

**T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT BİLİM DALI**

**TÜRKİYE'DEKİ KOBİ'LERİN
İHRACAT POTANSİYELLERİ**

Yüksek Lisans Tezi

**Hazırlayan
A. Cemil UĞURLU**

**Tez Danışmanı
Doç. Dr. S. Alev SÖYLEMEZ**

ANKARA 2007

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

A. Cemil UĞURLU'ya ait Türkiye'deki KOBİ'lerin İhracat Potansiyeller adlı
çalışma, jürimiz tarafından iktisat Anabilim dalında YÜKSEK LİSANS
TEZİ olarak kabul edilmiştir.

(İMZA)

Başkan.....

Doç Dr. S. Alev SÖYLEMEZ

(İMZA)

Üye.....

Doç Dr. Gülen Elmas ARSLAN

(İMZA)

Üye.....

Doç Dr. Tengiz ÜÇÖK

ÖNSÖZ

Son yıllarda KOBİ'lerin uluslararasılaşması, başta OECD üyesi ülkelerde olmak üzere tüm ülkelerde öne çıkan bir konudur. Ülkemiz ihracatının, dünya ticareti içinde hak ettiği yeri alması ve devamlılığının sağlanmasında küçük ve orta ölçekli işletmelerimiz her zamankinden daha fazla önem verilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmayla, ihracata dayalı kalkınma modelinin benimsendiği ülkemizde, KOBİ'lerin, ihracatımız içerisindeki önemi ve neden ihracatımızda daha fazla paya sahip olamadıkları ele alınmıştır. Ayrıca, KOBİ'lerin toplam ihracatımızdaki %10'luk paylarının arttırılması için yapılması gerekenler araştırılmış ve ihracat potansiyellerinin ortaya çıkartılabilmesi için alınması gereken tedbirlerin neler olduğu, gelişmiş ülkelerle karşılaştırmalı bir bakış açısıyla ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Söz konusu çalışmanın ortaya çıkışında yardım ve tavsiyelerini esirgemeyen değerli tez danışmanım Doç. Dr. S. Alev Söylemez'e teşekkürü bir borç bilirim. Çalışmanın uygulama bölümünün tamamlanmasındaki yardımlarından ötürü Yard. Doç. Dr. Murat Atan'a ve çalışmanın başlangıcından beri desteklerini esirgemeyen sevgili aileme ve eşime teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
İÇİNDEKİLER.....	ii
KISALTMALAR CETVELİ.....	iv
TABLolar CETVELİ.....	vi
GRAFİKLER CETVELİ.....	viii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK VE KOBİ'LER

1.1. İktisat Teorisinde Girişimcilik ve KOBİ'ler.....	4
1.2. Schumpeter'in Girişimci Teorisi.....	8
1.3. Dünya'da KOBİ Araştırmaları.....	10
1.4. OECD Üyesi Ülkelerde KOBİ'lerin Uluslararasılaşmasına Yönelik Araştırmalar	13

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYA'DA KOBİ'LERE YÖNELİK BAKIŞ AÇILARI ve KOBİ'LERE YÖNELİK DÜZENLEMELER

2.1. OECD Üyesi Ülkeler ve KOBİ'ler.....	19
2.2. Avrupa Birliği ve KOBİ'ler.....	23
2.2.1. Avrupa Birliği'nde KOBİ Tanımı.....	23
2.2.2. Avrupa Birliği'nin KOBİ Politikası.....	27

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE KOBİ'LER

3.1. Türkiye'de KOBİ Tanımları.....	29
3.1.1. KOBİ Tanımının AB KOBİ Tanımı ile Uyumlaştırılması.....	31
3.1.2. KOBİ Tanımı.....	31
3.2. Avrupa Birliği KOBİ Politikasına Uyum.....	33
3.2.1. Küçük İşletmeler İçin Avrupa Şartı.....	33
3.2.2. İlerleme Raporları.....	34

3.2.3. KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı.....	38
3.3. Türkiye’deki Girişim Sayıları Ve Sektörel Dağılımları.....	40
3.3.1. Türkiye’de İmalat Sanayi Sektörü.....	43
3.3.2.Türkiye’deki Toplam İstihdamın İçerisinde İmalat Sanayinin Durumu .	46
3.4. Türkiye’de KOBİ’lerin Dış Pazarlardaki Konumu İle İlgili Araştırmalar .	48
3.5. Türkiyede KOBİ'lere Destek Veren Kurum / Kuruluşlar	49
3.5.1. KOSGEB.....	49
3.5.2. Maliye Bakanlığı.....	51
3.5.3. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı.....	51
3.5.4. TÜBİTAK.....	52
3.5.5. Milli Prodüktivite Merkezi.....	52
3.5.6. Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV).....	53
3.5.7. Dış Ticaret Müsteşarlığı.....	53
3.5.8. Hazine Müsteşarlığı.....	53
3.5.9. Halkbank.....	54
3.5.10. Kredi Garanti Fonu.....	54
3.5.11. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB).....	54
3.5.12. Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK).....	55
3.5.13. Avrupa Bilgi Merkezleri (ABM).....	55
3.5.14. Türk EXİMBANK.....	55

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DEKİ KOBİ’LERİN İHRACATINI BELİRLEYEN UNSURLAR ve İHRACATIN ÖNÜNDEKİ ENGELLER

4.1. Kullanılan Veriler ve Yöntem.....	57
4.2. Elde Edilen Bulgular.....	78
SONUÇ.....	84
KAYNAKÇA.....	88
ÖZET.....	93
ABSTRACT.....	95

KISALTMALAR CETVELİ

ABM: Avrupa Bilgi Merkezi

CNC: Computer Numerical Controller (Masa üstü bilgisayar denetimli torna ve freze tezgâhları)

DDK: T.C. Cumhurbaşkanlığı, Devlet Denetleme Kurulu

DTM: Dış Ticaret Müsteşarlığı

İGEME: İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi

GSİS: Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı

KGF: Kredi Garanti Fonu

KMO Testi: Kaiser – Meyer – Ohlin Testi

KOSGEB: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

KOBİ: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme

KSS: Küçük Sanayi Siteleri

MAP: Multiannual programme for enterprise and entrepreneurship, and in particular for small and medium-sized enterprises (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler İçin Çok Yıllı Programı)

MPM: Milli Prodüktivite Merkezi

NACE: Statistical Classification of Economic Activities in the European Community (Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması)

OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development (İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı)

OSB: Organize Sanayi Bölgeleri

**PLC: Programmable Logic Controller (Programlanabilir Mantık
Denetleyiciler)**

TESK: Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu

TİM: Türkiye İhracatçılar Merkezi

TOBB: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TTGV: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

TÜBİTAK: Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu

TÜSİAD: Türkiye Sanayiciler ve İş Adamları Derneği

TABLOLAR CETVELİ

Tablo 1.1. Girişimcilik Kavramına İktisat Teorilerinde Yapılan Katkılar.....	6
Tablo 1.2. Mevcut KOBİ Araştırmalarının Eleştirileri	11
Tablo 2.2. AB’de KOBİ Tanımı.....	24
Tablo 2.3. 2003 Yılı İtibariyle AB’deki KOBİ’lerin Genel Görünümü.....	25
Tablo 3.1. Türkiye’de KOBİ Tanımları.....	30
Tablo 3.2. KOBİ Tanımı.....	32
Tablo 3.3. Türkiye’deki İşletmelerin Sektörel Dağılımları.....	41
Tablo 3.4. Türkiye’deki İşletmelerin Ölçek Büyüklükleri.....	43
Tablo 3.6. İmalat Sanayi Girişimlerinin Sayısı ve Yüzdesi.....	45
Tablo 3.7. İmalat Sanayinde Ücretle Çalışanların Tek ve Çok Birimli Girişimler Bazında Dağılımları.....	46
Tablo 1.3. DDK Raporunda KOBİ’lerin Dış Satımı İle İlgili Yapılan Çalışma Sonucu.....	49
Tablo 4.1. : KOSGEB Verilerinden İhracat Yaptıklarını Belirten KOBİ’ler Arasından Seçilen Örnek Kütlenin İl Ve Sektör Bazında Dağılımı.....	60
Tablo 4.2. : KOBİ’lerin İhracat Şekilleri Değişkenleri İle İhracat Yapma Durumu Değişkeni Arasındaki İkili İlişki Tablosu.....	61
Tablo 4.3. : Doğrudan İhracat Yapan KOBİ’ler Değişkeni İle Makine Durumu Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Tablosu.....	62
Tablo 4.4. Doğrudan İhracat Yapan KOBİ’ler Değişkeni İle Yakıt Durumu Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Tablosu.....	63
Tablo 4.5. Doğrudan İhracat Yapan KOBİ’ler Değişkeni İle Sahip Olunan Belge ve Sertifikalar Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Tablosu.....	64
Tablo 4.6. Doğrudan İhracat Yapan KOBİ’ler Değişkeni İle Kullanılan Kredinin Türü Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Tablosu.....	65

Tablo 4.7.: Doğrudan İhracat Yapan KOBİ'ler Değişkeni İle Yeni Yatırım Yeri Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Tablosu.....	66
Tablo 4.8.: Doğrudan İhracat Yapan KOBİ'ler Değişkeni İle Laboratuvar Kullanım Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Tablosu.....	67
Tablo 4.9. Doğrudan İhracat Yapan KOBİ'ler Değişkeni İle KOBİ'lerin Aldığı Eğitim Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Tablosu.....	68
Tablo 4.10. Doğrudan İhracat Yapan KOBİ'ler Değişkeni İle KOBİ'lerin Aldığı Danışmanlık Hizmetleri Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Tablosu.....	69
Tablo 4.11. Doğrudan İhracat Değişkeni ve Sistemli Pazar Araştırması Yapan İşletmeler Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Analizi Tablosu.....	70
Tablo 4.12. Doğrudan İhracat Değişkeni ve Yurtdışı Fuarlara Katılan İşletmeler Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Analizi Tablosu.....	71
Tablo 4.13. Doğrudan İhracat Değişkeni ve Bilgisayarlı Üretim Satış ve Pazarlama Yapan İşletmeler Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Analizi Tablosu.....	72
Tablo 4.14. Doğrudan İhracat Değişkeni ve Ürün Bazında Maliyet Kar Analizi Yapan İşletmeler Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Analizi Tablosu.....	73
Tablo 4.15. Doğrudan İhracat Değişkeni ve Eğitim Geliştirme Uygulamaları Yapan İşletmeler Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Analizi Tablosu.....	74
Tablo 4.16. Doğrudan İhracat Değişkeni ve Teknoloji Araştırma Geliştirme Uygulamaları Yapan İşletmeler Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Analizi Tablosu.....	75
Tablo 4.17. Doğrudan İhracat Değişkeni ve Periyodik Müşteri Memnuniyet Ölçümü Yapan İşletmeler Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Analizi Tablosu.....	76
Tablo 4.18. İhracat Yapmayan Firmalar Ait Bartlett ve KMO Test İstatistikleri.....	77
Tablo 4.19. Faktörlerin Toplam Varyansı Açıklama Gücü.....	77
Tablo 4.20. Dönüştürülmüş Bileşen Matrisi.....	78

GRAFİKLER CETVELİ

Grafik 3.1. Türkiye’deki İşletmelerin Sektörel Dağılımı.....	42
Grafik 3.2. İmalat Sanayindeki İşletmelerin Yüzdesel Dağılımı.....	44
Grafik 3.3. İmalat Sanayinde Ücretle Çalışanların Sektörler Bazında Dağılımları.....	47

GİRİŞ

Ülkemizin ekonomik kalkınmasının en önemli unsurlarından olan ihracatımız, tarım ürünlerinden emek yoğun sanayi ürünlerine geçişi başarıyla gerçekleştirerek, gerek nicelik gerekse nitelik açısından önemli mesafeler kaydetmiştir. İhracata dayalı kalkınma modelinin uygulamaya girmesiyle ülkemiz için dünya ile entegrasyon süreci başlamıştır. Bu süreçte ülkemiz ihracatının, dünya ticareti içinde hak ettiği yeri alması ve devamlılığının sağlanmasında küçük ve orta ölçekli işletmelerimiz her zamankinden daha fazla önem kazanmıştır.

Kalkınmanın lokomotifi olarak görülen KOBİ'lerin en önemli özelliği, talep değişikliğine ve çeşitliliğine daha kolay uyum gösterebilmeleri, yenilikçi ve girişimci yapıya sahip olmalarıdır. Bu nedenle KOBİ'ler, yeni işletmelerin doğması ya da mevcut işletmelerin yeni pazarlara girmesi bakımından ekonomik büyümeyi tetiklediği gibi, piyasadaki rekabetin artması ve tüketicinin daha fazla fayda sağlaması sonucunu doğurması açısından da önemlidir. Günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde girişimciliğin önündeki engellerin kaldırılması ve bu çerçevede küçük ve orta ölçekli işletmelerin geliştirilmesi yoluyla üretim, istihdam ve ihracat potansiyellerinin arttırılması amaçlanmaktadır.

Ülkemizdeki toplam işletmelerin %99,8'ini oluşturan KOBİ'ler, toplam istihdamımızın % 76,7'sini kapsamakta ve ülkemiz toplam ihracatının ise %10'unu gerçekleştirmektedirler.¹ Diğer ülkelerin toplam ihracatları içerisindeki KOBİ'lerin paylarına bakıldığında, ABD'nin % 32, Almanya'nın %

¹ <http://w3.gazi.edu.tr/~mkercan/kobiborsalari.pdf> Erişim tarihi: 05.06.2006

31, Japonya'nın % 38, İngiltere'nin % 22, Fransa'nın % 26 olduğu görülmektedir.

Bu tezin amacı, ihracata dayalı kalkınma modelinin benimsendiği ülkemizde, KOBİ'lerin, ihracatımız içerisindeki öneminin ve neden ihracatımızda daha fazla paya sahip olamadıklarının altının çizilmesi, toplam ihracatımızdaki %10'luk paylarının artırılması için yapılması gerekenlerin belirlenmesi ve KOBİ'lerin ihracat potansiyellerinin ortaya çıkartılabilmesi için alınması gereken tedbirlerin gelişmiş ülkelerle karşılaştırmalı bir bakış açısıyla ortaya konulmasıdır.

Çalışmanın birinci bölümde, girişimci yetiştiren okullar olarak adlandırılan KOBİ'lerin doğmasındaki en önemli kavram olan girişimcilik olgusunun iktisat literatüründe nasıl ele alındığı ve KOBİ'lerin uluslararası pazarlara açılmaları ile ilgili çalışmalar değerlendirilecektir. İkinci bölümde, Dünya'da KOBİ'lere yönelik bakış açıları ve düzenlemeler, üçüncü bölümde ise ülkemizdeki KOBİ'lerin durumu karşılaştırmalı bakış açısı ile incelenecektir. Dördüncü ve son bölümde ise, basit regresyon analizi ve faktör analizi yöntemleri kullanılarak, KOBİ'lerin doğrudan ihracatımız içerisindeki paylarının artırılması için gerekli unsurlar belirlenmeye çalışılacak ve KOBİ'lerin neden ihracat yapamadıkları ortaya konulmaya çalışılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK ve KOBİ'LER

Küreselleşme sürecinde konusunda uzmanlaşmış, maliyet yapıları birbirine benzeyen önemli ölçüde esnekliğe sahip küçük ve orta ölçekli işletmelerin sayısında önemli artış görülmektedir.

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş sürecinde bu tür işletmelerin verimlilik, hız, müşteri duyarlılığı, yenilikleri uygulamadaki esneklikleri gibi dinamik özellikleri onları avantajlı kılmaktadır. Bu nedenle KOBİ girişimlerinin artması aynı zamanda teknoloji ve organizasyonlardaki yeniliklerin uygulanmasına ve yayılmasına neden olmaktadır. Bu yenilikler günümüzde, ülke ekonomilerinde kalıcı bir büyüme sağlanması, ekonomik dalgalanmaların minimize edilmesi, bölgelerarası büyümenin ve istihdamın dengelenmesini sağlamaktadır.

