda ve küçük işlerle başladığı görülecektir. Çalıştığı süre boyunca deneyim kazanarak gelmiş ve işin içinde yetişerek yaptığı işle ilgili her türlü bilgi ve tecrübeye sahip olmuş insanlar girişimcilik konusunda daha başarılı olmaktadır. Ne yazık ki günümüz ekonomisinde buna zaman bulunmamaktadır. şartlar o kadar hızlı değişmektedir ki her bir ülkenin vakit kaybetmek gibi bir lüksü bulunmamaktadır (Varış, 1996: 55-61).

Her geçen gün girişimcilikle ilgili yeni eğitsel bilgiler çıkmakta, girişimciler yetiştirmede yeni yöntemler uygulanmaktadır. Bu girişimcilerin daha başarılı olmasını sağlayarak ülke ekonomisinde etkin rol oynamaktadır. Böylece lke refahına olumlu katkı sağlamaktadır.

Bir girişimci yetiştirmek için verilen eğitimler aslında çok kapsamlıdır. Verilen eğitimler sadece yatırım veya üretimden oluşmamalıdır. Öncelikle geleceği iyi analiz edebilmeli, insanlarla ilişkileri samimi ve iten olmalı, öğrenme isteği olmalı, olaylara her yönden bakabilmeli, kendini sürekli yenileyebilmelidir. Elbette bunların yanında olmazsa olmazlardan piyasayı takip etme, siyasi kararları okuyabilme yeteneklerine de sahip olması gerekmektedir (Sönmez,1998: 36).

Devletin bu konuda girişimcilere destek vermesinin birçok nedeni vardır. Hem lke ekonomisini yönlendirebilme, hem de zahmetsiz bir şekilde ekonomiyi canlandırma hedeflenmiştir. Çok yönlü bu yaklaşım kazan kazan prensibine dayanmaktadır. Bu sayede hem hükümet hem de millet kazanmış olacaktır. Bir diğer neden de iktisatta sürekli söylenen bir sözden kaynaklıdır “ Her siyaset kendi ekonomisini yaratır.”

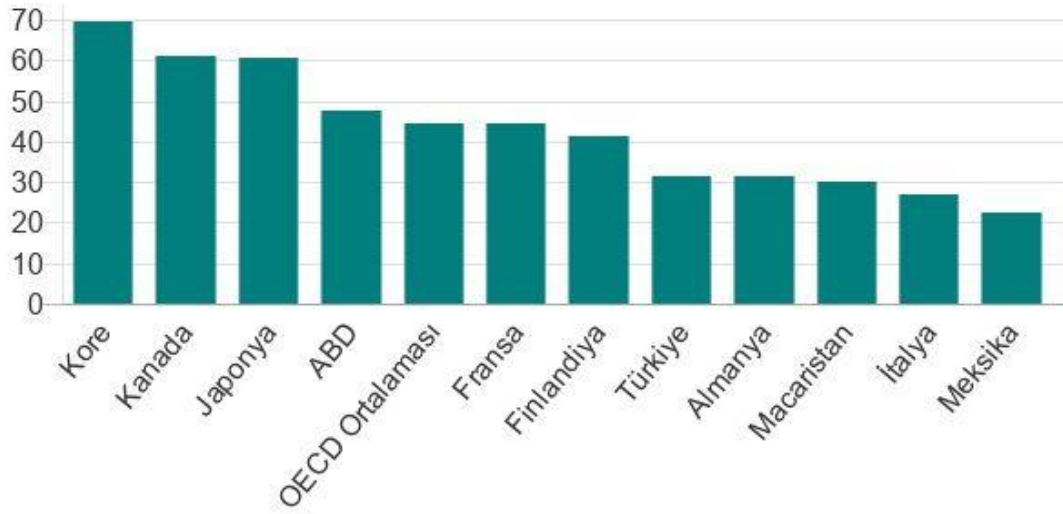
Burada siyasilerin kendi ekonomisini yaratmasının nedeni aslında yönetebileceği yani yn verebileceği bir ekonomi modeli oluşturmaadır. Bu kapsamda siyasiler kendi zenginlerini, kendi holdinglerini, kendi ekonomilerini oluşturmuş olacaktır. Bunun sebebi ekonomiye yn verebilmek için hkmetlerin öncelikle kendi tarafında olduğundan emin olduğu büyük şirketlerle birlikte hareket etmektir. Her hükümet bu yöntemi uygulamaktadır. Bunun yanında hükümet kendi zenginlerini de oluşturmaktadır. Bu çok kapsamlı ve stratejik bir hamledir. Yani ekonomiye yön vermek için öncelikle büyük şirketler oluşturmalısın (Yüksel, 2005: 16-21).

Bir ülkenin gelişiminde eğitimin ne kadar önemli olduğu bilinen bir gerçektir. Ancak bu eğitimin içi boş olmaması gerekmektedir. Sadece görünüşte eğitim verilmesi hiçbir topluma katkı sağlamayacaktır.

Grafik 1.1: Liseye Kadar Eğitim Alanların Toplumun Geneline Oranı

Liseye kadar eğitim alanların toplumun geneline oranı

25-34 yaş arası, OECD (Yüzde)



OECD 2018 Bir Bakışta Eğitim Raporu

BBC

Kaynak: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-45547955>, 23.05.2019.

Yukarıdaki tabloda görüleceği üzere bazı OECD ülkelerinin 23-34 yaş arası liseye kadar okumuş kişilerin toplumun geneline oranının ne kadar olduğu araştırılmış ve bazı ilginç sonuçlara varılmıştır. Tabloya baktığımızda Kanada, Japonya, Amerika gibi ülkelerin oranının normal olması yanında asıl ilginç olan Kore’de bu oranın yüksek olmasıdır. Bu Kore’nin geleceği hakkında bize ipuçları verebilir. Kore son zamanlarda ekonomide adından sıklıkla bahsettiren bir ülke olmaya başlamıştır. Ekonomik refahın mı eğitim durumunu etkilediği yoksa eğitimin mi ekonomik durumu etkilediği sorulduğunda eğitim durumunun ekonomiyi etkileme olasılığının daha yüksek olduğu analizi yapılabilir.

Ancak bu tabloda incelenmesi gereken diğer ülke Almanya’dır. Almanya’nın Türkiye’den daha düşük orana sahip olması şaşırtıcıdır. Almanya sanayi devriminden

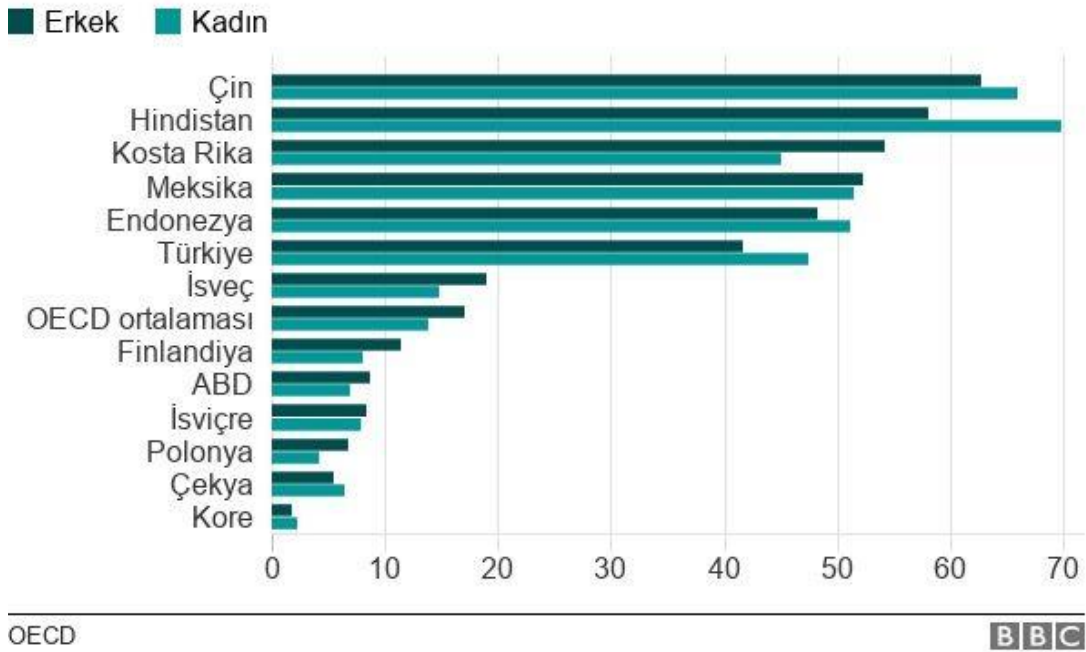
sonra hızlı bir şekilde kalkınmış ve eğitimde ileri boyutlara ulaşmıştır. Bu tablodan Almanya'nın bir duraklama ya da gerileme dönemi yaşadığı algısı oluşabilir.

Türkiye'ye gelince tablodan da görüleceği gibi OECD ülkelerinin ortalamasından çok daha düşük bir yerde seyretmesi endişe verici bir durumdur. Bir ülkenin eğitim durumunun o ülkenin gelişmişlik düzeyini gösteren bir kriter olarak ele aldığımızda Türkiye'nin bulunduğu durumun pek te iç açıcı olmadığı görülecektir.

Grafik 1.2: Liseye Başlamadan Okuldan Ayrılanların Oranı

Liseye başlamadan okuldan ayrılanların oranı

25-34 yaş arası (Yüzde)



Kaynak: <https://www.bbc.com>, 15.05.2019.

Bu tablomuzda ise içinde Türkiye'nin de bulunduğu bazı ülkelerdeki vatandaşların liseye başlamadan eğitimi bırakanların topluma oranı verilmiştir.

Bu tabloda ekonominin yükselen yıldızı olarak görülen Çin'deki okuma oranının çok düşük olduğu görülecektir. Bu örnekte ekonomiyle eğitimin doğru orantılı olması gerektiğindeki tezatlık ortaya çıkmaktadır.

Türkiye yine OECD ülkelerinin ortalamasına göre yine oldukça yüksek bir yerde olması düşündürücüdür. Özellikle 25-34 yaş arası çalışan iş gücü açısından oldukça önemli bir yaş grubunu oluşturduğundan dikkate alınması gerekir.

Girişimcilik bilincinin kazanmasında, tam kesin bir durum oluşturduğu henüz kanıtlanmamış olsa da, bu yaş aralığında oluşmasının muhtemel olduğu kabul edilerek, eğitilmiş ve deneyimli bireylerin kişilerin önemi kabul edilmesi gerekmektedir.

Elimizdeki bu verilerden faydalanılarak oluşturulacak girişimci yetiştirme eğitimleri çok daha yararlı olacağı göz ardı edilmemelidir.

KOSGEB, kişilerin yaşamlarında karşılarına çıkabilecek sorunların üstesinden gelmede, bu sorunlar karşısında nasıl hareket edeceğini belirlemesinde, çok hızlı değişen ekonomik durumları analiz edebilmede, toplumda oluşan ihtiyaçların karşılanabilmesinde, gerektiğinde inisiyatif alabilmede ve kişileri ekonomik yaşama karşı hazırlamaya çalışan bir girişimci eğitim modeli geliştirmek durumundadır.

Girişimcilik eğitimleri geçmişte oluşmuş tecrübelerin birikimiyle geleceğe yön vermede önemli bir etken olmakla birlikte, bireylerin davranışlarını sentezleyerek atılacak adımların ne olması gerektiğini girişimci olacak kişilere aktarabilmenin yollarını araştırmaktan geçmektedir (Öztürk, 2006: 36-45).

Bir kişinin olgunluk dönemine gelmeden önce ailesinin yanı sıra yaşlılarının da rol model olduğu unutulmamalıdır. Bir kişi kendi akranlarını örnek alarak hareket eder. Bu durumun değerlendirilmesi ve girişimci olma yolunda bireylere yol gösterici kişilerin hayatlarının ortaya konması gerekmektedir. Bizim toplumumuzda olgunluğa gelmemiş bireyler ailesiyle her konuyu konuşamamakta, aile de çocuğuna karşı ilgisiz olabilmektedir. Böyle durumlarda çocuklar kendilerini rahat hissedebilecekleri kişilere ifade etmekte ve kendilerine rol model olarak aile dışından bireyleri seçmeyi tercih etmektedirler (Cüceloğlu, 1993: 80-85).

Yapılan araştırmalar göstermiştir ki, eğitim düzeyi daha yüksek toplumlarda bir bireyin içinden çıkılmaz zannettiği durumların üstesinden daha rahat gelebilmekte, olaylara karşı akılcı çözüm yolları üretebilmektedir. Eğitim düzeyi düşük diye nitelendirebileceğimiz toplumlarda ise birey sorunlarını yaşlılarıyla paylaşmakta zaten kendi gibi deneyimi olmayan yaşlılarından yeterli çözümü bulamamaktadır (İnanç, 2004: 16-22).

Araştırmacıların, eğitimlerin girişimcilik üzerine olması gerektiğini vurgulamalarının nedeni toplum içindeki yerini belirlemek, topluma uyum sağlamayı hızlandırmak, bilişsel özelliklerin gelişmesine yardımcı olmak gibi nedenlere dayanmaktadır (Bacanlı, 2006: 68-71).

Girişimcilik eğitimi üzerinde bu kadar çok durulmasının sebebi ekonomik sorunların çözümünde ve işsizliğin ortadan kaldırılmasında önemli rol oynamasıdır. Gelişmiş ülkelerde bu konu ciddiye alınmış, yeni girişimciler meydana getirecek bütün mekanizmalara yatırım yapılmıştır.

Bu konuda en başarılı ülkelerden biri hatta en önde yer alan ülke Amerika'dır. İlk defa girişimcilik eğitimi Harvard Business School'da 1947 yılında verilmiştir. Bu bakımdan Amerika girişimcilik eğitimi verme konusunda öncü rol oynamıştır. İlk akademik programlar ise yine Amerika'da 1960'lı yıllarda yapılmış ve her geçen gün geliştirilmiştir. Koh'un 1996 yılında yaptığı bir araştırmada 1993 yılında 400 den fazla Amerika'daki üniversitelerde girişimcilik dersleri verilmiş, bu sayı 2003 yılında 1600'lere ulaşmıştır (Gürol, Bal, 2009: 14)

Aynı şekilde Avrupa'nın birçok ülkesinde girişimcilik eğitimleri ciddiye alınmıştır. Girişimcilik üzerine farklı çalışmalar yapan Avrupa ülkeleri girişimciliğin insanlara aşılama doğru bir yol izlenmesi ve bu doğrultuda girişimci ruhunun oluşturulması konusunda ilerlemeye çalışmaktadır. Bu konuda öncü olarak İngiltere ve Fransa örnek gösterilebilir. 1970'li yıllarda girişimci eğitimlerine başlayarak Avrupa'da ilkler arasında yer almaktadırlar (Dana, 1992: 77).

Girişimcilik eğitiminin önemi iyi kavranmış olmalı ki birçok gelişmiş toplumda daha ilkökul sıralarında bu eğitimler vermeye başlanmıştır. Bu durum karşımıza girişimcilik ruhunun bir disiplin, bir alışkanlık ya da bir davranış biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır (Sönmez, Toksoy, 2014: 44-47).

Girişimcilik eğitiminin uygulandığı ülkelere bakacak olursak bir girişimcilik kültürünün yerleşmesinde ilkokuldan başlayarak gerçekleştirilmeye çalışıldığı görülecektir. Bu uygulamalardan yola çıkarak Türkiye'de verilecek girişimcilik eğitimlerinin Türkiye'ye sosyal, demografik, toplumsal, kültürel açıdan olumlu yansımalarının yanı sıra asıl amaç olan ekonomide de önemli oranda iyileşme olacağı göz ardı edilemez (Olçetin, 2006).

Türkiye’de girişimcilik eğitimi alan insanların sayısı yaş aralıklarına göre değişkendir. Diğer ülkelerden farklı olarak Türkiye’de genç nüfusun (18-24 yaş aralığındaki gençler) yüzde 10’dan daha azdır. (Global Entrepreneurship Monitor, GEM 2008). Online olarak eğitim alanların oranı ise çok daha düşüktür. Bu oran yüzde 2 ile sınırlı kalmaktadır. Bu yüzde 2’lik kesim ise ancak iş kurma aşamasında girişimcilik eğitimi almaktadır. Bu oran çok üzücü ve çok düşündürücüdür. Bu insanlar zorunda kalmadıkça bu eğitimi almamakta olduklarının bir göstergesidir. Öğrenim sırasında ve sonrası girişimcilik eğitimi durumuna baktığımızda, okul sonrası eğitim alanların oranı, okul sıralarında aldığı eğitimden daha fazladır. Bu aslında şu sonucu çıkarabilmek mümkündür; okullar girişimcilik için insanların önünde engel olarak durmaktadır (Aslan, 2009: 69).

Bazı gelişmiş ülkelerde girişimcilik eğitimleri yüzde 40’lı seviyelerde seyrederken Türkiye’de bu oranın yüzde 6’larda olması Türkiye’de girişimcilik bilincinin henüz yeni yeni oluşmaya başladığının bir göstergesidir.

Türkiye’de girişimcilik üzerine yazılmış makaleler 2000’li yıllardan başlar. KOSGEB’in yapmış olduğu çalışmalarda üniversitelerle birlikte hareket ederek, üniversitelerde girişimciliğin ders olarak okutulması sağlanmaya çalışılmış, hatta 2011 yılında KOSGEB ile YÖK arasında bir protokol imzalanmıştır. Bu protokole göre girişimcilik dersinin zorunlu veya seçmeli ders olarak her bölümün müfredatında yer alması sağlanacak ve bu eğitimi üniversiteli gençleri alması sağlanacaktır (Arpacı, 2015: 140).

Türkiye’de 1980’li yıllardan başlayarak daha önemsenir hale gelen girişimcilik o zamandan bu zamana kadar önemli gelişmeler kaydetmiştir. Girişimcilikteki bu gelişmelerde, 24 Ocak 1980 kararlarıyla yürürlüğe konan ekonomik gelişme konusundaki strateji değişikliği önemli yer tutmaktadır. Bu tarihte serbest piyasa ekonomisi sistemini ve bu sistemin en önemli aktörleri durumunda olan girişimciliği ve özellikle ihracata yönelik girişimciliği destekleme politikaları devreye sokulmuştur. Bu dönemde girişimciliğin yaygınlaştırılması konusunda önemli gelişmeler kaydedilmiştir. 1980 sonrası uygulanan yoğun piyasa ekonomisi ve buna bağlı gelişen girişimcilik ortamlarında Türk insanının çok başarılı olabileceği fikri kabul görmeye başlamıştır. 1990'lara gelindiğinde Gümrük Birliği’ne girilmesiyle birlikte, uluslararası piyasalarda

rekabet edebilmek için yabancı dil öğrenen ve dış pazarlarda efektif olarak mal satabilmek amacıyla bilgi sahibi olması gerektiğinin bilincinde olan yeni bir girişimci tipi oluşmaya başlamıştır. Kalite, verimlilik ve uluslararası pazarlama için gerekli olan ve rekabet gücünü arttıran teknolojik gelişmelere karşı duyarlı bir girişimci kesim ortaya çıkmıştır (Aşkın, Nehir, Vural, 2011: 69)..

Türkiye’de girişimciliğin gelişmesine paralel olarak girişimcilik eğitimi ve öğretimi gitgide yaygınlaşmaktadır. KOSGEB ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Sanat ve Mesleki Eğitim Kursları (İSMEK) gibi resmi kuruluşların yanı sıra danışmanlık hizmeti veren özel kurumlar ve kurslar da girişimci adaylarına yol göstermek ve yardımcı olmak üzere eğitim vermektedirler. Bu kuruluşlardan KOSGEB birçok kurumla ortak uygulamalı girişimcilik eğitimleri vermektedir. KOSGEB uygulamalı girişimcilik eğitimleri kendi işini kurmak isteyen girişimcilerin bir iş planına dayalı olarak kuracağı işletmelerin başarı düzeylerini arttırmak amacıyla düzenlenmektedir (www.kosgeb.gov.tr, 12.04.2019).

Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri; KOSGEB birimleri tarafından düzenlenen, Ulusal ve uluslararası projeler kapsamında KOSGEB tarafından yürütülen, KOSGEB ile işbirliği içerisinde çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından düzenlenen eğitimler ve üniversiteler tarafından örgün eğitim kapsamında verilen girişimcilik dersleridir. Bu eğitimler, 24 saati atölye çalışmalarından oluşan toplam 70 saatlik eğitimler olup; genel katılıma açık ve ücretsizdir (Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri, 2015) (www.kosgeb.gov.tr, 10.03.2019).

Ayrıca, KOSGEB bünyesindeki İş Geliştirme Merkezleri (İŞGEM) ve ARGE, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek Programları KOBİ’lere (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler) işletme geliştirme koçluğu yapmakta bilim ve teknolojiye dayalı yeni buluşlara sahip KOBİ ve girişimcilerin geliştirilmesi, teknolojik fikirlere sahip tekno girişimcilerin desteklenmesi konularında yardım sağlamaktadır. Maliye Bakanlığı tarafından yürütülen kurslar da girişimci adaylarına girişimcilik eğitimi vermekte, sanayi deneyimi olan rehberler ile girişimciye teknik, ticari ve idari konularda destek sağlamaktadır (Giriş Girişimcilik Destek Programları, 2015) (www.kosgeb.gov.tr, 20.03.2019).

Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) tarafından da kuruma kayıtlı kişilere yönelik olarak kendi işlerini kurmalarına ve geliştirmelerine yardımcı olmak amacıyla verilen girişimcilik eğitim programları bulunmaktadır (Girişimcilik Eğitimi Programları, 2015) (www.kosgeb.gov.tr, 12.06.2019).

Türkiye girişimcilik eğitiminin ilkokuldan itibaren önemini kabul etmekte, tüm eğitim düzeylerinde öğrencilerin girişimcilik özelliklerini geliştirmeye yönelik çalışmalar yapmaktadır. Ancak üniversite düzeyinde girişimcilik eğitimi çalışmaları daha gerilere dayandığından üniversitelerde girişimciliğe yönelik eğitim ve uygulamalar diğer eğitim kademelerine göre daha ileri düzeydedir. Buna rağmen MEB-YÖK Programı kapsamındaki meslek yüksekokullarında ve başta iktisadi ve idari programları ile mühendislik bölümlerinde girişimcilik eğitimi verilmektedir. Meslek Yüksekokullarında İnşaat, Bilgisayar Teknolojisi ve Endüstriyel Elektronik gibi teknik; Büro Yönetimi, Sekreterlik ve İşletme gibi iktisadi ve idari programlar, bölümlerinde ise Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi adıyla, haftalık 2 veya 4 kredi ve dönemlik olarak verilmektedir (Küçük, 2009: 364)

Girişimcilik eğitiminin üniversitelerde, ortaokul ve liselerde, meslek kurslarında veriliyor olması iyi bir uygulama olmakla birlikte verilen eğitimin içinin dolu olması gerekir. Türkiye'deki girişimcilik eğitimi veren okul ve kurumların büyük bir çoğunluğunun verdiği eğitimler içerik bakımından yeterli olmadığı, diğer ülkelerle kıyaslandığında oldukça yetersiz olduğu görülecektir. Bu durum girişimcilik bilincinin eğitim alanında pek yerleşmediğinin bir göstergesi olarak karşımıza çıkar (Yelkikalan ve ark, 2010: 52)

Girişimcilik eğitimleri konusunda yapılan çalışmaların ne kadar etkili olduğu ile ilgili yapılan araştırmalardan biri TÜBİTAK'ın yapmış olduğu "Girişimci ve Yenilikçi Üniversite Endeksi 2017" başlıklı araştırmadır. İlk 50'ye giren üniversitelerin sıralaması "Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Yetkinliği", "Fikri Mülkiyet Havuzu", "İşbirliği ve Etkileşim", "Girişimcilik ve Yenilikçilik Kültürü", "Ekonomik Katkı ve Ticarileşme" başlıklarından oluşmakta ve 100 puan üzerinden değerlendirilmektedir (www.tubitak.gov.tr, 10.05.2019).

Tablo 1.1: Girişimci ve Yenilikçi Üniversite Endeksi 2017 Sıralaması

Girişimci ve Yenilikçi Üniversite Endeksi 2017 Sıralaması*						
Üniversite	Toplam	Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Yetkinliği	Fikri Mülkiyet Havuzu	İşbirliği ve Etkileşim	Girişimcilik ve Yenilikçilik Kültürü	Ekonomik Katkı ve Ticarileşme
SABANCI ÜNİVERSİTESİ	90,97	19,6	15,0	25,0	12,7	18,8
ORTA DOĞU TEKNİK ÜNİVERSİTESİ	87,31	19,8	10,9	25,0	12,8	18,8
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ	85,18	18,5	9,8	20,6	11,4	25,0
İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ	82,38	15,9	9,9	24,2	13,6	18,8
BOĞAZİÇİ ÜNİVERSİTESİ	82,16	18,0	10,7	24,9	10,7	17,9
İHSAN DOĞRAMACI BİLKENT ÜNİVERSİTESİ	81,56	19,9	9,8	24,8	10,0	17,0
KOÇ ÜNİVERSİTESİ	78,76	16,8	9,0	24,9	10,2	17,9
İZMİR YÜKSEK TEKNOLOJİ ENSTİTÜSÜ	77,50	20,0	9,5	23,1	7,3	17,6
ÖZYEGİN ÜNİVERSİTESİ	74,36	16,2	6,9	22,0	11,9	17,3
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ	68,74	12,6	11,8	20,2	10,2	14,1
TOBB EKONOMİ VE TEKNOLOJİ ÜNİVERSİTESİ	67,98	16,9	13,1	19,7	6,5	11,8
ABDULLAH GÜL ÜNİVERSİTESİ	56,94	10,7	8,1	20,0	6,8	11,4
ATILIM ÜNİVERSİTESİ	55,52	12,5	5,4	15,2	5,4	17,1
EGE ÜNİVERSİTESİ	53,95	10,9	4,7	18,2	15,0	5,2
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ	52,71	8,5	9,4	13,0	12,3	9,5
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ	52,50	12,7	6,2	16,7	12,0	4,9
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ	52,35	9,6	9,6	14,6	12,9	5,6
ERCİYES ÜNİVERSİTESİ	51,42	10,5	4,0	16,1	11,3	9,6
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ	50,94	6,7	6,2	17,8	11,7	8,6
ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ	47,41	7,6	7,4	14,3	12,9	5,3
GAZİ ÜNİVERSİTESİ	46,25	10,9	5,0	12,0	12,4	6,0
İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ	45,15	8,0	8,9	15,5	7,9	4,9
YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ	43,93	9,1	10,3	14,6	7,1	2,8
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ	43,28	6,5	3,0	12,1	8,0	13,7
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ	42,98	7,0	7,3	10,2	10,2	8,2
İSTANBUL ŞEHİR ÜNİVERSİTESİ	42,31	11,1	5,1	11,8	7,9	6,4
PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ	42,12	7,1	4,8	11,0	11,9	7,2
ANKARA ÜNİVERSİTESİ	42,12	11,1	1,8	14,0	10,2	5,0
YAŞAR ÜNİVERSİTESİ	41,92	8,3	7,3	16,0	10,3	0,0
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	41,35	8,2	2,1	12,2	13,1	5,7
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ	40,75	9,4	3,0	14,8	8,8	4,9
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ	40,60	8,4	6,1	9,8	13,1	3,2
MERSİN ÜNİVERSİTESİ	40,21	6,8	2,5	13,0	11,9	6,0
ÇANKAYA ÜNİVERSİTESİ	39,14	8,1	7,2	9,7	5,1	9,1
DÜZCE ÜNİVERSİTESİ	37,72	5,6	6,0	10,0	7,8	8,3
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ	36,97	9,0	3,3	13,2	9,2	2,3
KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ	36,46	8,1	3,4	11,8	9,7	3,4
İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ	35,94	4,8	2,4	15,5	6,7	6,5
DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ	35,34	7,5	3,7	8,9	3,6	11,6
BURSA TEKNİK ÜNİVERSİTESİ	35,18	11,0	7,9	15,5	0,8	0,0
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ	35,10	2,9	8,7	1,6	12,3	9,6
MEF ÜNİVERSİTESİ	34,92	3,1	9,3	9,8	0,2	12,5
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ	34,60	7,3	3,5	14,3	5,4	4,1
İŞİK ÜNİVERSİTESİ	34,05	3,7	4,2	7,7	9,7	8,8
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ	33,59	9,5	4,8	8,9	4,3	6,1
GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ	33,17	7,5	2,3	11,4	7,4	4,5
TÜRK HAVA KURUMU ÜNİVERSİTESİ	32,54	5,0	0,5	11,8	3,6	11,6
NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ	32,27	6,5	5,1	7,3	2,6	10,9
FIRAT ÜNİVERSİTESİ	31,44	6,4	3,0	7,1	10,5	4,5
MARMARA ÜNİVERSİTESİ	30,44	7,0	2,0	12,1	6,7	2,7

*16 yılı YÖK verilerine göre 50'nin üzerinde Prof. + Doç. + Y.Doç'a sahip 157 üniversite hesaplamalara dahil edilmiştir. eriler normalize edilirken Prof. + Doç. + Y.Doç toplamı kullanılmıştır. (Girişimcilik ve Yenilikçilik Kültürü boyutu normalize edilmemiştir.) eriler standardize edilirken min-max yöntemi kullanılmıştır.
 Şirlik: Birinci boyut:20, İkinci Boyut: 15, Üçüncü Boyut: 25, Dördüncü Boyut: 15, Beşinci Boyut: 25

Kaynak: www.unikampus.net, 20.02.2019.

Tablodan birçok sonuç çıkarılabileceği gibi durumun çokta iyi olmadığı söylenebilir. Bir üniversite düşünün bu üniversite Türkiye’deki sayılı üniversiteler arasında ancak, bilimsel ve teknolojik araştırma yetkinliği %20’nin altında. Türkiye’deki üniversitelerin hepsi yeterli düzeyde bilimsel araştırma yapamıyor, teknoloji üretmiyor demek oluyor. Diğer bir sorun da işbirliği ve etkileşim sorunu, bu durum üniversitelerin diğer kurum ve üniversitelerle tam manasıyla birlikte hareket edemediklerini fikir alışverişinde bulunamadıklarını bu tablodan rahatlıkla öğrenebiliriz. Ekonomik katkı ve ticarileşme de aynı şekilde hatta daha vahim durumdadır.

Son olarak tablodan çıkarım yapacağımız ve asıl konumuz olan “Girişimcilik ve Yenilikçilik Kültürü” oranına. Tablo aslında Türkiye’nin genel durumunu net görmemizi sağlayan bir tablodur. Tablodan da görüleceği gibi girişimcilik ve yenilikçilik konusunda da üniversitelerimiz yetersiz kalmaktadır. Bir üniversitenin amacı nedir? Ana merkezi bu başlıklar olması gerekirken varoluş nedenini unutmuş oldukları net bir şekilde görülmektedir.

Bu tablonun bir an önce düzeltilmesi adına çalışmalar yapılarak üniversitelerin asıl amacının ne olduğu hatırlatılmalıdır.

Girişimci yetiştirme konusunda yeteri kadar önem vermeyen üniversitelerin bu bilinci kazanması adına birçok çalışma yapılmaktadır. Ayrıca, girişimcilik eğitimi Türkiye’de çoğunlukla iktisadi ve idari bilimler alanında eğitim veren bölümlerde verilmektedir. Verilen bu girişimcilik eğitiminin içeriği ve kapsamı diğer ülkelerle karşılaştırıldığında, diğer ülkelere nazaran kapsamı daha az ve içerik olarak da yetersiz durumdadır.

İlköğretim ve ortaöğretim okullarından ziyade üniversitelere ağırlık verilmesi daha yerinde bir karar olmakla birlikte üniversitelerde başarı oranının artacağı kesindir. Özellikle üniversitede bu bilincin kazanılma oranının yüksek ihtimal olmasının nedeni ise; üniversite okuyan bireylerin diğer eğitim kurumlarına oranla daha fazla bilince sahip olmaları ve artık üniversite okumalarının nedeninin bu olmasıdır. Bu nedenle üniversitelere ağırlık verilmesi yerinde bir karar olur.

Girişimciliğin gelişiminde üniversitelerin girişimci bir yapıya kavuşmaları kadar bu üniversitelerde girişimcilik eğitimlerinin yaygınlaşması ve mezunların girişimcilik özelliklerinin geliştirilmesi de önemli olmaktadır. Girişimcilik eğitimi, pazarın bazı

beklentilerini karşılamada önemli bir sorumluluğa sahip olduğundan üniversitelerin girişimcilik eğitimine ilişkin çalışmalarının ciddiyle tasarlanması ve uygulamaya dönük geliştirilmesi gereği belirmektedir (Bulut, Aslan, 2014: 1-20).

Uygulamalı girişimcilik eğitimleri, ülkede girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması ve başarılı işletmelerin kurulması genel hedefine uygun olarak; girişimcilerin iş kurma ve yürütme konularında bilgi ve beceri sahibi olmaları, bu süreçte kendi rol ve sorumluluklarının farkına varmaları ve kendi iş fikirlerine yönelik iş planı hazırlayabilecek bilgi ve deneyim kazanmaları amacıyla düzenlenir.

Bu kapsamda düzenlenecek eğitimler;

- KOSGEB Birimleri tarafından düzenlenen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri,
- Ulusal veya uluslararası projeler kapsamında, KOSGEB tarafından yürütülen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri,
- Kurum/kuruluşlar tarafından düzenlenen ve KOSGEB tarafından onaylanan Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri/Girişimcilik Programları,
- Yükseköğretim veya Ortaöğretim Kurumları tarafından örgün eğitim kapsamında verilen ve KOSGEB tarafından onaylanan girişimcilik dersleridir.

KOSGEB'in bu alanda uygulamaya koymuş olduğu girişimcilik eğitimleri artık uzaktan eğitimin bir şekli olarak e-eğitim şeklinde de olabilmektedir. Başkanlıkça belirlenen eğitimlerin içerik açısından daha kapsamlı bir hale getirildiği süreçte daha fazla verim almayı amaçlamaktadır. Bu alanda eğitimin hedef kitlesi genel olarak yeni iş kuracak kişilerdir. Bu eğitimler devlet desteğiyle birlikte daha geniş kitlelere yaymayı amaçlamaktadır. Bu sayede eğitimi alan kişilerin eğitimden daha fazla verim almalarını sağlamakla birlikte her bir bireyi iş kurmaya yönlendirecek bir yapıya kavuşturmadır. Refah seviyesiyle birlikte insanların iş bulma oranını yükselterek istihdama katkıda bulunmak elbette ana hedeflerdir. İş kurmak isteyen ancak, iş kurma aşamasının neresinden başlayacağını bilemeyen girişimcilere bir yol gösterme niteliği kazandırmak eğitimin konularından biri olmalıdır.

İş kurmak isteyen bir girişimci için, iş kurmadan önce yapması gereken işlemlerin ve aşamaların bir program dahilinde sistematik olarak neler yapması gerektiğinin iyi kavraması açısından önemlidir.

KOSGEB'in bu konuda girişimcilik eğitimi vermesi girişimciler için faydalı olacaktır. Girişimci olma yolunda ilerleyen adaylara öncelikle bir iş bulma fikri verilmeli, bu işi geliştirme aşamasına daha sonra geçilmelidir. Pazar araştırması, yönetim, rekabet gibi diğer unsurlar da eğitimin bir parçası olmalıdır (Bozkurt, Aslan, Göral, 2011: 49).

KOSGEB tarafından girişimcilik eğitimleri modül diye nitelendirilen 4 temel unsurdan oluşturulmuş ve sistematik bir şekilde uygulamaya konulmak üzere şekillendirilmiştir. Bu modüller şunlardır (www.kosgeb.gov.tr, 2016);

- **Modül 1:** Girişimcilik özelliklerinin sınanması, iş fikri geliştirme ve yaratıcılık egzersizleri ile sorumlu girişimcilik kavramı ve tecrübe paylaşımı,
- **Modül 2:** İşletme kavramı, işletme fonksiyonları, türleri, kuruluş şekilleri, mali ve hukuki sorumluluklar,
- **Modül 3:** İş planı kavramı ve öğeleri (pazar araştırma, pazarlama planı, üretim planı, yönetim planı, finansal plan),
- **Modül 4:** İş modeli ve iş planına yönelik atölye çalışmaları.

KOSGEB tarafından verilen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimlerine olan ilgi son yıllarda bir hayli artmıştır. Bu eğitime olan katılımın artmasının, istihdamının iyileşmesine etkisi olduğu söylenebilir. Eğitimlere ücretsiz olarak katılabilen girişimci adaylarına destek tutarı, destekten yararlanma koşulları ve iş planının nasıl yazılması gerektiği konusundaki bilgiler aşama aşama anlatılmaktadır. Bu eğitimler sonucunda iş yaşamına atılma konusunda motive olan girişimci adayları iş kurma konusunda daha cesaretli davranabilmektedir (Uluköy, 2013: 87)

Solomon, Duffy ve Tarabishy, 2002 yılında girişimcilik eğitimi konusunda etraflı bir araştırma yapmışlar ve girişimcilik eğitiminin esas amacının tipik bir işletme eğitiminden farklı olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Onlara göre iş kurmak, bir işi başlatmak, işletme yönetiminden farklı olan bir faaliyettir. Girişimcilik eğitimi müzakere etme, liderlik etme, yeni ürün geliştirme, yaratıcı düşünme, teknolojik gelişmelere uyum gösterme becerilerini kazandırabilecek derslerden oluşmalıdır. Solomon, Duffy ve Tarabishy'e göre girişimcilik eğitiminde önemli kabul edilen diğer alanlar şunlardır. (Solomon, Tarabishy, Duffy, 2002: 65-86):

- Girişimcilik Bilinci ve Farkındalığı,
- Risk Sermayesi Kaynakları,

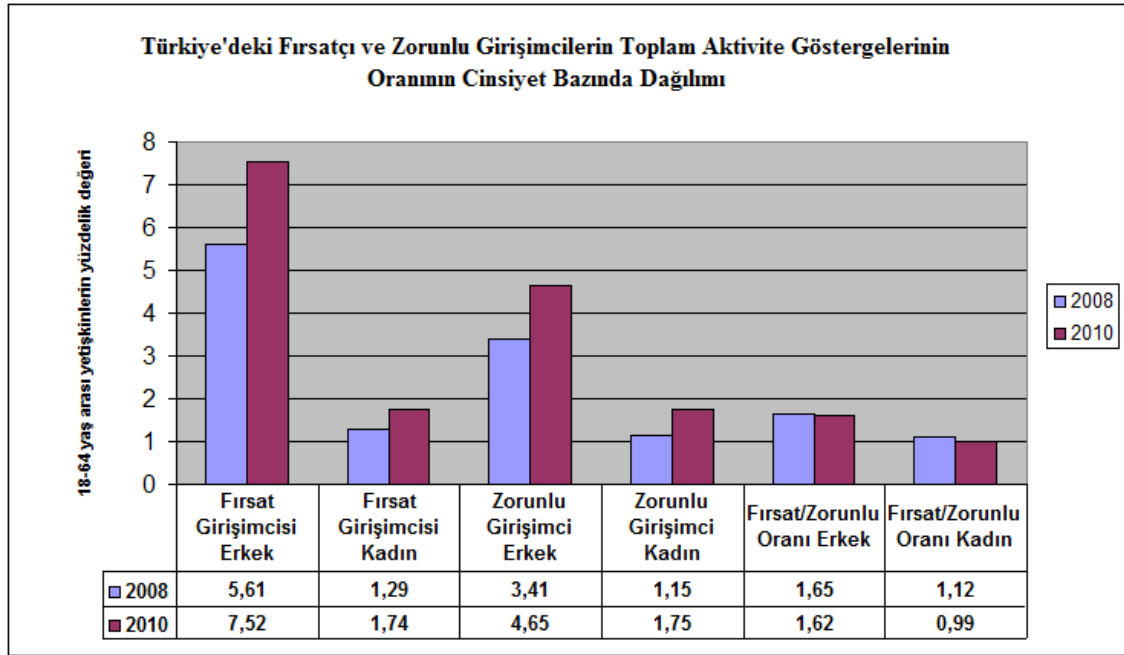
- Fikir Koruma,
- Belirsizlik Toleransı,
- Girişimsel Kimlik Özellikleri.

Aynı araştırmacılar girişimcilik eğitiminde kullanılan yöntemleri şu şekilde sıralamışlardır:

- İş planı yazma
- Öğrencilerin iş kurma çalışmaları yapması
- Girişimcilere danışma
- Bilgisayar simülasyonları kullanma
- Girişimcilerle röportaj yapma
- Çevreyi inceleme
- Vaka Çalışmaları / Yaşanmış Vaka İncelemeleri
- Geziler yapma; filmler ve videolar izleme
- Söz konusu yöntem ve yaklaşımlar pazardaki ve beklentilerdeki değişimlere ve gelişmelere paralel olarak değişebilmektedir.

Yapılan bir araştırmada dünyada önde gelen yüz üniversite ve Türkiye'deki bütün üniversiteler araştırılmış, bu üniversitelerin internet adreslerindeki girişimcilik ve bu konuda verilen eğitim hakkındaki durumları incelenmiş ve bazı ilginç bulgulara rastlanmıştır. Dünyadaki diğer ülkelerde girişimcilik eğitim yüksek lisans düzeyinde verilirken, bu durumun Türkiye'de ön lisans düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Yine diğer ülkedeki üniversitelerde daha çok iktisadi ve idari bilimler alanında eğitim veren fakültelerde girişimcilik eğitimi verilirken, Türkiye'de mesleki bölüm olan ön lisans programlarında verildiği görülmüştür. Ayrıca araştırılan diğer ülke üniversitelerinde girişimcilik eğitimi çok kapsamlı ve ciddiye, Türkiye'de bu durum tam tersi olduğu tespit edilmiştir.

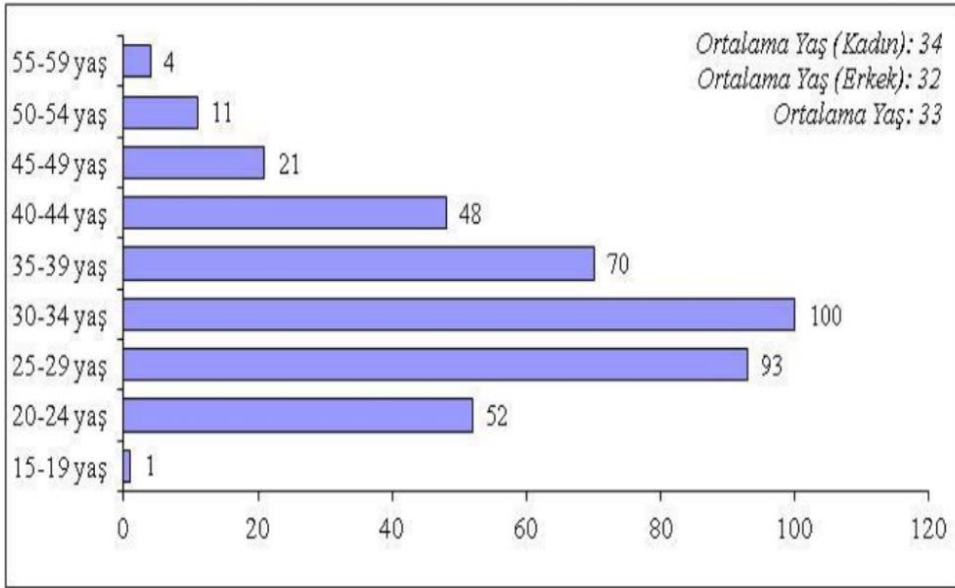
Girişimcilikle ilgili bir diğer sorun ise cinsiyet ayrımcılığıdır. Toplumda pek fazla yer bulamayan kadın girişimcilerin oranı Türkiye'de yok denecek kadar azdır. Bu sadece Türkiye'ye has bir durum değildir.

Grafik 1.3: Kadın Girişimcilerin Türkiye’deki Durumu

Kaynak: www.anahtar.sanayi.gov.tr, 2019.

2008 ve 2010 yılının karşılaştırmalı bir analizini yapan bu grafik iş dünyasında kadın girişimcilerin ne kadar az bir yere sahip olduğunu göstermektedir.

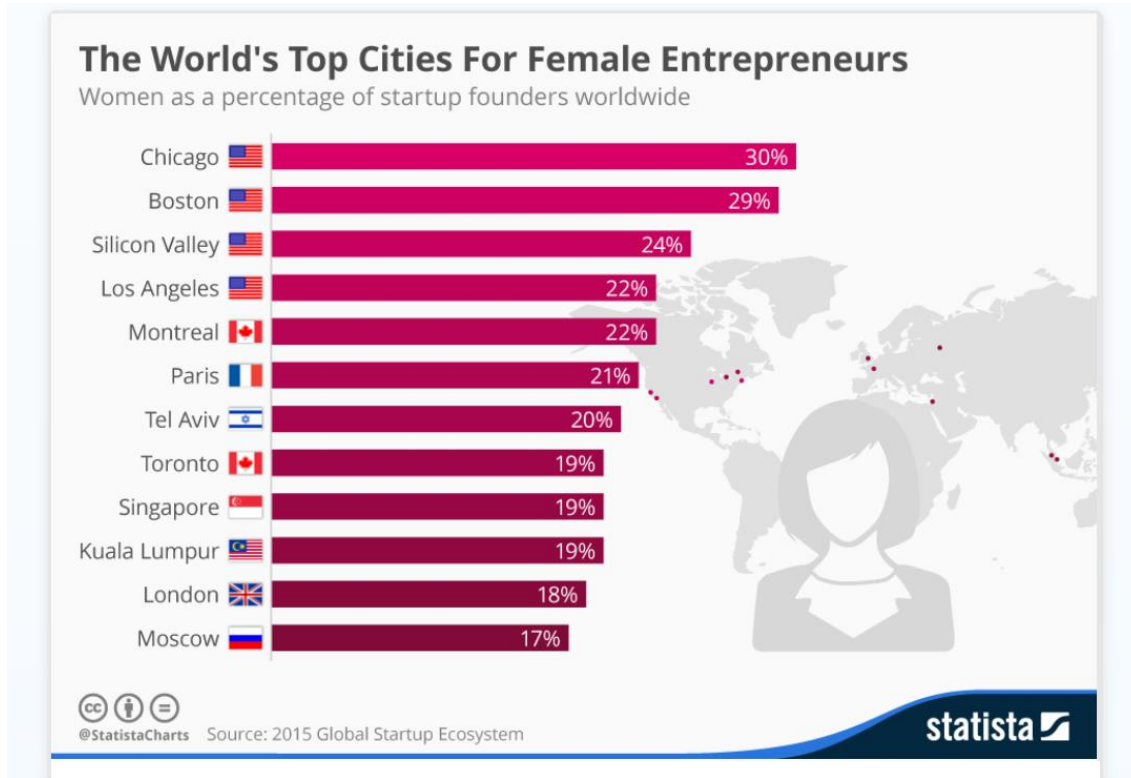
KOSGEB kadın girişimciliğinin desteklenmesi konusuna da eğilmiş ve bu konuda İstanbul, Kütahya, Çorum gibi şehirlerde Kadın İş Geliştirme Merkezleri açmıştır. 2012 yılından itibaren kadın girişimcilere verilen destek yeni girişimci desteğinin yüzde 60'ını kapsamaktadır. İŞKUR, MEB gibi kurumlarla birlikte hareket ederek bu oranı daha da artırmayı planlamaktadır (www.anahtar.sanayi.gov.tr 23.05.2019).

Grafik 1.4: Girişimcilerin Yaş Aralığı

Kaynak: www.anahtar.sanayi.gov.tr, 2019.

Yukarıdaki tablodan görüleceği üzere girişimcilerin iş hayatına atıldıkları yaş aralıkları verilmiştir. Kadınlarda bu yaş 34 olarak saptanırken erkeklerde ise yaş aralığı 32 olarak tespit edilmiştir. Bunun sosyal, ekonomik nedenleri olması yanında örf adet gelenek ve diğer unsurların da payı azımsanamayacak kadar büyüktür.

Grafik 1.5: Kadın Girişimciler İçin Dünyanın En İyi Şehirleri



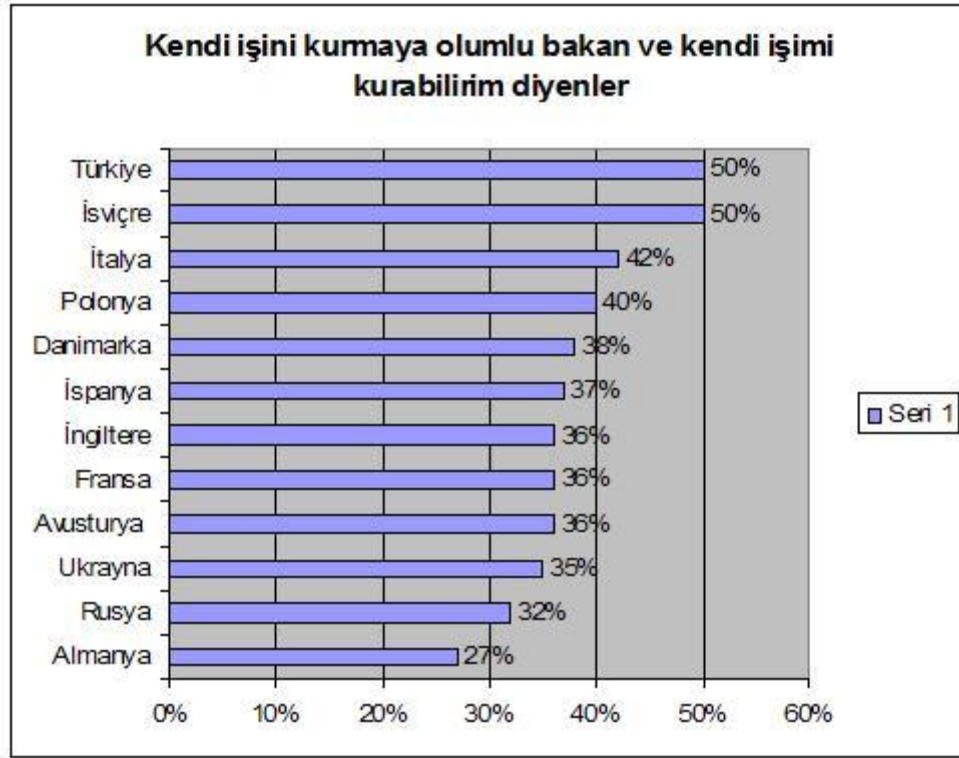
Kaynak: www.statista.com, 20.02.2019.

Tabloda 25 Ağustos 2015'te yayımlanan iş dünyasının kadın girişimcilerinin oran olarak en fazla olduğu şehirler sıralanmıştır. Elbette bunların en başında Amerika'nın 4 eyaleti gelmektedir. %20'lerin üzerinde seyreden oranların bulunduğu şehirlerin girişimcilik eğitimi konusunda çok ileri düzeyde olduklarına değinmiştik. Tabloya göre erkeklerin oranı daha yüksek olmasına rağmen önceki yıllara oranla kadınların oranının arttığı bir gerçek. Kadın girişimcilerin büyük bir bölümü ise Kuzey Amerika'da yer alıyor. Chicago %30'luk bir oranla dünyada en yüksek kadın girişimci barındırma oranına sahip (www.statista.com, 12.01.2019).

Bu durum Türkiye'de nasıl bir bakalım. Türkiye'de 2014 yılında kadın girişimci sayısı 109.000'e ulaşarak yaklaşık olarak %9 oranında kadın girişimci bulunmaktadır (www.dunya.com, 25.04.2019).

Görüleceği üzere kadın girişimcilerin Türkiye'deki oranı dünyadaki diğer ülkelere göre çok düşük bir orana sahip olmasına rağmen giderek artmaktadır. Yükselen bir ivme ile bu oran katlanarak yükselecektir.

Grafik 1.6: Kendi İşini Kurmaya Olumlu Bakanların Oranı



Kaynak: www.kobitek.com, 2019.

Kendi işini kurmak isteyen, diğer bir deyişle kendi işinin patronu olmak isteyen kişilerin oranı Türkiye’de %50 civarındadır. Bu oran Avrupa’nın en yüksek oranıdır. Her şeye rağmen Türkiye girişimci ruhuna sahip bireyler yetiştirmiştir. Girişimcilik Türkiye vatandaşlarında doğal olarak bulunmaktadır. Birçok genç eğer fırsat verilirse kendi işinin patronu olmaya hazırdır. Türkiye insanların bilgi eksikliği giderildiği ve sermaye sağlandığı zaman girişimci sayısında yüksek bir artış olacaktır.

Yukarıdaki tablolarda da görüleceği gibi girişimcilerin yaş ortalamasına bakıldığında bu girişimcilerin genelde genç oldukları görülecektir. KOSGEB’in uygulamaya koyduğu bir programa göre iş hayatına atılan gençlere büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Yani bu konuda gençler düşünülmüştür.

KOSGEB tarafından yürütülen ve Avrupa Birliği hibe destekli bir program olan “Genç Girişimciler İçin Erasmus Programı” ile kendi işini kurmak isteyen, işini büyütmek isteyen ya da yeni iş fikirlerine sahip olmak isteyen gençlerin başvurabildiği bir programdır.

Programın ara hedefleri arasında, iş hayatına yeni atılan girişimcilerle deneyimli girişimcileri bir araya getirerek, girişimcinin kendi fikirlerini misafir olarak gittiği işletmenin başında tecrübe kazanma fırsatı vermektir. Bunun yanı sıra asıl işletme sahibine araştırma ve geliştirme konularında destekler sunmak ve yeni iş ilişkileri geliştirmektir (www.kosgeb.gov.tr, 20.01.2019).

Genç girişimcilere destek veren kurumlar arasında Gelir İdaresi Başkanlığı da yer almaktadır. Gelir İdaresince verilen bu destek genç girişimcilere büyük imkanlar sunmaktadır. İşini yeni kuranlara üç yıl boyunca elde ettikleri kazançlarından vergi alınmamaktadır. Ayrıca, sigorta primlerini de bir yıl boyunca devlet ödemektedir. Böylece genç girişimcilere destek olunmaktadır (www.gib.gov.tr, 27.11.2018).

1.3.5. Piyasa Araştırması ve İhracatın Artırılması Hizmetleri

Yurdumuzdaki işletmelerin ve buna bağlı olarak girişimci ve küçük yatırımcıların uluslararası piyasaya açılabilmesi, ithalat ve ihracat yapabilmeleri, pazarlama ve iş bağlantıları kurabilmeleri ve istihdam sağlama güçlerinin artırılması buna bağlı olarak yapılan tüm girişimler için KOSGEB‘den hibe, danışmanlık hizmeti gibi yardımlar alınabilmektedir.

1.3.6. Bölgesel Destekler ve Kalkınmayı Sağlayan Hizmetleri

İşletmelerdeki ürünlerin verimini artırabilmek, ürünlerdeki çeşitliliği sağlayabilmek ve verimliliklerini sürekli kılmak amacıyla aynı iş alanında faaliyette bulunan işletmelerin birlikte çalışabilecekleri atölyeler ile bu atölyelerde bir araya getirilen işletmelerin ihtiyaçların temini, üretim ve tasarım üzerine çalışmalar yapabilmeleri adına teşvik ve destek verilmektedir. Her alanda bulunan iş dallarına yönelik “Kalkınma Projeleri” yürütülmektedir.

1.3.7. Laboratuvar Hizmetleri

İşletmelere, deneme çalışmaları yapma ve teste tabii tutma gibi araştırılan bir ürünün vazgeçilmez unsurları olması nedeniyle, bu gereksinimlerin giderilmesi, ulaşılabilir olması ve aynı zamanda kolaylık sağlaması için Laboratuvar Desteği vermektedir.

1.3.8. Danışmanlık Hizmeti

Küçük işletmelerin karşılaştığı önemli sorunlardan olan hammadde seçmelerinden ürünleri pazarlamalarına kadar her bir aşamadaki karşılaşılan engelleri aşabilmeleri amacıyla, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Dairesi Başkanlığı tarafından danışmanlık hizmeti de sağlanmaktadır.

1.3.9. Kalite Geliştirme ve Markalaşma Hizmetleri

Günümüzde mal ve hizmet çeşitliliği her geçen gün artmakta ve giderek değişikliğe uğramaktadır. Bu durum beraberinde şirketlerin ürettiği ürünlerde farklılaşmayı belirgin olarak ön plana çıkma gerekliliği yaratmaktadır. Alıcıların beklentilerine cevap verme konusunda diğer firmalardan ayrılmayı, üretim yaparken ürünlerde kaliteyi artırmayı gerekli kılmıştır. Bunu başarabilen şirketler uzun süre ayakta kalmayı başarabilmiştir (Yıldız, 2015: 1).

Marka kavramının tarihi bilinmemekle birlikte çok eskilere dayandığı söylenebilir. Eskiden ticarete üreticiler ürünlerinin üzerine kendi işaretlerini damgalayarak diğer ürünlerden ayırmışlardır. Bilindiği üzere bunun yapılmasının asıl nedeni diğer ürünlerden ayırmanın kolay olmasını sağlamaya çalışmaktır. “branding” kelimesinin kökeninde eskiden köylülerin sığırlarının diğer sığırlarla karışmasını engellemek için kullandıkları bir yöntem olmuştur (Uztuğ, 2003: 14).

Günümüz markalama sisteminin ilk uygulama denemeleri 1266 yıllarında İngiltere’de kullanılmıştır. Modern anlamda ilk denemeler olan bu uygulama İngiltere’de fırıncıların ekmeklerini belirlemek için kullanılmış, bu sayede vergi toplamanın daha kolay olduğunun farkına varılmıştır (Perry, Wisnom, 2003: 11-12).

Günümüzde marka damgalama sisteminden çok daha fazlasını ifade etmektedir. Üreticilerin mal ve hizmetlerinin diğer üreticilerden ayırt edilmesini sağlayan, işaret, sembol, itibar gibi anlamları da içinde barındırmaktadır.

Marka kavramı o kadar ciddiye alınmıştır ki yasalarla hem marka tanımı yapılmış hem de markalar koruma altına alınmıştır.

Tüketiciler açısından marka bir güven, kalite, üretici ve tüketici arasında bir anlaşma gibi algılanmaktadır. Tüketici güven duyduğu bir markayı aldığında sağlamlığı,

kaliteli oluşu, eğer hizmetse iyi bir hizmet alacağı duygusu ile hareket etmektedir. Bir ürün alırken tüketiciler markasını bildiği ürünlerde fikir sahibi olduğunu düşünerek hareket eder.

Tüketiciler açısından marka kavramını şu şekilde maddeler halinde sayabiliriz.