Teknolojik yeniliklerin her zamankinden hızlı artışı, bilgi ve haberleşme çağının ortaya çıkarttığı yeni alanlar, keşfedilmeyi bekleyen yeniliklerle birlikte, girişimcilik olgusunu her zamankinden daha fazla ön plana çıkartmaktadır.

1.1. İktisat Teorisinde Girişimcilik ve KOBİ'ler

İktisat literatüründe girişimcilik kavramı günümüzde kullanıldığı anlama çok sonraları kavuşmuştur. 18. yüzyılın başlarına kadar girişimci kavramı ile yönetici kavramı aynı anlamda kullanılmış, daha sonra girişimciliğin ekonomik fonksiyonu üzerinde durulmaya daha sonraları başlanmıştır.

Girişimcilik üzerine yapılan araştırmalar ekonomik kuram oluşturmada her zaman ihtilafli bir konu olmuştur. Girişimciliğin önemi yenilik iktisadı üzerine çalışan hemen hemen tüm yazarlar tarafından vurgulanmıştır ancak, yapılan araştırmaların çoğu girişimciliğin önemini vurgulamakla yetinmiştir.

Klasik yaklaşımda; analizin merkezindeki aktör, girişimciden daha çok “kapitalist” idi. Strateji geliştiren, keşif ve yeniliklerde bulunan girişimci yerine, birbirinden bağımsız, tam bilgiye sahip, rasyonel işletmeler kendi çıkarlarını kollamak için özgürce, gayret içinde çalışmakta, piyasadaki değişikliklere uyum sağlamak için çaba göstermektedir.¹

19. yüzyılın başlarında ortaya çıkan neo-klasik iktisatta da girişimciliğe yöneticiden farklı bir anlam yüklenilmemiş ve ekonomide farklı bir yere konulmamıştır. Ancak neo-klasik iktisadın sermaye sahibi ile girişimcinin farklı faktör geliri elde edeceğini belirtmesi başka bir deyişle sermaye sahibinin kazancının “faiz”, girişimcinin ise “kar” kategorisinde değerlendirilmesi gerektiğinin belirtilmesi önemli bir ayrımdır. Ancak neo-klasik iktisadın temel varsayımı olan tam rekabet ve tam bilgi, kendi yeteneği ile bilgiye herkesten önce ulaşarak harekete geçen yenilikçi girişimciyi reddetmektedir.

¹ SÖYLEMEZ, S. A. ‘Girişimci ve Yatırım Yeteneği’ s.139

Kapitalist sistemin sürekli olarak içsel hareketlerle evrim geçirmesine işaret eden Schumpeter, girişimcinin yenilikçi özelliğini vurgulayarak, yeni yapıların sürekli olarak eski yapıların önüne geçeceğini belirtmiştir.

Neo- klasik iktisadın Avusturya Ekolünde ise dengesizlik kavramı üzerinde durulmuş ve yenilikçi, risk alan girişimcinin kar elde etme dürtüsüyle yaptığı davranışlar incelenmiştir.

İktisat teorisinde emek, sermaye ve doğal kaynakların yanında girişimci dördüncü üretim faktörü olarak kabul edilir. İktisat literatüründe girişimci, kaynakları kar etme duygusuyla harekete geçiren, girdileri belirli teknoloji ya da üretim yöntemleriyle bir araya getirerek üretim gerçekleştiren, taleple ilgili bekleyişlere göre herkesten önce harekete geçen yenilikçi kişidir. Ancak girişimci bu anlamda, iktisat literatüründe çok sonraları kullanılmaya başlanmıştır. Girişimcinin ekonomik fonksiyonunu, sosyal statüsünden ayırt ederek vurgulayan Cantillon'a kadar, terimin sadece yönetsel boyutu ele alınmıştır. Klasik iktisatta ise, neo-klasiklerden daha fazla temas etmelerine rağmen, denge kavramı temel alındığı için, içsel bir denge bozucu unsur olarak düşünülen girişimci, ekonomik gelişmenin temel unsuru olarak düşünülmemiştir. Neo-klasik iktisatın Avusturya Ekolü'nde ise, dengesizlik üzerine çalışmalar yapılmış, girişimcinin risk alma ve yenilik özellikleri ile söz konusu belirsizlik dönemlerinde kar etme duygusuyla yaptıkları hareketin ekonomi üzerindeki etkileri tartışılmıştır.

Girişimcilik sadece iktisat biliminin değil, psikoloji, sosyoloji, antropoloji, hukuk ve politika gibi alanlarda da, çalışmaların yapıldığı geniş bir kavramdır.² Ekonomi bilimi, girişimcilik hakkında çok az şey söyler, çünkü çok uzun süre girişimcinin varlığını yok saymıştır. Bu yüzden girişimcilik konusunu çalışanlar azınlıkta kalmış ve onların çalışmaları genel ekonomi

² TOP, S. (2006) s.49

eğitimine dahil edilmeyerek dışarıda tutulmuştur.³ Ekonomik gelişmede girişimcilik davranışının önemi iktisat tarihinde her zaman vurgulanmıştır, fakat klasik iktisat teorisinde girişimciliğin varlığı neredeyse algılanamamıştır. İktisatçılar, girişimcilerin ekonomik teoride neden kaybolduğunu ve incelenmediğini merak etmektedir.⁴ Görünen sebep olarak, girişimcilik davranışının, klasik iktisat teorisine sokulmasıyla birlikte, model tutarlılığını kaybetme riskiyle karşı karşıya kalması gösterilebilir. Klasik iktisatçılar bu konuya, denge kavramını temel alarak, neo-klasiklerden daha fazla temas etmelerine rağmen, klasik iktisadın metodolojik düzeni, içsel bir denge bozucu unsur olarak düşündüğü girişimciyi, ekonomik gelişmenin temel unsuru olarak düşünmemiştir. Ayrıca, Walras'ın ifade ettiği gibi ekonomi bir sistemdir ve dışarıdan gelen etkilere karşı harekete geçerek dengeye ulaşmaya çalışır. Dolayısıyla, iktisat bilimi makro dengelerin anlaşılmasına ve dengeye nasıl ulaşılacağı konularına yoğunlaşarak, firma içindeki gelişmeleri incelemekten vazgeçmiştir.⁵

İktisat teorisyenleri girişimcilik kavramının farklı yönlerini farklı bakış açılarıyla ele almışlardır. Aşağıdaki tablo da kavrama katkı yapan teorisyenlerin görüşleri yer almaktadır.

Tablo 1.1. Girişimcilik Kavramına İktisat Teorilerinde Yapılan Katkılar

KATKI YAPAN TEORİSYENLER	YAPILAN KATKILAR
1725: Richard CANTILLON	Girişimciler sermaye sahiplerinden farklı bir riske katlanır.
1797: BAUDEAU	Girişimciler işin sahibi, planlayıcısı, organizatörü, gözetimcisi olarak risk alır.
1803: Jean Baptiste SAY	Girişimcinin karı sermaye kazancından farklıdır ve girişimcinin yeteneklerinin karşılığıdır.

³ BIANCHI, M. & HENREKSON M. (2005) p.2

⁴ BARRETO, H. (1989) pp.19-22

⁵ TUSİAD "Türkiye'de Girişimcilik" (2001) s.30

1876: Francis WALKER	Girişimciler Paralarını kiraya verip faiz alanlardan farklıdır. Onların kazançları yönetim riskinin karşılığıdır.
1934: Joseph SCUMPETER	Girişimciler yenilikçi ve değişim aktörüdür ve yeni teknolojileri geliştirenlerdir.
1961: David McCLELLAD	Girişimci enerjik kişi olup tartılı risk alır.
1964: Peter, F DRUCKER	Girişimciler fırsatları maksimize edenlerdir.
1975: Albert SHAPERO	Girişimciler ekonomik ve sosyal mekanizmaları harekete geçirerek insiyatif alan ve başarısızlık riskini üstlenen kişidir.
1980: Karl VESPER	Girişimciler ekonomik anlamda ekonomistlerden, psikologlardan, iş adamlarından ve politikacılardan farklıdır.
1983: Gifford PINCHOT	İç girişimci, mevcut kurulu işletme içinde bir tür girişimcidir.
1985: Robert HISRICH	Girişimci karşılığında kişisel memnuniyet ve maddi ödöl olan psikolojik sosyal ve finansal risk olarak belli bir zaman ve emek sarf ederek farklı değer süreci yaratan kişilerdir.

Kaynak: TOP, S. (2006) s.52

Yukarıda yer alan tablo 1.1.'de görüldüğü gibi, Cantillon girişimcinin ekonomik fonksiyonunu, sosyal statüsünden ayırt ederek vurgulayarak, girişimcilerin sermaye sahiplerinden farklı bir riske katlandıklarını belirtmiştir. Klasik iktisatta ise, neo-klasiklerden daha fazla temas etmelerine rağmen denge kavramı temel alındığı için içsel bir denge bozucu unsur olarak düşünölen girişimci, ekonomik gelişmenin temel unsuru olarak düşünölmemiştir. Schumpeter girişimcilerin yenilikçi özelliğini vurgulamıştır. Ayrıca, neo-klasik iktisatın Avusturya Ekolü'nde ise, dengesizlik üzerine çalışmalar yapılmış, girişimcinin risk alma ve yenilik özellikleri ile söz konusu belirsizlik dönemlerinde kar etme duygusuyla yaptıkları hareketin ekonomi üzerindeki etkileri tartışılmıştır.

1.2. Schumpeter'in Girişimci Teorisi

Hemen hemen bütün iktisat ekolleri, girişimcinin kapitalist ekonominin gelişmesine yaptığı katkıları kabul eder; ancak hiçbir iktisatçı Joseph A. Schumpeter gibi girişimcinin önemini ağırlıkla vurgulamış değildir.⁶ Girişimcilik alanının önde gelen teorisyenlerinden Joseph Schumpeter (1883-1950), girişimciyi ekonomik aktiviteyi yenilikçi ve değer kazandıracak bir şekilde yeniden düzenleyen kişi olarak tanımlamıştır. Bunun anlamı, girişimci, daha önce bilinmeyen, yeni bir ekonomik aktiviteyle uğraşan kişidir denilebilir. Girişimci, risk alandır çünkü yenilikçi olmak demek, kişiye rehberlik edecek çok az kural ve tecrübenin varlığını kabul etmek demektir.

Schumpeter, Walras'ın denge teorisinden etkilenmesiyle beraber, denge teorisinin, görüşlerine büyük ölçüde katkıda bulunduğuna değinmiştir.⁷ Walras arz ve talep fonksiyonlarından hareket ederek mübadele teorisini, matematiksel yoldan tahlil etmiş ve tam rekabet şartlarının cari olduğu bir düzende kurmuştur. Böyle bir düzende fiyatlar tektir, maliyetlere yakındır ve daha çok mal alabilme imkanı vardır. Hem alıcılar hem satıcılar ihtiyaçlarını en yüksek seviyede tatmin edebileceklerdir.

Walras'a göre girişimci üretim faktörlerini belli oranlarda bir araya getirmeye çalışır ve bu amaçla önce hizmetler piyasasında alıcı, sonra mal piyasasında satıcı olarak görülür. Hizmetler piyasası, üretim faktörlerinin satıldığı yerdir. Böylece girişimci dört fonksiyon görmüş olmaktadır;

1. Belli oranlarda üretim faktörlerini bir araya getirmek
2. Bir ürün üretmek
3. Ürünü satmak
4. Maksimum kar elde etmek⁸

⁶ SEYİDOĞLU, H. (1999) s.218

⁷ Grebel, Pyka and Hanusch (2001) a.g.m. s.5

⁸ ÖZGÜVEN, A. (1992) s. 199

Schumpeter'e göre Walras'ın yaklaşımı statik iktisadi düzeni açıklayabilmekte, iktisadi gelişmeleri tetikleyen unsurları açıklamamaktadır. Girişimciliğin fonksiyonlarında ise, 'yenilik' kavramının öne çıkması gerektiğinin altını çizer. Girişimcinin, ancak yaratıcı bir güce sahip bulunduğu ve yenilikleriyle yeni alanlar açtığı zaman(yeni ürünler, yeni üretim yöntemleri, yeni satış yöntemleri, yeni satış piyasaları) işletme sahibinden farklı bir anlama geleceğine inanır.

Şurası kesindir ki, Walras, Schumpeter'in düşüncesini etkileyen tek kişi değildir. Marx, Weber, Menger, Wieser, Say, Hayek, Bohm-Bawerk gibi düşünürlerinde çalışmaları, Schumpeter'in görüşlerinin şekillenmesine yardımcı olmuştur.⁹ Schumpeter'in görüşlerinin zaman içinde değiştiği ve denge teorisi içeriğinin iskeleti sayılan Walrasçı bakış açısı sergilediği konusunda fikir birliği vardır.

Schumpeter'in girişimcilik görüşünün önemli bir yönü de, yeni bir kombinasyon geliştirme sürecinin, sıklıkla, mevcut kısır döngüyü kırmak suretiyle var olan düzeni bozmak olacağını belirtmesidir. Kural olarak, "yeni kombinasyon bazı eski kombinasyonların üretim yolu hakkında fikir vermelidir" ve ayrıca o, "yeni kombinasyonların başlangıcı ekonomik sistemin üretim yollarının mevcut kaynaklarının farklı şekilde istihdamını ifade eder"¹⁰ demiştir. Bu bakış açısının bir parçası olarak, rekabetçi ekonomide, yeni kombinasyon eskisinin elimine edilmesi anlamına gelir. Girişimcinin rolünü bu yolla açıklarken, girişimciyi değişimin anahtar unsuru olarak kabul ederek, girişimciyi evrimsel sürecin merkezine yerleştirir. Schumpeter, daha sonraki çalışmalarında(1943,1947), kapitalist sistemi, durağan olamayıp sürekli olarak gelişen bir değişim metodu olarak tarif etmiştir. Bu, değişimin her aşamasının tersine çevrilemez olduğu anlamına gelir, çünkü "ekonomik hayat, değişen ve değişimiyle ekonomik hareket verilerini değiştiren sosyal

⁹ HERBERT, R.F. and LİNK, A. N. (1982)

¹⁰ Schumpeter, J. A. (1934) s.68

ve doğal bir çevrede devam eder. Değişimin her aşaması, sonraki gelişmeler için yeni koşullar yaratacak olan yeni durumlara katkıda bulunur. Buna göre, Schumpeter kapitalist sistemin sürekli olarak içten evrim geçiren bir sistem olduğuna işaret etmiştir. Evrim, yeni yapıların oluşurken eski yapıların yok oluşunu ifade etmektedir. Bu süreci Schumpeter, yaratıcı yıkım(creative destruction) olarak tanımlamıştır. Yaratıcı yıkım kapitalizmin gereğidir ve evrimin merkezi mekanizmasını çok iyi tasvir eder. Yeni bir şeyleri geliştirmek için, mevcut kaynaklar yeni yollarla yapılandırılmalıdır, başka bir deyişle, yeni faaliyetler organize edip eskilerini ortadan kaldırmak aynı evrim sürecinin bir parçasıdır. Schumpeter'e göre, girişimci ve girişimcilik sürecinin rolü, bu çerçevede analiz edilmelidir. Bu bakış açısı daha sonraları içsel büyüme teorileri, kurumsal iktisat gibi kuramlarda temel alınmış ve teorilerin gelişimini biçimlendirmiştir.

1.3. Dünya'da KOBİ Araştırmaları

McMahon, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler alanında son yirmi yılda yapılmış akademik araştırmaların zayıf ve güçlü yanlarını ortaya koyma amacındadır. Bunun yanı sıra KOBİ araştırmacılarının, devam eden araştırmalarını metodolojik tercih ve özelliklerini gerçekçi bir şekilde değerlendirmelerini sağlamak amacıyla "Mevcut KOBİ Araştırmaları" isimli makalesinde KOBİ araştırmalarını değerlendiren akademisyenlerin tespitlerine yer vermiştir. Söz konusu tespitler tablo biçimine getirilerek aşağıda verilmiştir.