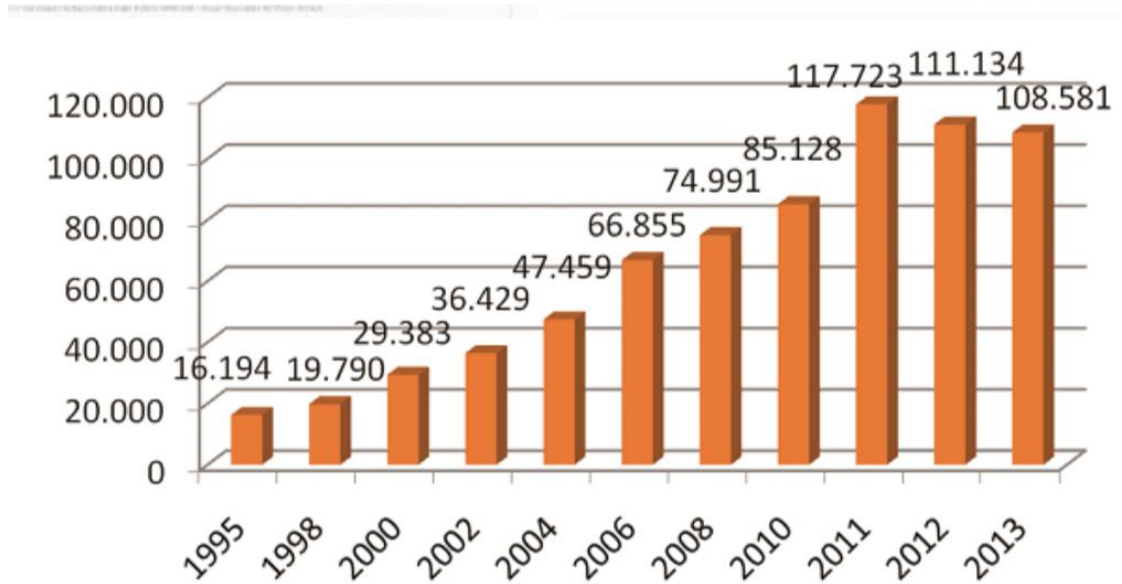
- Markalar tanımayı sağlar ve tercih yaratır,
- Karar vermeyi kolaylaştırır,
- Markalar güven verir, kalite güvencesi verir, algılanan riski azaltır,
- Tüketicinin kendini ifade edebilmesine yardımcı olur, (Temporal, 2000)
- Neden markalaşmak gerekir sorusuna gelince; aslında hiç de göz ardı edilmeyecek sayıda avantajlara sahiptir.
- Markalar, taklit yapılmak suretiyle oluşabilecek haksız kazançlara karşı önlem sağlar. (Tek, 1990)
- Markalamanın bir avantajı da kontroldür. Markalı ürünlerini üretmek için bir üretici ile anlaşılan bir aracı, marka sayesinde fiyat, reklam, promosyon, faaliyetlerinde kontrole sahip olmaktadır. (Mentzer, 1985)
- Markalama, talebin fiyat esnekliğini azaltarak firmaların kar marjının istikrarlı olmasını sağlar. (Stanton, Charles, 1987)
- Markalama, tüketicilerin markaya olan bağlılıklarını olgunlaştırarak şirketlere yardım eder. Alıcılar belirli bir markaya bağlı olduğu ölçüde, firmanın o ürün için pazar payı belirli bir seviyeye ulaşır ve kaynakların etkin kullanımına imkân sağlar. (Pride, Ferrel, 1987)
- Pazarlamacılar etkin ambalaj, dağıtım kanalıyla uygun olan statü imajını markaya katabilirler. Statü sembolünün yaratılması, talebin korunmasını, fiyat ayarlamalarının daha kolay yapılmasını mümkün kılar. (O'Cass,)
- Alternatif gelir kaynakları sağlar. İşletmeler tescil yoluyla koruma hakkı kazandığı markalarını, bir fikri ve sınai hak olarak istedikleri işletmelere belirli bir lisans bedeli karşılığında kiralayabilmektedirler. (Raj, 2008: 21)

- Muhasebe kayıtlarında “Maddi Olmayan Duran Varlıklar” kaleminde muhasebeleştirilen marka değeri, işletmenin bilançosuna olumlu etki yapmaktadır (A.g.e.).

Marka temelde ayırt edici olmalı, kaynağını belirleyici, tanınabilir olma ve ürünün bazı özellikleri konusunda garanti veriyor olması gerekir.

Bir markayı marka yapan diğer bir özellik tanınıyor olmasıdır. Belki de günümüzün en önemli özelliği de budur. Tüketicilerin çoğu bir ürünü alırken öncelikle baktıkları özellik ürünün tanınmış bir markaya sahip olması gerektiğidir. Artık marka bir kimliği ifade etmektedir.

Grafik 1.7: Marka Başvuru Sayıları

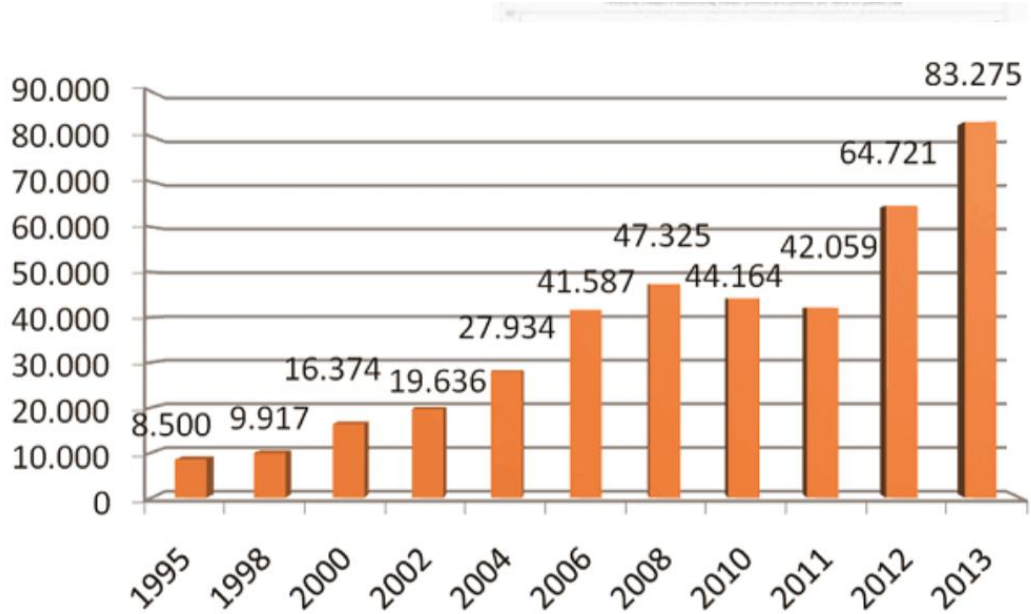


Kaynak: www.anahtar.sanayi.gov.tr, 22.03.2019.

Yukarıdaki tabloda Türkiye’de yapılan marka başvuru sayılarını gösterilmiştir. Tabloyu inceleyecek olursak 2011 yılından sonra bir düşüş yaşandığı görülecektir. 2017 yılında marka başvuru sayısının 106.099 olduğu dikkate alınırsa 2011 yılına oranla hala düşüşte olduğu varsayılabilir. Bu düşüşün nedeni büyük oranda ekonomiktir (www.anahtar.sanayi.gov.tr, 2019).

Yine de Türkiye marka başvuru sayısı bakımında dünyada altıncı sırada yer alırken Avrupa’da 2014 yılına kadar birinci sırada yer almaktadır. Türkiye’de marka başvuruları 2014 yılına kadar yirmi kat artmış Çin’den sonra en çok artan ülke olmuştur.

Grafik 1.8: Marka Tescil Sayıları



Kaynak: www.anahtar.sanayi.gov.tr, 2019.

Markalaşma sürecinde marka başvurularının önemi büyük olsa da asıl önemli olan bu başvuruların ne kadarının kabul edildiğidir. 108.581 marka başvurusunun 83.275 tanesi tescil edilmiştir. 2017 yılında 106.099 adet marka başvurusunun 77.394 tanesi tescillenmiştir. Yine de her geçen yıl artış gösterdiği söylenebilir.

Markalaşma konusunda son yıllarda KOSGEB tarafından verilen desteler sayesinde birçok başarı hikayesi de ortaya çıkmaya başlamıştır. KOSGEB’in verdiği girişimcilik eğitimleriyle kendi markalarını oluşturan ve desteklerle başarı sağlayan kişilerin sayısı giderek artmaktadır.

Sanayileşmenin bir gereği olarak markalaşma çoğu ürün ve hizmetlerin tercih edilmesinde önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle KOSGEB’in yaptığı çalışmalar arasında yer alan markaların korunması, küresel pazarda küçük işletmelerin pazar payını artırmak ve diğer ürünlerle rekabet edebilecek konuma getirmek için üzerine çalışmalar yürütmektir (www.kosgeb.gov.tr, 16.03.2019).

Dünya çapında tanınan bir markamızın olmaması Türkiye için büyük bir sorun oluşturmaktadır. Bir ülkenin ekonomik olarak büyüklüğü tanınmış markaların çokluğuyla doğru orantılı olarak hareket etmektedir. Bu nedenle bir dünya markası oluşturmak için birçok kurum koordineli olarak çalışmaktadır. Tanınmış markalar sayesinde ülke ekonomisi de kalkınmaktadır. Devlet eliyle birçok etkinlik yürütülmektedir.

Türkiye’de markalaşmaya fazla önem verilmemesinden dolayı dünyanın en değerli 500 markası arasında hiçbir Türk şirketi bulunmamaktadır. KOSGEB ve birlikte hareket ettiği bütün kurumların hedefi yeni dünya devleri yaratmak olmalıdır.

Dünya çapında bilinen bir marka yaratmanın yolu ilk başta kaliteli ürün üretmekten geçer. Kaliteli bir ürünün markalaşması uzun zaman almayacaktır. KOBİ’lerin ve ayrıca girişimcilerin de uluslararası standartlara uygun üretim yapmaları ve ürün geliştirme faaliyetlerinde bulunabilmeleri için KOSGEB Kalite Geliştirme hizmeti adı altında hizmetler vermektedir.

KOSGEB’in bu hizmeti sayesinde üreticilerin daha kaliteli üretim yapması amaçlanmış, piyasaya yeni ve kaliteli ürünlerin girmesini sağlanmaya çalışılmıştır.

1.3.10. Eğitim Hizmetleri

KOBİ’lerin her geçen gün değişen ve artarak devam eden gelişim ve bilgiye ayak uydurabilmeleri amacıyla bu işletmelerin eğitim ihtiyaçlarını ve bilgiye zahmetsiz ulaşmayı sağlamak amacıyla başta mevzuat olmak üzere teknik bilgi içeren konularda da programlar düzenleyerek, işletmeleri bilinçlendirmeye yönelik kısa ve öz yani vakit almayan paneller ve sempozyumlar düzenlenmektedir.

1.3.11. Denetim ve Gözetim Hizmetleri

Diğer ülkelerle yapılan ticarete ilgi gören ürün ve hizmetlerin kalite standardının, fiyatının, sınıflandırılmasının doğru olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla KOSGEB tarafından Gözetim Hizmeti verilmektedir.

1.4. KOSGEB’İN YAPTIĞI DESTEKLER

Küçük işletmelerin büyüyebilmeleri için bazı ihtiyaçlarını karşılamak durumundadırlar. İşletmeler bu ihtiyaçlarını karşılayamadıkları zaman büyük ve güçlü

işletmeler karşısında rekabet edemez duruma geleceklerinden piyasadan silinmeleri kaçınılmaz sonları olacaktır. Bu nedenle işletmelerin piyasada rekabet edebilme ya da en azından ayakta durabilmeleri için bazı destekler verilmesi gerekmektedir.

1.4.1. KOBİ'lerin Projelerine Yapılan Destekler

Bu programın asıl amacı ve gerekçesi işletmelerin, işletmeye has olan sorunların proje haline getirildikten sonra maliyetlerin desteklenmesi programı şeklinde açıklanabilir. KOBİ'lere verilen bu Proje Destek Programının amacı ise işletmelerin kendilerine özgün olan sorunların yine işletmelerin kendileri tarafından proje haline getirildiği ve bu projelerin oluşturulmasında meydana çıkan maliyetin karşılanabilmesi için bir destek programına gereksinim duyulmuştur, küçük çaplı işletmelerde proje üretme ahlakı, alışkanlığı kazandırma ve bu disiplinin mümkün olduğunca yerleştirilmesi, işletmelerde bir proje yapabilme kapasitesinin en üst seviyede artırılması, şeffaf ve esnek destek sistemine gereksinim duyulmasıdır (www.kosgeb.gov.tr, 13.04.2019).

1.4.2. Tematik Proje Destek Programı

İşletmelerin kendi kapasitelerini artırma bilmelerini sağlamak amacıyla, ulusal politikadaki değişim ve işletmelerin ihtiyaçlarının sürekli değişkenlik göstermesi nedeniyle, bu konjonktüre uyum sağlaya bilmelerine yardımcı olmak için, KOSGEB tarafından belirlenen bir tema üzerinden proje hazırlanmasını sağlamak amacıyla belirlenen alanlarda sunulan projelerin desteklendiği, bu kapsamda bulunan ve sınırları çizilmiş olan bu programlar tematik program olarak nitelendirilir. Küçük çaplı işletmelerin şirketlerini büyütmeleri, kapasitelerini artırmaları ve meslek kuruluşları aracılığıyla bu işletmelerin rekabet edebilecek duruma gelebilmesi maksadıyla daha çok proje ortaya koymalarının teşvik edilmesi en yüksek strateji donelerinde vurgulanan özellikler göz önünde bulundurularak sınırları çizilen tematik konularda çevresel ve sektör bazında gereksinimlerin temin edilmesi belirlenen kurallara ve özelliklere bu küçük işletmelerin uyumlu hale getirilmesi, hiçbir işe yaramayan Meslek Kuruluşların küçük işletmeleri rekabet edebilecek hale getirmek maksadıyla daha çok proje ortaya konmasını sağlamayı amaçlamıştır. Ancak bu uygulama KOBİGEL- KOBİ Gelişim Destek Programının uygulamaya konulmasıyla askıya alınmıştır (www.kosgeb.gov.tr, 12.05.2019).

1.4.3. İş birliği Güç birliği Destek Programı

KOBİ'lerin kendi aralarında koordineli olarak güç birliği yapıp projeler oluşturmaları, var olan problemleri birlikte çözüme kavuşturmak için bir araya gelmelerini sağlamak amacını taşıyan KOSGEB'in düzenlediği programlardan biridir. Herhangi bir işletmenin tek başına sorunlara çözüm bulmada zorlandığı durumlarda ortaklıklar oluşturmak suretiyle sorunların aşılmasını sağlamaya çalışmaktadır.

Bu programın asıl amacı ve gerekçesi KOBİ'lerin bir araya gelerek var olan ve tüm işletmeleri ilgilendiren sorunlara ortak çözümler üretilmesini sağlayarak KOBİ'lerin temin etme, yeni pazarlara ulaşma, kapasitelerini güçlendirilmesi, rekabet edecek güce sahip olma, parasal kaynaklar başta olmak üzere birlikte hareket etmeden sahip olamayacakları birçok kaynağa ulaşabilme olanağı sağlamaktır. KOBİ'lerin bir amaç için bir arada toplanarak kapasitesi yüksek ve rekabet edebilecek işletmeler haline gelebilmeleri, piyasa ekonomilerinden faydalanılarak tasarruf sağlanmasına, işletmeler arasında birlikte hareket ve dayanışma kültürünün geliştirilmesine yönelik projeler desteklenmektedir.

1.4.4. AR-GE, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek programı

Küçük işletmelerin ve girişimcilerin araştırma ve geliştirme, değişik fikirleri geliştirmek ve bunları uygulamak ve sanayi alanlarda uygulama yapabilmelerine olanak sağlayan projelerine verilen desteklerdendir.

Bu programdaki asıl amaç ve gerekçe bilim alanında ve teknolojiye olası yeni icatlar, fikir ve buluşlara imza atan işletmelerin gelişmelerini sağlamak, Teknoloji alanında yeni fikirler ortaya koymak, teknolojinin desteklenmesi amaçlanarak, KOBİ'lerdeki araştırma ve geliştirmede bilinç sahibi olmalarını yaygınlaştırmak ve teknolojik kapasitelerini artırmaktır. Hali hazırdaki AR-GE desteklerinin iyileştirilmesi, yenilikçi aktivitelerin desteklenmesi, AR-GE ve yeni buluşlara imza atan projelerin sonuçlarının ticari hale getirilmesi ve endüstriyel alanda uygulanmasına destek mekanizmalarına gereksinim duyulmasıdır.

1.4.5. Genel Destek Programı

Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin farklı alanlardaki küçük çaplı gereksinimlerinin teminini sağlamaya yönelik ve proje hazırlanmasına gerek duyulmadan işletmeleri destekleyen bir programdır. Bu programdaki maksat ülke çapında finansal ve toplumsal gereksinimlerinin giderilmesinde, küçük çaplı ve orta büyüklükte sayılabilecek firmaların oranını ve piyasadaki varlığını artırarak, mücadele kapasitelerini ve seviyelerini rekabet edebilecek düzeye getirmek, sanayi alanında uyumlu hale gelmelerini, ekonomik değişimlere uygun bir biçimde hayata geçirmek için Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Geliştirilmesine ve Destekleme İdaresi Başkanlığınca yürütülecek Genel Destek Programı ile ilgili işlemlerin ve kuralların ana hükümlerinin düzenlenmesini sağlamaktır.

1.4.6. Girişimcilik Destek Programı

Şirketlerin gelişmesi ve girişimcilere her türlü desteğin sağlanması ve girişimciliğin tabana yayılmasını sağlamak, bu alanda işletmelerin başarı şansının artırılmasını sağlamak maksadıyla KOSGEB öncülüğünde girişimci ve işletmelere sağlanan bir avantajdır. Bu proje 3 temel uygulama alanı üzerine kurulmuştur (www.kosgeb.gov.tr, 10.03.2019):

1. Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi
2. Yeni Girişimci Destek eğitimi,
 - a. İşletme Kuruluş Desteği eğitimi,
 - b. Kuruluş Dönemi Makine, Teçhizat ve Ofis Donanım Desteği,
 - c. İşletme Giderleri desteği,
 - d. Sabit Yatırım Desteği

3. İş Geliştirme Merkezi Desteği (İŞGEM),
 - a. İŞGEM Kuruluş Desteği
 - b. İŞGEM İşletme Desteği
4. İş Planı Ödülü

1.4.7. Gelişen İşletmeler Piyasası KOBİ Destek Programı

KOBİ'lerin hisselerinin henüz yeni yeni gelişmekte olan küçük çaplı işletmelerin Piyasada rağbet görmesi için halka arz edilmesinde bilgilendirme ve yönlendirme, SPK kuruluna kayıt, bağımsız denetim gibi konularda ve bu süreçte çıkan maddi sorunların tedarik edilmesini sağlamak maksadıyla yapılan bir destektir.

1.4.8. Kredi Faiz Desteği

İşletmelerin en önemli konulardan biri olan yatırım yapabilmek için, sermayenin artırılması ve ihracat alanına yatırım yapma kapasitesini artırmak adına Türk Lirası ya da yabancı para likiditesi, nakit ya da nakit benzeri kredi, kar payı gibi parasal ihtiyacın bir kısmını ya da tamamının KOSGEB tarafından karşılanmasının sağlanması amaçlanmıştır.

1.5. KOBİ KAVRAMI

KOBİ kavramı aşağı yukarı bütün gelişmiş ülkelerde kullanıla gelen bir olgudur. Ancak bu olgunun kapsadığı geniş çaplı anlam; söz konusu ülkenin ekonomisine, sanayileşmedeki seviyesine, ürün pazarındaki genişliğe, kullanılan üretim yöntemine ve sektöre dayalı olarak değişiklikler sergilemektedir. KOBİ'nin tanımının sınırlarını belirleyen başlıca unsurlar ise, örgütlerin uluslararası piyasalarda rekabetinin artırılmasını sağlamakla birlikte, iç pazarlardaki rekabet gücünü artırabilmek için bünyesinde barındırması gereken ve her şirkette olması gereken nitelikler ve şirketin bulunduğu ülkenin uygulamış olduğu ve bu şirketlerin kullanımına sunacağı kaynakların büyüklüğüdür.

Diğer ülkeler KOBİ'lerin ekonomiye olan katkılarının kapasitesini artırabilmek için bir takım siyasi kararlar almakta ve birçok destek programı uygulamaktadırlar. Uygulamaya konulan bu karar ve programların asıl hedefi KOBİ'lerin sınırlarını belirlemek, üretim alanları dikkate alınarak sermaye büyüklüğü, işçi ve işveren sayısı ve

hasılat kapasitesi gibi şirketi belirleyen unsurları bir araya getirerek şirket profilini oluşturmaktır (Cansız, 2008: 3).

Birçok ülke, ekonominin yarısından fazlasını oluşturan KOBİ'ler, ülke piyasalarının da değişime uğrayan ve giderek rekabetin arttığı koşullarda yaşamını ve sürekliliğini sağlamasında önemli bir etken olarak ön sıraya çıkmaktadır. Bu durum dikkate alındığında ekonomide öncü rol oynayan KOBİ'ler ülkeler için söz konusu olabilecek ekonomik bir gerilemede tekrar kalkınmanın tedavi ilacı olarak görülmektedir. Örnek olarak; Dünya Bankası KOBİ'leri bir "fidanlık" gibi görmektedir. Bu fidanlıkta bazı fidanlar kuruyup yok olmaya mahkumken, bazı fidanlar ise büyüyerek gelişmekte ve bir orman misali güçlenmektedir. Böylece ekonomik hayat yaşamını güçlendirmektedir.

Gelişmekte olan ülkelere nazaran gelişmiş ülkelerin ticaretinde yeni ürünlerin gelişiminde, teknolojinin ilerlemesinde ve istihdam yaratmada öncü olarak kabul edilen KOBİ'ler, diğer ülkelere karşı rekabet gücü oluşturmaının temel taşı olarak kabul edilmektedir. Sürdürülebilir ve sağlam bir ekonomi için küçük işletmelerin de büyük işletmeler kadar önemli olduğu gerçeği gün geçtikçe kabul görmektedir. Bir ülkenin ekonomik yönden güçlü bir konuma gelmesinde küçük işletmelerin payı büyüktür. Bu nedenle küçük işletmelerin yeterli bir büyüklüğe ulaşması için özel kurumların ve resmi makamların destek vermesi gerekmektedir.

1.6. KOBİ TANIMI

Küçük ve orta büyüklükte işletmelerin esas tanımı içerisinde, KOBİ'lere farklı ülkeler, bazen de aynı ülkedeki ayrı birimler bile farklı farklı tanımlar yüklemektedirler. Bu nedenle KOBİ'lerin tanımında birtakım sorunlar oluşmaktadır. Bu karışıklığın yani tanımlamadaki değişikliklerin altında yatan temel etken, tanımlama yapılırken kullanılan ölçütlerin farklılık arz etmesidir. Ancak bu tanımlamalar irdelendiğinde üç temel kıstas belirlenmektedir. Bu kıstaslar; firmaların istihdam sağladığı çalışan sayısı, firmaya ait bilançonun ihtiva ettiği değerler ve firmanın bağımsızlık derecesidir.

Bağımsızlık ölçütünden maksat, 'bir işletmenin kendi başına ya da bağımlı işletmeleriyle birlikte koordineli bir etkileşim oluşturmayacak şekilde, başka bir işletmenin seçimsel hakları ya da sermayesinin yüzde 25 ve fazlasına ve yüzde 50'si ve

daha azını elinde bulundurması ya da kendisinin oy hakları veya sermayesinin yüzde 25 ve fazlasına ve yüzde 50'si ve daha azına diğer bir işletmenin hakim etki oluşturmayacak şekilde hakim olması durumunda bunlar ortak işletme sayılır. Sermaye ve oy hakları hissesinde yüksek olan işletme esas alınır” cümlesi anlaşılmaktadır edilmektedir (Resmi Gazete, 2012).

Tüm bu açıklamalar sonucunda çalışmanın bu kısmında şimdi KOBİ tanımlamalarına değinilecektir.

1.7. TÜRKİYE'DE ve AVRUPA BİRLİĞİNDE KOBİ TANIMLARI

1.7.1. Türkiye’de KOBİ Tanımları

Türkiye’de çok uzun bir süre küçük işletmeler görmezden gelinmiş 1923 yılına kadar kesin bir tanımlama yapılmayarak küçük işletmelerin varlığı ve sorunları üzerinde pek durulmamıştır.

Türkiye’de ilk defa KOBİ tanımı 1923 İzmir İktisat Kongresi’nde hükümetin özel sektörü desteklemek amacıyla yaptığı ve 1942’ye kadar uygulanmış olan Teşviki Sanayi Kanununda yapıldığı görülmüştür. Bu Kanuna göre, beş işçiden az ve en çok doku beygirlik muharrik güç çalıştıran iş yeri “küçük”, bunun üzerindeki kapasitede olanlar büyük işletme olarak kabul edilmiştir (Erdoğan, 2011: 5).

Türkiye’nin Avrupa Birliğine (AB) uyum süreci çerçevesinde 18.11.2005 ve 25.997 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan ve 18.05.2006 tarihinde yürürlüğe giren Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik ile, KOBİ’lerin sınıflandırılmasında AB’de olduğu gibi çalışan sayısı, bilanço ve satış büyüklüklerini esas alan tanım uygulanmaya başlanmıştır. 04.11.2012 tarih ve 28457 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik" ile KOBİ tanımı revize edilmiştir (Erdoğan, 2012: 113).

Düzeltilerek uygulanan KOBİ tanımında dikkati çeken yan, istihdam edilen işçi sayısında herhangi bir değişiklik yapma gereği duyulmazken, yıllık satış hasılatının küçük işletmelerde beş milyon TL’den sekiz milyon TL’ye, orta büyüklükteki işletmelerde ise yirmi beş milyon TL’den kırk milyon TL’ye arttırılmasıdır.

Yapılan düzenlemelere göre mikro, küçük ve orta büyüklükteki ekonomik ve finansal unsurların tanımlamasının şekli değişmiş şu şekilde yapılmıştır (www.tobb.org.tr 02.02.2019).

- Mikro çaplı işletmeler: bir ile dokuz personel arasında çalışanı olan ve satış hasılatının bir milyon Türk Lirasını aşmadığı işletmeler olarak ele alınmasına karşılık. Uzun lafın kisası on işçiden daha az işçi istihdamı olup, hasılatı da bir milyon Türk Lirasını geçmeyen işletmeler mikro çaplı işletmeler olarak tanımlanmaktadır.
- Küçük işletmeler ise çalıştırdığı işçi sayısı elliyi aşmayan yani en az on en fazla kırk dokuz işçinin istihdam edildiği ve yıllık satış hasılatı sekiz milyon Türk Lirasını geçmeyen işletmeler küçük işletmeler sınıfında tanımlanmıştır.

Orta büyüklükteki işletmeler: Çalıştırdığı işçi sayısı en az elli en fazla 249 olan ve yıllık satış hasılatının ise kırk milyon TL geçmediği işletmeler orta büyüklükteki işletmeler olarak tanımlanmıştır.

Tablo 1.2: Türkiye’de Kobi Tanımı

İşletme Kategorisi	Yıllık Çalışan Kişi Sayısı	Satışlar (Yıllık Ciro)	Mali Bilanço
Orta Ölçekli	<250	≤40Milyon TL	≤40 Milyon TL
Küçük Ölçekli	<50	≤8 Milyon TL	≤8 Milyon TL
Mikro Ölçekli	<10	≤1 Milyon TL	≤1 Milyon TL

Kaynak: Resmi Gazete, Sayı 28457, 04 Kasım 2012.

1.7.1. Avrupa Birliği’nde KOBİ Tanımı

Avrupa’daki işletmelerin ayakta kalabilmelerini sağlamak yani işletmeleri ekonomik olarak rekabet edebilecek konuma getirmek için Competativeness of Enterprises and Small Medium-sized Enterprises (COSME) kurulmuş bir programdır (www.ec.europa.eu, 2019).

Bu program KOBİ’lerin finans ve piyasaya erişiminde iki farklı türevle sağlamaya çalışmaktadır. Bu iki türev Kredi garanti tesisi ve büyüme için eşitlik tesisidir. Bu program the Executive Agencyfor Small and Medium-sized Enterprises (EASME) tarafından yürütülmektedir (A.g.e).

2003/361/EC sayılı tüzük çerçevesinde Avrupa Birliği'nde 1.1.2005'te uygulamaya konan tanıma göre; işletmelerde çalışan işçi sayısı, yıllık hasılat ve bilanço kapasitesi ve en son olarak da bağımsızlık kriterlerinden oluşan bir takım kriterleri kapsamaktadır (www.kob.org.tr, 18.05.2019).

Tablo 1.3: AB'de KOBİ tanımı

Kriter	Mikro Ölçekli KOBİ	Küçük Ölçekli KOBİ	Orta Ölçekli KOBİ
Çalışan Personel Sayısı	< 10	< 50	< 250
Yıllık Net Satış Hâsılatı	≤ 2 Milyon Avro	≤ 10 Milyon Avro	≤ 50 Milyon Avro
Yıllık Mali Bilanço Toplamı	≤ 2 Milyon Avro	≤ 5 Milyon Avro	≤ 43 Milyon Avro

Kaynak: Büyük, Haşit, Taşer, Gönüllüoğlu, Ünal, Uzokurt, 2012.

Tablodan da görüldüğü üzere Avrupa Birliği'nde mikro çaplı işletme için on küçük ölçekli işletme için elli ve orta ölçekli işletme için ise 250 ya da daha az işçi personel çalıştırılması durumundaki işletmeler KOBİ kapsamına dahi edilmektedir.

AB'de KOBİ'ler toplam işletme sayısının %99,8'ini kapsamaktadır. Burada dikkati çeken en önemli unsurlardan biri de Avrupa'da yer alan işletmelerin yüzdelik diliminde % 89. 1 ile mikro çaplı işletmelerin çok sayıda olmasıdır. Bu işletmelerin geriye kalanın % 11,3'lük kısmını KOBİ tarzı oluşturduğu tahmin edilmektedir.

OECD'nin KOBİ hususunda kabul ettiği sınıflandırmada ki görüşüne bakarsak sadece işletmelerde çalışan işçi sayısı baz alınmaktadır. Tanımlama da;

- Bir ile dört işçi çalıştıran işletme; mikro,
- Beş ile on dokuz arası işçi istihdam eden işletmeler çok küçük işletme,
- Yirmi ile doksan dokuz arası işçi istihdam eden işletmeler küçük işletme
- 100-499 işçi istihdam eden işletmeler orta büyüklükte işletmeler olarak nitelendirilmiştir (Sosyal, 2006: 542).

1.7.3. Amerika'da KOBİ Tanımı

Amerika Birleşik Devletleri'nde KOBİ tanımı bir sanayi alanından diğerine farklılık göstermektedir. Bu kurallar Kuzey Amerika Endüstri Sınıflandırma Sistemine uygun şekilde yapılmaktadır. Sistem Amerika, Kanada, Meksika işbirliği ile Kuzey Amerika'daki işletmelerin operasyonel istatistiklerin toplanması ve analizini yapmak için

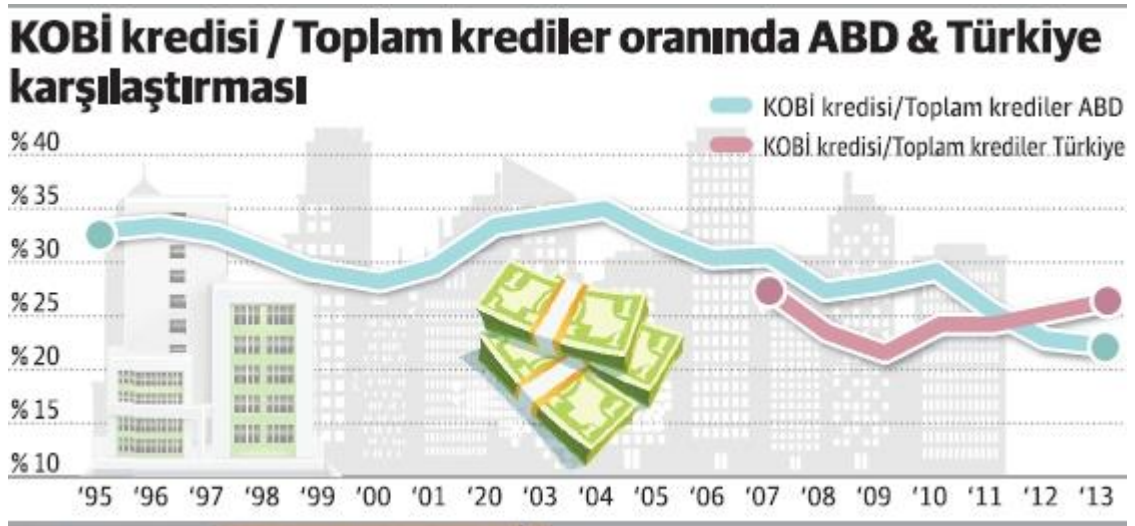
belirli bir standart oluşturmak üzere geliştirilmiştir (www.corporatefinanceinstitute.com, 2019)

Amerika’da küçük işletmelerle ile orta büyüklükteki işletmeleri birbirinden ayırarak, Küçük İşletmeler İdaresi adıyla bir kurum oluşturulmuştur. Bu kurum; bir işletmenin KOBİ olarak kabul edilebilmesi için yerine getirmesi gereken şartlar, standartları ve özellikleri belirleyerek bir liste haline getirmekle görevlidir (A.g.e).

Yine de KOBİ’lerin çoğu Kuzey Amerika Endüstri Sınıflandırma Sistemi tarafından oluşturulan çalışma şartlarını ve kurallarını belirleyen tüm statü ve kuralları yerine getirmeleri gerekmektedir (A.g.e).

ABD’de gösterdikleri faaliyet sektörüne bağlı olarak KOBİ tanımları farklılık göstermektedir. Örneğin, bir üreticinin faaliyet alanı imalat sanayi ise en az 500 çalışana sahipse KOBİ olarak tanımlanabilir. Aynı şekilde eğer toptan ticaret işiyle uğraşıyorsa en az 100 çalışana sahip olması yeterlidir. Bunların dışında; madencilik endüstrisi, nikel ve bakır cevheri madenciliği yapan şirketler 1.500 çalışana sahip olması gerekirken gümüş madenciliğinin KOBİ olarak değerlendirilmesi için 250 çalışana sahip olması yeterlidir (A.g.e).

Grafik 1.9: KOBİ’lere Sağlanan Kredi Oranı



Kaynak: <https://www.dunya.com/finans/haberler>, 12.02.2019.

Yukarıdaki tabloyu incelediğimizde dikkati çeken asıl nokta ABD’nin çok uzun zaman önceden beri bünyesindeki KOBİ’lere kredi desteği sağlamasıdır. Fark edileceği

üzere Türkiye ile yapılan karşılaştırmada ekonomide KOBİ'lerin ne kadar büyük bir öneme sahip olduğunun Türkiye'nin ya daha yeni farkına varıyor olması ya da Türkiye'nin gelişmekte olan ülkelerden daha önde olduğu sonucuna ulaşmak mümkündür.

Buradaki asıl konu ABD'nin dünya devi şirketleri oluşturmaya uzun yıllar önceden başlamış olmasıdır. Türkiye ABD'ye kıyasla elbette yolun başında olduğu gerçeği ile karşı karşıya olmakla birlikte ekonomik olarak gelişmiş bir ülke olmanın yolunun küçük işletmelere destek vermekten geçtiğinin farkına varmış olmasıdır.

Tabiki bu tabloda ekonomiyi ilgili birçok tahmin ve varsayım elde edilebilir. Ancak gerçek şu ki zamanında devlet desteği alarak hayatta kalıp üretimini artıran ve ekonomik rekabet gücü elde eden küçük işletmeler şimdi birer dünyanın sayılı şirketleri arasında yerini almıştır.

Amerika'daki küçük çaplı işletmelere finansal ve ekonomik olarak her türlü desteği sağlayarak bu işletmelere rekabet gücü kazandıran ve federal bir yapıya sahip bir kurum olarak faaliyet gösteren Small Business Administration (Küçük iş yeri idaresi)'nin yaptığı tanımda KOBİ'ler (Şengezer, 1992: 5);

- İmalat sanayisinde istihdam edilen işçi sayısının 500-1500 arasında olan işletmeler,
- Toptancı niteliğine sahip olan kuruluşlarda personel sayısının 500 olduğu ve yıllık satış tutarının ise 25 Milyon Dolar olduğu işletmeler,
- Perakendeciler ve hizmet sektöründe yer alan işletmeler için ise yıllık satış gelirleri 3 ile 13 Milyon Dolar arası olarak tespit eden işletmeler, KOBİ olarak kabul edilmektedir.

1.8. KOBİ TANIMINDA ÖLÇÜTLER

Türkiye'de KOBİ'lerin tanımında nitel ve nicel olarak iki farklı sınıflandırma yapılmaktadır.

1.8.1. Nitel Ölçütler

KOBİ'lerin nitel özelliklerinden en belirgin ve kabul edilenlerden bazıları şunlardır (Müftüoğlu, 1991: 109).

- KOBİ'ler de genel olarak işletmeler yöneticilerin hem işletme sahibi oldukları, hem girişimcilik işlerini üstlenmesi, hem de yönetici konumunda bulunmaları; yönetimin tamamen kendine özgü olmasına sebep olmaktadır.
- İşletme sahipleri üst düzey yönetimde bulunduklarından işletmede oluşacak bütün sorumlulukları da üstlenmektedirler. Farklı bir denetim mekanizmasının gözetimi altında olmadığından alınacak kararlarda kendilerini rahat hissederler. Bu durumdan dolayı da kararları almada daha hızlı davrandıkları ve alınan kararlarda daha esnek oldukları söylenebilir.
- Bunun yanı sıra işletme sahipleri aynı zamanda işletmede bilfiil çalışmaktadırlar.
- İşletme sahibinin aynı zamanda işletmede çalışıyor olması; çalışanlarla arasındaki ilişkilerin gayri resmi olmasına neden olup, kişisel bir ilişki niteliğine dönüşmüş olmasına neden olmaktadır.
- KOBİ'lerde işletmeyle ilgili kararlar işletmenin sahibi tarafından alındığından farklı bir organ ya da yönetimin işletmenin geleceği ile ilgili kararlarda etki ve müdahalesi bulunmamaktadır. İşletme bünyesinde şahsi çıkarlar ve çatışmalar da olmamaktadır (Müftüoğlu, Durukan, 2004: 62).
- KOBİ'lerde ekonomi alanında herhangi bir uzman bulunmamakta olup, İşletmenin bütün maddi, ekonomik ve yönetim işleri çoğunlukla sadece tek bir kişinin aldığı kararlara bağlıdır. Bu da çoğu zaman işletmenin sahibi olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Pazarlama tekniği hususunda gerekli itina verilmediğinden; alıcılarla doğrudan doğruya iletişim kurulup, sipariş üzerine üretim yapılmaktadır.
- Sermaye ağırlıklı üretim yerine, emek ağırlıklı bir üretim söz konusudur (A.g.e.).

Tüm bu nitel özellikler göz önüne alındığında; yönetimin tek bir kişide ve çoğunlukla da şirket sahibinin tekelinde bulunması, sermayenin işletmenin kendi imkânları ile karşılanmaya çalışılması, işletme kararlarının alınmasında danışacak bir

birimlerinin olmaması, emek yoğun bir üretim yapısına sahip olunması, KOBİ'lerin serbest piyasa ekonomisinde devamlılıklarını sürdürebilmeleri açısından oldukça zorluklarla karşılaşmalarına sebep olabilmektedir.

1.8.2. Nicel Ölçütler

KOBİ'lerin tanımında nicel ölçüt olarak maddeler halinde şu şekilde sıralanabilmektedir (Çetin, Arslan, Dinç, 2014: 36-37);

- İstihdam edilen işçi miktarı
- Üretimde kullanılan makina, teçhizat ve üretim kapasitesi
- Makine parkı değerlendirme ölçütü (makine, teçhizat, taşıt vb.)
- Öz sermaye
- Çalışma sermayesi
- Sabit sermaye
- Belirli süre içinde işçilere ödenen ücretler
- Belirli süre içinde kullanılan toplam bazında çevirici güç miktarı
- Belirli süre içinde yapılan satış hasıla değeri
- Belirlenmiş süreler içinde kullanılabilen hammadde
- Yönetimin bağımsız ya da bağımlı olması
- Sermayenin bir kişi ya da birden fazla kişiye ait olması

Sayılan bu maddelerden de anlaşılacağı gibi KOBİ tanımında dikkate alınan nicel ölçütler aslında bir işletmeyi işletme yapan özelliklerin tamamının bir bütün olarak ele alındığı görülmektedir. Bir işletmenin tanımı yapılırken nicel ölçütlerin kıstas olarak ele alınması mantıklı olarak kabul edilebilir.

1.9. TÜRKİYE'DE KOBİ'LERİN YERİ

Türkiye'deki küçük işletmelerin büyük bir bölümü hizmet sektörü alanında faaliyet göstermektedir. Bu da istihdamın büyük çoğunluğunun hizmet sektöründe çalıştığı anlamına gelmektedir. İşletmeler bu özellikleriyle geleceğin büyük şirket

adayları olarak girişimciler yetiştirmektedir. KOBİ'lerdeki bu yapılanmalar, işletmelerin sadece istihdam yaratmadan ibaret olmadığı, girişimciler de ürettiği anlamına gelmektedir (www.muhasebeturk.org, 2014)

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine bakacak olursak Türkiye'de özellikle sanayi alanında geçtiğimiz yıllarda yılında aşağı yukarı 2,6 milyon girişim alanında faaliyetler göstermiş, yapılan girişimlere bakarsak KOBİ'ler piyasadaki girişim oranının çok önemli bir kısmını ortalama yüzde 99'unu, ülkedeki istihdam oranının ise önemli bir kısmını sağlamaktadır.

Küçük işletmelerin gücü yaptıkları ihracata bakılarak daha net anlaşılabilir. Örneğin 2012 yılında yapılan ihracatın %62,6'sını bu küçük işletmeler gerçekleştirmiştir. İhracat alanında mikro çaplı işletmelerin oranı onda 2 iken, küçük ölçekli işletmelerin oranı ise onda 2,4 ve orta ölçekli işletmelerin oranı %37,2 olarak belirlendiği saptanmıştır. KOBİ'lerin önemli orandaki ihracatının onda 9'u imalat üzerine yapılan sanayi ürünlerinden oluştuğu gözlemlenmiştir. KOBİ'ler 2012 yılında ithalatın ise %38,5 'ini gerçekleştirdiği ortaya konmuştur (www.kosgeb.gov.tr, 17.03.2019).

KOBİ'lerin yaratmış olduğu istihdam, katma değer, toplam ihracata olan katkısından dolayı Türkiye ekonomisinde çok önemli bir konuma yerleşmiş oldukları göz ardı edilemeyecek kadar barizdir.

1.9.1. KOBİ'lere Destek ve Teşvik Veren Kurum ve Kuruluşlar

KOBİ'ler Türkiye'de değişik sektörlerde faaliyet göstermekte farklı üretim alanlarında piyasada varlıklarının sürdürmektedirler.

KOBİ Stratejisi Eylem Planı 2015 - 2018 'ten alınan verilere göre;

KOBİ'ler Türkiye'de;

- Toplam işletmelerin %99,9'nu
- KOBİ'lerin toplam mal ve hizmet satın alışları içerisindeki payı, %65,5'tir.
- KOBİ'lerin üretim değerindeki payı, %56,2'dir.
- KOBİ'lerin maddi mallara ilişkin brüt yatırımdaki payı, %53,2'dir.
- KOBİ'lerin çalışanlar sayısı içerisindeki payı, %75,8'dir.

- Toplam katma değerin %55 'ini,
- Toplam satışların %65,5 'ini,
- İthalatın %39,9'unu
- Toplam yatırımların %50 'sini,
- İhracatın %59,2'sini
- KOBİ kredilerinin bankacılık sektörü toplam krediler içerisindeki payı, %26'dır.
- KOBİ'lerin ana sektör gruplarına göre dağılımı şu şekildedir:
- Tarım %9
- Sanayi %12,5
- Ticaret 51,4
- Diğer %35,2 (www.kobi.org.tr, 03.05.2019).

Verilen bilgilerden de anlaşılacağı üzere KOBİ'ler Türkiye'nin ekonomisi açısından büyük bir öneme sahiptir. Toplam işletmeler içinde yüzde 99,9'unu oluşturması bir açıdan Türkiye'de büyük şirketlerin ne kadar az olduğunun ortaya koyarken diğer açıdan KOBİ'lerin ekonomi içindeki payının göz ardı edilemeyecek kadar büyük bir oranını kapsamaktadır. Bu nedenle devletin ve siyasi otoritelerin KOBİ'lere destek vermek ve ayakta kalmalarını sağlamak için çalışma yapmak zorundadırlar. Ayrıca, bu işletmelerin büyümesini sağlamaları gerekmektedir.

Bunların yanı sıra KOBİ'lerin üretim içindeki payı da oldukça önemlidir. Yüzde 56,2'lik payının bulunması üretimin yarısından çoğunu KOBİ'lerin sağladığı anlamına gelir. Bu da çok ciddi bir katma değer oluşturduğunun bir kanıtıdır.

En önemli unsur olan ihracatta ise KOBİ'lerin söz sahibi oldukları, yüzde 59,2'lik orandan anlaşılabilir. Bu ülkeye döviz girdisinin oldukça büyük bir kısmını KOBİ'ler sağlıyor demektir.

Buraya kadar verilerin iyi olduğu çıkarımı yapılsa da aslında ağır sanayi, savunma sanayi gibi sektörlerdeki oranın artması daha sağlıklı olacaktır. Döviz açısından en çok getiri ve verim sağlayan bu sektörler son zamanlarda Türkiye'de artış göstermektedir.

Tablo 1.4: Defence News Top 100

2018 Top 100

Click headers to sort

2018



Rank	Last Year's Rank	Company	Leadership	Country	2017 Defense Revenue* (in millions)	2016 Defense Revenue* (in millions)	% Defense Revenue Change	2017 Total Revenue* (in millions)	Revenue From Defense
1	1	Lockheed Martin ¹	Marilyn Hewson, Chairman, President and CEO	U.S.	\$47,985.00	\$43,468.00	10%	\$51,048.00	94%
2	4	Raytheon Company ¹	Thomas Kennedy, Chairman and CEO	U.S.	\$23,573.64	\$22,384.17	5%	\$25,348.00	93%
3	3	BAE Systems	Charles Woodburn, CEO	U.K.	\$22,380.04	\$23,621.84	-5%	\$25,286.20	88%
4	5	Northrop Grumman ²	Wes Bush, Chairman and CEO	U.S.	\$21,700.00	\$20,200.00	7%	\$25,803.00	84%
5	2	Boeing ³	Dennis Muilenburg, President and CEO	U.S.	\$20,561.00	\$20,180.00	2%	\$94,005.00	22%
6	6	General Dynamics ⁴	Phebe Novakovic, Chairman and CEO	U.S.	\$19,587.00	\$19,696.00	-1%	\$30,973.00	63%
7	7	Airbus	Thomas Enders, CEO	Netherlands/France	\$11,185.91	\$12,321.00	-9%	\$75,702.63	15%
8	11	Almaz-Antey ⁵	Yan Novikov, CEO	Russia	\$9,125.02	\$6,581.69	39%	\$9,125.02	100%
9	10	Thales	Patrice Caine, Chairman and CEO	France	\$8,926.13	\$8,362.00	7%	\$17,852.26	50%
10	9	Leonardo	Alessandro Profumo, CEO	Italy	\$8,856.48	\$8,526.22	4%	\$13,024.24	68%
11	12	United Technologies	Gregory Hayes, Chairman and CEO	U.S.	\$7,826.00	\$6,888.00	14%	\$60,200.00	13%
12	8	L3 Technologies ⁶	Christopher Kubasik, Chairman, CEO and President	U.S.	\$7,749.00	\$7,629.00	2%	\$9,573.00	81%
13	13	Huntington Ingalls Industries ¹	Mike Petters, President and CEO	U.S.	\$7,030.00	\$6,778.21	4%	\$7,400.00	95%
14	14	United Aircraft Corp. ⁷	Yury Slyusar, President, Chairman of the Management Board	Russia	\$6,197.25	\$5,636.84	10%	\$7,746.56	80%
15	18	Leidos	Roger Krone, Chairman and CEO	U.S.	\$5,218.00	\$4,252.00	23%	\$10,170.00	51%
16	15	Rolls-Royce	Warren East, CEO	U.K.	\$4,625.73	\$4,741.15	-2%	\$28,582.91	16%
17	22	Booz Allen Hamilton	Horacio Rozanski, President and CEO	U.S.	\$4,320.00	\$4,000.00	8%	\$6,171.85	70%
18	23	Naval Group ⁸	Hervé Gullou, Chairman and CEO	France	\$4,178.33	\$3,540.90	18%	\$4,178.33	100%
19	20	Harris Corporation ⁹	Bill Brown, Chairman, President and CEO	U.S.	\$4,158.00	\$4,213.00	-1%	\$5,979.00	70%
20	16	Textron Inc.	Scott Donnelly, Chairman and CEO	U.S.	\$4,117.42	\$4,412.16	-7%	\$14,198.00	29%
21	17	Honeywell	Darius Adamczyk, Chairman and CEO	U.S.	\$4,100.00	\$4,375.00	-6%	\$40,534.00	10%
22	24	GE Aviation	David Joyce, GE Vice Chairman, President and CEO	U.S.	\$3,991.00	\$3,500.00	14%	\$27,013.00	15%
23	19	Hanwha	Seung Youn Kim, Chairman and CEO	South Korea	\$3,895.27	\$4,214.97	-8%	\$44,507.09	9%
24	28	Bechtel ¹⁰	Brendan Bechtel, Chairman and CEO	U.S.	\$3,576.00	\$3,020.00	18%	~	~
25	32	Tactical Missiles Corporation, JSC	Boris Obnosov, Director General	Russia	\$3,573.95	\$2,866.24	25%	3,624.21	99%
26	25	GKN Aerospace ^{7 11}	Hans Buthker, Chief Executive	U.K.	\$3,484.12	\$3,316.55	5%	13,400.45	26%
27	26	Rheinmetall	Armin Papperger, CEO	Germany	\$3,430.35	\$3,270.06	5%	6,661.83	51%
28	27	Elbit Systems Ltd.	Bezhael Machlis, President and CEO	Israel	\$3,377.83	\$3,147.20	7%	3,377.83	100%
29	29	Babcock International ¹	Mike Turner, Chairman, and Archie Bethel, Chief Executive	U.K.	\$3,341.03	\$2,963.71	13%	7,108.58	47%
30	31	Orbital ATK ¹²	David W. Thompson, CEO	U.S.	\$3,300.00	\$2,871.00	15%	4,760.00	69%
31	30	AECOM	Michael Burke, Chairman and CEO	U.S.	\$3,197.78	\$2,939.80	9%	18,203.40	18%
32	38	Saab	Håkan Buskhe, President and CEO	Sweden	\$3,090.07	\$2,777.27	11%	3,678.65	84%
33	-	KNDS ¹³	Frank Haun, CEO of KMW, and Stéphane Mayer, Chairman and CEO of the Nexter Group	France	\$2,991.95	\$2,903.84	3%	2,991.95	100%
34	36	CACI International	Ken Asbury, President and CEO	U.S.	\$2,829.31	\$2,439.33	16%	4,354.62	65%
35	34	SAIC ¹⁴	Tony Moraco, CEO	U.S.	\$2,761.48	\$2,581.00	7%	4,454.00	62%
36	-	Russian Helicopters	Andrey Boginskiy, CEO	Russia	\$2,735.16	\$2,652.01	3%	4,250.24	64%
37	-	Perspecta ¹⁵	Mac Curtis, President and CEO	U.S.	\$2,731.95	~	~	4,203.00	65%
38	35	Hindustan Aeronautics	Shri T. Suvarna Raju, Chairman and Managing Director	India	\$2,720.00	\$2,518.60	8%	2,830.00	96%
39	33	Israel Aerospace Industries	Joseph Weiss, CEO	Israel	\$2,469.00	\$2,618.00	-6%	3,520.00	70%
40	43	St Engineering ⁵	Vincent Chong, President and CEO	Singapore	\$2,300.00	\$2,339.00	-2%	6,619.00	35%
41	40	Rockwell Collins ¹⁶	Kelly Ortberg, Chairman, President and CEO	U.S.	\$2,280.00	\$2,210.00	3%	6,820.00	33%
42	37	Rafael Advanced Defense Systems	Yoav Har-Even, President and CEO	Israel	\$2,300.06	\$2,354.56	-2%	2,300.06	100%
43	21	Mitsubishi Heavy Industries Ltd. ^{17 18}	Shunichi Miyazawa, President and CEO	Japan	\$2,217.38	\$4,033.48	-45%	~	~
44	51	Dassault ¹⁹	Eric Trappier, CEO*	France	\$2,124.19	\$1,356.00	57%	5,434.77	39%
45	42	Aerjet Rocketdyne	Warren Lichtenstein, Executive Chairman, and Eileen Drake, CEO and President	U.S.	\$1,870.80	\$1,761.30	6%	1,870.80	100%
46	45	Uralvagonzavod ⁷	Alexander PotaPOV, CEO	Russia	\$1,865.00	\$1,584.29	18%	2,626.77	71%
47	52	Oshkosh Defense	John Bryant, Executive Vice President, Oshkosh Corporation, and President, Oshkosh Defense	U.S.	\$1,820.10	\$1,351.10	35%	6,830.00	27%
48	50	Concern Radio-Electronic Technologies, JSC ⁷	Nikolay Kolesov, CEO	Russia	\$1,677.48	\$1,365.52	23%	1,973.50	85%
49	47	Cobham ¹	Michael Wareing, Chairman	U.K.	\$1,584.86	\$1,490.50	6%	2,641.44	60%
50	68	Kawasaki Heavy Industries ^{17 18}	Shigeru Murayama, Chairman	Japan	\$1,566.15	\$884.66	77%	~	~
51	44	LIG Nex1	Kim Jichan, CEO	South Korea	\$1,555.24	\$1,618.10	-4%	1,555.24	100%
52	46	KBR	Stuart Bradie, President and CEO	U.S.	\$1,546.67	\$1,532.64	1%	4,171.00	37%
53	49	Safran	Philippe Petitcolin, CEO	France	\$1,519.70	\$1,374.18	11%	18,666.91	8%
54	56	DynCorp International	George Krivo, CEO	U.S.	\$1,501.09	\$1,277.64	17%	2,004.44	75%
55	57	Aselsan	Haluk Gorgun, Chairman, President and CEO	Turkey	\$1,424.93	\$1,195.28	19%	1,470.91	97%
56	54	Fincantieri	Giuseppe Bono, CEO	Italy	\$1,369.23	\$1,306.51	5%	5,672.14	24%

Kaynak: Defence News Top 100.

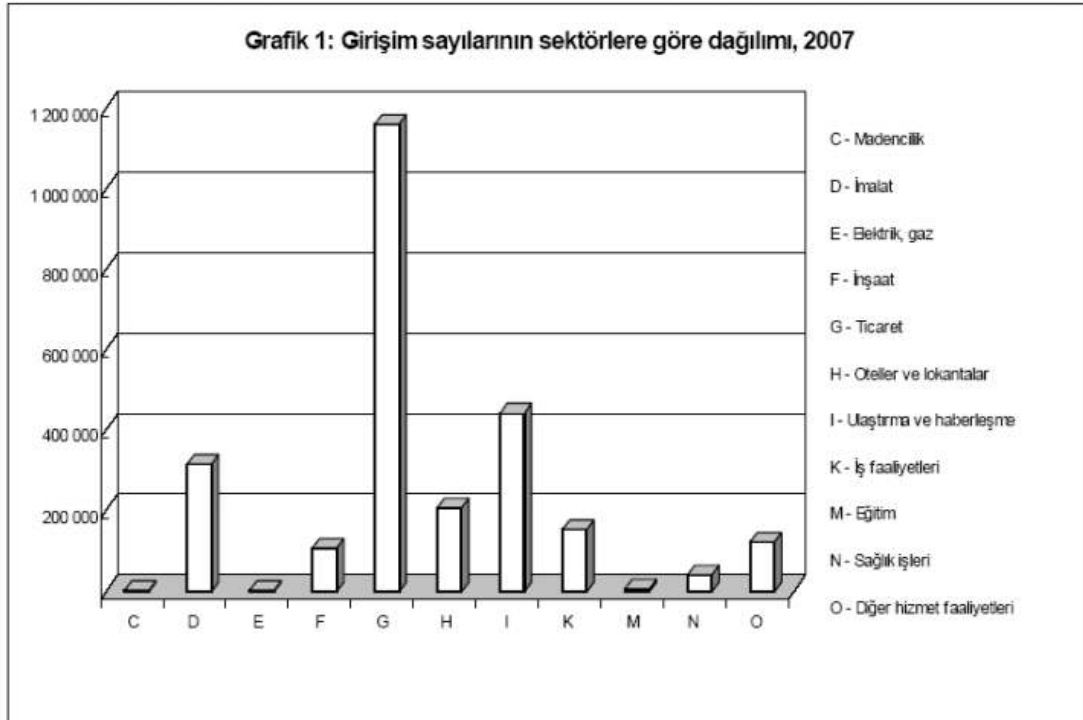
Dünyada önemli bir yere sahip olan savunma sanayi şirketlerinin araştırıldığı ve dünyanın en büyük savunma şirketlerinin yer aldığı Defence News Top 100 listesi 2017 verilerine göre ilk 100 şirket arasına Türkiye’den 3 şirket girmiştir. Listede kendine yer bulan bu şirketlerin gelirleri yer almaktadır. Diğer şirketlerden daha önce bahsetmiş ilk 500 şirket arasına bile giremediğimizi öğrenmiştik. Ancak, savunma sanayi alanının Türkiye’den 3 şirketin girmiş olması büyük bir başarı olarak görülebilir.

Amerika menşeli şirketin geliri 43,5 milyar dolarken Türk menşeli şirketin geliri sadece 1,2 milyar dolardır. Henüz yolun başında olduğu ve büyük bir şirketten ziyade diğer ülkenin şirketleri karşısında orta büyüklükte bir şirket olarak kabul edilebilir.

98. sırada Roketsan, 72. Sırada TAI (diğer adıyla HAVELSAN), 55. Sırada ise ASELSAN bulunmaktadır. Çok yüksek bir katma değer yaratarak ve ülkeye çok ciddi döviz girdisi sağlayarak çalışmalarına ve üretimlerine devam etmektedir.

Ayrıca, savunma sanayi sadece döviz ve katma değer açısından değil aynı zamanda ülke güvenliği açısından da önemli bir yere sahiptir.