Tablo 1.2. Mevcut KOBİ Araştırmalarının Eleştirileri

Wortman (1986) Churchill&Lewis (1986)	Keşifsel araştırmaya gereğinden fazla odaklanmış
Bygrave (1989)	Keşifsel araştırmaya gereğinden az odaklanmış
Carsrud(1986)	Kavramsal titizlik ve kavramsal teoretik temelden yoksunluk
Hornaday&Churchill (1987)	Tek bir paradigmaya (modele) veya disipliner çerçeveye bağlı kalan dar odak ve hem içerik hem süreç bakımından diğer alanlarda yetersiz bilgi
Curran(1989) Williams(1992)	Araştırmanın aşırı akademik olması ve onun politikayla ilintisine yetersiz dikkat
Churchill&Lewis(1986)	KOBİ destek profesyonelleri ve işyeri sahipleri ile yetersiz ilinti
Paulin (1982) Aldrich (1992) Hofer&Bygrave (1992) Van de Ven (1992)	Çok fazla çaprazlama(cross-sectional) araştırma ve çok az boylamsal ve alan araştırma çalışmaları
Holmes & Kelly (1989) Sexton (1998) Aldrich (1992) Churchill(1992)	Küçük ve/veya bütünü temsil etmeyen ve/veya rasgele olmayan ve/veya kusurlu seçilmiş örnekler
Holmes & Kelly (1989) Aldrich (1992) Churchill(1992)	Düşük yanıt oranlı araştırmalardan elde edilen verilere itimat ve yanıtlı yanıtsız soru yanlılığı, yeterince test etmedeki başarısızlık ve böylece bulguların zahiri geçerlilik ve genellenebilirlikleriyle ilgili ciddi endişelerin oluşması
Bygrave& Hofer (1991) Sexton (1998) Aldrich (1992)	Kullanılan tanımların, örnekleme çerçevelerinin ve kullanılan örneklerin ve diğer metodolojik detayların raporlanmasındaki zayıflık, böylece araştırma bulgularını geçerli bir şekilde karşılaştırmak ve/veya tekrarlamının zorlaşması
Holmes & Kelly (1989) Aldrich (1992) Wortman (1987) Ireland&Van Auken(1987)	Raporlamanın büyük ölçüde tanımlayıcı ve istatistiksel olarak basite indirgeyici olması, sadece istatistiksel analizin daha sofistike teknikleri kullanılmalıdır
Curran (1989) Smith (1989) Churchill(1992)	Çeşitli nedenlerden dolayı, konu ve /veya araştırmacı yanlılığının söz konusu olması

Kaynak: McMahon, P. "Recent SME Research:A Critical Review"

Uluslararası öncü akademisyenlerin, KOBİ araştırmalarının sözü edilen dönemde, özellikle disiplin çeşitliliği, kavramsal temelleri ve metodolojileri bakımından hızlı bir şekilde olgunlaştığına dair görüş birliği vardır.

Çözüme kavuşmayan bir başka temel konu da, devam eden KOBİ yaklaşımlarının daha çok veri güdümlü mü, yoksa daha çok teori güdümlü mü olması gerektiğidir. Bu tartışmaya paralel olarak, veri analizi toplanması için uygun yöntem ve ne tür verinin toplanması gerektiğiyle ilgili görüş ayrılığı da vardır. KOBİ'lerin olumlu özellikleri arasında 'dinamik yapıda olmaları' sıklıkla kullanılmasına karşın, söz konusu değişken yapılarda veri toplamanın zorluğu da göz ardı edilmemelidir.

KOBİ Araştırmalarına odaklanmış iktisatçılar arasında özensiz, yarım yamalak yöntemlere karşı, ister veri toplamayla, ister veri analiziyle, ister bulguları rapor etmeyle ilgili olsun büyüyen bir hoşgörüsüzlük vardır.

Bu alanda çalışanların, özellikle de farklı ülkede olanların birbirlerinin çalışmalarından habersiz olması konuyla ilgili birikimlerin paylaşılamaması sonucunu doğurmaktadır. Bu sorunun giderilmesi için, OECD gibi çatı organizasyonlar aracılığı ile çeşitli ülkelerde yapılan çalışmaların takip edilerek paylaşılmasının sağlanması gerekmektedir.

1.4. OECD Üyesi Ülkelerde KOBİ'lerin Uluslararasılaşmasına Yönelik Araştırmalar

Günümüze kadar, OECD üyesi ve üyesi olmayan ülkelerde, KOBİ'lerin küreselleşmesi önündeki engeller ve bunun sonraki ekonomik etkileri hakkında çok az araştırma yapılmıştır.¹¹

Türkiye'nin de üyesi bulunduğu İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı kısaca OECD, küreselleşen dünyada girişimciliği ve KOBİ'lerin rekabet gücünü geliştirmek amacı ile 2000 yılında İtalya'nın Bologna Kentinde Düzenlediği "1. KOBİ'lerden Sorumlu Bakanlar Konferansı" ile "Bologna Süreci"ni başlatmıştır.

"2. KOBİ'lerden Sorumlu Bakanlar Konferansı" Haziran 2004'te İstanbul'da gerçekleşmiş ve bu konferansta yayınlanan deklarasyon'da Bakanlar, KOBİ'lerin uluslararası pazarlara erişmelerinin önündeki engelleri kaldırmada ilerleme kaydetmek için işbirliği içinde çalışacaklarını açıklamışlardır.

Bu çerçevede, 6-8 Kasım 2006 tarihlerinde Yunanistan'ın başkenti Atina'da düzenlenecek olan "KOBİ'lerin uluslararası pazarlara girişlerinin önündeki engellerin kaldırılması" konulu konferans, 44 OECD Üyesi Ülke ve Bologna sürecinde yer alan yaklaşık 70 Ülkenin katılımıyla gerçekleşecektir. Konferansta KOBİ politika belirleyicilerinin aşağıda yer alan engellerden, kendi ekonomilerine göre en önemli ilk on engeli sıralamaları istenmiştir. Söz konusu çalışma, KOBİ'lerin uluslararası pazarlarda karşılaştıkları zorlukların ortaya konulması ve ülke ekonomileri bazında alınması gereken karşılıklı tedbirlerin belirlenmesini sağlayacaktır.

¹¹ http://www.oecd.org/document/6/0,2340,en_2649_34197_37244486_1_1_1_1,00.html

Dahili Engeller: Girişimin önündeki organizasyonel kaynaklar/yeteneklerine ve şirketin enternasyonalleşme yaklaşımına ilişkin engeller;

Enformasyonel Engeller:

- B1. Pazarları bulmada/analiz etmede yetersiz bilgi
- B2. Uluslararası pazara ilişkin güvenilir olmayan bilgi
- B3. Tanımlayıcı yabancı iş fırsatları
- B4. Denizaşırı ülkelerdeki potansiyel müşterilerle iletişim kurmada yetersizlik

Fonksiyonel Engeller:

- B5. Enternasyonelleşmeyle ilgilenecek yönetsel zamanını eksikliği
- B6. Enternasyonelleşmeyle ilgilenecek yetişmiş personelin sayısının yetersiz oluşu ve/veya olmayışı
- B7. Üretimin ihracat için yetersiz oluşu
- B8. İhracatı finanse edecek sermayenin kısıtlı oluşu

Pazarlamanın Önündeki Ürün ve Fiyat Engelleri:

- B9. Yabancı pazarlar için yeni ürün geliştirme
- B10. İhracat ürününün dizaynı ve stilini adapte etme
- B11. İhracat ürünü kalitesini/standardını/şartnamesini karşılama
- B12. İhracat ürününün paketlenme ve etiketlenme gereklerini karşılama
- B13. Teknik /satış sonrası hizmet sunma
- B14. Tüketicilere tatmin edici fiyat sunma
- B15. Rakiplerin fiyat politikaları
- B16. Yabancı müşterilere kredi olanakları sunma

Pazarlamanın Önündeki Dağıtım, Lojistik ve Promosyon Engelleri:

- B17. Yabancı dağıtım kanallarının Karmaşıklığı
- B18. İhracat dağıtım kanallarına erişim
- B19. Güvenilir yabancı temsilci sağlama
- B20. Yabancı araçlar üzerinde kontrolü muhafaza etme
- B21. Yurtdışında mal stoğunu sağlamada zorluk
- B22. Yurtdışında depolama olanaklarının olmayışı
- B23. Aşırı nakliye ve sigorta bedelleri
- B24. Hedef Pazar için promosyon aktiviteleri düzenlemek

Harici Engeller: Firmanın iş yaptığı ev sahibi çevreden ve hedef işten kaynaklanan engeller;

Usule Ait Engeller:

- B25. Yabancı, alışık olunmayan ihracat prosedürleri/evraklar
- B26. Denizaşırı ülkedeki müşterilerle iletişim güçlüğü
- B27. Yurtdışındaki ödeme, taksitleri toplamadaki yavaşlık
- B28. Sözleşmeleri uygulamadaki ve ihtilafların çözümünde zorluklar

Devletle ilgili Engeller:

- B29. Devlet yardımının, desteğinin, teşvikinin olmayışı
- B30. Ülkedeki elverişsiz, olumsuz kural ve düzenlemeler
- B31. Yurtdışındaki elverişsiz, olumsuz kural ve düzenlemeler

Müşterilerle ve Yabancı Rakiplerle İlgili Engeller:

- B32. Yabancı müşterilerin farklı alışkanlık ve tavırları

- B33. Denizaşırı pazarlardaki şiddetli rekabet

İş Çevresiyle İlgili Engeller:

- B34. Yurtdışındaki zayıf/bozuk ekonomik koşullar
- B35. Yabancı kur riskleri
- B36. Alışık olunmayan yabancı iş uygulamaları
- B37. Farklı sosyo kültürel özellikler
- B38. Dil farklılıkları
- B39. E-ticaret için yetersiz altyapı
- B40. Yabancı pazarlardaki politik istikrarsızlık

Tarife ve Tarife Dışı Engeller:

- B41. Yüksek tarife engelleri
- B42. Katı kurallar ve düzenlemeler
- B43. Mülkiyet hakları korumasının yetersiz oluşu(örn: fikir hakları)
- B44. Sağlık, güvenlik ve teknik standartların kısıtlayıcı oluşu(örn: sıhhi ve bitki sağlığıyla ilgili gereklilikler)
- B45. Tarifelerin keyfi şekilde sınıflandırılması ve yeniden sınıflandırılması
- B46. Elverişsiz kotalar ve/veya ambargolar
- B47. Yüksek gümrük idare bedelleri

OECD Üyesi 44 Ülkenin ve Bologna sürecinde yer alan yaklaşık 70 Ülkenin katılımıyla gerçekleşmiş olan söz konusu konferans, KOBİ politika belirleyicilerinin kendi ekonomileri açısından en önemli ilk on engeli sıralamaları ve bu engellerin kaldırılması için çalışmalar başlatmaları nedeniyle, KOBİ'lerin uluslararasılaştırılması konusunda gerçekleşmiş en önemli bulguların ortaya çıkması sağlanmıştır. Konferanstan çıkan sonuç bildirisinin özeti aşağıda yer almaktadır.

KOBİ'lerin Uluslararasılaşmaları Konusunda Gelecekteki Devlet Destekleri Hakkında Öneriler;

Katılımcılar tarafından, ekonomi üzerindeki pozitif etkilerinden dolayı, hükümetlerin, KOBİ'lerin uluslararasılaşmaların da önemli rol oynayabilecekleri hususunda fikir birliğine varılmıştır. KOBİ'lerin uluslararasılaşmaları desteklenirken hükümetler, KOBİ'nin yaşına, tecrübesine ve sektörüne göre ihtiyaçlarının farklılık gösterebileceğini göz önünde bulundurmaları gerekmektedir.

Uluslararası Ticaret ve Yatırım konusunda daha iyi fırsatların oluşturulabilmesi için, Hükümetler aşağıda belirtilen hususları göz önünde bulundurmalıdırlar;

- a) Serbest pazarlara erişimi engelleyen ticaret görüşmelerinin sonlandırılması, ticari engelleri azaltarak istikrarlı ve şeffaf iş ortamının oluşturulmasına katkıda bulunulması,
- b) Uluslararası ticaretteki tarife dışı engelleri etkin bir biçimde kaldırılması (Ürün standartlarını karşılıklı olarak tanıma, iş ve mesleki lisanslama, verimli yasal sistemler, iyileştirilmiş gümrük prosedürleri, iş seyahatlerinin kolaylaştırılması),
- c) Ticaret Politikaları sürecine KOBİ'lerin katılımlarının kolaylaştırılması için, açık ve erişilebilir kamu danışma mekanizmasının geliştirilmesi,
- d) Hükümetlerin, ticaretle bağlantılı maliyetlerin azaltılmasına yönelik düzenlemelerinin desteklenmesi,

- e) Basitleştirilmiş, şeffaf ve ayırımcı olmayan düzenlenmiş yerel iş çevresinin desteklenmesi (örneğin ilgili sektörlerin yabancı ve yerel tedarikçileri için, hükümet ihalelerine girişte eşit şartların sunulması)
- f) Yabancı yatırımların desteklenmesi için üst düzey kaliteli siyasi çevre sağlanması

Devlet Destekleri için öncelikler;

- a) İstekli olan KOBİ'lerin uluslararası pazarlara girmelerinin kolaylaştırılması ve daha iyi desteklenmeleri

Örneğin;

- Mevcut pazar fırsatları için bilgilendirilmeleri
 - KOBİ'lerin uluslararası pazarlara girebilmek için danıştıkları insanların yetersizliklerinin giderilmesi
 - Spesifik eğitim ve danışmanlık desteği(örneğin; pazarlama planlarının desteklenmesi için, pazara giriş uzmanları için, tedarik zinciri yönetimi danışmanlığı, IP güvenliği ve Franchise kurulumu teknik desteğine, ortak girişim ve sınır ötesi anlaşmalar için fon ayrılması),
- b) Sınır ötesinde iyi pazar bulmuş ve iyi iş yapan KOBİ'lerin desteklenmesi, bu pazarlamanın hükümet tarafından kolaylaştırılmasını, ticari fuarlara katılımlarının sağlanması ve kalifiye ve bilgili yabancı mümessillerin bulunmasını da içermektedir.
 - c) Uluslararası pazarlara girmiş KOBİ'ler ve Uluslararası pazarlar hakkında daha iyi veri ve istatistiksel bilginin oluşturulması

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYA'DA KOBİ'LERE YÖNELİK BAKIŞ AÇILARI ve KOBİ'LERE YÖNELİK DÜZENLEMELER

Kalkınmanın lokomotifi olarak görülen KOBİ'lerin en önemli özelliği, talep değişikliğine ve çeşitliliğine daha kolay uyum gösterebilmeleri, yenilikçi ve girişimci yapıya sahip olmalarıdır. Bu nedenle KOBİ'ler, yeni işletmelerin doğması ya da mevcut işletmelerin yeni pazarlara girmesi bakımından ekonomik büyümeyi tetiklediği gibi, piyasadaki rekabetin artması ve tüketicinin daha fazla fayda sağlaması sonucunu doğurması açısından da önemlidir. Bu nedenle günümüzde, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde girişimciliğin önündeki engellerin kaldırılması ve bu çerçevede küçük ve orta ölçekli işletmelerin geliştirilmesi yoluyla üretim, istihdam ve ihracat potansiyellerinin artırılması amaçlanmaktadır.