Bu büyük şirketlerin yanı sıra küçük ve orta ölçekli savunma sanayisine hizmet eden işletmeler de bulunmaktadır. Bu şirketlerin geliştirilmesi, desteklenmesi ve üretim için gereken teknolojik alt yapının sağlanması gerekmektedir.

Tablo 1.5: KOBİ'lerin Sektörlere Göre Dağılımı

Kaynak: TÜİK, 2007.

Yukarıda yer verilen tabloda 2007 yılında TÜİK tarafından yapılan bir çalışma bulunmaktadır. Tablodan görüleceği gibi Türkiye’de KOBİ’ler en fazla ticaret alanında faaliyette bulunmaktadır.

Yapılan araştırmalarla küçük işletmelerin ekonomiye sağladığı katkının ne kadar önemli boyutlarda olduğu anlaşılmış ve bu katkının artırılması için bir takım çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. KOBİ’lerin ayakta kalabilmesi ve rekabet edebilecek yeterli güce sahip olabilmeleri için birçok kurum ve kuruluş bu işletmelere destek vermektedir. KOBİ’lere sağlanan bu destek ve hizmetler çoğunlukla bir karşılık beklemeden verilerek bu işletmelere büyük kolaylıklar sağlamak amaçlanmıştır. KOBİ’lerin desteklenmesi ve geliştirilmesi için sistematik bir alt yapı oluşturan kurum ve kuruluşlar aşağıda belirtilen şekilde ele alınacaktır.

- KOBİ’lere mesleki alanda destek veren kurum ve kuruluşlar TESK ve TOBB’a bağlı odalar.
- KOBİ’lerin haklarının korunması ve geliştirilmesine yardımcı olan dernek ve vakıflar

- KOBİ'lerin mali yönden desteklenmesi amacıyla kurulan KOSGEB, TTGV gibi vergiyle ilgili kuruluşlar.
- KOBİ'lerin gittikçe karmaşıklaşan sistemli bir yapı oluşturmamasından dolayı bir kurallar bütünü oluşturarak kontrolün sağlanması ve yönetimin kolaylaştırılması adına kurulan bakanlıklar ve mevzuat hükümlerini uygulayan kuruluşlar.
- Bölgesel olarak kurulan yerinden yönetimi amaçlayan kurum veya kuruluşlar – Belediyeler ve İl Özel İdareleri
- KOBİ'lerin denetimini yapan düzenleyen kuruluşları -KOBİ'lerin ürettikleri ürünlerin ve yaptıkları faaliyetlerin kanun ve bazı standartlara uyup uymadığının denetimini yapan kuruluşlar, TÜRKAK, gözetim kuruluşları.
- KOBİ'lerin ihtiyaç duyduğu işgücünü sağlayan ve sağlatan kuruluşlar- İŞKUR, üniversiteler...
- KOBİ'lere ekonomik açıdan destek olan kuruluşlar - KGF, finansal bankalar, sermaye şirketleri, TESKOMB, faktöring şirketleri...
- Avrupa Birliği kapsamında yardımcı olan kurumlar - ABGS, Avrupa Birliği Komisyonu (www.yoikk.gov.tr, 12.04.2019).

Ancak bu küçük işletmelere KOBİ'lere destek veren tüm bu kurum ve kuruluşlar içerisinde en önemlisi; Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme Ve Destekleme İdaresi olarak bilinen KOSGEB'dir.

Yukarıda da bahsettiğimiz gibi KOSGEB, 1990 yılında küçük işletmelerin ekonomideki etkinliğini artırarak gelişmelerine katkıda bulunmak amacıyla kurulmuş olan bir yapıdır. KOSGEB bu doğrultuda, KOBİ'lere pek çok alanda destek vermekle birlikte, piyasada kolay ulaşamayacakları danışmanlık, ARGE, ürün pazarlama, reklam kaynakları sağlama, girişimcilik, farklı pazarlarda yatırım alanlarını bulma, ekonomik duruma göre işletmeyi geliştirme ve erişim sağlama konularında hizmet sunmaktadır.

1.10. KOBİ'LERİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI

Yirminci Yüzyılın başlarında işletmelerin her geçen gün büyüyerek gelişmelerinden dolayı KOBİ'lerin hayatta kalmalarına ve yaşamlarını devam ettiremeyecekleri düşünülmüş ve bu konu gündeme taşınmıştır. Ancak günümüzde KOBİ'ler hala yaşamlarını sürdürmeye devam ettikleri görülmüştür, bu durumun tersine yetmişli yıllardan sonra teknolojik alanını her geçen gün gelişmesi, toplumlardaki ve kişilerdeki özgürlük düşüncelerinin her geçen gün artması ayrıca durağandan eğitim düzeyi yüksek toplumun oluşması gibi nedenlerden ötürü daha da önem arz eder bir hale gelmeye başlamış bulunmaktadır (Dinçer, Hüner, 1995: 2).

KOBİ'ler ekonomik ve sosyal açıdan bakıldığında bir ülkenin ayakta durabilmesi için büyük firmalara oranla avantajlarının daha fazla olduğu görülmektedir.

En önemli avantajlarından biri de ülke ekonomisini ayakta tutmasıdır. Daha önce değindiğimiz oranlardan yola çıkarak ekonomiye büyük katkılar sağladığı göz ardı edilemez. Bunun yanında KOBİ'ler iş gücü oluşturma özellikleri sayesinde ülkenin işsizlik sorununa katkıda bulunmaktadır. İstihdam yaratma gücü KOBİ'lerin vaz geçilmez unsurlarındandır.

Küçük işletmelerin ekonomik değişimlere hemen ayak uydurabilmesi, hantal bir yapıya sahip büyük işletmelere oranla daha fazla avantaj sağlar. Ekonomide oluşabilecek her türlü krize çabuk adapte olup, önlem almaları büyük işletmelere göre daha hızlıdır. Büyük işletmelerde karar alma sürecinde bir takım prosedürlerin takip edilmesi gerekirken; küçük işletmelerde anında verilen kararlar sayesinde yöntem değiştirebilirler.

1.10.1. KOBİ'lerin Avantajları

Yapılan araştırmalara göre Büyük işletmelerden ziyade yeni buluş ve teknolojik gelişmelerin üretim, tamir ve bakım işlerinin çoğu KOBİ'ler vasıtasıyla yapılmakta olduğu ve bu eğilimin her geçen gün güçlendiği gözlenmektedir (TİSK, Ankara, 2004: 8).

KOBİ'lerdeki işbölümünün uygulandığı alanı, küçük bir kümesel mekanizasyonel yapıya sahip olmaları hasebiyle genel olarak da büyük işletmelere oranla daha kolay oluşturulabilir. Bir arada çalışan personelin aşağı yukarı hepsinin zaten önceden birbirlerini yakından tanıyor olmaları bu tür işletmelerde işbölümünde

kolaylıklar sağladığı açıkça görülmektedir. KOBİ'lerde kimin ne yaptığı, kime emir vereceği, kimden emir aldığı çok bariz bir şekilde belirlenmiş olduğundan, bu durum KOBİ'ler için olumlu olduğu göze çarpmaktadır (Müftüoğlu, 1991).

KOBİ'ler büyük işletmelere nazaran müşterileriyle ilişki kurmada büyük firmalara oranla daha yakındırlar. Bu nedenden dolayı müşterilerin ihtiyaçlarını daha yakından takip edebilmektedirler. Kişilere ve işletmelere özel ürünler tasarlamada birebir görüşmelerin sağladığı avantajlarla daha etkili davranabilmektedirler

KOBİ girişimcilerinin, alıcılarla aralarındaki samimi davranışları, büyük çaplı işletmelerin elde edemeyecekleri bir üstün nitelik olarak ortaya çıkmaktadır. KOBİ girişimcileri, faaliyet gösterdikleri bölgesel Pazar alanı çok yakından bilen, pazarın özellikleri ve pazarı ihtiyaç duyduğu şeyleri yakından takip edebilen, piyasadaki potansiyelle daha samimi ortam kurabilen kişilerdir.

KOBİ'ler her ne kadar işlevsiz gibi görünse de pazarı yakından takip edebilmeleri, müşterilerinin ihtiyaçlarını daha iyi bilebilmeleri ve personeliyle daha yakın ilişkiler kurabilmelerinden dolayı büyük firmalardan daha fazla bir esnekliğe sahiptir.

KOBİ'ler birçok teknik ve konjonktürle gelişmelere kısa zamanda uyum sağlayabilme kabiliyetine sahiptirler. Yapmış oldukları yatırımlarında kendi öz sermayelerine daha çok ağırlık verdiklerinden bu sebepten dolayı da Ülkedeki işsizlik oranının düşmesinde KOBİ'lere destek verilmesinin büyük bir önemi bulunduğu açıktır. İstihdamı büyük bölümünü oluşturan işverenler, işyerlerini bulundukları bölgelerde ya da yaşamak istedikleri kendi alanlarında kurmak istemektedirler. Ülke çapında çok geniş bir alana yayılmakta oldukları, ülke içindeki çok değişik bölgelerin de kalkınmasında ve iş istihdamı oluşturmada yardımcı olmakta ve bölgesel gelişmişlik farklılıklarını en az seviyeye indirmektedirler.

KOBİ'ler kriz durumlarında çabuk karar verme olanaklarına haiz oldukları gibi, daha az yönetim gideriyle çalıştıkları dikkate alınırsa bu konuda ucuz üretimde bulundukları ortaya çıkar.

Yurdun her yerine istihdam, sanayileşme alanındaki yenilikleri yaymada etkili bir vasıta olarak kullanılabilir. Çok geniş vadede büyük üretim işletmelerinin önemli oranda girdilerinin üreticisidirler.

Küçük çaplı ve az miktarda birikimlerini ve aile birikimlerini doğrudan doğruya yapılan yatırımlara yansıtırlar. Bu sebepten dolayı piyasa ekonomisinde ve üretimde çok önemli bir yer tuttukları gerçektir.

1.10.2. KOBİ'lerin Dezavantajları

Birçok üstünlüklerinin yanında KOBİ'lerin yumuşak karnı diyebileceğimiz zayıf yönleri ve sakıncalı durumlara da sahip olup, bunlar kısaca aşağıda belirtildiği gibi sıralandırılabilir:

- Kendileri için gerekli olan ekonomik kaynağı ya da krediyi para ve sermaye piyasalarından tedarik etmeleri çok zor olduğundan, sermayeyle ilgili gereksinimleri tehlike oranı yüksek olan ticari finansal krediler ile gidermek zorunda kalabilirler.
- KOBİ'lerin pazar oranlarının çok kısıtlı olmasının yanı sıra, temin ve pazarlık konusunda yetileri çok fazla değildir.
- Büyük işletmelerin faydalandığı araştırma, reklam ve geliştirme imkan ve olanaklarından faydalanmaları oldukça zordur.
- Kısıtlı kaynaklara sahip olmaları ve geleneklerine bağlılıklarının fazla olması, ekonomideki ve teknolojiadaki gelişmeleri yakından takip etmelerini engellemektedir.
- Yığın şeklinde üretim yapmadıklarından ve çoğu defa sipariş üzerine çalıştıkları için çoğu defa maliyetleri aşırı derecede yüksek olur ve ürünlerin fiyatının düşürülme imkanı pek mümkün değildir.
- İşyeri sahibi ve yönetici tek kişide bir araya gelmesi ve yeterli olmayan imkanlar sebebiyle işin eli personel ve eleman ya da konusunda uzman yönetici temini zordur (Müftüoğlu, 1991).

İKİNCİ BÖLÜM

KOBİ'LERİN YÖNETİMSEL SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

2.1. KOBİ'LERİN SORUNLARI

KOBİ'ler ekonomide etkin rol oynayan şirketlerdir. Büyük şirketlere göre daha hareketli, gelişen, dinamik bir yapıya sahiptirler. Bir şirket ne kadar büyürse kontrol etmesi zor, hantal bir yapıya sahip olur. Bunun örnekleri Türkiye'de mevcuttur.

KOBİ'lerin varlığı devlet için de avantaj sağlar. Çok az bir sermaye ile hem istihdam yaratılmış olur hem de ticaret hacmi oluşturulmuş olur. Büyük bir şirketi kontrol etmek bir bakıma zor olmasına karşın küçük işletmeleri kontrol altında tutmak daha kolaydır. Ancak, küçük işletmeler daha emek yoğun çalıştıkları için daha fazla enerji gerektirmektedir.

Küçük işletmeler küçük sermayelerle kurulmalarının yanı sıra ülkenin ve dünyanın değişen ekonomik koşullarına da çabuk uyum sağlayabilmektedir. Bu özellikleri sayesinde yine tercih sebebi olmaktadır.

Türkiye'de KOBİ'lerin gelişmiş olan diğer ülkelere göre daha geride bir teknolojik yapıya sahip olmasının birçok sebebi vardır. Bunların başlıcaları mali kaynak sorunları yetişmiş deneyimli personel ve ürünlerini pazarlama sorunlarıdır.

KOBİ'lerin diğer bazı sıkıntılarını irdelediğimizde aşağıda belirtilen sorunlara ulaşıldığı görülür (dinamikkobi.com.tr, 2017):

5. Bir işletmenin birçok unsuru girişimcilik, yönetim gibi firma sahibinde bir araya gelmesi,
6. Ön hazırlık çalışmalarında yeterli derecede olmaması,
7. Ortak hareket etmekten çekinilmesi,
8. Firmaların kendi aralarında işbirliği yapamaması,
9. Firmanın kurulacağı yerin seçilmesinde sorun yaşanması,
10. İdarede görülen sorunlar,
11. Yöneticide ya da yönetimde görülen sorunları,
12. Kalifiye eleman bulmakta zorlanması,
13. Firma sahiplerinin teknik konularda yetersiz olması,
14. Birlikte hareket etmede görülen sorunlar,

15. Birçok donanım hizmetlerinden uzak kalınması,
16. Teknolojideki ya da üretimdeki sorunları
17. Ürün pazarlama sorunları,
18. Teknoloji alanında ekipman yetersizliği,
19. Üretimde yeterli kapasiteye sahip olunmaması,
20. Piyasada yeterli inceleme-araştırması yapılmaması,
21. Ürünlerle ilgili Ar-Ge çalışmalarının eksikliği,
22. İşletme kapasitesinin belirlenmesindeki hatalar,
23. İlk ürün, girdi, işletmeye gerekli malzeme temininde sorunlar,
24. Standartlara uygun kaliteli ürün üretmede yetersizlik,
25. Yan sanayi üretimde yaşanan güçlükler,
26. Ürünlerin muhafaza edilmesindeki sorunları,
27. Piyasaya ürünü sürmedeki sorunlar,
28. Ortam analizi ya da erkenden önlem almada yetersizlik,
29. Piyasada yeni pazarlara ön hazırlık yapılamaması,
30. Ürünleri dağıtmada yaşanan sorunlar,
31. Ürünün satılabileceği pazarlar alanının bulunamaması, araştırmada ya da değerlendirmede yaşanan zorluklar,
32. Piyasaya yabancı olunması,
33. İhraç etmede yaşanan sorunlar,
34. İç-Dış piyasada rekabet yapacak gücün olmaması,
35. Ülke dışında kapasite oluşturmada yaşanan sorunlar,
36. Ülke dışında pazar giderlerinin yüksek olması,
37. Ürünlerin İstenen kalitede üretilmemesi,
38. Finansal kaynaklarda Sorunlar

39. Firma sermaye ya da kaynakların yetersiz olması,
40. Yabancı sermaye bulmada zorlanması ya da maliyetlerdeki aşırılık, kredi verilebilirliğin çok düşük olması,
41. Yatırım yapma zamanının belirlenememesi,
42. Firma sahiplerinin ekonomik-finansal bakımından bilgisizliği ya da kalifiye yönetici çalıştırmada yetersizlik,
43. Verilen teşviklerden yeteri kadar faydalanamama,
44. Kanuni sınırlandırmalar,
45. Firmaları destekleyen ya da yönlendiren siyasetin yetersiz olması,
46. Yeniliklere ve yeni mevzuatlara ya da yeni gelişmelere yeterince duyarlı olunmaması,
47. Kanuni haklarının bilinip savunulmasında zorluklar,
48. Politik ve bürokrasi teferruatın fazla oluşu,
49. Akademik alanla sanayinin işbirliği içinde olamaması.

Firmalar ve işletmelerin karşı karşıya olduğu sermaye ya da finansal sorunlarının en başında kredi tedarikinde ki sıkıntılar ve kredi kullanırken maliyetlerin çok fazla olması gelmektedir. Bunların başlıcaları arasında; işletmelerin finansal kuruluşlar nezdinde istenen kredi koşullarını karşılamakta zorluk çekmeleri ve rehin verecekler yeteri kadar mal varlığına sahip olmaması sıralanabilir. KOBİ'lerin sermayelerini öz sermaye vasıtasıyla temin ettikleri, kredi araçlarını kullanım oranlarının minimum seviyede olduğu gözlenmiştir. Bu nedenledir ki günümüz çağdaş finans teknikleri diye de nitelendirilebilen franchising, finansal kiralama, risk sermayesi, gibi bazı kredi türlerinin takip edilebilmesi ve yaygın hale getirilmesi KOBİ'lerin finansal sıkıntılarının azaltılması için izlenebilecek bir yol olarak karşımıza çıkar (Kuyzu, 2007: 10).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki firmaların sahip olduğu personel yönetimi uygulamalarının zaman içerisinde yetersizleşmesiyle, personel yönetimi yerine insan kaynakları yönetimini uygulamalarına yer vermeye başlanmıştır.

Belirli bir işletmede iş görenler insan kaynaklarının yapısını oluşturmaktadır. Net bir anlatımla tanımlanmak istenirse eğer bir örgütteki bütün kademelerdeki

yöneticiler, işin tekniği açısından iş gören, danışman olarak istihdam edilen iş gören, tam ya da süre bakımından farklı çalışan iş gören, memur ve işçi ya da diğer farklı kategorilerde çalıştırılan iş görenler bir örgütün insan kaynakları kısmını oluştururlar. İnsan Kaynakları Yönetimi dendiği zaman örgütün amaçlarını gerçekleştirebilmesi adına, mevcut iş gücünün kapsamlı ve doğru bir şekilde, etkili ve yoğun bir biçimde kullanılma tekniği geliştirilmesi anlaşılmalıdır.

İnsan kaynakları yönetimi, KOBİ'lerin başarı sağlamasında kilit bir rol üstlendiğinden, geçmişteki KOBİ'lere nazaran zamanımızda önemi daha çok anlaşılmaya başlanmıştır. KOBİ yöneticileri, AB'nin sunduğu avantajlardan yararlanma çalışmaları gerekmektedir. Günümüzde firmaların devamlılığını sağlayabilmeleri, içerisinde bulunduğumuz zamanda çok taraflı düşünmeyi, diğer rakip firmalardan ayrı öncü bir yöntem geliştirmeleri ve bu yöntemi hayata geçirebilmek zorundadırlar. Bu nedenle geçmişin geleneksel yöntemlerden vazgeçerek geleceğe bakarak farklı bir bakış kazanmanın ön koşullarındandır. Bu bağlamda önemli gelişmeyi insan kaynakları yönetimi gerçekleştirecektir.

Birçok bilim adamının yaptığı araştırmalara göre küçük firmalar için insan kaynakları yönetiminin belirtilmesi informal olduğu yöndedir. Türkiye, 1994 yılından itibaren, ILO (International Labour Organization) Sözleşmesini onaylamıştır. Bu sözleşmenin içeriğinde hafta tatili, işçi sağlığı, işe girmede asgari yaş, asgari ücret korunması, iş yerlerinin denetimi, iş güvenliği, teşkilatlandırma ve insan kaynaklarının geliştirilmesi vb. bir takım alanları kapsamaktadır.

Kanuni ve hukuki olan bu mevzuatın, geçerli ve zorunlu bir süreç oluşturmaya karşın, bu mevzuatın uygulanmasında bir takım sorunlar oluşmaktadır. KOBİ'lerin insan kaynakları açısından daha insani ve yaşam için daha iyi çalışma ortamı, rekabette piyasaya yapılmış yatırım gibi değerlendirilmelidir.

Firmaların çoğu genel olarak girişimciler vasıtasıyla yürütülürken, işin uzmanlarından yardım almamaktadırlar. Muhasebe, plan-program, çalışanların yönetimi, piyasa-pazarlama alanlarında yeterli derecede bilgiye ve donanımına sahip olmayan yöneticilerden dolayı KOBİ'ler yönetimde bir takım eksiklik yaşamaktadırlar. Bu durumda farklı bölümler oluşturulmasına firmalar yeterli alana sahip olmamaktadır.

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin yöneticileri, yaratıcı, yenilikçi, ileri görüşlülük yeteneğine haiz kişilerden oluşurken, bunun yanında sermayeyi de elinde bulunduran kişilerdendir. Elinde bulundurduğu sermayeyi, kendi çabaları ile temin ederken, yeniliklere destek veren sermaye sahipleri ve girişimci veya iş meslekleri yoluyla temin edebilirler. Her ne kadar bir KOBİ veya herhangi biri ne kadar yeni şeyler de bulsa maddi anlamda bir destek bulamazsa bahsedilen alanda oluşturulan yaratıcılık yeteneği veya yenilikçi fikir artık yalnız fikir aşamasında kalacak ve yaşama geçirilemeyecektir.

Gelişmiş ve gelişmekte olan piyasa ekonomilerinde insan kaynakları yönetiminin geliştirilmesiyle rekabette bir adım önde olmalarına karşın, küçük firmalar için bunu söylemek zordur çünkü bununla ilgili sağlam veriler bulunmamaktadır. İşletmeler, yeniliklere açık olup insan kaynakları yönetim çalışmalarında etkili olabilirlerse dış ticaret ve ihracata eğilim daha fazla olacaktır. İşte bu nedenledir ki KOBİ'lerde rekabette herkesten önde olmak çok önemlidir.

KOBİ'ler güncel projelerin ve popüler iş imkânlarının oluşturulması, istihdam sorununa etkili çözümler getirilmesi ve rekabetteki elin arttırılmasında ekonomiler bakımından aslında hiç de yabana atılmaması gereken birimlerdir.

BASEL komitesi, sermaye yeterliliği reformlarının başlangıcından bu zamana kadar, KOBİ'lere ayrı bir önem vermiş olup o zamandan bu yana KOBİ'lerle bağlantılı risk ağırlıklarının hesaplanması üç defa değiştirilmiştir. 2004 yılında yapılan son düzenlemeler ile KOBİ'ler perakende ve kurumsal anlamda bir ayrıma tabi tutulmuştur. KOBİ'lerde İnsan Kaynakları Yönetimi ve uygulamaları ile ilgili olarak çalışanların sorunları, iş ve istihdam, ödüllendirme, ahlaki değerler, çalışanlar için adil ve güvenli ortam gibi yönetim görevlerinin yürütülmesi ve değerlendirilmesi için politik bir süreç gereklidir. Bu anlamda ilgili uygulamalar (Yörük, 2011: 44);

- İş alanında analiz uygulamaları
- İş yeri uygunluğunun planlanması
- İş yerine çalışanların seçimi
- Ön hazırlık ve eğitim
- Etkinliğin gözden geçirilmesi

- Ödenecek ücretlerin yönetimi
- Çalışanlara verilecek prim ve teşvikler
- Çalışanlar arasında kurulacak iletişim
- Çalışanların bilgi olarak iyileştirilmesi ve eğitimi
- Çalışanların yaptığı işi benimsemesinin sağlanması

Küçük ve orta ölçekli firmalarda, firma yönetiminin bilgi ve tecrübesizlik ve eğitim alanında yetersiz kalırken firmanın bütün fonksiyonları sadece birkaç personel vasıtasıyla yerine getirilmeye çalışılmaktadır. Bu durumdan dolayı, firmanın yönetimdeki bazı fonksiyonlarının icra edilmesinde bir takım problemler oluşmaktadır. Öncelikle firmadaki bütün iş ve işlemlerin sadece bir kişi tarafından yapılmaya çalışılması, bu firmaların farklılaşan ekonomik ve pazar koşullarda firma sahibinin işini daha da zorlaştırma yolundadır. Böylece yönetim alanında profesyonelleşmenin dikkate alınmaması, çağdaş işletmecilik şartlarına adapte olunmasını engellemektedir diyebiliriz.

İnsan Kaynaklarının Yönetimi aşamasında, KOBİ'lerde girişimciler birebir aktivitelerde bulunmakta, çoğunlukla işiyle uğraşan iş görenlerle beraber üretim sürecine aktif olarak katılmakta, vergi, sigorta gibi işlemlerle de ilgilenmektedir. Ancak firma büyüdükçe girişimci firmanın her sorunuyla bizzat ilgilenmesi zorlaşmaktadır.

İşletme ve girişimcilerin piyasa hakkındaki bilgiye ulaşabilme ve piyasa ile ilgili tahminler yapabilmedeki eksikliği vasıflı ve deneyimli çalışanların istihdam etmede uzak olması, yetkileri bir başkasına devretmemesi ve başka yöneticiye ihtiyaç duymaması, KOBİ'lerde hatalı kararların alınmasına ve yanlış davranmaya neden olduğu gibi daha yumuşak bir oluşumun önüne geçmektedir.

2.1.1. KOBİ'lerde İnsan Kaynakları Planlaması

KOBİ'lerde İnsan Kaynakları Yönetimi'nin doğru analiz edilmesi amacıyla Göller Bölgesi'nde üretim yapan KOBİ'lerde 115 çalışanla yapılan bir araştırmaya göre; İnsan Kaynakları ile ilgili bölümlerin yüzde 66'sının doğrudan doğruya üst yönetime bağlı olduğu, yüzde 20,4'ünün bağımsız ve yaklaşık yüzde 14'ünün farklı bölümlere bağlı olarak çalıştığı tespit edilmiştir. Toplama açısından değerlendirecek olursak İnsan Kaynakları faaliyetlerinin önemli bir oranının üst yönetimin kontrolünde devam ettiği

görülmüştür. İnsan kaynakları planlamasının yüzde 79'luk bir kısmının üst düzey yöneticiler vasıtasıyla yapılmaya çalışıldığı görülmüştür. İnsan Kaynaklarının elde edilmesinden ve seçiminde sorumluluğa sahip bölümün insan kaynakları bölümü olduğu firma sayısı, toplam firmalar içerisinde yüzde 47 oranına sahip olduğu tespit edilmiştir (A.g.e.).

Birçok KOBİ'de kararların alınmasında, firma yöneticisi ya da ortaklar tarafından yapıldığı tespit edilmiştir. Orta ve büyük firmalarda ise yetki, tam olmasa bile yine de yönetici ya da daha alt yönetime devredildiği için kararların birlikte alındığını söyleyebiliriz. son sözü yine de üst yönetim söylemektedir. Bunun için KOBİ'lerde alınan kararlarda, büyük firmalarda alınan kararlara nazaran teknikler ve bilimsellik neredeyse hiç kullanılmamaktadır. Yine de bu firmalarda daha hızlı ve daha elastiki kararlarının alınması şaşırtıcıdır.

Küçük çaplı firmalarda resmi bir İKY birimi olmasa da çoğunluğunda işe alma, aday bulma gibi faaliyetler yürütülmektedir. Sahip yönetici tarafından yapılan bu faaliyetlerin profesyonelce yapılmadığı su götürmez bir gerçektir. firma sahibi yöneticiler insan kaynakları yönetimi ile ilgili yeterli bilgiye ve deneyime sahip olmadıkları gibi bu faaliyetlerin diğer yönetim faaliyetlerinden zaman ve emek çalan bir unsur olarak görmektedirler (Cardon, Stevens, 2004: 295-323).

KOBİ sektöründe bilgi deneyim eksikliği ve aday bulamama, insan kaynakları için göz ardı edilemeyecek kadar önem taşımaktadır. KOBİ'lerde esneklik açıdan diğerlerine oranla bazı avantajlara sahiptir. Aday bulunurken işi bilip bilmemesinden daha önemli olan şey işletmeye uygun olup olmadığıdır. İş bilen işten anlayan adaylar seçmektense, çalışma koşullarına uyum sağlayabilecek çalışanları seçmeye özen gösterilmektedir.

2.1.2. KOBİ'lerde İnsan Kaynakları Eğitim ve Geliştirme

Firmalarda insan kaynakları eğitimi; çalışan kişilerin yapılan iş daha iyi yapmaları için tecrübe ve bilgilerinin artırılması ve geliştirilmesine yardımcı olmak amacıyla yapılan bir uygulamadır.

Özenerek hazırlanan eğitim programlarının hayata geçirilmesinde hem işletmelerin hem de çalışanların etkileşimli olarak faydaları bulunmaktadır.

KOBİ'lerin deneyimli eleman çalıştırmayı isteme düşünceleri ücret açısından bazı sıkıntılara neden olmaktadır. Bundan dolayı da KOBİ'lerde ağırlığın eğitime verilmesi, kendi bünyelerinde deneyimli elemanlar yetiştirmeleri ve kişiler arasında işbölümünün sağlanabilmesi, çalışanların yaptıkları işte profesyonelleşmesinin sağlanabilmesi KOBİ'lerdeki iş hacmini artmasında, verimli üretimde ve kalitenin artmasında faydalı olacağı muhakkaktır.

2.1.3. KOBİ'lerde Kariyer Yönetimi

Firmaların ilerleyen zamanlarda gereksinim duyacakları deneyimli çalışan istihdamı oluşturmak, kişilere ileride gelmek istedikleri yerlere gelmelerini sağlamak gayesiyle kariyer yönetimi alanı uygulanmaktadır.

Bu sürecin başarısı büyük oranda yöneticiler, iş görenler ve İK departmanı gibi tarafların katılımına bağlıdır. Kariyer yönetiminin işletmelere sağladığı başlıca yararlar (Yıldız, 2013: 109);

- Çalışan kişilerin deneyim ve bilgilerinde artış sağlanır
- Deneyim sahibi çalışanların işletmede devamlılığı sağlanır
- Çalışanlar yaptığı işten memnun olur
- Çalışanlar ve işletmenin gayeleri birleşir
- İş yerinde daha adil kararlar alınır
- İşletmedeki ürün kalitesinde ve verimlilikte düzelme sağlanır.

2.1.4. KOBİ'lerde Performans Yönetimi

Beceri ile ilgili araştırmalar, öncelikle 60'lı yılların başından başlayıp, insan kaynakları üzerine yapılan planlama ve yönetsel tekniklerin işe yararlılığının ortaya konması ve eğitimin bir gereklilik olarak kabul görmesi kurumun başka amaçlarına da fayda sağlamaktadır. Nispeten KOBİ'lerin hemen hemen hiçbir devlet yaptığı desteklerden yararlanamamakta ve bu firmaların çok azı ise verilen desteklerden haberdar olamamaktadır. Devletin vermiş olduğu bu yardımlardan yararlanamamaların sebeplerinden bazıları; sağlanan desteklerin şartlarını taşımama, bir desteğin sağlandığından habersiz olma, devlet desteklerinin kullanışlı olmaması ve devlet

kurumları ile çalışmak için zamanın olmaması gelmektedir (Çelik, Karadal, 2007: 122-123).

2.1.5. KOBİ'lerde Ücret Yönetimi

Ücret kavramı aslında teferruatlı bir kavram olarak karşımıza çıkar. Sosyal ve finansal hayatın neredeyse tamamını etkisi altına alan kavramdır. Personelin bir işletmeye verdiği hizmet karşılığında aldığı ücret onların yaşamlarını devam ettirmeleri açısından önemlidir.

KOBİ'lerde ücret yönetimi bir diğer açıdan bakıldığında zaman kompleks bir yapıya sahip olduğu gerçeği göz ardı edilemeyecek kadar önemlidir.

Çalışanlar tarafından bakılırsa ücretin hem toplumsal hem de ekonomik tarafı olan kavram olduğu söylenebilir. Ücret ekonomik boyut olarak çalışanın ekonomik güç olarak ortaya çıktığı için çalışanların ilgilendiği en önemli kısımdır.

Çalışan insanlar elde etmiş olduğu ekonomik imkânlarla yaşamını idame ettirmeye ve kendine huzur dolu bir gelecek oluşturmak için yatırım yapmada kullanır. Bir diğer açıdan bakıldığında ücret insanların toplum içindeki seviyesini ortaya koyan bir unsur olarak görülür

Ücret kavramının önemini pekiştirmek için bir diğer açıdan bakarsak, Ücret kavramı örgüt açısından da büyük önem taşır. Ücretlendirme sürecinin örgüt açısından önemi şu başlıklarla özetlenebilir (Bingöl, 411-461).

- **Örgütte çalışmaya istekli personel potansiyeli yaratmak:** Çalışanların yeterli ücreti alması, hali hazırda işte çalışmaya istekli personelin bulunması, işin cazip bir iş haline getirilmesi, çalışanları motive edecek aktivasyonların yapılması gerekir. Bir kişi kendisine hangi iş daha fazla kazanç getirecekse, hangi işte rahat edebilecekse, hangi işin faydası daha fazlaysa o işi tercih edeceği muhakkaktır. İşte bu nedenle işverenler memnun bir personel oluşturmaları için çalışanların ihtiyaçlarını karşılayabilecek ve hayatlarını idame ettirebilecek bir ücret ödemeleri gerekir.
- **İyi personeli örgütte tutmak:** Çalışanların örgüt içindeki performansına bakılarak diğer çalışanlara sağladığı faydaların göz önünde bulundurularak

firmaya sağlamış olduğu kazanımlar dikkate alınmalı çalışanlar arasında bir eşitsizlik görüldüğü zaman, işteki memnuniyetsizliği gidermek adına girişimde bulunmak şarttır. Çalışanlarda işten dolayı bir memnuniyetsizlik olduğunda firmaya hem maddi hem de manevi zararı dokunacağı kesindir. Hatta çalışan kalifiye elemanın ayrılmasına bile neden olur.

- **Ücretler örgütün en önemli maliyet ögesidir:** Bir işletmenin kuruluş amacı tabii ki en yüksek karı elde etmeye çalışmak olduğundan firma sahipleri maliyetleri minimize etmek için ellerinden geleni yaparlar. Özetle, yönetici hem firmayı en yüksek kar elde edecek şekilde hem firmanın amaçlarını gerçekleştirecek şekilde hem de çalışanları tatmin edecek bir ücret belirlemek zorunda kalmaktadır. Haliyle firma sahipleri için ücret firmanın geleceğinde önemli bir anlama sahiptir. Ücretin miktarının belirlenmesi, serbest ekonomi piyasasında piyasaya yön veren güçlerin elinde bulunduğundan ücretin miktarı bunlar vasıtasıyla belirlenir. Kamu alanında bu durum biraz farklılık arz eder. Kamu alanında yapılan işler genellikle bir tekel görünümünde olduğundan Devlet topluma verilmesi gereken hizmeti icra etmede karşısında etkili bir gücün varlığından pek söz edilemez.
- **Personeli güdülemek:** Çalışanların firma içinde en üst kapasiteyle çalışmalarını sağlayabilmenin ve motive edebilmenin en önemli yolu ücretteki doygunlukla orantılıdır. Ücret, kişilerin toplum içinde gereksinimlerini, hayatlarını idame ettirmelerini sağlayan önemli bir unsur olduğu ve ekonomik anlamda statüyü oluşturduğu gerçeği unutulmamalıdır. Bir firmadaki ücretin miktarını belirleyen dört temel öge vardır. Bunlar;
- İş kolundaki ve piyasada aynı neviden işlerde çalışanlara verilen ücretler
- Firmanın maddi kapasitesi
- Fiyatlardaki refah seviyeleri
- Yasalarla düzenlenmiş ve ücretin miktarını kısıtlayan maddeler.

Bunlara bağlı olarak yapılan toplu sözleşmeler, haliyle firmanın ödeyeceği ücretin miktarını etkileyecektir.

Bu tür zam uygulamaları ve ücret belirlemelerinin hem çalışanlar açısından ham de işverenler açısından olumlu ve olumsuz yönleri bulunmakla birlikte böyle bir kurala bağlanan ücretler çalışanları daha çok memnun etmektedir.

Tüm çalışanlara aynı ücret politikasının uygulanması bir taraftan adaleti sağlarken diğer taraftan beceri gerektiren işlerde daha kalifiye kişilerin aynı ücretten memnun olmama durumunu doğurur ve kendilerine ve uzmanlıklarına fazla önem verilmediği düşünürler bu da başka iş aramalarına neden olur.

2.1.6. KOBİ’lerde Çalışma İlişkilerinin-Endüstri İlişkilerinin Düzenlenmesi

Görüşmeler sonucu sendikalar ile ücretler ve sosyal konularda uzlaşmaya varılmıştır. Sonunda toplu sözleşmeler imzalanmıştır.

En önemli çalışmaları, toplu iş sözleşmeleri, grev, üyelerin meslek eğitimi, bilgi ve deneyimlerinin arttırılması, çalışma koşulları için gerçekleştirilen eylemlerdir.

Toplu sözleşmeler, pazarlıklar sonucunda tarafların çalışma koşullarında anlaşma imzalanmaktadır. Eğer pazarlık süreci anlaşmazlıkla sonuçlanır ise grev veya lokavt gibi farklı yöntemlere gidilir.

Eşit iş hakkı, işten sebepsiz çıkarılma, İş güvenliği, gibi kanuni hakları koruyan politikaların sağlıklı bir şekilde uygulanması ancak işletmelerin bilinçlendirilmesine bağlıdır.

Yönetenlerin yanında iş görenler de dahil olmak üzere kim yasal haklarını aramak konusunda yeterli değil ve bu konuda yeterli birlik beraberlik sağlanamamaktadır. Bu nedenle de çalışma ilişkilerini düzenleyen kurallar korunamamaktadır.

2.2. EKONOMİK KRİZLER

İster ekonomik olarak çok güçlü, gelişmiş bir ülke olsun, isterse kırılgan bir ekonomiye sahip gelişmekte olan bir ülke olsun ekonomik krizi yaşama ihtimali vardır. Gelişmiş ülkelere oranla gelişmekte olan ülkelerde daha fazla görülmektedir. Bunun nedeni korumasız bir ekonomik yapıya, zayıf bankacılık ve müdahale edilebilir karar mercilerin olmasından kaynaklanmaktadır (Verick ve Islam, 2010: 8).

İçinde bulunduğumuz 21. Yüzyılda ekonomik krizlerin geçmiş zamanda yaşanan krizlerden farklı olarak sebebi değişkenlik gösterebilir. Ekonomik olmayan bir gelişme bile ekonomiyi etkileyebilmektedir. Ekonomide yaşanan her olumsuz durumu kriz olarak değerlendiremeyiz. Ekonomideki kısa süreli dalgalanmalar kriz olarak kabul edilmemektedir. Durgunluğun hissedilebilirliği artarak devam ediyorsa ve daha uzun bir zamana yayılmışsa kriz tanımı yapılabilir. Ekonomide oluşan krizlerin tanımı içinde bulunulan zamana göre de farklılık göstermektedir. Örneğin günümüzde dünya çapında yaşanan bir ekonomik kriz “küresel kriz” ya da “global kriz” olarak nitelendirilmektedir (Eroğlu, Albeni, 2002: 94).

Küresel krizler ülkelerin birbiriyle ekonomik etkileşime girmeye başladığı 20. Yüzyıldan itibaren daha sık görülmeye başlandı. Mali, ekonomik ya da siyasi karar mercilerin aldığı kararlar hızlı bir etkiye neden olmaktadır. (Eroğlu, Albeni, 2002: 94)

Çıkış nedeni farklı olsa da sonucu hep aynı olan ekonomik krizler, reel sektör krizi ve finansal kriz şeklinde ayrıma tabi tutulabilir. Reel sektör krizi genelde istihdam, mal veya hizmet sektörü gibi nedenlerle oluşmaktayken, finansal kriz ise döviz, ödemeler dengesi gibi nedenlere bağlı olarak gerçekleşmektedir. Elbette herhangi bir arıma tabii tutmak imkânsızdır çünkü ekonomi bir bütündür ve ekonomide kullanılan tüm araçlar bir birini etkilerler (Uzay, 2012: 1).

Krizlerin ortaya çıkış nedeni her ülkede farklı olmakla birlikte krizden etkilenme derecesi de farklılık göstermektedir. Bunula birlikte bir ülkede çıkan krizden diğer ülkelerin de etkilenme olasılığı yüksektir. Ekonomik olarak birbirine bağlı olmanın verdiği nedenlerden kaynaklanmaktadır. Siyasal alandaki başarısızlıklar ve siyasi yapıdaki olumsuzluklar da krizin oluşmasında etkili olabilmektedirler (Turgut, 2007: 35-46).

1980’li yılların başlarından itibaren giderek hızlanan ve küreselleşen ekonomik yapı sistemde değişimlere yol açmış, kullanılan finansal yapıyı da değiştirmiştir. Ayrıca, teknolojinin yaygınlaşması ve iletişimin ileri boyutlarda olması durumu da ekonominin birbirine bağlılığını da beraberinde getirmiştir (Baş Dindar, 2012: 110).

Finansal araçların kullanımının yaygınlaşması, piyasaları birlikte hareket etmesini beraberinde getirmiştir. Ülkeler arasındaki parasal akışlar, diğer ülkelerin para birimleriyle yapılan ticaret ülkelerin birbirine bağımlı hale gelmesine neden olmuştur. Bir

ülkede çıkan karışıklık, parasal sıkışma veya siyasal istikrarsızlık diğer ülkelerin de sorunu olması kaçınılmaz olmuştur. Bu durum küresel krizlerin görülme sıklığını artırmıştır (Tabakoğlu, 2015).

Bu açıdan bakıldığında ekonomik krizlerin çıkış nedeni çoğunlukla dış kaynaklı olduğu söylenebilir. Bir ülkenin iç dinamikleriyle oluşan krizler telafi edilebilmekteyken dış kaynaklı krizler hem öngörülememekte hem de müdahale etme ihtimalini azaltmaktadır.

Son zamanlarda yaşanan siyasi sorunlar dış kaynaklı olduğundan ülkeler kendi içinde önlemler alma ihtimali pek yoktur. Fransa’da yaşanan sarı yelekliler hareketi ülkenin iç siyaseti ile alakalı bir durum olmasına karşın Avrupa’nın diğer ülkelerine de sıçramıştır. Bu siyasi karışıklığın sonucunda tüm Avrupa ülkelerini etkileyen bir ekonomik boyut kazanmıştır.

Yine aynı şekilde Amerika ve Çin’in ekonomik savaşları da tüm dünya ekonomisini etkileyen bir hal almıştır. Hala bir çözüme kavuşturulmamış olan görüşmeler bütün ülkelerin dikkatini bu yöne çevirmesine neden olmuştur. Bu belirsizlikten kaynaklanan ekonomik istikrarsızlık ortamı şirketlerin temkinli davranmasına gelecek için yapılacak yatırımların bekletilmesine neden olmaktadır.

Dünyada önemli bir yeri bulunan krizlerin başında “Ekonomik Buhran”dan sonra Türkiye’yi de etkisi altına alan Amerika kaynaklı 2008 krizi gelmektedir. 2007 yılının sonlarında yaşanan Amerika emlak piyasasındaki bazı sorunlardan kaynaklı kriz diğer sektörleri de etkisi altına almış, bütün dünyada ekonomik bir krize neden olmuştur. Bu krizin çıkmasında ki en büyük etken ise “mortgage” denen konut kredileridir. Krediler ödeme gücü olmayan ya da herhangi bir işi olmayan düşük gelirli ya da herhangi bir gelire sahip olmayan kişilere de kullanılmış bunun sonucu olarak bu kredilerin geri dönüşü olmamış ve bir krize dönüşmüştür (Moseley, 2008: 10-11).

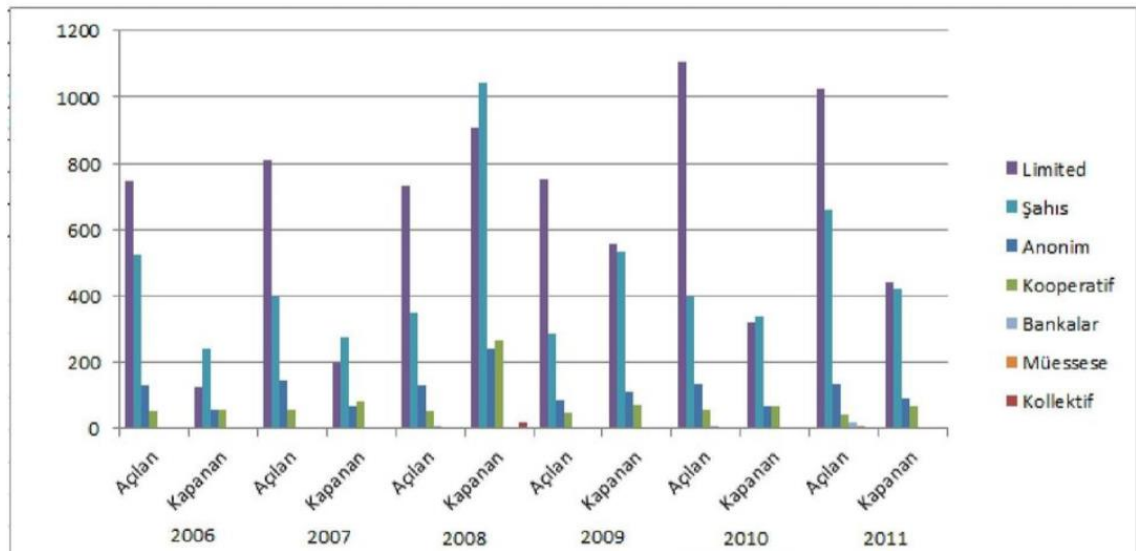
Bu durumun bir sonucu olarak kredilerini ödeyemeyen kişilerin evlerine bankalar tarafından el konulmuş, kredilerin paraya çevrilmesi uzun bir sürece yayılmış ve bir likidite sorunu haline gelmiştir (A.g.e.).

Amerika merkezli oluşan bu kriz uluslararası ekonomiye yayılmış ve diğer ülkeleri de etkisi altına almıştır. Böylece krizlerin tüm ülkeleri etkileyeceği görüşü hakim olmaya başlamıştır. Krizin uluslararası piyasaya yayılması ile birlikte ABD içerisinde

ortaya çıkan krizden diğer dünya ülkelerinin ayrışacağı görüşü gerçekliğini yitirmiştir. Bu noktada yatırımcılar açısından güvenli liman arayışı ön plana çıkmıştır. Krizin merkezinde olmasına karşın ABD para birimi olan dolar yatırımcılar tarafından 2009 yılıyla birlikte tercih edilmeye başlanmıştır. Bu durum diğer ülkelerin para birimlerinde değer kaybı oluşturmalarının yanı sıra gelişmekte olan ülkelerin hisse senedi ve bonoları da boşaltılarak ABD Dolarına yönelmiştir. ABD Dolarına olan talep diğer ülke para birimlerinin ABD Doları karşısındaki değerlerinin azalmasına neden olmuştur (Roubini, Mihm, 2012: 133-134).

2008 krizinin Avrupa ülkelerini derinden sarsmasına rağmen Türk bankaları açısından pek etkili olmamıştır. Avrupa'nın aksine Türk bankaları kar açıklamışlardır. Her ne kadar yabancı sermayenin ülkeden çıkmasına neden olsa da Türkiye'deki ekonomiyi etkileyecek düzeyde bir boyutta olmamıştır (Özsoylu, Ünlükaplan, Gedik, 2010: 118-119).

Grafik 2.1: Nevilerine Göre Yıllar İtibariyle Açılan ve Kapanan Şirketler



Kaynak: <http://teacongress.org/papers.2012>

Yukarıda verilen tabloda Konya'da 2006 yılında açılan limited sayısı yaklaşık 800 civarındayken 2007'de bu sayıyı geçmiş, 2008 yılındaki kriz nedeniyle tekrar 800'ün altına gerilemiştir. 2009 yılında ise bir önceki yıla oranla daha fazla limited şirket açılmıştır. 2010 yılında yükseliş eğilimi devam ederek 1200 civarlarına yaklaşmıştır. Ancak, 2011 yılına gelindiğinde tekrar bir düşüş görülmüştür.

Şahıs şirketlerine gelince, 2006 yılından 2009 yılına kadar açılan şahıs şirketlerinde sürekli bir düşüş olmuştur. 2011 yılında ise yükselişine devam etmiştir.

Türkiye’de ekonomik alanda çok az bir oranı kapsayan anonim şirketler 2008 krizinden çok az etkilenmiş açılan şirket sayısı neredeyse göreceli olarak sabit kalmıştır denebilir.

Bunun yanında kapanan şirket sayılarına baktığımızda ise 2006 ve 2011 yılları arasında çok fazla dalgalanmalar olduğu görülür.

2006 yılında kapanan limited şirket sayısı 200-250 civarı bir sayıdayken 2008 yılında bu sayı 800-900 civarında seyretmiştir. Bunun başlıca nedeni elbette ki Amerika kaynaklı oluşan 2008 ekonomik krizdir. Takip eden yıllarda bu durum düzelmeye başlamış ve kapanan limited şirket sayısında giderek azalma görülmüştür.

Kapanan şahıs şirketlerine baktığımızda 2006 yılında kabul edilebilir bir sayıdayken 2008 kriziyle birlikte kapanan şahıs şirketi sayısında da büyük bir artış yaşanmıştır.

Bu açıdan bakıldığında ve 2008 ekonomik krizin Türkiye’yi çok etkilemediği düşünüldüğünde küçük işletmeler her ne kadar çok etkilenmiş görünseler de ekonomik yapı içinde kendini çabuk toparlamaktadır. Şirketler kapanmış olmasına rağmen sonraki yıllarda daha çok limited ve şahıs şirketi açılarak tekrar ekonomi çarkı içinde yerini almaktadırlar.

KOSGEB küçük işletmelere gereken sermaye, kredi ve destek vererek ekonomide can suyu etkisi yaratmaktadır. Hem yeni kurulacak işletmelere hem de hali hazırda kurulmuş şirketlere destek vererek ekonomik krizlerde şirketlere yardımcı olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında KOSGEB küçük şirketler için önemli bir mekanizma gibi çalışmaktadır.

Türkiye son 30 yılda sonuncusu 2008-2009 krizi olmak üzere çeşitli krizler ve durgunluklar yaşamıştır. Türkiye 1979 da bir borç krizi geçirmiş, daha sonra ise Ocak 1980’de “istikrar ve serbestleşme programı” ile Türkiye ekonomisinde bir dönüm noktası yaşanmıştır. Bu program IMF ile yapılan stand-by anlaşmasına dayanmakta ve finans ticaretteki bu kapsamlı serbestleşmeyi öngörmekteydi. 1980’li yıllarda yaşanan yapısal dönüşümler, Ağustos 1989 da sermaye hesabının serbestleşmesi ile doruk noktasına

ulaşmıştır. Ancak Türkiye ekonomisi 1994 yılında bir finansal krizi yaşamıştır. Bu krizi o dönemde yaşanan Asya ve Rusya krizleri takip etmiş kötü etkileri 1998 ve 1999 da Türkiye’de uzun süreli bir krizi doğurmuştur. Bu yıllarda yaşanan negatif büyüme ve %60'lara varan enflasyon oranı “deflasyon programı”nın açıklanmasına ve 1999 yılının sonunda IMF ile 17. Stand-by anlaşmasının yapılmasına neden olmuştur. Bu yaşananları 2001 yılında yaşanan kriz izlemiştir (Uygur, 2010:1). 2000-2001 yıllarında, yaşanan ekonomik kriz ile önemli bir durgunluk sürecine giren Türkiye ekonomisi, kriz sonrası dönemde uyguladığı sıkı para ve maliye politikaları ile yeniden istikrar ortamını yakalamayı başarmıştır. 2001 yılından bugüne kadar geçen süreçte, Türkiye ekonomisinin makro değişkenleri, finansal yapısı ve özellikle bütçe büyüklüklerinde önemli iyileşmeler sağlanmış ve ekonomik istikrarlı bir büyüme hızını yakalamıştır (Susam ve Bakkal, 2008: 75). Ancak son yaşanan küresel kriz Türkiye ekonomisini etkileyen bir kriz olmuştur. 1994 ve 2001 krizleri öncelikle finans piyasalarında başlayıp en çok mali sektörü olumsuz olarak etkilemiş olmasına rağmen, 2008 yılında Türkiye’de etkileri görülmeye başlayan küresel kriz reel sektörü etkisi altına almıştır (Ünal ve Kaya, 2009: 10).

2.3. KOBİ’LERİN KRİZ YÖNETİMİ

Çok hızlı küreselleşmeyle birlikte ve birçok alanda yaşanan yenilikler, hem ülke içinde hem de dünya çapında faaliyetlerine devam eden ticari yapıların kararlarını ve izledikleri yolu değiştirmesini sebep olmaktadır. Bir ülkenin ticari alanında ekonomik olarak hatırı sayılır bir yer tutan küçük işletmelerde hem bir fırsat kapısı açarken aynı zamanda büyük riskler de barındırmaktadır. Bu örneklerin görüldüğü en belirgin dönemler ise ekonomik krizlerin yaşandığı dönemlerdir. Bir ekonomik kriz zamanında büyük şirketler kadar küçük işletmelerin de bu durumdan etkilendiğini söyleyebiliriz. İş dünyasında hareketli rekabet savaşları, ticaretin doğasında olan iş başarısızlıkları, yeteri kadar sermaye ve mali kaynağa sahip olamamaları küçük işletmelerin ticari hayatlarını etkileyen nedenler arasında sayılabilir (Runyan, 2006: 13).

Ekonomik kriz yaşamadan önce krize karşı hazırlıklı olmak bütün işletmeler için göz ardı edilmemesi gereken bir durumdur. Ancak, küçük işletmelerde krize karşı her hangi bir tedbir alıma oranı çok düşüktür (A.g.e.).

Bir işletmede krize karşı alınacak önlem, o işletmenin kriz döneminde etkilenme oranını en aza indirecektir. Bu işletme için kriz anında durumu kontrol altında tutmayı sağlayacak ve krizi avantaja çevirme şansı sunacaktır.

İşletmelerde kriz sürecini atlatmak için genelde izlenen yöntemler kriz öncesi, kriz sonrası ve kriz anındaki aşamada kullanılan yöntemlerdir. Kriz öncesi durumda önemli olan bir kriz yaşanacağını tahmin edebilmek ve bu durumu kendi lehine çevire bilmektir. Ekonomik krizin yaşanmaya başladığı dönemde ise krizi en az hasarla atlatmaya çalışmanın yollarını bulmaya çalışmaktır. Ekonomik krizin etkileri geçtikten sonra bir işlete için yeni fırsatlar ortaya çıkmış olur ve işletme buna göre hareket eder (Beyazıt, Çengel, Tepe, 2003: 366-377).

Globalleşmeyle birlikte dünya çapındaki tüm şirketlerin yaşam süreleri de kısaltmaya başlamıştır. Almanya'da ortalama bir şirketin ömrü 18 yıl iken Fransa'da 9 yıla kadar düşmüştür. Türkiye'deki şirketlerin %80'i beşinci yıla gelmeden yok olmaktadır. Dünya Bankasının yaptığı açıklamaya göre Türkiye'deki şirketlerin yaklaşık yaşam süresi 34 yıl. Bununla birlikte giderek katlanan rekabet koşulları, her geçen gün piyasaya yeni giren şirketler, ve profesyonelleşememe gibi nedenlerle şirketlerin faaliyet süreleri kısalıyor. Ayrıca, Türkiye'de yabancı sermayenin artıyor olması da yerli şirketleri olumsuz etkilemektedir (www.capital.com.tr, 2007).

Her ne kadar küçük işletmelerin avantajları fazla olsa da çok uzun ömürlü değillerdir. Fortune Dergisi bir sayısında şirketlerin faaliyet süresini 40 yıl olarak açıklamıştır. İşletmelerin yaşam süreleri üzerine yaptığı çalışmalarıyla bilinen Arie De Geus bir şirketin faaliyet süresinin 12 yıldan az olarak açıklamıştır (A.g.e).

Kurulduğu zamandan beri bünyesinde kayıtlı olan şirketlerin ömürlerinin ne kadar olduğunu araştıran ATO bazı ilginç sonuçlara ulaşmıştır. ATO tarafından yapılan araştırmada işletmelerin yaşam sürelerini 12 yıl olarak açıklamıştır. Diğer şirketlere oranla daha uzun süre ayakta kalan şirketler genelde kolektif şirketler olduğu ve ortalama 20 yıl ayakta kaldığı, yaşam süresi en kısa olan şirketler ise müesseseler olduğu ve yaklaşık sadece 4 yıl ayakta kalabildiği açıklanmıştır (www.adgebs.com, 09.01.2019).

Bunların haricinde yaşam sürelerine göre şirket türleri şu şekilde (A.g.e.);

- Kooperatifler 17 yıl

- Komandit Şirketler 16 yıl
- Anonim Şirketler 13 yıl
- Şahıs Şirketleri 13 yıl
- Limited Şirketleri 10 yıl
- Yabancı Şirketler 10 yıl

Bu verileri incelediğimizde en dikkat çekici olanı yabancı şirketleri çok uzun ömürlü olmamasıdır. Bu nedenle Türkiye’de yabancı sermayenin varlığına çok da güvenmemek gerekir.

ATO’ya 1923 yılından beri kayıtlı olan toplam 166.436 işletmenin yaklaşık %53,3’ü limited şirket olarak kurulmuştur. Limited şirketin tercih edilme sebebi ise kurulmasının diğer şirket türlerine göre daha kolay olmasıdır. Bu oranı %37,5 ile şahıs şirketleri takip etmektedir. Anonim şirketlerin oranı ise %8,1’dir. Kooperatifler %6, kolektif şirketler %0,9, komandit şirketler %0,8, yabancı şirketler %0,8, müesseselerin oranı %0,1 şeklinde tespit edilmiştir (A.g.e.).

Bu şirketlerin yok olma oranına baktığımızda ilk sırada %47,9’luk oranla şahıs şirketleri yer almaktadır. Şahıs şirketleri küçük işletme niteliğinde olduğu için krizlere dayanıklılığı olmayan, rekabet gücü olmayan, diğer şirketlere oranla yüksek maliyette üretim yapması, kredi almasının daha zor olması nedeniyle bu şirketler daha çok kapanmaktadır (A.g.e.).

Limited şirketleri şahıs şirketlerinden sonra kapanma oranı en yüksek orana sahip şirketlerdir. Limited şirketler tüm şirketler içinde kapanma oranı %41,3’tür. Limited şirketleri %10’luk bir oranla anonim şirketler takip etmekte, kooperatifler ise %3 civarında kapanma oranına sahiptir (A.g.e.).

ATO tarafından yapılan bu çalışmadaki oranlar dikkate alındığında en fazla sermaye kaybının şahıs ve limited şirketleri olduğu ve şirketlerin de küçük işletme niteliğine sahip olduğu unutulmamalıdır.