2.1. OECD ÜYESİ ÜLKELER ve KOBİ'LER

İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı OECD(Organisation for Economic Co-operation and Development) 1961 yılında Avrupa Ekonomik İşbirliği Örgütü'nün(OEEC) yerine geçmiş ve 30 Eylül 1961'de ise resmen faaliyete geçmiştir.¹

¹ Tablo 2.1. Üye Ülkelerin OECD'ye Giriş Tarihleri

OECD Üyesi Ülke	OECD'ye Giriş Tarihi	OECD Üyesi Ülke	OECD'ye Giriş Tarihi
Avustralya	7 Haziran 1971	Güney Kore	12 Kasım 1996

KOBİ'lerin ve girişimciliğin istihdama, yeniliğe ve tüm ekonomik dinamizme katkısının OECD üyesi ve üyesi olmayan ekonomilerin performansını geliştirmede gerekli olduğu tüm dünyada kabul görmektedir. İtalya'nın Bolonya şehrinde 2000 yılının haziran ayında İtalya hükümetinin daveti ve işbirliği ile, OECD bakanlık düzeyinde KOBİ'ler üzerine ilk uluslararası konferansı organize etmiştir. Bu konferans, KOBİ'lerin globalleşmesinden ve ticaretin liberalizasyonundan fayda sağlarken aynı zamanda yerel güçlerinin geliştirmelerinde yardım edecek kamu ve özel sektör faaliyetlerini teşhis etmede büyük bir fırsat oluşturmuştur.²

OECD üyesi ülkeler, küçük ve orta ölçekli işletmelere bakış açılarında sağlamak amacıyla 2 Haziran 2000 tarihinde düzenledikleri bolonya toplantısı sırasında bir deklarasyon yayımlanmıştır. Türkiye'nin de katılarak hazırlanmasında katkıda bulunduğu deklarasyon ülkemizde KOBİ'lere hizmet sunan ve destek sağlayan tüm kurum ve kuruluşlarımız için yol gösterici niteliktedir.

Bolonya konferansına katılan Cezayir, Arjantin, Avustralya, Belçika, Brezilya, Bulgaristan, Kanada, Şili, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Finlandiya,

Avusturya	29 Eylül 1961	Lüksemburg	7 Kasım 1961
Belçika	13 Eylül 1961	Meksika	18 Mayıs 1994
Kanada	10 Nisan 1961	Hollanda	13 Kasım 1961
Çek Cum.	21 Kasım 1995	Yeni Zelanda	29 Mayıs 1973
Danimarka	30 Mayıs 1961	Norveç	4 Temmuz 1961
Finlandiya	28 Ocak 1969	Polonya	22 Kasım 1996
Fransa	7 Ağustos 1961	Portekiz	4 Ağustos 1961
Almanya	27 Eylül 1961	Slovak Cum.	14 Kasım 2000
Yunanistan	27 Eylül 1961	İspanya	3 Ağustos 1961
Macaristan	7 Mayıs 1996	İsveç	28 Eylül 1961
İzlanda	5 Haziran 1961	İsviçre	28 Eylül 1961
İrlanda	17 Ağustos 1961	Türkiye	2 Ağustos 1961
İtalya	29 Mart 1962	İngiltere	2 Mayıs 1961
Japonya	28 Nisan 1964	ABD	12 Nisan 1961

² http://www.oecd.org/document/43/0,2340,en_2649_34197_2505195_1_1_1_1,00.html

Fransa, Almanya, Yunanistan, Macaristan, İzlanda, Hindistan, Endonezya, İrlanda, İsrail, İtalya, Japonya, Güney Kore, Lüksemburg, Meksika, Fas, Hollanda, Yeni Zelanda, Norveç, Filipinler, Polonya, Portekiz, Romanya, Rusya Federasyonu, Slovak Cumhuriyeti, Slovenya, Güney Afrika, İspanya, İsviçre, İsveç, Tunus, Türkiye, İngiltere, ABD, Vietnam ve Avrupa Birliği Bakanları ve Hükümet temsilcilerinin yer aldığı deklarasyon metnine göre;³

- Küçük ve orta ölçekli işletmelerin(KOBİ) ekonomik gelişme, istihdam sağlama, bölgesel ve yöresel kalkınma, sosyal dayanışma ve kaynaşmayı, genç ve kadın girişimcilerin de katkılarıyla sürdürmeleri gerektiği,
- Girişimciliğin ve dinamik KOBİ'lerin ekonominin yeniden yapılanması ve yoksullukla mücadeledeki önemi,
- Küreselleşme, teknolojik değişimdeki ivme ve yeniliklerin KOBİ'lere yeni fırsatlar sağlamakla beraber bazı değişim maliyetleri ve riskleri de oluşturduğunu ancak küreselleşmenin daha yüksek hayat standartlarına ulaşmayı ve refahın eşit oranda geniş bir tabana yayılabileceği,
- KOBİ politikalarının ülkelerin ve sektörlerin öncelikleri ve durumları dikkate alınarak, sürdürülebilir kalkınma ve sosyal gelişmeye katkıda bulunacak şekilde ülke bazında belirlenmesi gereği,

konuları vurgulanmıştır.

OECD'ye üye olmayan ülkelerdeki KOBİ'lerin işbirliği ve ortak hareketlerini güçlendirmek için, tecrübelerin ve iyi uygulama örneklerinin

³ KOBİ Rehberi – 2002 s.43

değişimi için çaba gösteren OECD ve diğer uluslararası kuruluşların çalışmalarının devam etmesi gerektiği belirtilmiştir.

Ülkemizin de üyesi bulunduğu Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı-OECD tarafından küreselleşen dünyada girişimciliği ve KOBİ'lerin rekabet gücünü geliştirmek amacı ile 2000 yılında İtalya'nın Bolonya kentinde "I. KOBİ'lerden Sorumlu Bakanlar Konferansı" düzenlenmiş ve daha sonra, Türkiye'nin teklifi üzerine OECD tarafından, "Global Ekonomide Girişimciliğin Desteklenmesi ve Yenilikçi KOBİ'ler" konulu OECD KOBİ'lerden Sorumlu II. Bakanlar Konferansı Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin (TOBB) ev sahipliğinde, 2-5 Haziran 2004 tarihlerinde İstanbul'da gerçekleştirilmiştir.

4 - 5 Haziran 2004 tarihlerinde gerçekleştirilen "Küresel Ekonomide Girişimciliğin Geliştirilmesi ve Yenilikçi KOBİ'ler" konulu Bakanlar Toplantısı kapsamında aşağıda belirtilen 4 ana tema ve bir çapraz tema çalışması da ele alınmıştır:

1-Global Ekonomide büyümenin sürükleyicisi olarak Girişimcilik (Kadın Girişimciliği de dahil) ve KOBİ Yeniliklerine Yönelik Politikalar

2-KOBİ Yeniliklerine Yönelik Araçlar: KOBİ'lerin Finansmanı, Ağlar (Networks), Ortaklıklar, Kümeleşmeler ve Fikri Mülkiyet Hakları

3- Global Ekonomide KOBİ'ler: KOBİ'lerin Uluslararası Pazarlara Erişiminin Kolaylaştırılması, E-İşin Katkısının Güçlendirilmesi

4- KOBİ'lerin Kalkınmadaki Rolünün Arttırılması, KOBİ'lerin Rekabet Gücünün Arttırılması KOBİ'ler ve Yoksulluğun Azaltılması

5- Çapraz Tema: KOBİ İstatistikleri, KOBİ'ler İçin Daha Sistemik İstatistiksel Bir Ölçüme Doğru İstanbul Bakanlar Konferansı ile küresel ekonomide girişimcilik ve KOBİ'lerin rekabet edebilirliğine ilişkin konular ve politikalar ile küreselleşmeye ilişkin yeni gelişmelerin KOBİ'ler üzerindeki etkileri değerlendirilmiş, aynı zamanda uluslararası işbirliğini güçlendirmek için “en iyi uygulamalar” belirlenerek politika tavsiyeleri geliştirilmiştir.

2.2. AVRUPA BİRLİĞİ ve KOBİ'LER

Avrupa Birliği, KOBİ tanımları konusunda gerek ulusal gerekse Birlik bazında karışıklığa neden olmamak üzere yeni bir tanım geliştirmiştir.⁴ Avrupa Konsey kararı çerçevesinde belirgin bir şekilde ortaya konulan KOBİ tanımı, işçi sayısı, bilanço büyüklüğü ve bağımsızlık kriterlerinden oluşan ölçütleri kapsamaktadır (Bağımsız işletmeler; hisse senetlerinin %25 veya daha fazlası bir işletme tarafından üslenilmemiş olan veya sermayesi küçük ve orta büyüklükteki işletme tanımı dışındaki işletmelerden meydana gelmemiş olan işletmelerdir).

2.2.1. Avrupa Birliği'nde KOBİ Tanımı

Avrupa Birliği tanımına göre; mikro ölçekli işletme, on işçiden az işçi çalıştıran, satış ve aktif büyüklüğü iki milyon avro'dan küçük ve bağımsızlık kriterine haiz olan işletmeler, küçük ölçekli işletme elliden az işçi çalıştıran, satış ve aktif büyüklüğü on milyon avro'dan küçük ve bağımsızlık kriterine haiz olan işletmeler ve orta ölçekli işletme, elli ila ikiyüzelli işçi çalıştıran satış büyüklüğü elli milyon avro ve aktif büyüklüğü kırküç milyon avro'dan küçük ve bağımsızlık kriterine haiz olan işletmeler olarak tanımlanmaktadır.(Tablo 2.2.)

⁴ http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/index_en.htm

Tablo 2.2. AB’de KOBİ Tanımı

Türü	İşçi Sayısı	Satış Büyüklüğü	Aktif Büyüklüğü⁵
Mikro İşletme	1-9	< 2 Milyon €	< 2 Milyon €
Küçük İşletme	10-49	< 10 Milyon €	< 10 Milyon €
Orta İşletme	50-249	< 50 Milyon €	< 43 Milyon €

Yukarıdaki tablo 2.2.’de görüldüğü üzere Avrupa Birliği ülkeleri için yapılan tanımda işçi sayısı, yıllık ciro ve yıllık bilanço bir arada yer almaktadır.

Avrupa Komisyonu’nun, Avrupa’daki KOBİ’lerin durumunu ortaya koymayı hedefleyen “2003 Observatory of European SMEs” isimli rapora göre;⁶ Avrupa’daki işletmelerin çoğu sadece küçük olmakla kalmayıp, aynı zamanda Avrupa’daki iş tecrübesinin ve ekonomik faaliyetlerin önemli bir kısmını oluşturur. Örneğin, 2003 yılında Avrupa’da yaklaşık 140 milyon kişiye istihdam sağlayan 19 milyondan fazla işletme vardır. Buna karşılık tüm işletmelerin sadece %0.2’sini oluşturan yaklaşık 40.000 büyük işletme vardır. Dolayısıyla AB’deki işletmelerin büyük çoğunluğunu KOBİ’ler oluşturmaktadır.

⁵ Hisselerinin % 25’inden fazlası büyük işletmelere ait olmamalıdır. Aktiflerde arsa ve bina hariç net bilanço rakamı kriterdir.

⁶ 2003 Observatory of European SMEs. Enterprise Publications, European Commission

KOBİ'ler içinde, büyük çoğunluk (%90'dan fazlası) 10 kişiden az kişi çalıştıran mikro işletmeler sınıfındadır. Bu mikro işletmelerin neredeyse yarısı çalışana sahip değildir. Yani işletme, girişimcisine ya da girişimcinin aile fertlerine istihdam ve gelir sağlamaktadır.(yaklaşık 9 milyon işletme) Bir Avrupa işletmesi ortalama 7 kişiyi istihdam etmektedir. Bu oran mikro işletmelerde ortalama 3, büyük işletmelerde ise 1.000'in üzerindedir. Sonuç olarak, tipik Avrupa işletmesi bir mikro işletmedir. Aşağıdaki tablo 2.3. Avrupa'daki KOBİ'lerin cirolarını ve katma değerlerini göstermektedir.

Tablo 2.3. 2003 Yılı İtibariyle AB'deki KOBİ'lerin Genel Görünümü

Avrupa-19 İçindeki KOBİ'lerin Durumu (2003)							
		KOBİ					
		Mikro İşletme	Küçük İşletme	Orta Büyüklükte İşletme	Toplam	Büyük ⁷ İşletme	Toplam
İşletme Sayısı		17.820	1.260	180	19.270	40	19.310
İstihdam	1.000	55.040	24.280	18.100	97.420	42.300	139.710
İşletme Başına Düşen Çalışan Sayısı		3	19	98	5	1.052	7
İşletme Başına Düşen Ciro	1.000 €	440	3.610	25.680	890	319.020	1.550

⁷ AB'de 10 kişiden az çalışanı olan Mikro İşletme, 10-50 arası çalışanı olan Küçük İşletme, 50-250 arası çalışanı olan Orta Büyüklükte İşletme ve 250'den fazla çalışanı olan işletme Büyük İşletme olarak tanımlanmaktadır.

İşletme Başına Düşen Katma Değer	1.000 €	120	1.180	8.860	280	126.030	540
Cirolarındaki İhracat Oranı	%	9	13	17	12	23	17
Çalışan Kişi Başına Düşen Katma Değer	1.000 €	40	60	90	55	120	75
Katma Değerdeki İşçilik Maliyeti Oranı	%	57	57	55	56	47	52
Kaynak: European Commision, Enterprise Publications, 2003 Observatory of European SMEs. s.28							

Yukarıda yer tablo 2.3.'e göre; KOBİ'lerin ihracattaki payı büyük işletmelerinkinden daha azdır. Avrupa işletmelerinin cirolarında ihracat oranı yaklaşık %17 civarındadır. Mikro işletmelerin cirolarında %9 ile ihracat en düşük payına sahipken, büyük işletmeler %23 payla en büyük ihracat cirosuna sahiptir. Bu yönelim, büyük ölçüde tüm ülkeler ve tüm sanayi sektörlerinde görülür ve çoğu KOBİ'nin sınırlı yerel ve bölgesel pazarlara ulaşabildiğini gösterir. Ancak bu durum İrlanda'da farklılık gösterir çünkü İrlanda'nın bölgesel konumundan doğan taşımacılık sektöründeki gelişme, bu sektördeki KOBİ'lerin cirolarındaki ihracat payının büyük olması sonucunu doğurmaktadır.

Tablo 2.3. iş üretkenliğinin işletme ölçeğiyle birlikte arttığını göstermektedir. Çalışan kişi başına düşen katma değer açısından bakıldığında, mikro işletmedeki bir çalışan ortalama 40.000 avro katma değer yaratırken büyük işletmelerdeki çalışan bunun üç katı katma değer yaratmaktadır. Bu durum, büyük işletmelerin çalışan başına daha fazla refah sunduğunu gösterir. Söz konusu farklılık hem üretkenlikle hem de işletmenin ekonominin farklı sektörlerinde faaliyet göstermesi ile açıklanabilir. Endüstri yapısı da burada önemli rol oynar. Örneğin bir çok küçük işletme,

ortalamadan düşük iş üretkenliğine sahip olan perakendecilik sektöründe faaliyet gösterir. Yukarıdaki tabloda ölçeğe göre asıl iş üretkenliği, tüm ölçekler için aynı endüstri yapısını varsayarak hesaplanan ölçeğin ayarlanmış bir değeriyle kıyaslanmaktadır. Endüstri yapısındaki farklılıklar için bu ayarlamalar eklendiğinde, oldukça farklı bir resim ortaya çıkmaktadır çünkü küçük, orta ve büyük işletmeler arasındaki farklılıklar büyük ölçüde kaybolmakta, sadece mikro işletmeler kişi başı katma değer açısından geri kalmaktadır. Böylece, KOBİ'lerin ekonomik rolü, iş üretkenliği hesaba katılırsa, yani sektör etkisi ayrıştırıldıktan sonra büyük ölçüde değişmiş olmaktadır.

AB'de KOBİ'ler tüm dünyada olduğu gibi, emek yoğun sektörlerde büyük işletmelerden daha fazla paya sahip olduğu bilinmektedir.

2.2.2. Avrupa Birliği'nin KOBİ Politikası

Avrupa Birliği KOBİ politikasına, 1992 yılında imzalanan Maastricht Antlaşması'nın 157. maddesinde yer verilmiştir. Bu madde ile sanayinin rekabet gücünün artırılması için sorumluluk AB'ye ve üye devletlere verilmiştir.⁸ Avrupa Birliği'nin sanayi politikasında temel amacı, KOBİ'lerin gelişimi için gerekli olan elverişli iş ortamının sağlanması, sanayinin yapısal değişime uyumunun ve teknolojik araştırma ve geliştirme alanında var olan potansiyelden daha fazla yararlanılmasıdır.

Avrupa Komisyonu içinde, birbirinden farklı olarak çalışmalarını yürüten Sanayi ve KOBİ'lere ilişkin genel müdürlükler 1 Ocak 2000 tarihinde birleştirilerek yeni bir genel müdürlük oluşturulmuştur. Böylece, geçmişte iki ayrı politika olarak ele alınan sanayi ve KOBİ politikaları, bir bütün olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Bunun sonucunda oluşturulan Girişimler Genel

⁸Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu Web Sitesi
<http://www.deltur.cec.eu.int/default.asp?lang=0&pld=3&fld=10&prnid=12&hnd=1&ord=11&doid=322&fop=0>

Müdürlüğü, koordinasyon görevlerinin yanı sıra, iç pazara ilişkin mevzuat taslaklarının hazırlanmasında rol oynamaktadır. Girişimler Genel Müdürlüğü, açık rekabet ve serbest piyasa ilkesini güçlendirme ve KOBİ'lerin kurulma ve gelişmesini özel destek programları ile destekleme ilkesini göz önünde bulunduruyor.

Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'na göre, 2000 yılında kabul edilen AB'nin Lizbon stratejisi çerçevesinde, bilgiye dayalı daha rekabetçi bir ekonomi yaratılmasında KOBİ'ler önemli bir yer tutmaktadır. Lizbon Stratejisi'ni destekleyen AB'nin girişimcilik politikasına istinaden Girişimler Genel Müdürlüğü "Girişimcilik Politikası için Çalışma Programı 2000-2005" başlıklı bir rapor hazırlayarak, girişimcilik faaliyetlerinin desteklenmesi için çeşitli tedbirler önerdi.

Avrupa Birliği politikalarına KOBİ'lerin desteklenmesi açısından bakıldığında, bölgesel fonlar kapsamında bulunan yapısal fonların önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. 2000-2006 döneminde yapısal fonlardan KOBİ'lere ayrılan miktar, 16 Milyar €'yu bulmaktadır.

İstihdam gücü gelişmiş ve bilgi toplumuna dayalı rekabeti hedefleyen Lizbon stratejisi çerçevesinde AB'nin dünyanın en büyük ekonomisi olması hedeflenmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE KOBİ'LER

Ülkemizdeki toplam işletmelerin %99,8'ini oluşturan KOBİ'ler, toplam istihdamımızın % 76,7'sini kapsamakta, katma değer içindeki oranları %26,5 ve ülkemiz toplam ihracatının ise %10'unu gerçekleştirmektedirler.

2002 yılına yönelik gerçekleştirilen Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı sonuçlarına göre, Türkiye'de toplam 1.720.598 adet girişim vardır. Bunların 116.598'i çok birimli, 1.604.000'i ise tek ve bağımsız girişimdir.¹ Ayrıca söz konusu 1.720.598 işletmenin sadece 1.810 adeti 250 kişiden fazla çalışana sahiptir. Geriye kalan 1.718.788 adet işletmenin 250 kişiden az çalışanı vardır.

3.1. TÜRKİYE'DE KOBİ TANIMLARI

Ülkemizde, 18.11.2005 Tarih ve 25997 sayılı Resmi Gazetede, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin tanımına, niteliklerine ve sınıflandırılmasına ilişkin esasların belirlenmesi ve bu tanım ve esasların tüm kurum ve kuruluşların uygulamalarında esas alınmasını amacıyla yayımlanan "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımlanmasına, Niteliklerine,

¹ 2002 Yılı Genel Sanayi ve İmalat Sanay S

Sınıflandırılmasına ve Uygulamalarına ilişkin Yönetmelik² 18 Mayıs 2006 tarihinde yürürlüğe girene kadar, KOBİ'lere yönelik faaliyetlerde bulunan kurum ve kuruluşlar tarafından; görev tanımları, hizmet götördükleri hedef kitleleri ve faaliyetlerine ayırdıkları kaynakları çerçevesinde, farklı KOBİ tanımları kullandıkları görülmektedir. Tablo 3.1.'de görüldüğü üzere kullanılan tanımlar, seçilen ölçütler ve limitler itibarıyla farklılıklar göstermektedir.

Tablo 3.1. Türkiye'de KOBİ Tanımları

KURUM / KURULUŞ	TANIM KAPSAMI	TANIM KRİTERİ	MİKRO ÖLÇEKLİ İŞLETME	KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞLETME	ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME
KOSGEB	İmalat Sanayi	İşçi Sayısı	-	1-50 İşçi	51-150 İşçi
HALKBANK	İmalat Sanayi, Turizm, Yazılım Geliştirme	İşçi Sayısı	-	-	1-250 İşçi
		Sabit Yatırım Tutarı(€)	230.000	230.000	230.000
HAZİNE MÜSTEŞARLIĞI	İmalat Sanayi, Turizm, Tarımsal Sanayi, Eğitim, Sağlık, Yazılım Geliştirme	İşçi Sayısı	1-9 İşçi	10-49 İşçi	50-250 İşçi
		Yatırım Tutarı, KOBİ Teşvik Belgesine Konu Yatırım Tutarı (€)	350.000	350.000	350.000
DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI	İmalat Sanayi	İşçi Sayısı	-	-	1-200 İşçi
		Sabit Yatırım Tutarı(€)	-	-	1.830.000
EXİMBANK	İmalat Sanayi	İşçi Sayısı			1-200 İşçi

KAYNAK: Hazine Müsteşarlığı, Dış Ticaret Müsteşarlığı, KOSGEB, EXİMBANK, T.HALK BANKASI.

² T.C. Resmi Gazete - <http://rega.basbakanlik.gov.tr>

“Türkiye'nin Avrupa Birliğine Katılım Sürecine İlişkin İlerleme Raporlarında³ belirtilmesi üzerine Tablo 3.1.'de görülen tanımlar arasında birlik sağlanması amacıyla ve AB'ye uyum çerçevesinde Tablo 3.2.'de yer alan yeni KOBİ tanımımız yapılmıştır.

3.1.1. KOBİ Tanımının AB Kobi Tanımı İle Uyumlaştırılması

2003 yılı Katılım Ortaklığı Belgesinin kısa vadeli öncelikleri arasında yer alan AB ile uyumlu KOBİ tanımının oluşturulması hususu, “KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı”nda da öncelikli konulardan biri olarak vurgulanmıştır.

Türkiye’de, Bakanlar Kurulunun 21 Aralık 2000 tarih ve 2000/1822 sayılı Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Yatırımlarında Devlet Yardımları Hakkında Kararı çerçevesinde devlet yardımları açısından uygulanan tanım, 3 Nisan 1996 tarih ve 96/280/EC sayılı küçük ve orta ölçekli işletmeler tanımına ilişkin Komisyon Tavsiye Kararı ile uyumludur.

Bununla birlikte, KOBİ'lere ilişkin tüm uygulamalarda AB'ye uyumlu bir tanımın kullanılması amacıyla gerekli yasal düzenlemenin gerçekleştirilmesine yönelik çalışmalar Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından sürdürülmektedir. Kısa vadede tamamlanması öngörülen çalışmalara ilişkin süreçte Avrupa Komisyonunun değerlendirmelerine de başvurulmuştur. ⁴

Türkiye, ilerleme raporlarında belirtilen konularla ilgili somut adımlar ve iyileştirmeleri hızlı adımlarla gerçekleştirmektedir. 2003 ve 2004 yılları İlerleme Raporlarında belirtilen KOBİ tanımı sorunu çerçevesinde, Türk KOBİ'lerinin AB KOBİ normlarına uygun hale gelmesi yönünde 5331 sayılı

³ <http://ekutup.dpt.gov.tr/ab/ab.htm>

⁴ http://www.abgs.gov.tr/up2003/up_files/doc/IV-16.doc

kanun ile 3143 sayılı "Sanayi ve Ticaret Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanuna Bir Ek Madde Eklenmesine İlişkin Kanun" ile Küçük ve Orta Büyüklükteki işletmelerin tanımlanmasına, niteliklerine, sınıflandırılmasına ve uygulamalarına ilişkin esaslar; net satış hasılatları, mali bilanço tutarları ve çalışan sayıları dikkate alınarak Bakanlıkça hazırlanan ve Bakanlar Kurulunca yürürlüğe konulan yönetmelikle belirleneceği belirtilmiş, bu hükmün gereği olarak da Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımlanmasına, Niteliklerine, Sınıflandırılmasına ve Uygulamalarına ilişkin Yönetmelik 18.11.2005 Tarih ve 25997 sayılı Resmi Gazetede yayımlanmış ve 18 Mayıs 2005 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

3.1.2. KOBİ Tanımı

Yeni KOBİ Tanımı ile eski tanımların yol açtığı karışıklıklar ortadan kaldırılacak ve AB üyesi ülkeler ile ülkemiz arasında sağlıklı veri karşılaştırmalarının yapılabilmesi düşünülmektedir.

Tablo 3.2. KOBİ Tanımı

	Mikro	Küçük	Orta
Çalışan sayısı	< 10	< 50	< 250
Yıllık Net Satış geliri ya da Mali Bilançosu	< 1 milyon YTL	< 5 milyon YTL	< 25 milyon YTL
Bağımsızlık Ölçütü: Başka işletmelere ait sermaye oranı =< %25			

Sonuçta önemli olan nihayet böyle resmi bir KOBİ tanımının Türkiye'de de yapılmış olmasıdır. Artık böylece kısır KOBİ tanımı tartışmalarının son bulacağını ve çeşitli resmi kuruluşların (Halkbank, Hazine Müsteşarlığı, KOSGEB, Dış Ticaret Müsteşarlığı, DİE veya yeni adıyla TUIK, v.s.) farklı KOBİ tanımlarının yarattığı kargaşa son bulacaktır.⁵ Tanımın bir olması, kurumlar tarafından KOBİ'ler hakkında değişik konularda toplanan bilgilerin karşılaştırılması ve paylaşılması sonucunu doğuracaktır.

3.2. AVRUPA BİRLİĞİ KOBİ POLİTİKASINA UYUM

Ülkemizin tam üyelik amacına ulaşabilmesinde, KOBİ'ler alanında da bir takım düzenlemelerin yapılmasını gerektirmektedir. AB ile uyum çalışmaları çerçevesinde, Avrupa Komisyonunun İlerleme Raporları ve Katılım Ortaklığı Belgesi kısa vadede gerçekleştirilmesi beklenen hususları içermektedir.

3.2.1. Küçük İşletmeler İçin Avrupa Şartı

AB üyesi ülkelerin KOBİ politikalarında birliktelik sağlamak amacıyla başlattıkları CC BEST çalışması, 19-20 Haziran 2000 tarihli Feira Zirvesinde yayımlanan AB KOBİ Şartı ile daha somut bir nitelik kazanmış böylece CC BEST süreci sona erip, AB KOBİ Şartı raporlarının hazırlanması süreci başlatılmıştır.

⁵ Prof. Dr. Tamer Müftüoğlu – OSTİM Gazetesi -
<http://www.ostimgazetesi.com/article.asp?intArticleID=121&intEditorID=6>

Türkiye'nin, 23 Nisan 2002 tarihinde Slovenya'nın Maribor şehrinde düzenlenen konferansta diğer aday ülkelerle birlikte teyit ettiği şart, aşağıda belirtilen 10 temel unsuru içermektedir;⁶

- Girişimcilerin eğitimi ve öğretimi.
- Daha ucuz ve daha hızlı iş kurma süreçleri geliştirilmesi.
- Daha iyi kanunlar ve mevzuat düzenlemesi yapılması.
- Nitelikli personel eğitiminin gerçekleştirilmesi.
- İnternette anında işlem imkanlarının yaygınlaştırılması.
- Tek pazardan daha çok yararlanılması
- Vergilendirme ve finansal konularda iyileştirmeler yapılması.
- KOBİ'lerin teknoloji ve yenilikçilik kapasitesinin geliştirilmesi.
- E-ticaretin ve teknoloji tabanlı işletmelerin desteklenmesi.
- Ulusal ve uluslararası platformlarda KOBİ'lerin daha etkin ve daha güçlü temsil edilmesi.

3.2.2. İlerleme Raporları

Avrupa Komisyonu tarafından Türkiye için hazırlanmış olan 2003 Yılı İlerleme Raporu'nda KOBİ Politikası alanında aşağıda yer alan değerlendirmelere yer verilmiştir;

- KOBİ sektörüyle ilgili mevzuat karmaşıktır ve eşgüdünden yoksundur. KOBİ'lerin devlet desteği almak için değişik kamu kurumlarına yaptıkları başvuruların işleminden geçirilmesi uzun zaman almakta ve süreç yavaş işlemektedir.

⁶ KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı = SME Strategy and Action Plan
<http://ekutup.dpt.gov.tr/esnaf/kobi/strateji.pdf>

- İşletmeler için “tek-duraklı bilgi noktaları” kurulması yönünde ilerleme çok sınırlı kalmıştır. Öte yandan, şirket kurmak için resmi işlemlerin maliyetleri hâlâ çok yüksektir.
- “KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı”nı uygulamak için siyasi kararlılığı ve desteğin sürmesi gerekmektedir ve gereklidir.
- Topluluk Programları hakkında bilinçlenme sağlanması için, programlarının yararları ve olanaklarının açıkça anlatılması gerekmektedir.
- Türkiye’nin, okullarda girişimciliği teşvik etme çabalarının artması önem taşımaktadır.
- Özellikle son ekonomik krizin ardından, KOBİ’lerin iş ortamının iyileştirilmesi için daha fazla çaba gösterilmelidir.
- Yüksek faiz oranları ve yatırım sermayesine yetersiz erişim, KOBİ’ler için çözülmesi gereken sorunları oluşturmaktadır.
- Türkiye’nin yapmış olduğu KOBİ tanımını, ilgili komisyon tavsiyesiyle uyumlu hale getirmesi gerekmektedir.

Avrupa Komisyonu tarafından 5 Kasım 2003 tarihinde yayınlanan İlerleme Raporu’nda, Türkiye’nin AB KOBİ politikasını izlemeye bir miktar ilerleme sağladığı ve şirket kurmak ve tescil etmek için öngörülen usullerin basitleştirilmesinin olumlu bir gelişme olduğundan bahsedilmektedir. Teknoloji geliştirme bölgeleri ve merkezleri açısından da Türkiye’nin gayet iyi durumda olduğu belirtilmekte, KOBİ stratejisi ve eylem planının resmen kabul edilip uygulamaya koyulması gerektiğinin önemi vurgulanmaktadır. Ayrıca, KOBİ’ler için iş ortamı ve finans olanaklarına erişimin iyileştirilmesi amacıyla

ek çabalar gösterilmesinin büyük önem arz ettiği ve KOBİ tanımının AB'ninki ile uyumlaştırılması gerektiğinin altı çizilmektedir.

2004 yılında yayınlanan İlerleme Raporu'na göre;

- Türkiye'nin Temmuz 2004'de, KOBİ Stratejisi ve Eylem Planının izlenmesi ve değerlendirilmesi amacıyla bir Danışma Kurulu oluşturması özel sektör yeterince temsil edilmese de olumlu karşılanmıştır.
- İş ortamının basitleştirilmesi ile ilgili olarak bazı ilerlemeler kaydedilmiştir. Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) ile Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) gibi KOBİ'lere destek veren kuruluşların yeniden yapılandırma süreçlerini takiben, KOBİ destek programlarına başvuru formaliteleri büyük ölçüde basitleştirilmiş ve azaltılmıştır (örneğin, KOSGEB teşvikleri için gerekli belge sayısı 48'den ortalama 5'e düşürülmüştür).
- Türkiye, bilgi toplumu stratejisi, teknik altyapı ve bilgi güvenliği, eğitim ve insan kaynakları, yasal altyapı, standartlar, e-devlet ve e-ticaret gibi alanlara ilişkin çeşitli eylemler içeren e-Dönüşüm Türkiye" projesini başlatmıştır. Bu eylemlerin hepsi, KOBİ'lerin söz konusu sektörlerle erişimini ve faaliyetlerini kolaylaştırmayı amaçlamaktadır. Türkiye'nin 2003 yılından beri tam olarak katıldığı İşletme ve Girişimcilik İçin Çok Yıllı Program çerçevesinde, Türkiye'de KOBİ'lere AB konularında bilgi alabilecekleri ilk adım merkezleri olarak dokuz adet Avrupa Bilgi Merkezi açılmıştır. KOBİ'lerin teknoloji transferi ve Ar-Ge faaliyetlerinde katalizör görevi görecek iki merkezin açılmasıyla, Yenilik Aktarım Merkezi ağı Türkiye'yi de kapsayacak şekilde genişletilmiştir. İşletme ve Girişimcilik İçin Çok Yıllı Program ve 6. Çerçeve Program için web sitelerinin kurulmuş olması, Türkiye'de

Kamunun çabaları ve iyileşmiş makroekonomik ortam sonucunda küçük işletmelerin finansmana erişiminin iyileşmesi olumlu bir gelişmedir.