Yine ATO tarafından yapılan çalışmada, kurulduğu yıldan itibaren üyeliği bulunan şirketlerin 2005 yılına kadar %24,4’ü kapandı. Faaliyetine son veren bu şirketlerin %33,3’ünün ömrü sadece 5 yıldı. 6-10 yıllık dönemde faaliyetine son veren

işletmelerin oranı %18,6 ve 11-15 yıl faaliyet gösteren şirketlerin oranı ise %17,5'tir (A.g.e.).

ATO tarafından yapılan diğer bir çalışma krizlerin şirket açılış ve kapanışlarına etkisi olmuştur. 1986, 1989, 1990, 1994, 1999, 2001 yıllarında kapanan şirket sayıları açılan şirket sayılarından daha fazla olmuştur. Bu şirketlerin kapanma sebepleri genelde iflas şeklinde olmuştur (A.g.e.).

ATO'nun kurulduğu ilk yıllarda daha çok şahıs şirketlerin üye olduğu görülüyor. Bu durum ülkenin o zamanki genel durumu hakkında bize fikir veriyor. Ankara'da kurulan ilk anonim şirket olma özelliğini barındıran Türkiye İş Bankası 1924 yılında kurulmuştur (A.g.e.).

Türkiye'de hala hiç değişmeyen ticari yapı küçük işletmelerin oranının çok fazla olmasıdır. Bu bakımdan ticari konularda kararlar alacak olan siyasi otoritelerin bu duruma dikkat etmeleri gerekmektedir.

Türkiye birçok açıdan ekonominin merkezinde olan bir ülkedir. Yaşanan ekonomik krizlerin tarihlerine baktığımızda ortalama 5-10 yıl arayla sürekli ekonomik kriz yaşanmış ve bu ekonomik krizlerin çoğunluğu küresel boyutta olmuştur. Ekonomik krizlerin küresel boyutta yaşanıyor olması n görüle bilirliliğini azaltmaktadır. Özellikle küçük çaplı işletmeler gelmekte olan krizin farkına varamamaktadır. Büyük işletmeler dış bağlantılara daha fazla sahip olduğu için ya da en az bir yabancı ortağı bulunduğu için krizi tahmin veya tespit edebilmektedir. Ekonomik krizi tahmin ya da tespit etmelerinde etkili olan diğer bir özellikleri ise şirketlerini profesyonelce yönetiyor olmalarıdır. şirket yönetiminde belli kurallar mutlaka olmalıdır. Bu kuralların içinde ekonomik krizlere karşı tedbirler de yer alıyor olmalıdır.

KOBİ'lerin büyük bir bölümü kriz yönetimi ile ilgili bir bilgiye sahip olmadığı gibi ekonomik krizlere karşı hazırlık yapmak gibi bir düşünceleri de bulunmamaktadır.

KOSGEB'in 2016-2020 stratejik plan ve faaliyet raporunda bazı hedefler sıralanmıştır. Bu hedefler arasında yönetimde profesyonelleşme ve üretimde kabiliyetlerin artırma yer aldığı gibi bu şirketler arasında işbirliğini geliştirmek de hedefler arsındadır (www.kosgeb.gov.tr, 2014: 43)

KOSGEB yayımladığı bu faaliyet raporunda özellikle küçük işletmelerin yönetim kapasiteleri üzerinde durulmuştur. İyi bir yönetim sistemi olmayan işletmelerin büyümek istemelerine rağmen diğer şartlar oluşmuş olsa bile bu büyüme sınırlı kalacağı noktasına vurgu yapmıştır (A.g.e).

Küçük çaplı işletmelerde genelde şirketin yönetiminde tek bir karar alıcı olduğu ve bu karar alıcı şirketin sahibi olduğuna değinilmişti. Bu nedenle şirket yönetiminde söz sahibi olan kişilerin bilinçlendirilmesi, geleceği görebilen girişimciler olmalarının sağlanması gerektiğine vurgu yapılmıştır.

Günümüzde araştıran, önce öğrenip sonra uygulayan, kendini yenileyebilen KOBİ'ler için "eğitim" önemli bir araç haline gelmiştir. Bununla birlikte; bilinç eksikliği, bilgiye erişimde yaşanan sorunlar, insan kaynaklarına yönelik politika ve profesyonel yönetim anlayışındaki yetersizlikler ve ortaya çıkabilecek maliyetler gibi nedenlerle işletmeler, zorunlu kalınmadıkça eğitim hizmetlerinden faydalanmamaktadırlar. Bu noktada eğitim programlarının elektronik ortama taşınarak, KOBİ'lere sunulan eğitim hizmetinin etkinliğinin ve verimliliğinin artırılması hedeflenmektedir (A.g.e.).

2.4. KAYIT DIŞI İSTİHDAM

Her ülkenin olduğu gibi Türkiye'de de büyük sorun olan kayıt dışı ekonomi temelinde yapılan ticaretin kaynağının saklanması şeklinde ortaya çıkmıştır. Kayıt dışı ekonomi herhangi bir belgeyle ispatlanamayan ve üçüncü kişilerden saklanan ticaret şekli olarak tanımlanabilir (Altuğ, 1994: 20).

Diğer bir tanımlama şekli de vergiden kaçınma ve ya vergi ödemek istememeden dolayı devlet kurumlarından saklanan ticari faaliyetler olarak nitelendirilebilir (Altuğ, 1994: 15).

Kayıt dışı ekonomi denince ilk akla gelen aslında kayıt dışı istihdamdır. İstihdam ekonomik açıdan önemli bir yere sahiptir. Sadece ekonomik değil aynı zamanda sosyal bir boyutu da bulunmaktadır.

Kayıt dışı istihdamın kısa süreli olumlu etkilerinden söz edilebilir. İşsizlik, gelir düzeyi ve rekabet alanında olumlu etkilere sahiptir. Kayıt dışı istihdamın en önemli etkilerinde biri, işsizliği azaltmasıdır. İstihdam kayıt altına alınması çok zordur. Her devletin kayıt dışı istihdamla mücadele ettiği ancak, buna engel olamadığı görülür.

Aslında kayıt dışı istihdamla mücadele etmeye çalışmak yerine, bunu ortaya çıkaran sebeplerin ortadan kaldırılması gerekir (Özsoylu, 1994: 16).

Grafik 2.2: Kayıt Dışı İstihdamın Yıllara Göre Oranı



Kaynak: www.vergidosyasi.com, 2019.

Yukarıdaki tabloda Türkiye’deki kayıt dışı istihdamın 2008’de meydana gelen ekonomik kriz sonrası yüzde oranları verilmiştir. Ekonomik krizin yaşandığı 2008 yılında kayıt dışı istihdam %43,5 iken büyük ihtimalle krizin etkisiyle 2009 yılında bu oran %43,8’e yükselmiştir. 2008 yılından 2016 yılına kadar 2009 yılını saymazsak sürekli düştüğü görülecektir. Kayıt dışı istihdam ile etkin bir şekilde mücadele edildiği tablodan da açık bir şekilde görülebilir. Ancak, bu oran %34’tür ve hala çok yüksektir.

Elbette verilen bu oranların gerçeği ne kadar doğru yansıttığı belirsizdir. Sonuçta kayıt dışı istihdamın ölçülebilmesi zordur ve elde edilecek her bilgi ya eksik ya da doğru sonucu vermeyecektir. Yine de değişik ölçme ve hesaplama yöntemleriyle yaklaşık oranlar tespit edilebilir.

Tablo 2.1: Türkiye’de 2017-2018 İstihdam Verileri

	Toplam		Erkek		Kadın	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
15 ve daha yukarı yaştakiler	(Bin)					
Nüfus	60 076	60 788	29 746	30 059	30 330	30 729
İşgücü	32 215	32 813	21 746	22 087	10 470	10 726
İstihdam	28 797	29 063	19 890	19 949	8 907	9 114
Tarım	5 854	5 590	3 126	3 014	2 727	2 576
Tarım dışı	22 943	23 474	16 764	16 936	6 180	6 538
İşsiz	3 419	3 749	1 856	2 138	1 563	1 612
İşgücüne dahil olmayanlar	27 861	27 975	8 001	7 972	19 860	20 003
	(%)					
İşgücüne katılma oranı	53,6	54,0	73,1	73,5	34,5	34,9
İstihdam oranı	47,9	47,8	66,9	66,4	29,4	29,7
İşsizlik oranı	10,6	11,4	8,5	9,7	14,9	15,0
Tarım dışı işsizlik oranı	12,8	13,5	9,8	11,0	20,1	19,6
15-64 yaş grubu						
İşgücüne katılma oranı	58,9	59,4	79,0	79,5	38,6	39,1
İstihdam oranı	52,5	52,4	72,1	71,6	32,7	33,1
İşsizlik oranı	10,8	11,7	8,7	9,9	15,2	15,3
Tarım dışı işsizlik oranı	12,9	13,6	9,8	11,0	20,2	19,7
Genç nüfus (15-24 yaş)						
İşsizlik oranı	20,0	21,6	16,4	18,6	26,7	27,2
Ne eğitimde ne istihdamda olanların oranı ⁽¹⁾	26,1	27,4	16,2	18,2	36,3	36,9

Tablodaki rakamlar yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyebilir.

(1) Çalışmayan ve eğitimde (örgün ve yaygın) olmayan gençlerin, toplam genç nüfus içindeki oranıdır.

Kaynak: www.tuik.gov.tr, 2019.

Yukarıdaki tablodaki verileri incelediğimizde, sayısal olarak 2017 yılına nazaran 2018 yılında istihdamda bir artış gözlemlense de oransal olarak bir düşüş eğilimi mevcuttur. Türkiye’deki istihdam artış hızının yeterli olmadığı tablodan rahatlıkla görülebilecektir.

TÜİK verilerine göre Türkiye’deki işsizlik oranı 2017 de %10 ve 2018 de ise %11,7’dir. Avrupa ülkelerinin 2017 yılındaki işsizlik oranlarına bir bakalım.

Bosna Hersek %35,93

Kosova %26,50

Makedonya 21,60

Yunanistan %20,20

Karadağ %18,42

İspanya %15,30

Sırbistan %14,80

Arnavutluk %13
İtalya %10,90
Ukrayna %9,7
Fransa %9,20
Hırvatistan %8,80
Litvanya %8,30
Kıbrıs %8,20
Letonya %8,20
Slovenya %8,10
Portekiz %7,90
İsveç %7,20
Avusturya %6,80
Estonya %6,80
Finlandiya %6,70
Belçika %6
Polanya %5,90
Bulgaristan %5,70
Lüksemburg %5,50
Slovakya %5,40
İrlanda %5,10
Romanya %4,50
Malta %4,40
Moldova %4,10
Danimarka %3,90
Hollanda %3,90

Norveç %3,80

Macaristan %360

Çekya %2,90

İsviçre %2,40

Faroe Adaları %2,30

İzlanda %2,30

Lihtenştayn %1,90

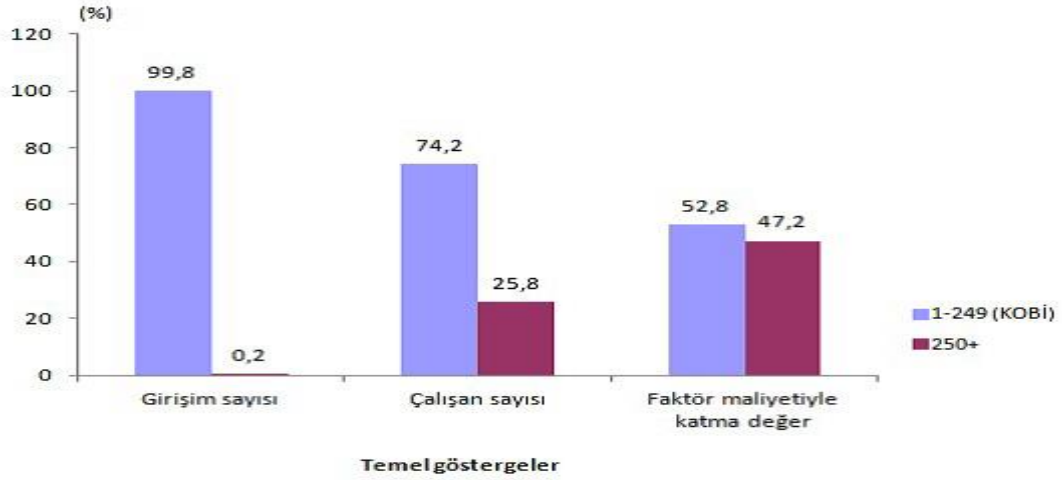
Belarus %0,50 (<https://tradingeconomics.com/>, 20.02.2019).

Yukarıda verilen Avrupa ülkeleri ve işsizlik oranlarına baktığımızda görüleceği üzere Avrupa'daki çoğu ülkenin işsizlik sorunu bulunmamaktadır. İşsizlik sorunu olmayan bir ülke refah seviyesi yüksek bir ülke olarak tanımlana bilir. İşsizlik oranı çık düşük ülkelere baktığımızda bu ülkelerin bazı ortak özellikleri bulunmaktadır. Her ne kadar gelişmiş gibi görünse de bu ülkeler çok küçük ülkeler olduğundan yönetimi kolay ülkelerdir.

Birkaç ülke dışında Avrupa'daki ülkelerin çoğu yüzölçümü ve nüfus bakımından küçük ülkelerdir. Bu özellikleri sayesinde yönetimi kolay, hizmet ulaştırmada da sorun oluşturmamaktadır. Az nüfusa sahip olan bu ülkelerde iş bulamama sorunu yok denecek kadar azdır.

Buradan yola çıkarak küçük işletmelerin önemi daha iyi anlaşılmaktadır. Büyük bir şirketin istihdam kapasitesi yüksek olsa bile ülkenin sadece belirli bir bölgesinde bulunduğundan ya da üretim tesisini belirli bir yere açabileceğinden iş arayan diğer bölgelerdeki insanlara faydalı olamayacaklardır.

Bilindiği gibi büyük şirketler İstanbul, Bursa gibi büyük şehirlerde fabrika, üretim tesisi gibi yerler açmaktadır. Bunun sebebi ticari avantajlara sahip olmasıdır. Diğer şehirlerdeki insanlar ise bu şehirlere iş bulmak için göç etmektedirler. Bu durumu tersine çevirmenin yolu diğer şehirlerde küçük işletmeler kurulmasını sağlayarak göçün asıl nedeninin ortadan kaldırılması gerekir.

Grafik 2.3: KOBİ'lerin Girişim, Çalışan, Maliyet/Katma Değer Oranları

Kaynak: www.kobi.org.tr, 15.04.2019.

Küçük işletmelerin istihdam yaratmada ne kadar önemli olduğunu rakamlarla öğrenmek mümkündür. Yukarıdaki tabloda, 2013 yılında küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin girişim, çalışan ve oluşturduğu katma değerler verilmiştir.

KOBİ'lerin bir ülkede istihdam oluşturma gücünü tabloya bakarak anlayabiliriz. Verilere göre toplam istihdamın %74,2'sini oluşturan küçük işletmelerdir. Bu göz ardı edilecek bir oran olmamakla birlikte, ülkenin çeşitli şehirlerine yatıldıklarından genele yayılan işsizlik sorununa da ayrı bir katkı sağlamaktadır. Böylece ekonomik sorunlara çözüm olmasının yanı sıra, sosyal sorunlara da çözüm olarak katkı sağlamış olmaktadır.

Bu özellikleri sayesinde bir ülkenin sadece belirli bir bölgesinin kalkınmasının önüne geçerek ülke genelinde kalkınmayı sağlamaktadır. Küçük işletmeler Türkiye'nin dört bir yanına dağılarak çok geniş bir alanda istihdam oluşturma imkanı sağlamaktadır. Küçük işletmelerin ülkenin bütün şehirlerine dağılmaları nedeniyle ekonomik faaliyetlerin de dengeli dağılmalarına katkı sağlamışlardır. Küçük yerlerde ve kırsal bölgelerde iş bulma sorununu çözerek kırsal yerlerin de kalkınmasını sağlamaktadır (Sarıaslan, 1996: 22)

İşletme ölçeği ile ekonomik kalkınma süreci arasındaki ilişki incelendiğinde, beş aşamalı bir kalkınma sürecinden söz etmek mümkündür (Yılmaz, 2004: 17);

4. Aşama: KOBİ'lerin ülkenin tüm coğrafik bölgelerine dağılmış bulunması,

5. Aşama: Özellikle kırsal veya taşra bölgelerinde küçük işletmelerin, bölgede istihdam ve gelir yaratarak bölge nüfusunun büyük şehir merkezlerine göçünü engellemesi,
6. Aşama: Duran/azalan göç sonucu bölgede ekonomik faaliyetlerin canlanması,
7. Aşama: Bölgenin imkânlarına ve izlenen kalkınma politikalarına bağlı olarak canlanan ekonomik faaliyetlerin dinamik ve büyüme potansiyeli yüksek işletmelerin doğuşunu teşvik edici bir ekonomik ortamı meydana getirmesi,
8. Aşama: Dinamik ve büyüme potansiyeli yüksek işletmelerin kurulması ile bölgesel kalkınmanın hızlanması ve dolayısıyla ülke ekonomisinin gelişmesidir.

KOBİ'lerin bölgesel kalkınma süreci içinde bir ülke kalkınmasına yapabilecekleri en önemli katkılardan biri de, ülkenin tüm enerjisini ve potansiyelinin ortaya çıkarılmasına sebep olmasıdır. KOBİ'lerin doğuşunu ve gelişimini sağlayıcı bir fırsat eşitliği ortamının oluşturulması, hem bölgesel kalkınma, hem de ülkenin ekonomik gelişmesi bakımından bir zorunluluk olmaktadır (Sarıaslan, 1996: 23).

Türkiye'de kayıt dışı çalışan insanların büyük bir bölümü kendi istekleriyle kayıt dışı çalışmaktadırlar. Diğer kayıt dışı çalışanlar ise kayıt dışı çalıştığını bilmeden çalışmaktadırlar. Bu konuda işverenler bazı yasa dışı yolları kullanarak çalışanların primlerini eksik bildirme ya da SGK'ya hiç bildirmeyerek kayıt dışı istihdama neden olmaktadır (Yereli, Karadeniz, 2004: 180-194).

Kayıt dışı çalışmak diğer bir deyişle sigortasız çalışmak hem işverence hem de çalışan tarafından tercih edilen bir durumdur. Her bir çalışanın oluşturduğu maliyet işverenlere ağır gelmekte ya da ağır gelmese bile daha fazla kar elde etme arzusuyla kayıt dışı işçi (sigortasız işçi) çalıştırma yolunu tercih etmektedir. Çalışan için ise işverenler bazı cazip teklifler sunarak çalışanları bu duruma razı etmektedirler. Çalışan işsiz kalmamak için veya kendi kabul etmese kabul edecek bir başkasının olduğunu bildiği için duruma razı olmaktadır. İşveren yüksek vergileri ödemekten kaçınarak çalışanlarıyla anlaşmaya giderek üzerindeki vergi yükünden kaçınmaya çalışmaktadır (Durmuş, 2006: 152).

Tablo 2.2: Kayıt Dışı İstihdamın Sektörlere göre Oranları (%)

Yıllar	Tarım	Tarım Dışı	Sanayi	Hizmet	İnşaat	Genel
2002	90,14	31,74	36,40	29,19	—	52,14
2003	91,15	31,55	36,43	29,00	—	51,75
2004	89,90	33,83	37,28	31,96	—	50,14
2005	88,22	34,32	38,11	32,27	—	48,17
2006	87,77	34,06	38,12	31,88	—	46,97
2007	88,14	32,34	35,51	30,63	—	45,44
2008	87,84	29,76	31,61	28,77	—	43,50
2009	85,84	30,08	33,43	28,40	—	43,84
2010	85,47	29,06	32,68	27,11	—	43,25
2011	83,85	27,76	31,50	25,71	—	42,05
2012	83,61	24,51	27,89	22,73	—	39,02
2013	83,28	22,40	25,23	20,90	—	36,75
2014	82,27	22,32	20,26	21,09	36,61	34,97
2015	81,16	21,23	19,13	20,05	35,58	33,57
2016	82,09	21,72	20,20	20,35	35,76	33,49

Kaynak: www.kidep.net, 2019.

Tabloda dikkatimizi çekmesi gereken sektör tarım sektörü olduğu açıkça ortada. 2002 yılında tarım sektöründe kayıt dışı çalışanların oranı %90,14'tür. Her geçen yıl görece azalma gösterse de yeterli ve istenen düzeyde düşmediği açıkça görülebilir. Tarım sektöründe oranın bu kadar fazla olmasının nedeni denetlenme olasılığının düşük olması olabilir.

Günümüzde hala ilkel denebilecek yöntemler kullanılan tarımda tam manasıyla bilinçli tarıma geçilememiş, tarımda makinalaşma sağlanamamıştır. Diğer sektörlerle oranla tarım sektöründe çalışanların oranı düşük olsa da diğer sektörlerle karşılaştırıldığında tarım sektöründe çalışanların daha fazla mağdur edildiği söylenebilir.

Bu durum önlenabilir mi? önlenbilirse nasıl bir yöntem uygulanmalıdır? Sorularını sorarak çözüm üretilmesi gerekmektedir.

Bu konuda KOSGEB'in yapmış olduğu çalışmalar mevcuttur. Bunlardan birisi TKDK ile birlikte yürüttüğü 2014-2020 IPARD Programıdır. Bu program işletmelerin AB'nin istediği seviyelere gelmesini sağlamayı, sürdürülebilir gelişim düzeyi oluşturmayı hedefler. Tarım sektörünün modern bir görünüme kavuşması, tarımda kalite oluşturmak bitki, gıda ve çevre sağlığını güvence altına almak, kırsal kalkınmayı sağlamak, yöresel ve bölgesel uygulamaların arttırılmasını sağlamak için küçük işletmelerin ilk kuruluş aşamasında yapmış olduğu giderleri, hizmet, makine giderlerini karşılamayı amaçlar. Bu destek hibe şeklinde KOBİ'lere ve girişimcilere verilmektedir (www.kosgeb.gov.tr, 2018).

Ayrıca, hayvancılık ve tarımla uğraşmak isteyen ancak, yeterli sermayesi olmayan kişilere de KOSGEB tarafından destek verilmektedir. Bu destekler;

- Büyük baş hayvanlar için geliştirilen ağıl projesi.
- Küçükbaş hayvanlar için yapılan ahır projeleri.
- Hayvan sağım ekipmanları.
- Hayvanların bakımında kullanılan ekipmanlar.
- Buzağı bakım üniteleri.
- Yem için oluşturulan depo ve ambarlar.
- Et ve süt ürünlerinin işleme ve pazarlama tesisi.
- Kanatlı yetiştiriciliği için harcanan için harcanan standart giderler.(www.kosgebkredisi.com, 23.05.2019).

Tarım ve hayvancılık ile uğraşmak isteyen küçük yatırımlara yeterli hibe ve desteği sağlayan bu projeler 2019 yılında da devam etmektedir. Bu sistemin bazı şartları bulunmaktadır. Bu şartları sağlayan çiftçi adayları ya da küçük işletmeler hibe ve desteklerden faydalanabilmektedirler. Şartların amacı tarım ve hayvancılığı geliştirmek, tarımda oluşturulan istihdamı kayıt altına almaktır. Ancak, oranlardan da görüleceği üzere çok bir başarı sağlayamamıştır (www.kosgebkredisi.com, 2019).

Tarım sektöründe kayıt dışı çalıştırılan işçileri kayıt altına almak dışında diğer alanlarda başarı sağladığı söylene bilir mi?

Örneğin; verilen hibe ve desteklerin amaçlarından biri olan köyden kente göçü engelleyebildiği söylenemez. Tarım sektörünün çok zahmetli olması aynı zamanda da riskinin yüksek olması insanların tarım ve hayvancılıktan uzaklaşmasına neden olmaktadır. Devlet her ne kadar tarım ve hayvancılığı özendirerek destek ve hibeler verse de projeler üretse de bunun önüne geçememektedir.

Tarım sektörü dışında kayıt dışı istihdamın olduğu diğer bir sektör sanayi sektörüdür. Sanayi sektöründe kayıt dışı çalışan işçilerin oranı 2002 yılında %36,40'ken 2016 yılında bu oran %20,20'ye düşürülebilmektedir. Yine de yüksek bir oran olarak nitelendirilebilir.

Türkiye'de büyük sorun olan ve vergi kayıp ve kaçığına neden olan kayıt dışı istihdam diğer bir deyişle sigortasız işçi çalıştırmanın önüne bir türlü geçememiş, yapılan tüm çalışmalara rağmen kayıt dışı istihdam oranı bir türlü azaltılamamıştır.

Günümüzde ekonomik ve toplumsal açıdan kronik hale gelen sorunlardan biri olan istihdam, bir ülkenin gelişmişlik düzeyini belirlemek için kullanılmaktadır. İşsizlik ise aynı şekilde üzerinde uğraş verilen ekonomik sorunlardandır. Ekonomik olarak gelişmiş ülkeler enflasyonla mücadelede başarılı olmalarına karşın işsizlikte yeteri kadar başarılı olamamışlardır. Gelişmiş ülkelere oranla hem enflasyon hem de işsizlik sorununu geliştirmekte olan ülkeler daha yaşamaktadırlar. Geliştirmekte olan ülkeler istihdam ile ilgili sorun yaşamalarının nedeni aslında istihdamın yapısıdır. Devletler daha fazla vergi geliri toplayabilmek için vergi de eşitlik sağlamaktan ziyade hali hazırda kayıtlı çalışan işveren ve işçilerden daha yüksek oranlarda vergi almaya çalışarak hem işverenleri hem de işçileri kayıt dışı çalışmaya itmektedir (Güloğlu, 2003: 52).

Küreselleşmeye bağlı olarak kayıt dışılığın yaşandığı sayısal olarak en yoğun piyasa finans ve sermaye piyasasıdır. Piyasada sermayenin küreselleşmeye bağlı olarak kolay yer değiştirmesi nedeniyle sanayi ürünleri ve teknolojinin yaygınlaşması bu süreci daha da hızlandırmıştır (Uyanık, 2008: 10).

Kayıt dışı istihdamın içeriğinde kayıt dışı ekonominin özellikleri büyük rol oynar. Bu özellikleri şu şekilde sıralayabiliriz (Güloğlu, 2003: 54).

- Genelde bu faaliyetler çoğunlukla küçük işletmelerde görülür.
- Kayıt dışı sektördeki faaliyetlerin toplumsal boyutundan dolayı devlet bu sektöre karşı esnek davranmaktadır.
- Kayıt dışı oluşan ekonomide sektöre girmek kolaydır.
- Bu işletmelerin kurulması kolaydır. Şirket kurma aşamasında genellikle şahsi sermaye kullanılmaktadır.
- Şirket kurmak için çok cüzi miktarda sermaye yeterli olmaktadır.
- Kurulan şirket genellikle aile şirketi niteliğindedir.
- Bu şirketlerde çalışma saatleri daha esnektir.
- İşletmede çalışanlar diğer şirketlere göre daha vasıfsızdır.
- Bu işletmelerde çalışan kişiler ya hiç eğitim almamıştır ya da düşük seviyelerdedir.
- Genellikle ilk kez çalışmaya başlayan deneyimsiz kişilerden oluşur.
- Kayıt dışı istihdamda çalışmaya razı olanlar daha çok kadın işçilerdir (Güloğlu, 2003: 54-55).

Kayıt dışı istihdamın işsizlik oranını düşürmesi olumlu etkilerinden biri olarak görülebilir. Siyasiler tarafından bakıldığında kayıt dışı oluşan istihdamın aslında önemli bir sorunu önlediği söylenebilir. Kayıt dışı istihdamı kayıt altına almak devlet açısından bir sorun olarak görülmemektedir (Güloğlu, 2003: 56).

İş gücü pazarındaki resmi olmayan sürecin ve kayıt dışı istihdamın hakkında net bir tanımlama ya da kapsamlı bir açıklama yapmak zordur. Kanunlarımız yasal olanla yasal olmayan arasında açık bir ayrıma tabi tutar. Elbette kayıt dışı istihdam ile kayıtlı istihdam arasında bariz bir ayrım yapılabilir. Kayıt dışı istihdamı belirli kriterlerle değerlendirmek mümkün değildir. Bazı istihdam türleri ilk aşamada yasadışı olarak görülebilir. Ancak toplum bilinçlendirilirse giderek yasal hale getirilebilir. İstihdam çeşitlerinden bir kaçı resmi olup olmaması açısından analiz etmek zordur. Bazı yasa dışı istihdam zamanla yasal hale getirilmiştir. Bu devlet için ciddiye alınan bir durum değil çünkü gelişmekte olan ülkelerde kayıt dışı istihdam zamanla mutlaka değişmektedir. Bu

değişim “dinamik informalizasyon” şeklinde tanımlanır. Kayıt dışı istihdamda kıdem tazminatı, sosyal güvenlik yok, ücretler düşük... İşverenler açısından vazgeçilmez bir durum. Bundan dolayı kayıt dışı istihdamın boyutları da ortada (Bülbül, 2012: 376).

Kayıt dışı istihdamı değerlendirmek için belirli kriterlerin olması gerekmektedir. İstihdam pazarında en kapsamlı anket TSE tarafından yapılan ev ahalisi ile yapılan ankettir. TÜİK tarafından 1988’den beri düzenli olarak iş gücü istatistikleri yapılmaktadır. Bu tarihten beri yapılan hane halkı işgücü anketi ülkenin genel durumunu yansıtan temel verileri vermektedir. Bu veriler meslekten çalıştığı süreler kadar değişik bilgileri barındırır (Bülbül, 2012: 377).