- İş ortamının ve finansmana erişimin iyileştirilmesi için daha fazla çabaya ihtiyaç vardır. Ticari mahkeme davalarında işlemlerdeki gecikmeler KOBİ'lerin gelişmesinde bir başka önemli engeldir. KOBİ Stratejisi ve Eylem Planının kabul edilmesi Türk KOBİ'leri için önemli bir adım olmakla beraber, Türkiye'nin, özel sektörün tam katılımıyla bir izleme ve değerlendirme mekanizması oluşturması gerekiyor. Türkiye'nin hala KOBİ tanımını Komisyonun ilgili tavsiyelerine uyumlu hale getirmesi gerekmektedir.
- Halen müktesebat ile uyumlu olmayan KOBİ tanımına ilişkin olarak yeni bir gelişme kaydedilmemiştir.

2005 Yılı İlerleme Raporunda ise, KOBİ politikası alanında aşağıdaki hususlar belirtilmiştir.

- Türk “KOBİ tanımı”nın AB tanımıyla uyumlaştıracak mevzuatın uygulamasını teminen Sanayi ve Ticaret Bakanlığına TBMM tarafından onay verilmiştir. Yüksek Planlama Kurulu tarafından, KOBİ stratejisinin ve eylem planını uygulamak üzere Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın eşgüdümünde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), görevlendirilmiştir. KOBİ stratejisinin ve Eylem Planı'nın uygulamaya konulmasında özel sektörün aktif katılımı sınırlı kalmıştır.
- Bir önceki rapordan bu yana(2004) KOBİ'lerin finansman kaynaklarına erişimi konusunda ilerleme kaydedilmiştir. Birkaç kamu ve özel sektör bankası KOBİ'lere yönelik olarak düşük faizli ve uzun vadeli geri

ödemeli kredi olanakları sağlamışlardır. KOSGEB işyeri açmak isteyen girişimcilere yönelik olarak yeni bir mikro-kredi mekanizması oluşturmuştur. Bunlara ilaveten, Türkiye Kredi Garanti Fonu, Avrupa Yatırım Fonu ile işbirliği halinde, “İşletme, Girişimcilik ve Özellikle Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler İçin Çok Yıllı Program (MAP)” çerçevesinde bir Kredi Garantisi Fonu tesis etmiştir. Bu işbirliği, garantiler alanında Türkiye ile AB kurumları arasında bir ilki teşkil etmektedir.

- KOSGEB tarafından KOBİ'lerin ihtiyaçlarını değerlendirmek üzere amacıyla bir Stratejik Yol Haritası Uygulaması oluşturulmuştur. 2004 yılının dördüncü çeyreğinden itibaren yaklaşık 40.000 KOBİ bu girişime katılmıştır.
- İdari kapasite konusunda, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı işletme ve sanayi politikalarının oluşturulmasından ve eşgüdümünden sorumlu kurumdur. DPT ise katılım öncesi fonlardan finanse edilebilecek projeler dizisini hazırlanmaktan sorumlu organdır. KOSGEB, imalat sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'ler için kamu fonuyla oluşturulmuş bir destek kurumudur.

3.2.3. KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı

AB ile uyum çalışmaları çerçevesinde, Türkiye'nin KOBİ'lere ilişkin olarak eylem planını da içeren bir stratejiyi hazırlaması konusu, gerek Avrupa Komisyonunun 2002 yılı İlerleme Raporunda gerek 2003 yılı Katılım Ortaklığı Belgesinde kısa vadede gerçekleştirilmesi beklenen hususlar arasında yer almıştır. Bu itibarla, Avrupa Birliği Genel Sekreterliğinin koordinasyonunda Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, Hazine Müsteşarlığı, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), Türkiye Ticaret

Sanayi Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği (TOBB) ve Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK) temsilcilerinden oluşan “KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı alışma Grubu” kurulmuştur. Bir dizi çalışma toplantıları sonucunda, VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005), Hükümet Programları ve Türkiye’nin 23 Nisan 2002 tarihinde Slovenya’nın Maribor şehrinde düzenlenen konferansta diğer aday ülkelerle birlikte kabul ettiği Küçük İşletmeler için Avrupa şartı’nda belirtilen ilke ve esaslar çerçevesinde, taslak “KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı” hazırlanmıştır. İlgili diğer kamu kurum/kuruluşlarının ve sivil toplum kuruluşlarının görüş ve katkılarının alındığı bu süreci takiben, taslak “KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı” metni, Devlet Planlama Teşkilatı Müteşarlığınca Acil Eylem Planı ve 2003 Yılı Programı ile uyumlu hale getirilmiştir. Böylelikle, Türkiye’nin KOBİ’lere yönelik temel strateji dokümanlarında belirtilen hedef, ilke ve politikalar ile AB’nin KOBİ’lere yönelik temel strateji belgeleri arasında birliktelik sağlanmıştır.

Anılan strateji ve eylem planı, KOBİ’lere yönelik temel stratejileri belirlemek, mevcut politika ve programların kapsamını değerlendirerek gerekli ve öncelikli faaliyetleri detaylı bir şekilde ortaya koymak, arzu edilen hedeflere ulaşma yolunda taraflara düşen görevleri açık bir şekilde ifade etmek ve gerekli eylem ve projeler demetini oluşturmak amacıyla orta vadeli bir strateji dokümanı olarak hazırlanmış olup ilk Ulusal Programdan bugüne kadar KOBİ’ler alanında gerçekleştirilen çalışmaları da içermektedir.

KOBİ Stratejisi ve Eylem Planının, önümüzdeki dönemde KOBİ’lere yönelik gerçekleşmesi öngörülecek faaliyetlerin Mali İşbirliği programlamasından yararlandırılmasında temel bir doküman olması öngörülmektedir.⁷

⁷ http://www.abgs.gov.tr/up2003/up_files/doc/IV-16.doc

3.3. TÜRKİYE'DEKİ GİRİŞİM SAYILARI ve SEKTÖREL DAĞILIMLARI

Türkiye İstatistik Kurumu(TUİK) tarafından, Nisan-Temmuz 2003 tarihleri arasında 2002 yılına yönelik gerçekleştirilen Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı'nda ülkemizdeki tüm işyerlerinin sayımı yapılmıştır.

TUİK tarafından gerçekleştirilen Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımında, NACE kodları kullanılmıştır. Avrupa Birliği Ekonomik Faaliyetler Sınıflaması'na(NACE) göre tarım dışı tüm sektörler aşağıda yer almaktadır;

- Madencilik ve Taşocakçılığı
- İmalat Sanayi
- Elektrik, Gaz ve Su
- Yapı (inşaat) ve Bayındırlık işleri
- Toptan ve Perakende Ticaret
- Otel, Lokanta
- Ulaştırma, Depolama ve Haberleşme
- Mali Aracı Kuruluşların Faaliyetleri
- Gayrimenkul Kiralama ve iş Faaliyetleri
- Eğitim
- Sağlık işleri ve Sosyal Hizmetler
- Diğer Sosyal, Toplumsal ve Kişisel Hizmet Faaliyetleri

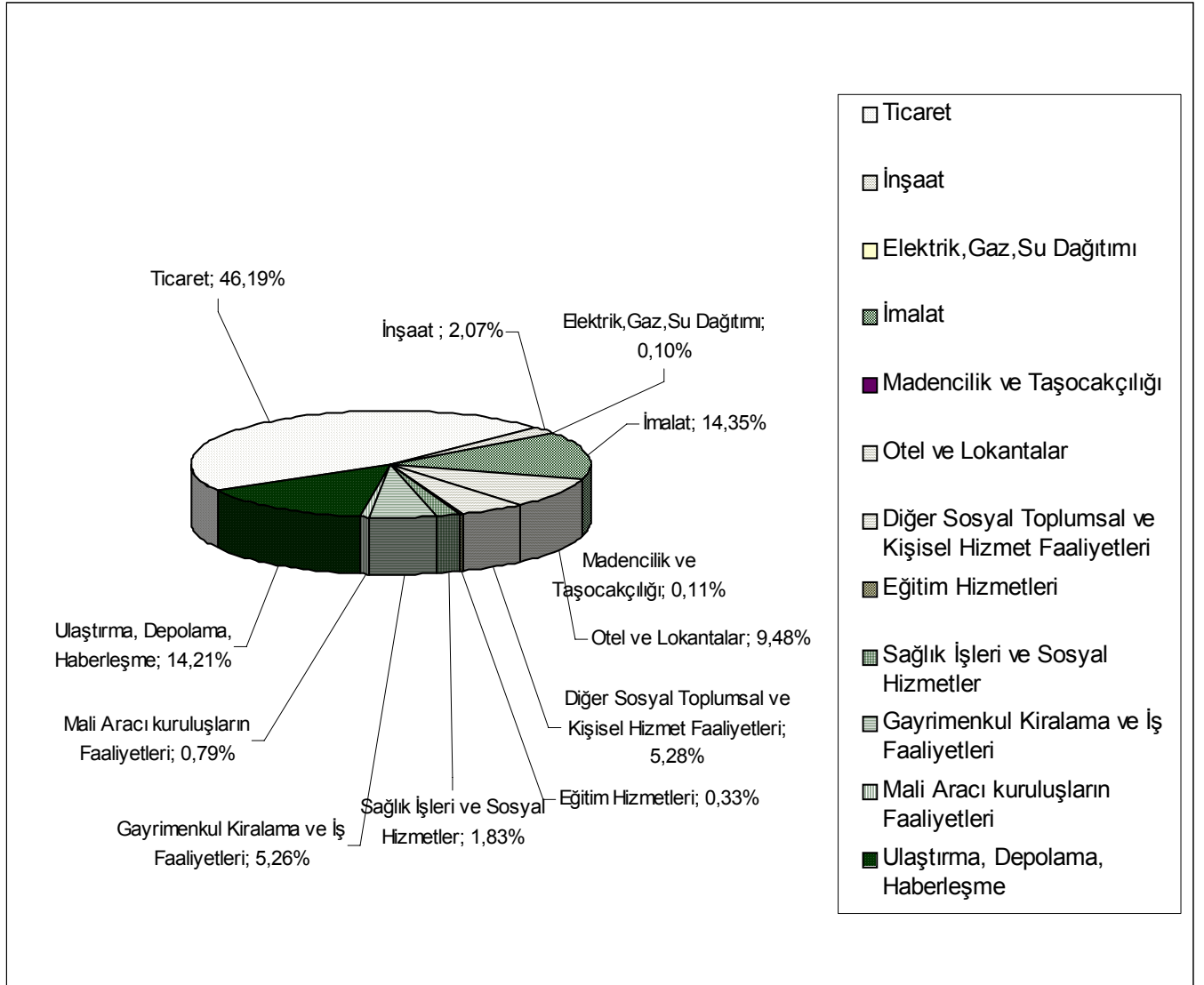
Aşağıda yer alan tablo 3.3.'te, ülkemizdeki tüm işyerlerini kapsayan Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı'na göre sektör dağılımları yer almaktadır.

Tablo 3.3. Türkiye'deki İşletmelerin Sektörel Dağılımları

	SEKTÖRLER	%
1	Ticaret	46.19
2	İnşaat	2.07
3	Elektrik,Gaz,Su Dağıtımı	0.1
4	İmalat	14.35
5	Madencilik ve Taşocakçılığı	0.11
6	Otel ve Lokantalar	9.48
7	Diğer Sosyal Toplumsal ve Kişisel Hizmet Faaliyetleri	5.28
8	Eğitim Hizmetleri	0.33
9	Sağlık İşleri ve Sosyal Hizmetler	1.83
10	Gayrimenkul Kiralama ve İş Faaliyetleri	5.26
11	Mali Aracı kuruluşların Faaliyetleri	0.79
12	Ulaştırma, Depolama, Haberleşme	14.21

Tablo 3.3.'te görüldüğü üzere, ülkemizde bulunan toplam işletmelerin % 46,19'u ticaret sektöründe faaliyet göstermektedir. Bunu % 14,35 ile imalat, % 14,21 ile ulaştırma, depolama, haberleşme sektörü takip etmektedir. Bu üç sektör toplam girişim sayısının % 74,75'ini oluşturmaktadır.

Grafik 3.1. Türkiye'deki İşletmelerin Sektörel Dağılımı



Grafik 3.1.'de de görüldüğü üzere ticaret, imalat ve ulaştırma, depolama, haberleşme sektörleri toplam işletme sayısının % 74,75'ini oluşturmaktadır.

OECD 2004 Raporuna göre, Ülkemiz KOBİ'lerinin istihdam içindeki payı % 76,7'dir. Tablo 3.4. ülkemiz toplam işletmelerinin çalışan sayısı dilimlerini ve bunların yüzdesel dağılımlarını göstermektedir.

Tablo 3.4. Türkiye'deki İşletmelerin Ölçek Büyüklükleri

Ölçek (Kişi)	Girişim Sayısı	Yüzdesi
Sadece İşletme Sahibi	23.762	1,38%
1 - 9	1.633.509	94,94%
10 - 49	53.246	3,09%
50 - 99	5.080	0,30%
100 - 150	1.804	0,10%
151 - 250	1.387	0,08%
251 +	1.810	0,11%
TOPLAM	1.720.598	100,00%

Yukarıda yer alan tablo 3.4.'e göre, ülkemizdeki işletmelerin %94,94'ü 1-9 arası çalışandan, %3,09'u 10-49 arası çalışandan ve % 1,38'i sadece işletme sahibinden oluşmaktadır. Geriye kalan % 0,59'luk dilim ise, bunların dışındaki çalışan dilimlerini göstermektedir.

3.3.1. Türkiye'de İmalat Sanayi Sektörü

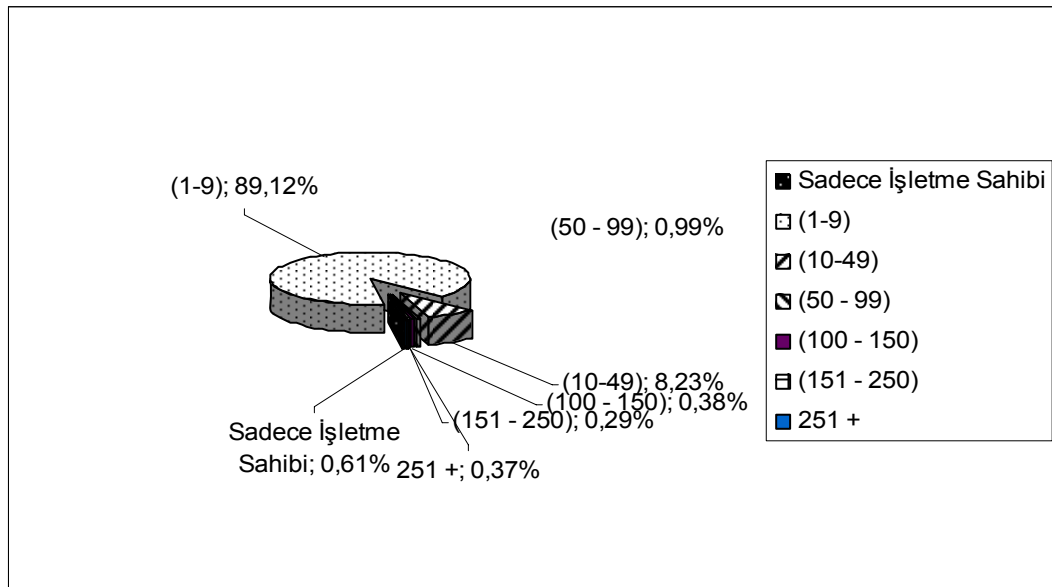
Ülkemizdeki işletmelerin % 14,35'i imalat sanayinde faaliyet göstermektedir. İmalat Sanayi'nde GSİS(Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı) 2002 sayımına göre 246.899 işletme faaliyet göstermektedir. Ücretle çalışanların % 40,09'u İmalat Sanayi'nde istihdam edilmektedir. Tablo 3.5.'te imalat sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin ölçeksel dağılımları yer almaktadır.