Türkiye İstatistik Kurumu çalışan kişileri ekonomik açıdan aktif olarak nitelendirir. En az bir saat çalışan, normal işçi, geçici işçi gibi tanımlamalar kullanmaktadır. Soruları yönelttiği kişiler bu sorulara cevap verdikten sonra sigortalı olarak çalışıp çalışmadıkları sorusunu sormaktadır. Bu tarz sorular sorarak hane halkının ne kadarının gayri resmi diğer bir deyişle kayıt dışı istihdamda yer aldığını bulmaya çalışır. Türkiye İstatistik Kurumunun bu istatistik yönteminin verilerinin güvenilirliği tartışmaya açıktır. İş kanununa göre kayıtlı çalışanlar bazı haklara sahiptirler. Bunlar; sosyal güvenlik hakkı, işsizlik sigortası, ücretli tatil yapma hakkı, yasal çalışma saatleri, en az asgari ücret hakkı ve sendikal haklar gibi haklardır (Bülbül, 2012: 377).

Türkiye’de kayıt dışı istihdam oranı 2011 yılında yaklaşık %42’dir. Bu oran bize Türkiye’de çalışan neredeyse her iki kişiden birinin kayıt dışı çalıştığını göstermektedir. Diğer göstergelerden yola çıkarak rahatlıkla söyleyebiliriz ki piyasadaki işlerin %75’i resmi olmayan işlerdir (Bülbül, 2012: 377).

Kayıt dışı istihdam genel olarak devlet tarafından vergilendirilemeyen ve hükümet tarafından kontrol altına alınamayan işgücüdür. Birçok işveren ve çalışan bu tarz resmi olmayan istihdamı kendisine daha uygun bulmaktadır. Kayıt dışı oluşan bu sektör hem olumlu hem olumsuzdur. İş bulamayan insanların kendilerine bir gelir kaynağı oluşturmanın yoludur. Ancak, bu kişiler bazı haklardan mahrum kalmaktadırlar. Devlet için vergi gelirlerinin düşmesine neden olan kayıt dışı istihdam bu da kamu hizmetinin aksamasına yol açabilir (www.worldatlas.com, 2019).

Kayıt dışı istihdamın en yüksek olduğu Afrika Ülkesi Uganda’dır. Bu ülkenin nüfusunun %94’ü resmi kayıt altında olmayan işlerde çalışmaktadır. Büyük bir bölümü

ticaret sektörü olan bu işleri imalat ve hizmet sektörü izlemektedir. Bir diğer ülke ise Guatemala'dır. İnsanları %74'ü kayıt dışı çalışmaktadır. Orta Amerika'da en yüksek orana sahip olan bu ülkede kayıt dışı çalışanların büyük bir bölümü sokak satıcılarından oluşmaktadır. Diğer ülke Honduras'tır. Honduras %73'lük oranla Guatemala'yı takip etmektedir. Peru, Latin Amerika'nın güneyinde yer almaktadır ve gayri resmi çalışan oranı %69'dur. Kayıt dışı çalışan birçok kadın hazır giyim sektöründe ve fabrikalarda çalışmak için çevre bölgelerden merkeze göç ettiler. Büyük bir bölümü asgari ücretin altında çalışmakta ve normal çalışma saatlerinde daha fazla çalışması beklenmektedir. El Salvador %65'lik kayıt dışı çalışan oranına sahiptir (www.worldatlas.com, 2019).

KOSGEB tarafından ülke ekonomisine fayda sağlamak, rekabeti güçlendirmek, ülke lehine avantaj yaratmak için 1999 yılında KOBİ A.Ş.'yi kurmuştur. Küçük ve orta ölçekli şirketlerin yapacakları yatırımlara katkı sağlamak, eğitim ve danışmanlık yapmak, alacakları risklere ortak olmayı amaçlamıştır. Bu A.Ş. sadece KOSGEB tarafından değil Halk Bankası, TESK, Ticaret Odası ve 16 sanayi şirketinin katılımıyla kurulan bir sermaye şirketi görünümündedir. 38 milyon TL sermayeli bu şirkette KOSGEB yüzde 12,33'lük bir paya sahiptir. KOSGEB bu şirkete 2011 ve 2014 yılları arası 4,5 milyon TL den fazla bütçe sağlamıştır. İlk icraatını 2006'da yapmış olan KOBİ A.Ş. 8 tane iştirake sahiptir. Bu iştiraklerle birlikte şirketin bünyesinde toplam 9 firma yer almaktadır (www.kosgeb.gov.tr, 2014: 24-25).

KOSGEB'in 2016-2020 yılları arası faaliyet raporunda üzerinde durulması gereken konulara değinmiştir. Bu konular şunlardır (A.g.e. 2014);

- Girişimciliğin geliştirilmesi,
- KOBİ'lerin uluslararasılaştırılması,
- İşbirliklerinin geliştirilmesi
- KOBİ'lerin finansmana erişimin kolaylaştırılması
- KOBİ'lerin Ar-GE ve inovasyon faaliyetlerinin geliştirilmesi,
- KOBİ'lerde kurumsallaşmanın sağlanması

KOSGEB'in belirlemiş olduğu bu hedefler aynı zamanda KOBİ'lerin sağladığı istihdama ve krizlere karşı dirençlere de olumlu yönde dolaylı katkı sağlayacağı düşünülmüştür (A.g.e. 2014: 32).

Tablo 2.3: Gelişmiş Ülkelerde KOSGEB Benzeri Kuruluşların Durumu

Ülke	Nüfus	KOBİ Sayısı	Ulusal KOBİ Kuruluşu	
			Yıllık Bütçesi (Dolar)	Çalışan Sayısı
ABD	321.4 Milyon	28 Milyon	701 Milyon	2.200
Japonya	127.3 Milyon	3.9 Milyon	9.3 Milyar	829
Güney Kore	50.6 Milyon	3.35 Milyon	7.9 Milyar	1.237
Türkiye (KOSGEB)	77.7 Milyon	3.5 Milyon	219 Milyon	1.248

Kaynak: KOSGEB 2016-2020 Faaliyet Raporu

Yukarıda yer alan tabloda ABD, Japonya Güney Kore'de bulunan KOSGEB benzeri kuruluşlar hakkında bazı veriler bulunmaktadır.

ABD'de bulunan bu kuruluşun KOBİ sayısı 28 Milyon ve yıllık bütçesi 701 Milyon \$'dır. Japonya'da ise KOBİ sayısı 3.9 Milyon, yıllık bütçesi 9,3 Milyar \$'dır. Güney Kore'nin KOBİ sayısı 3.35 Milyon, yıllık bütçesi 7,9 Milyar \$'dır. Türkiye'nin ise KOBİ sayısı 3.5 Milyon, yıllık bütçesi 219 Milyon \$'dır.

Bu tabloda dikkat çekici iki unsur vardır. Birincisi KOBİ sayısı diğer ülkelere göre çok fazla olmasına rağmen çok az bütçe ayıran ABD, ikincisi ise Japonya ve Güney Kore'yle neredeyse eşit KOBİ sayısına sahip olmasına rağmen bütçesi çok düşük olan Türkiye'dir.

Tablonun incelemesini yaptığımızda çelişkilerle dolu veriler sunmaktadır. ABD'nin bu kadar çok KOBİ'ye sahip olmasına rağmen neden bu KOBİ'lere bütçe sunmamaktadır? Japonya ve Güney Kore ise neden çok fazla bütçe ayırmıştır?

Bunun nedeni araştırılıp çözüme kavuşturulduğunda yapılan yatırımlar faydalı olacak gösterilen çaba ve sermaye boşa harcanmamış olacaktır. Yapılan hatalardan ders çıkarılıp, KOBİ'ler açısından yararlı bir sistem yerleştirildiği zaman KOBİ'lerin Türkiye'ye sağladığı olumlu katkı daha çok olacaktır.

SONUÇ

KOBİ'ler her geçen gün dünyada daha da etkili olmuştur ve genel olarak KOBİ tanımına uygun girişimler Türkiye'de ve dünyada giderek artmaktadır. Bu oran neredeyse işletmelerin yüzde doksan dokuzunu oluşturmaktadır bu da işletmelerin önemini ortaya koymaktadır.

Türkiye için önemli katkılar yapmış olan ve yapmaya da devam eden KOSGEB tarafından KOBİ'lerin, büyük işletmelere göre yaşanan ekonomik krizlerden etkilenmemesi ve ekonomiye olan katkılarından dolayı, desteklerini artırarak devam etmesi ve tanıtımlarını çok daha güçlü yaparak KOBİ'lerin teşvik edilmesi sağlanmalıdır.

KOSGEB'in KOBİ'ler için önemli olan insan gücü; sonsuz bir üretim gibi kabul edilen insan gücü iyi planlandığında, koordine edildiğinde ve yönetildiği zamanda kendisine ve çalıştığı işletmeye faydaları çok yüksek olduğunu anlatması bunu için hâlihazırda yapılan çalışmaları artırması gerekir. Şayet iş gören olmazsa kurumun ulaşmak istediği hedeflere ulaşması mümkün olmayabilir. Bu nedenle kurumların, insan kaynakları yönetimi ve motivasyon ile ilgili eğitim, işe alıştırma gibi faaliyetlere son derece ayrı bir önemle üstünde durması gereken konuların başında gelmeli ve bu konuya daha fazla eğilmelidir. İnsan gücü kurumun en önemli varlığı olduğundan motivasyonu yüksek iş görenle çalışan kurumların amaçlarının gerçekleşmesi için çalışanlara verilen eğitimlerin artırılması ve KOSGEB'e bu konuda başvuran KOBİ'lere kolaylıklar sağlanması şarttır. Bu doğrultuda de işletmeler faaliyetlerini sürdürebilmek için insan kaynakları planlaması yapacak duruma getirilmelidir.

Bunların yanı sıra KOBİ'ler yaşanabilecek ekonomik krizlere karşı kendilerini korumaya alabildiklerinden, krizlere karşı büyük şirketlere oranla daha dayanıklıdır. Bu da ekonomide istikrarın bir parçası konumundadır.

İstihdam konusunda büyük bir iş hacmi oluşturan küçük işletmeler aslında her yönetimin istediği bir yapıdır. Gerek iş gücü yaratmada gerekse istihdam oluşturmada küçük işletmelerin payı azımsanmayacak ölçülerdedir. İşsizlik oranının düşürülmesi küçük işletmeler sayesinde olmaktadır.

Eğitimli genç nüfusun işsizlik oranı giderek artmaktadır. Deneyimsiz ve yeteri kadar tecrübeye sahip olmayan üniversiteli gençleri iş bulma olasılığı yok denecek kadar azdır. Büyük ve kurumsallaşmış işletmeler daha çok deneyim sahibi işçi alımı

yapmaktadırlar. Buradan şu sonucu çıkarabiliriz; küçük işletmeler ekonominin mutfağı konumundadır. Bir eğitim alanı, teorik bilgilerin pratikte uygulanması küçük işletmelerde gerçekleşmektedir. Bu açıdan bakıldığında da yine küçük işletmeler bir ülke ekonomisinin olmazsa olmazlarıdır.

Yapılan araştırmalar sonucu yönetim kademesini genellikle işletme kurucuları olduğu görülmektedir. Ve belirli yöneticilik deneyimine sahiptirler. Sorun bu işletmelerde çalışan iş görenlerin sık sık yenilendiği ve yeterli deneyime ve uzmanlığa sahip olmadıklarıdır. Bu nedenle KOSGEB'in küçük işletmelerle işbirliğine girilerek emek yoğun bir sektör olan işletmelerde işgücü devir oranının azaltılması ve çalışanların verimli bir şekilde çalışmasına engel olan faktörlerin önüne geçilmesi gerekir. Böylece planlama uzun vadede yapılacağından başarı oranı da artmış olacaktır. İşletmelerin çoğunluğunda yöneticilerin ve iş görenlerin performansına yönelik sistematik bir değerlendirme yöntemi benimsendiği görülse de önemli oranlarda bazı işletmelerde benimsenmediği görüldüğünden bu konuya ağırlık verilmelidir.

KOSGEB tarafından İnsan Kaynakları Yönetimi uygulamalarına geçilebilmesi ve iş analizi yapacak seviyeye gelebilmesi için KOBİ'lerin bilinçlendirilmesi gerekir. Takım ruhu oluşturmak, çalışanların morallerini yüksek tutmak ve çalışma şevkini arttırmak için sosyal tesisler kurmalıdır.

Son zamanlarda KOSGEB ile birlikte birçok kuruluş Türkiye adına birlikte hareket etmektedirler. Yapılan hatalardan ders çıkaran KOSGEB her geçen gün kendini yenilemektedir. Ayrıca, gelişen teknoloji ve hızla evrim geçiren ekonomiye ayak uydurma adına birçok girişimde bulunmaktadır. Uzun vadeli planların gerçekleştirilebilmesi için kısa hedefler koyarak ve 3-5 yıllık kalkınma planları hazırlayarak daha etkin sonuçlar elde etmektedir.

KOSGEB, küçük bir şirketin emekleme ve gelişme döneminde yanında yer almaktadır. Küçük ve orta büyüklükteki şirketlerin ne kadar çok yanında yer alır, krizlerden etkilenmesini engeller, gelişmesini sağlar, sermaye ve kalifiye işgücü açısından yardımcı olursa, ülkenin kalkınmasına o kadar katkı sağlamış olur. KOSGEB bunun farkındadır ve her geçen gün gelişerek ilerlemektedir.

Teknolojinin ve bilişim çağının ne kadar önemli ve geleceğin ticaretinde söz sahibi olacağının farkında olmalı ki, özellikle teknolojiye büyük destek ve yatırımlar yapmaktadır.

Unutulmamalıdır ki şu an dünyanın en büyük işletmeleri bir zamanlar küçük bir işletmeydi aynı şekilde de çok büyük bir işletme zamanın gereklerine ayak uyduramadığı takdirde ya küçük bir işletme olma veya yok olma ihtimali her zaman vardır.

KAYNAKÇA

- Altuğ, O., (1994). *Kayıt Dışı Ekonomi*. İstanbul: Cem Ofset Matbaacılık.
- Arpacı, İ., (2005). Eğitim Fakültesinde Verilen Girişimcilik Dersinin Öğretim Etkinliğinin Öğrenciler Tarafından Değerlendirilmesi. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30: 140.
- Aslan, Y.(2009). *Türkiye’de büyüme odaklı ve yenilikçi bir girişimcilik politikası çerçevesi geliştirme ve politika açıklarının belirlenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Aşkın, A., Nehir, S. ve Vural, S. Ö. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Karamı ve Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2): 55-72, 69.
- Bacanlı, H. (2006). *Duyusal Eğitim*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Baş, Dinar, G. (2012). Finansal Liberalizasyon ve Ekonomik Büyüme: Bir Literatür Çalışması. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 8(8): 109-135.
- Bayazıt, Z. D., Ö. Çengel ve Tepe, F. F. (2003). *İşletmelerde Kriz Yönetimi ve Bir Vaka Çalışması*, 11.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Afyon.
- Bozkurt, Ö., Aslan, Z. ve Göral, M. (2011). Yükseköğretimde Verilen Girişimcilik Eğitiminin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Teknik Program ve Sosyal Program Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Uluslararası Yükseköğretim Kongresi Yeni Yönelişler ve Sorunlar*. İstanbul: Deomed Yayıncılık.
- Bulut, Ç. ve Aslan, G. (2014). Üniversitelerde Girişimcilik Eğitimi. Selçuk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 27: 1-20.
- Bülbül, O. G. (2012). Unregistered Employment Dynamics in Turkey: Unregistered Employment Which Phase of Informalization Process? *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 4(2): 375-385.
- Büyük, K., Haşit, G., Taşer, A., Gönüllüoğlu, S., Ünal, S. ve Uzkurt, C. (2012). *Girişimcilik ve KOBİler Kavramlar, Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. Bursa: Ekin Yayınları.

- Cansız, M. (2008). *Türkiye 'de KOBİ'ler ve KOSGEB*, (Uzmanlık Tezi). T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara.
- Cardon ,S.,M., Steven E. C. (2004). Managing Human Resource in Small Organizations : What Do We Know? *Human Resource Management Review*, 14(3): 259-323.
- Cüceloğlu, D. (1993). *İnsan ve Davranış*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çelik, C., Karadal, H. (2007). KOBİ'lerin Sorunları ve Çözüm Stratejilerinin Algılanan Performans Üzerine Etkileri, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2): 122-123.
- Çetin, C., Arslan, M. L. ve Dinç, E. (2014). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Dana, L. P. (1992). Entrepreneurial Education in Europe, *Journal of Education for Business*, 68(2), 74-79.
- Durmuş, M. (2006). Kayıt Dışı Ekonominin Bazı Mali Yönleri: Türkiye Örneği, *Tisk Akademi Dergisi*, 1(1).
- Erden, M. (1998). *Eğitimde Program Değerlendirme*, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Erdoğan, A. (2011). *Türkiye 'de KOBİ'lerin Ekonomiye Katkıları: Uşak İstanbul Alan Araştırması*, İstanbul.
- Erdoğan, Z. (2012). *Girişimcilik ve KOBİLER Kavramlar, Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, Bursa: Ekin Basımevi.
- Eroğlu, Ö. ve Albeni, M. (2002). *Küreselleşme Ekonomik Krizler ve Türkiye*. Isparta: Bilim Kitabevi Yayınları.
- Güloğlu, T. (2003). *Türkiye 'de Kayıtdışı İstihdam Gerçeğine Bir Bakış*, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Sosyal Siyaset Konferansları 45.Kitap, İstanbul.
- Gürol, Y. ve Bal, Y. (2009). *Türkiye 'de Girişimciliğin Evrimi ve Gelişimi İçin Girişimcilik Eğitiminin Önemi*. Working Papers 0019, Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisat Bölümü.
- İnanç, B. (2004). *Gelişim Psikolojisi, Çocuk ve Ergen Psikolojisi*, Adana: Nobel Kitabevi.

- Karagöz, M. (2009), *Girişimcilik profili araştırması: Isparta ili örneği*. (Yüksek Lisans Tezi) Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Kuyzu S. D. (2007). *Küçük ve orta ölçekli işletmelerde ücret ve yönlendirme yöntemleri konusunda işgören algılamaları*, (Yüksek lisans Tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi.
- Küçük, O. (2009). *Türk Eğitim Sisteminde Girişimcilik ve Girişimcilik Eğitiminde Avrupa Birliği Hibe Projelerinde Yararlanma Düzeyi: Bir Uygulama*. II. Uluslararası Girişimcilik Kongresi.
- Mentzer, J. T. & Schwartz, D. J. (1985). *Marketing Today, Forth Edition*, USA: Richard D. Irwin Inc.
- Moseley, F. (2008). *The US Economic Crisis: Causes and Solution*. International Congress of Research and Political Debate kongresinde sunulan bildiri, , Buenos Aires, Argentina 30 Ekim-1 Kasım.
- Mucuk, İ. (2004). *Modern İşletmecilik*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Müftüoğlu, T. (1991). *Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Sorunlar ve Öneriler*. Ankara: Desen Ofset A.Ş.
- Müftüoğlu, T. ve Durukan, T. (2004). *Girişimcilik ve Kobiler*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- O’Cass, A. & Frost, H., *Status Brands: Examining the Effects of Non-Product Related Brand Associations on the Status and Concpicipous*.
- Olçetin, Z. (2006). *Profesyonel Yaşamda Kişisel Gelişim Eğitimleri*, Erişim tarihi: 14 Aralık 2017
- Ömer Dinçer, Ö. ve Şencan, H. (1995). *Orta Büyüklükteki İşletmeler ve Bürokrasi*. İstanbul: Müsiad Yayınları.
- Özsoylu, A. F. (1994). *Kayıt Dışı Ekonomiden Kim Kazanıyor, Kim Kaybediyor?* Ekonomik Forum. TOBB Yayını, Ankara, Şubat Sayısı, ss.16.
- Özsoylu, A. F., Ünlükaplan, İ., ve Akdoğan Gedik, M. (2010). *Küresel Kriz ve Türkiye*. Adana: Karahan Kitabevi.
- Öztürk, C. (2006). *Toplumsal Yaşama Disiplinler Arası Bir Bakış*, Ankara: Pegem A Yayıncılık.

- Perry, A. Wisnom D. (2003). *Markanın DNA'sı*, İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Pride, William, M. & Ferrel, O. C. (1991). *Marketing Concepts and Strategies*, Seventh Edition. USA: Houghten Mifflin Company.
- Roubini, N., ve Mihm, S. (2012). *Kriz Ekonomisi*. Çeviren: I. Tezcan İstanbul: Pegasus Yayınları.
- Runyan, R. C., (2006). Small Business in the Face of Crisis: Identifying Barriers to Recovery from a Natural Disaster, *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 14(1): 12-26
- Sariaslan, H. (1996). Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler, *İmalat Sanayi İşletmelerinde Sorunlar ve Yeni Stratejiler*. Ankara: TOBB Yayınları.
- Solomon, G., Duffy S. & Tarabishy, A. (2002). The State of Entrepreneurship Education in the United States: A Nationwide Survey and Analysis. *Internationa Journal of Entrepreneurship Education*, 1: 65–86.
- Sosyal, H. (2006). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde E-Ticaret. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15: 542.
- Sönmez, A. ve Toksoy, A. (2014). Türkiye’de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz, Yönetim ve Ekonomi. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Manisa*. 21(2): 44-47.
- Stanton, W. J.& Futrell, C. (1987). *Fundamentals of Marketing*, Eight Edition, USA: Mc Graw Hill, Inc.
- Susam, N. ve Bakkal, U. (2008). Kriz Süreci Makro Değişkenleri ve 2009 Bütçe Büyüklüklerini Nasıl Etkileyecek. *Maliye Dergisi*, 155: 72-88.
- Şengezer, E. (1992). Türk KOS’u İçin Uygun Büyüklük Tanımı, *Ankara Sanayi Odası Dergisi*, (115): 5.
- Tabakoğlu, A. (2015). *Türkiye İktisat Tarihi*. 13. Baskı. İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tek, Baybars, Ö. (1990). *Pazarlama İlkeleri ve Uygulamaları*. İzmir.

- Temporal, P. (2000). *Branding in Asia: The Creation, Development and Management of Asian Brands For The Global Market*. Singapore: John Wiley&Sons (Asia) Pte Ltd.
- Turgut, A. (2007). Türleri, Nedenleri ve Göstergeleriyle Finansal Krizler. *TÜHİS İş Hukuku ve İktisat Dergisi*, (20): 35-46.
- Uluköy, M., Demireli, C. ve Kahya, V. (2013). KOSGEB Girişimcilik Kurslarına Katılan Katılımcıların Girişimcilik Profiline Yönelik Bir Alan Araştırması. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 79-96.
- Uyanık, Y. (2008) *Neo-Liberal Küreselleşme Sürecinde İşgücü Piyasaları*, <http://www.gazi.edu.tr/index.php/iibfdergisi/article/viewFile/112/103,209-224>, (23.05.2019).
- Uygur, E.,(2010). *The global crisis and the Turkish economy*, TWN Global Economy Series, 21: Financial Crisis and Asian Developing Countries , Third World Network.
- Uzay, N. (2012). *Finansal Krizin Reel Sektör Üzerindeki Etkileri ve Kriz Sonrası Temel Göstergelerdeki Değişim*.
- Uztuğ, F. (2003). *Markan Kadar Konuş*. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Ünal, A., Kaya, H., (2009). *Küresel Kriz ve Türkiye*, Ekonomi ve Politika Araştırmaları Merkezi, www.ekopolitik.org, 15.03.2019.
- Varış, F. (1996). *Eğitimde Program Geliştirme*. İstanbul: Alkım Kitabevi.
- Verick, S. & I. Islam. (2010). *The Great Recession of 2008-2009: Causes, Consequences and Policy Responses*. Discussion Paper No. 4934. The Institute for the Study of Labor (IZA).
- Yelkikalan, N., Akatay, A., Yıldırım, H. M., Karadeniz, Y., Köse, C., Koncagül, Ö. ve Özer, E. (2010). Dünya ve Türkiye Üniversitelerinde Girişimcilik Eğitimi: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (2): 51-59.

- Yereli, A. B. ve Karadeniz. O. (2004). Türkiye’de Kayıt Dışı İstihdamın Vergi Kayıp ve Kaçakları Üzerine Etkisi, *19. Türkiye Maliye Sempozyumu*. Antalya, 11-14 Mayıs.
- Yıldız, E. (2013). *İnsan Kaynakları Yönetiminde Davranış Boyutu ve Bir Örnek Olay*, Dergi Makalesi.
- Yıldız, O. (2015). *Marka imajı yaratma ve marka yerleştirme stratejileri*, (Uzmanlık Tezi). Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı. Ankara.
- Yılmaz, B. (2004). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Toplumda Üstlendikleri Roller Bakımından Analizi, *Dış Ticaret Dergisi*, 17.
- Yörük, F. (2011). *KOBİ’lerde insan kaynakları yönetimi*, (Tezsiz Yüksek Lisans Bitirme Projesi).
- Yüksel, Ö. (2005). *Öğrenme ve Öğretme*, Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Resmi Gazete*, 04.11.2012 tarih ve 28457 sayılı (karar sayısı:2012/3834).s.1
- TISK, (2008). *Avrupa Birliğinde Girişimciliğin Geliştirilmesi, Türkiye’ye Yol Gösteren İlke, Politika ve Uygulamalar*, Ankara.

Elektronik Kaynaklar

- [file:///C:/Users/w10/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/231608%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/w10/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/231608%20(1).pdf), (14.03.2019).
- <https://vergidosyasi.com/2018/10/25/kayitdisi-istihdam-orani-azaliyor-mu/> (15.05.2019).
- <https://tradingeconomics.com/> (08.02.2019).
- <https://www.cukurovader.org.tr/wp-content/cache/all/kosgeb-nasilkuruldu/index.html> (10.04.2019).
- <http://www.sasad.org.tr/cerceve-isbirligi-protokolu> (23.05.2019).
- http://www.kobifinans.com.tr/icerik.php?Article=159&Where=danisma_merkezi&Category=02 (10.05.2019).

<https://anahtar.sanayi.gov.tr/tr/news/kadin-girisimcilerin-sorunlari-kocaeli-ornegi/1973> (25.04.2019).

<https://www.statista.com/chart/3751/the-worlds-top-cities-for-female-entrepreneurs/> (25.04.2019).

<https://www.dunya.com/ekonomi/kadin-girisimci-sayisi-ilk-kez-100-bini-asti-haberi-265070>, (17.12.2018).

<https://www.gib.gov.tr/genc-girisimcilere-vergi-ve-sigorta-prim-tesviki-brosuru-yayinlandi> (27.11.2018).

https://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/1095/2017_gyue_siralama.pdf (13.04.2019).

<https://anahtar.sanayi.gov.tr/tr/news/marka-kavrami-ve-ulkemizdeki-gelismeler/711> (15.04.2019).

<https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/421/kosgeb-ile-ozdeslesen-markalar>, (23.03.2019).

<http://www.tobb.org.tr>, (02.02.2019).

<https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home> (21.04.2019).

<http://www.kob.org.tr/index.php>, (27.03.2019).

<http://muhasebeturk.org/yazarlar/653-cem-kilic-kose-yazilari-makaleleri/48436> kobiler 30.10.2013, (27.12.2018).

<http://www.yoikk.gov.tr/dosya/up/komiteler/kobi/destek%20veren%20kuruluslar.pdf>, (29.03.2019).

<http://www.kobi.org.tr/index.php/bilgibankasi/statistikler>, (10.01.2019).

<http://www.sasad.org.tr/aselsan-tusas-ve-roketsan-defense-news-2017-top-100-listesinde/>, (14.03.2019).

<https://corporatefinanceinstitute.com/certifications/financial-modeling> (21.04.2019).

<http://teacongress.org/papers>, (20.03.2019).

<http://kidep.net/kayit-disi-istihdam-nedir/> (29.04.2019).

<https://www.kosgebkredisi.com/tarim-ve-hayvancilik-2019-hibe-destekleri/>, (04.01.2019).

*<http://dinamikrobi.com.tr/makale/84/kobilerin-sorunlari-ve-cozum-yontemleri>,
(18.01.2019).*

<https://www.worldatlas.com/articles/15-countries-with-the-highest-rates-of-informal-employment.html>, (18.03.2019).

*<https://www.capital.com.tr/yonetim/liderlik/sirketlerin-omru-daha-da-kisalacak-mi>,
(01.01.2019).*

<https://www.adgebs.com/blog/sirketlerin-ortalama-omru-12-yil-19.html> (18.11.2018).

<https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-45547955>, (22.03.2019).

<http://www.kosgeb.gov.tr>, (22.05.2019).

DİZİN

-D-

Danışmanlık, viii, 29
Denetim, viii, 33
Döviz, 47

-E-

Ekonomi, 94, 97, 98
Ekonomik kriz, 73, 76, 78
Endüstri, ix, 41, 42, 67

-F-

Firma, 7, 57, 59

-G-

Girişimcilik, viii, xii, 8, 13, 14, 16, 17,
20, 21, 22, 27, 36, 94, 95, 96, 97, 98

-H-

Hibe, 96

-İ-

İhracat, 46
İstihdam, x, 45, 53, 77, 79, 87, 88, 91,
95

-K-

Kredi, viii, xi, 37, 40, 42

-M-

Maliyet, xi, 82
Marka, xi, 29, 30, 31, 32, 99

-P-

Piyasa, viii, 28

-R-

Rekabet, 7
Risk, 23

-S-

Sektör, 98
Sermaye, 39, 44

-Ş-

Şirket, 76, 87

-T-

Teknoloji, viii, xii, 4, 7, 35, 58
Teşvik, 46
Tüketici, 29

-Ü-

Ücret, ix, 65, 66
Ürün, 58