Tablo 3.5. : İmalat Sanayi İşletmelerinin Ölçeksel Dağılımları

Ölçek (Kişi)	Girişim Sayısı	Yüzdesi
Sadece İşletme Sahibi	1.509	0,61%
1 - 9	220.030	89,12%
10 - 49	20.325	8,23%
50 - 99	2.453	0,99%
100 - 150	946	0,38%
151 - 250	719	0,29%
251 +	917	0,37%
TOPLAM	246.899	100,00%

Tablo 3.5.'te görüldüğü üzere, ülkemiz imalat sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin %89,12 ile büyük çoğunluğu 1-9 arası çalışana sahiptir.

Grafik 3.2. İmalat Sanayindeki İşletmelerin Yüzdesel Dağılımı



Grafik 3.2.'de görüldüğü gibi ülkemiz imalat sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin yaklaşık % 90'ı yeni KOBİ tanımımıza göre mikro işletmelerden oluşmaktadır.

GSİS sayımın sonuçlarına göre ve Tablo 3.6.'da görüldüğü üzere, ülkemizde bulunan toplam 1.720.598 adet işletmenin 116.598'i çok birimli, 1.604.000'i ise tek ve bağımsız girişimdir.⁸

Tablo 3.6. : İmalat Sanayi Girişimlerinin Sayısı ve Yüzdesi

	Girişimlerin Sayısı	İmalat Sanayinde Girişim Sayısı	İmalat Sanayinde Girişim Yüzdesi
Tek Birimli Girişimler	1.604.000	227.872	%14,21
Çok Birimli Girişimler	116.598	19.027	%16,32
GENEL TOPLAM	1.720.598	246.899	%14,35

Tablo 3.6.'da yer alan tek birimli girişim kavramı, tek bir adreste bir ya da birden çok faaliyet gösteren başka bir işyerine bağlı olmayan bağımsız girişimi, çok birimli girişim ise, aynı yasal birime bağlı birden fazla yerel birimden oluşan, farklı yerleşim yerlerinde bir ya da birden çok faaliyet yürüten istatistiksel birimi ifade etmektedir. Türkiye'deki imalat sanayi girişimlerinin % 92.3'ü tek birimli girişimlerden oluşmaktadır.

⁸ 2002 Yılı Genel Sanayi ve İmalat Sanayi Değerlendirmesi ESAM - KOSGEB

3.3.2. Türkiye'deki Toplam İstihdamın İçerisinde İmalat Sanayinin Durumu

Türkiye'de toplam 6.325.036 kişinin çalıştığı tespit edilmiştir. Bunların 4.330.743'ü tek birimli girişimlerde, 1.994.293'ü de çok birimli bir girişimlerde istihdam edilmektedir.

Aşağıda yer alan tablo 3.7.'de, imalat sanayinde istihdam edilen ücretle çalışanların tek ve çok birimli işletmeler bazında dağılımları verilmiştir.

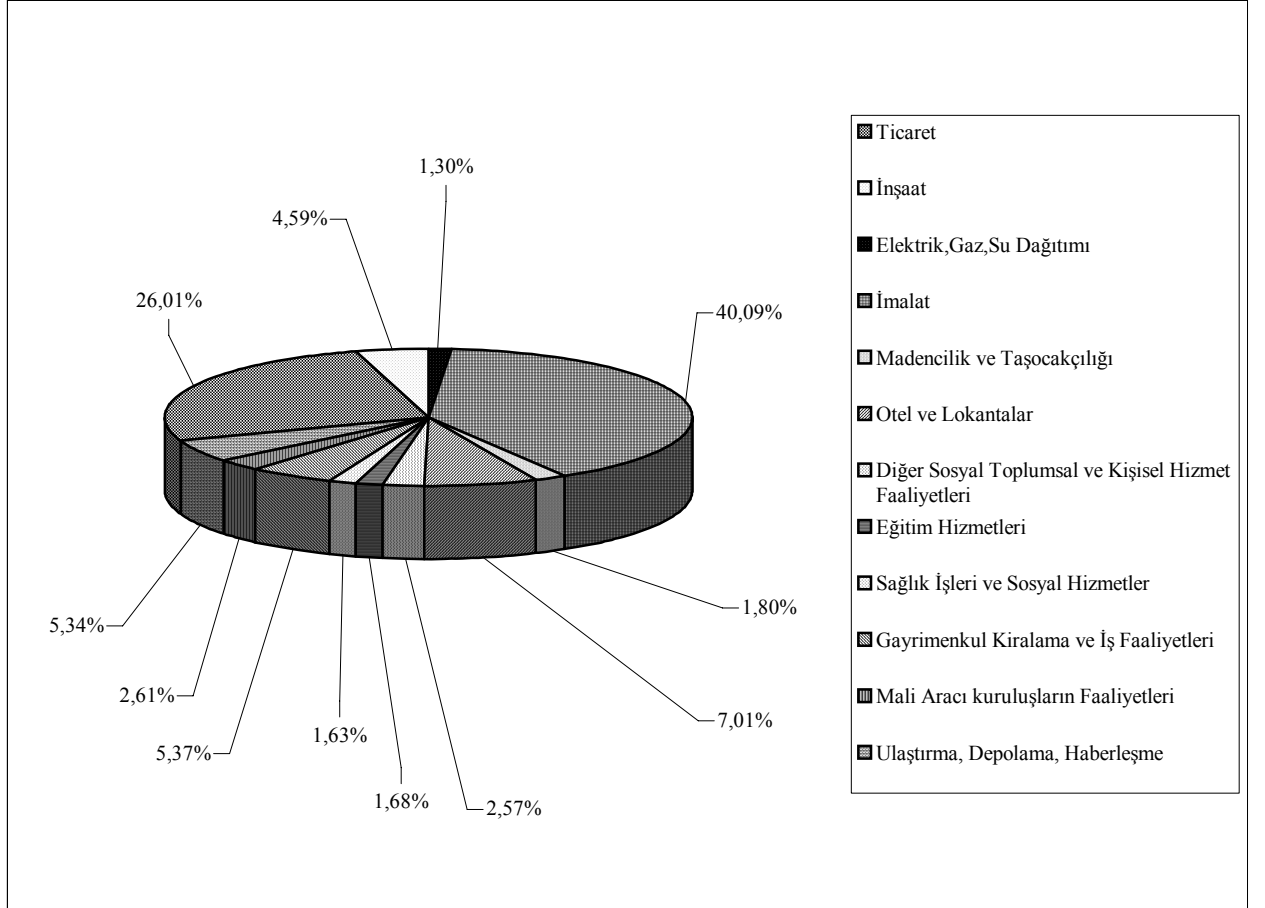
Tablo 3.7. İmalat Sanayinde Ücretle Çalışanların Tek ve Çok Birimli Girişimler Bazında Dağılımları

Ücretle Çalışanlar	Tek Birimli Girişim	Çok Birimli Girişim	Genel Toplam
İmalat Sanayi	1.033.544	730.691	1.764.235
Sektörler Toplamı	2.594.083	1.807.075	4.401.158

GSİS 2002 ve tablo 3.7.'ye göre, ücretle çalışanların % 40,09'u İmalat Sanayi'nde istihdam edilmektedir. Türkiye'deki toplam istihdam açısından bakıldığında, çok birimli girişimlerde istihdamın % 40,4'ü İmalat Sanayi'nde yer alırken tek birimli girişimlerde ise bu oran % 39,8'dir.

Ücretle çalışanların istihdam edildiği sektörler aşağıdaki grafik 3.3.'te yer almaktadır.

Grafik 3.3. İmalat Sanayinde Ücretle Çalışanların Sektörler Bazında Dağılımları



Yukarıdaki grafik 3.3.'te görüldüğü üzere, ücretle çalışanların içerisinde imalat sektörü % 40,09 ile en yüksek orana sahiptir. Ücretle çalışanların ticaretteki oranları % 26,01 ile ikinci sırada yer almaktadır.

3.4. TÜRKİYE’DE KOBİ’LERİN DIŞ PAZARLARDAKİ KONUMU İLE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Çoğu ülkede olduğu gibi Türkiye’de de, KOBİ’lerin uluslararası pazarlara açılmada karşılaştıkları sorunlar ya da uluslararası pazarlardaki mevcut durumlarını ortaya koyan araştırma çok azdır.

Bunun nedeni, KOBİ’lerin daha çok dolaylı ihracatta yer almaları ve doğrudan ihracat içerisindeki paylarının ölçülebilir olmamasından kaynaklanmaktadır. Gümrük çıkış beyannamelerine, işletmenin KOBİ olup olmadığını anlamak için bir takım bilgilerin eklenmesiyle KOBİ’lerin ihracat içindeki paylarının ölçülebilmesi mümkün olabileceği düşünülmektedir.

T.C. Cumhurbaşkanlığı, Devlet Denetleme Kurulu tarafından hazırlanan “Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığının 2002, 2003, 2004 Yılları Eylem ve İşlemlerinin Araştırılıp Denetlenmesine İlişkin Rapor”, KOBİ’lerin dış satım içerisindeki payı ortaya koyması bakımından önem arz etmektedir.

Söz konusu raporda, KOBİ’lerin ülke dış satımı içerisindeki payının belirlenebilmesi amacıyla KOSGEB saha araştırma anketi ile Türkiye İhracatçılar Merkezi (TİM) verileri karşılaştırılarak yapılan çalışmada aşağıda sonuçlara ulaşılmıştır.

KOSGEB’in saha araştırma anketi yoluyla derlediği işletme bilgileri Ekim 2005 tarihinde yaklaşık 48.000’e ulaşmıştır. 48.000 işletmenin içinden dış satım yaptığını bildirmiş olan 17.782 KOBİ’nin adı ile; TİM’deki veriler eşleştirilmiştir. Eşleştirme sonucunda 10.179 KOBİ’nin toplam olarak 8.384.549.000 dolar dış satım yaptığı saptanmıştır.(Tablo 1.3.) Bulunan bu tutar yaklaşık olarak; 2004 yılı dış satım toplamı olan 63.1 milyar doların %13.2’si, imalat sanayindeki dış satım toplamı olan 53,4 milyar doların

%15.7'sidir. Yeni KOBİ tanımı kriterlerine göre bu oranın daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 1.3. DDK Raporunda KOBİ'lerin Dış Satımı İle İlgili Yapılan Çalışma Sonucu

İMALAT SANAYİNDEKİ KOBİLERİN DIŞ SATIMLARI (KOSGEB- TİM) veri tabanı		
Çalışan sayısı	İşletme Sayısı	Dışsatımın Tutarı (\$)
1-150	10.179	8.289.120.000
151-250	15	94.880.000
1-250	10.184	8.384.549.000

Kaynak: DDK KOSGEB Raporu 2006

Bu çalışma ile elde edilen bilgiler, imalat sanayindeki KOBİ'lerin dış satım içindeki en düşük paylarının ne olabileceği konusunda bir görüş verebilmektedir. Çünkü bu çalışma, KOSGEB veri tabanındaki 48.000 işletmeyle sınırlı yapılabilmektedir. Oysa imalat sanayinde 272.000 işletme bulunmaktadır.

3.5. TÜRKİYEDE KOBİ'LERE DESTEK VEREN KURUM / KURULUŞLAR

3.5.1. KOSGEB

Ülkenin ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarının karşılanmasında Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi işletmelerinin payını ve etkinliğini artırmak, rekabet güçlerini ve düzeylerini yükseltmek, sanayide entegrasyonu ekonomik gelişmelere uygun biçimde gerçekleştirmek amacıyla, 12.04.1990 tarih ve

3624 sayılı “Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığının Kurulması Hakkında Kanun” ile kurulmuştur.

KOSGEB tarafından verilen 22 destek aşağıda yer almaktadır;

- Ortak Kullanım Amaçlı Makine Teçhizat Desteği,
- Yeni Girişimci Desteği,
- Bilgisayar Yazılımı Desteği,
- E-ticarete Yönlendirme Desteği,
- İş Geliştirme Merkezi Desteği,
- Yerel Ekonomik Araştırma Desteği,
- Genç Girişimci Geliştirme Programı Desteği,
- Genel Girişimcilik Eğitim Programı Desteği,
- Altyapı ve Üstyapı Uygulama Proje Desteği,
- Nitelikli Eleman Desteği,
- Danışmanlık Desteği,
- Genel Test, Analiz ve Kalibrasyon Desteği,
- CE İşaretlemesine İlişkin Test ve Analiz Desteği,
- Genel Eğitim Programları Desteği,
- Sınai Mülkiyet Hakkı Desteği,
- Özel Eğitim Desteği,
- Yurtiçi Sanayi Fuarlarına Katılım Desteği,
- Yurtiçi Uluslararası Sanayi İhtisas Fuarlarına Katılım Desteği,
- Milli Katılım Düzeyi/Dışı Yurtdışı Fuarlara Katılım Destekleri,
- Tanıtım Desteği,
- Markaya Yönlendirme Desteği,
- Teknoloji Araştırma ve Geliştirme Desteği.

3.5.2.Maliye Bakanlığı

26.06.2001 günlü, 4691 sayılı Yasada Teknoloji Geliştirme Bölgelerinde kurulacak işletmelere; yer sağlanması, yönetim binalarının yapım giderlerinin bir bölümünün üstlenilmesi, yazılım ve AR-GE kaynaklı kazançlarında vergi bağışıklıkları gibi destekler öngörülmüştür.

29.01.2004 günlü, 5084 sayılı Yasa ile kişi başına düşen milli gelir 1.500 doların altında olan illerdeki yatırımlar için; bedelsiz arsa verilmesi, vergi bağışıklıkları, sigorta primlerinin devletçe üstlenilmesi ve ucuz enerji gibi destekler sağlanmaktadır.

Ayrıca 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Yasası, 4737 sayılı Endüstri Bölgeleri Yasası, 3128 sayılı Serbest Bölgeler Yasası, 4335 sayılı Kalkınmada Öncelikli Yörelerde İstihdam ve Yatırımların Özendirilmesi Yasası, 4562 sayılı Organize Sanayi Bölgeleri Yasası, 488 sayılı Damga Vergisi Yasası, 492 sayılı Harçlar Yasası, 5084 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Özendirilmesi Yasası ile KOBİ'ler değişik vergi ve harçlardan bağışık tutulmuşlar ya da çeşitli desteklerden yararlandırılmışlardır.⁹

3.5.3. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı

OSB(organize sanayi bölgeleri) ve KSS'lerin(küçük sanayi siteleri) kurulması için plan ve projeler geliştirilmekte ve alt yapı hizmetleri desteklenmektedir.

⁹ DDK KOSGEB Raporu 2006

3.5.4. TÜBİTAK

TÜBİTAK ülkemizin rekabet gücünü ve refahını artırmak ve sürekli kılmak için; toplumun her kesimi ve ilgili kurumlarla işbirliği içinde, ulusal önceliklerimiz doğrultusunda bilim ve teknoloji politikaları geliştirmek, bunları gerçekleştirecek altyapı ve araçları oluşturmaya katkı sağlamak, araştırma ve geliştirme faaliyetlerini desteklemek ve yürütmek, bilim ve teknoloji kültürü oluşturmakta öncü rol oynamak misyonu çerçevesinde, yeni bir ürün veya üretimle ilgili teknik geliştirme amacıyla planlanan AR-GE projelerine destek sağlamaktadır.¹⁰

Ayrıca, Türk Patent Enstitüsü'ne yapılan patent başvurularının desteklenmesine yönelik TUBİTAK ve TPE arasında protokol imzalanmıştır.

3.5.5. Milli Prodüktivite Merkezi

MPM kaynakların verimli kullanılarak, Türkiye'nin uluslararası rekabet yeteneğini ve toplumsal refah düzeyini yükseltmek amacıyla, verimlilik bilincinin benimsetilmesine, tüm faaliyet alanlarında çağdaş verimlilik artırma ilke ve yöntemlerinin geliştirilmesine, uygulanmasına ve yaygınlaştırılmasına yönelik etkili ve kapsamlı hizmetler sunan bir kuruluştur.¹¹ Bu çerçevede KOBİ'lerin verimliliklerinin artırılabilmesi içinde eğitim ve danışmanlık hizmetleri vermektedir.

¹⁰ TÜBİTAK <http://www.tubitak.gov.tr>

¹¹ MPM <http://www.mpm.org.tr/>

3.5.6. Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV)

Araştırma ve geliştirmeye dayalı, teknolojik yenilik içeren, sanayide uygulanabilir ve ekonomik değeri olan projelere destek verilmektedir.¹²

3.5.7. Dış Ticaret Müsteşarlığı

Dış Ticaret Müsteşarlığınca verilen destekler konu başlıkları olarak aşağıda sıralanmaktadır.¹³

-Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması ve Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi Desteği (TURQUALITY);

-Uluslararası Yurtiçi / Yurtdışı Fuar ve Sergilere Katılım Desteği,

-Yurtdışında Ofis Mağaza Desteği,

-Pazar Araştırması Desteği,

-Çevre Maliyetleri Desteği,

-Eğitim Yardımı Desteği.

3.5.8. Hazine Müsteşarlığı

KOBİ'lere, T. Kalkınma Bankası ve T. Halk Bankası aracılığı ile Gümrük Vergisi ve Toplu Konut Fonu kesintileri bağışlıkları tanınmakta, ayrıca işletme ve yatırım kredisi sağlamaktadır.

¹² TTGV <http://www.ttgov.org.tr/>

¹³ DTM <http://www.dtm.gov.tr/>

3.5.9. Halkbank

Özelleştirilme kapsamına alınan Halkbank, esnaf, sanatkâr ve KOBİ'lere uygun limit ve faizli, tabana yaygın kredi kullandırmak amacıyla kurulmuştur.

3.5.10. Kredi Garanti Fonu

Kredi Garanti Fonu İşletme ve Araştırma A.Ş. ,1991 yılında kurulmuş olup, KOBİ'lerin bankalardan kullandığı kredilere garanti / kefaletler sağlamaktadır.

KGF'nun kuruluşunda TESK (Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu), TOBB (Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği), TOSYÖV (Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı) ve MEKSA (Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayii Destekleme Vakfı) kurucu ortak olarak yer almış, daha sonra KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) ve Türkiye Halk Bankası A.Ş. de bu ortaklığa katılmışlardır.

3.5.11. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)

Güçlenebilmeleri için gereksinme duyacakları alanlarda üyelerini bilgilendirmekte, ülke, il ve sektör raporları hazırlamakta, uluslararası kurum ve kuruluşlarla kurumsal bağlar kurarak edindiği bilgileri üyeleri ile paylaşmaktadır. Ayrıca yurtdışından gelen işbirliği imkanlarını da üyelerine duyurmaktadır.

3.5.12. Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK)

507 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Kanunu uyarınca kurulmuş kamu kurumu niteliğinde bir meslek örgütü olan TESK,¹⁴ esnaf ve sanatkarların mesleki eğitimlerini geliştirmek, verimliliğin artması ve hizmet kalitesinin yükseltilmesi amacıyla çalışmalar yapmakta, meslek eğitimleri düzenlemektedir.

3.5.13. Avrupa Bilgi Merkezleri (ABM)

Avrupa Bilgi Merkezleri (ABM), Avrupa Komisyonu tarafından, KOBİ'lerin AB insiyatifleri ve uygulamaları hakkında bilgilendirilmeleri ve Avrupa'da iş yapmalarının kolaylaştırılması amacıyla kurulmuştur.

3.5.14. Türk EXİMBANK

İmalatçı İhracatçı veya ihracat bağlantılı mal üreten imalatçı KOBİ'lere ihracata hazırlık aşamasındaki finansman ihtiyaçlarının karşılanarak, uluslararası rekabet güçlerinin artırılabilmesi amacıyla doğrudan "KOBİ İhracata Hazırlık Kredisi" kullanılmaktadır.¹⁵

¹⁴ <http://www.tesk.org.tr>

¹⁵ NARİN M., AKDEMİR, S. 'Türkiye'de KOBİ'lere Sağlanan Destekler' s.54

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DEKİ KOBİ'LERİN İHRACATINI BELİRLEYEN UNSURLAR ve İHRACATIN ÖNÜNDEKİ ENGELLER

KOBİ'lerimizin toplam ihracatımızdaki %10'luk paylarının gelişmiş ülkeler seviyesine çıkarılmasının, üretimlerinin artması ve dolayısıyla ülkemizin en önemli sorunu olan işsizlik probleminin önemli ölçüde azalması sonucunu doğuracaktır. Toplam istihdamımızın % 76,7'sini KOBİ'lerimizin gerçekleştirdiği düşünüldüğünde, KOBİ'lerin ihracat potansiyellerinin arttırılması gerekliliği bir kez daha ortaya çıkmaktadır.

Ekonomik kalkınmanın lokomotifi olarak görülen KOBİ'lerin en önemli özelliği, talep değişikliğine ve çeşitliliğine daha kolay uyum gösterebilmeleri, yenilikçi ve girişimci yapıya sahip olmalarıdır. Bu nedenle KOBİ'lerimizin, mevcut ürünleriyle yurtdışı pazarlara girmeleri ya da yeni pazarlar keşfetmeleri yoluyla ihracatımızı arttıracakları düşünülmektedir.

Bu bölümde, İhracata dayalı kalkınma modelinin benimsendiği ülkemizde, KOBİ'lerin ihracatımız içerisinde neden daha fazla paya sahip olmadıklarının ve ihracatlarını belirleyen unsurların neler olduğunun altının çizilmesi amaçlanmaktadır.

4.1. KULLANILAN VERİLER ve YÖNTEM

Çalışmada, KOSGEB 2005 Saha Tarama Anketini cevaplamış bulunan yaklaşık 40.000 KOBİ içerisinde, ihracat yaptığını beyan eden KOBİ'lerden ilk on il ve sektör olmak üzere 11.229 adet ve doğrudan ihracat yaptığını belirten 7.843 Adet KOBİ'nin ankete verdiği cevaplar ilk on tabloda gösterilmiştir.

KOBİ'lerimizin doğrudan ihracat yapmaları ile Sistemli Pazar Araştırması, Yurtdışı Fuarlara Katılım, Bilgisayarlı Üretim Satış ve Pazarlama, Ürün Bazında Maliyet Kar Analizi, Eğitim Geliştirme Uygulamaları Teknoloji Araştırma Geliştirme ve Periyodik Müşteri Memnuniyet Ölçümü yapmaları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı Ki-Kare Testi ile sınanmıştır. Son olarak, ihracat yapmadığını belirten 28.159 KOBİ'nin verilerini birbirinden bağımsız ve daha az sayıda yeni veri yapılarına dönüştürmek amacıyla Faktör Analizi Yöntemi kullanılmıştır.

Faktör Analizi, birbirleriyle ilişkili veri yapılarını birbirinden bağımsız ve daha az sayıda yeni veri yapılarına dönüştürmek, bir oluşumu ya da olayı açıkladıkları varsayılan değişkenleri gruplayarak ortak faktörleri ortaya koymak, bir oluşumu etkileyen değişkenleri gruplayarak ortak faktörleri ortaya koymak, bir oluşumu etkileyen değişkenleri gruplamak, majör ve minör faktörleri tanımlamak amacıyla başvurulmuş bir yöntemdir.¹ Başka bir ifadeyle, çok sayıda değişken arasında bulunan ilişkilerin analiz edilmesi ve daha sonra bu ilişkilerin ortak faktörler tarafından açıklanması amacına yöneliktir.²

¹ Özdamar 2004 s.235

² SÖYLEMEZ, S.A. 'Küreselleşme Yapısal Dönüşüm ve Büyüme' s.41

Faktör analizi yönteminde; analizde kullanılan değişkenlerin normal dağılıma sahip olması gereklidir. Rasyoların normal dağılıma yakın bir dağılım gösterip göstermediğini sınamak için Bartlett testi kullanılmıştır. Bartlett testinde, H_0 : Evren korelasyon matrisi birim matristir şeklindeki H_0 hipotezi red edilemez ise faktör analizinin kullanılması uygun değildir. Örneklem büyüklüğünün yeterliliğini test etmek içinde Kaiser – Meyer – Ohlin (KMO) testi yapılmıştır. KMO ölçütü, 0.90 - 1.00 arasında “mükemmel”, 0.80 - 0.89 arasında “çok iyi” , 0.70 - 0.79 arasında “iyi” , 0.60 - 0.69 arasında “orta”, 0.50 - 0.59 arasında “zayıf” ve 0.50’nin altında olduğunda kabul edilemezdir.³

Her hangi bir pazara nasıl girileceğinin belirlenmesi, alınması gereken en önemli kararlar arasındadır. Giriş şekli seçilirken ihracatçının, ihrac pazarının talep koşullarını, tarifeleri, nakliye biçimlerini, marka bilincini ve rekabet avantajlarını iyi bilmesi gerekmektedir. Pazara girişte İhracat şekillerini genel olarak dolaylı ve doğrudan olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür. Bütün işletmeler gibi birincil hedefi kar maximizasyonu olan KOBİ’ler, değişen piyasa koşullarına kolay uyum sağlamaları, tüketicilerin taleplerine hızlı cevap verebilmeleri, girişimciliğin üstün tutulması, ürün farklılaştırma yeteneğine ve esnek üretim sistemlerine sahip olmaları vb. özellikleri nedenlerle dolaylı ihracatta olduğu gibi doğrudan ihracatta da söz sahibidirler. Aşağıda doğrudan ihracatın avantajları ve dezavantajları yer almaktadır.

Doğrudan İhracat’ın Avantajları;

1. Pazarla direk temas, ürünün geribildirimini daha erken alma,
2. Pazar sürecini daha iyi idrak etme,

³ Akgül ve Çevik, 2003 : 581

3. Pazarlama programları üzerinde daha iyi kontrol,
4. Dağıtım üzerinde daha iyi kontrol,
5. Fiyatlandırma sürecini (vadesini) daha iyi düzenleyebilme,
6. Daha fazla kar edebilme,
7. Daha etkin satış yönetimi ve iş idaresi,
8. Daha etkili ve kontrol edilen yeni ürün pazarlama,
9. Daha etkin pazarlama iletişimi.

Doğrudan İhracat'ın Dezavantajları;

1. Daha fazla kaynağa ihtiyaç duyulur,
2. İş geliştirmek için daha fazla başlangıç zamanına ihtiyaç vardır,
3. Daha fazla pazarlama gideri mevcuttur,
4. Dağıtım kanallarını geliştirmek için daha fazla kaynak ve zamana ihtiyaç vardır,
5. Kontrol ve idare için gereken genel giderler daha masraflıdır.

KOBİ'lerin birincil hedeflerinin karlarını maksimize etmek olduğu göz önünde tutulduğunda, doğrudan ihracat yapmalarının daha önemli olduğu ortadadır. Çünkü KOBİ'lerimiz için dolaylı ihracat belli pazarlar için tercih edilebilir olsa da, doğrudan ihracatta araçların bertaraf edilerek kar marjının artırılması söz konusudur. Bu nedenle çalışmamızda doğrudan ihracat yapan KOBİ'lerimiz üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada daha önce belirtildiği gibi, KOSGEB 2005 Saha Tarama Anketini cevaplamış bulunan yaklaşık 40.000 KOBİ'nin verileri kullanılmıştır. Türkiye genelinden daha uzak sonuçlar bulmamıza neden olabilecek, birkaç sektörle temsil edilen illerin verileri yerine, Dış Ticaret Müsteşarlığı verilerine

göre ülkemiz ihracatındaki ilk on il ve ilk on sektör belirlenmiş ve bu çerçevede mevcut verilerde söz konusu il ve sektörlerde faaliyet gösteren 11.229 adet işletme verisi üzerinde çalışılmıştır. Aşağıda yer alan Tablo 4.1., söz konusu 11.229 adet işletmenin il ve sektör bilgilerini göstermektedir.

Tablo 4.1. : KOSGEB Verilerinden İhracat Yaptıklarını Belirten KOBİ'ler Arasından Seçilen Örnek Kütlenin İl Ve Sektör Bazında Dağılımı

		SEKTÖRLER										TOPLAM
		MOBİLYA	TEKSTİL	GIDA ÜRÜNLERİ	MAKİNE TECHİZAT	METAL ÜRÜNLERİ	PLASTİK VE KAÇUK İMALATI	ANA METAL SANAYİ	MINERAL ÜRÜNLER	GİYİM EŞYASI	DERİ VE DERİ MAMULLERİ	
İLLER	ADANA	56	35	31	35	27	30	21	12	6	7	260
	ANKARA	154	58	56	333	102	65	190	69	12	13	1052
	BURSA	218	421	28	144	73	68	39	21	71	19	1102
	DENİZLİ	12	396	40	20	40	16	28	98	22	4	676
	GAZİANTEP	12	208	94	24	18	34	12	8	46	50	506
	MERSİN	16	10	121	19	48	12	6	21	36	0	289
	İSTANBUL	672	1815	257	651	525	506	341	139	376	277	5559
	İZMİR	121	137	131	197	100	93	54	43	88	86	1050
	KAYSERİ	121	36	14	49	31	15	60	12	4	3	345
	KONYA	22	18	43	143	69	29	31	14	9	12	390
TOPLAM		1404	3134	815	1615	1033	868	782	437	670	471	11229

Kaynak: KOSGEB Verileri

Çalışmanın örnek kütlesini, ihracat yaptığını belirten KOBİ'ler içerisinde ilk on il ve sektörde yer alan KOBİ'ler oluşturmaktadır. Yukarıda yer alan Tablo 4.1.'de, iller ve sektörler bazında örnek kütlenin dağılımları yer almaktadır.

Tablo 4.2. : KOBİ'lerin İhracat Şekilleri Değişkenleri İle İhracat Yapma Durumu Değişkeni Arasındaki İkili İlişki Tablosu

	Evet		Hayır	
	Frekans	Yüzdesi (%)	Frekans	Yüzdesi (%)
İhracat şekli komisyoncu ve ihracat yapıyor mu?	2780	24.8%	8449	75.2%
İhracat şekli dolaylı ve ihracat yapıyor mu?	5755	51.3%	5474	48.7%
İhracat şekli doğrudan ve ihracat yapıyor mu?	7843	69.8%	3386	30.2%

Tablo 4.2. incelendiğinde; ihracat yapan işletmeler içinden, komisyoncu aracılığı ile 2780 işletme (%24,8) ihracat yaparken 8449 işletme (%75.2) ihracat yapmamaktadır. Dolaylı şekilde ihracat yapan işletmeler içinden, 5755 işletme (%51,3) ihracat yaparken 5474 işletme (%48,7) ihracat yapmamaktadır. Doğrudan şekilde ihracat yapan işletmeler içinden 7843 işletme (%69,8) ihracat yaparken 3386 işletmenin (%30,2) ihracat yapmadığı gözlemlenmiştir.

Tablo 4.3. : Doğrudan İhracat Yapan KOBİ'ler Değişkeni İle Makine Durumu Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Tablosu

	Evet		Hayır	
	Frekans	Yüzdesi (%)	Frekans	Yüzdesi (%)
İşletmede PLC var ile İhracat Şekli Doğrudan	1897	16.9%	9332	83.1%
İşletmede CNC var ile İhracat Şekli Doğrudan	1212	10.8%	10017	89.2%
İşletmede robot var ile İhracat Şekli Doğrudan	343	3.1%	10886	96.9%

Tablo 4.3. incelendiğinde; doğrudan ihracat yapan KOBİ'ler içerisinde 1897 işletme (%16,9) PLC (Programmable Logic Controller - Programlanabilir Mantık Denetleyiciler) kullanırken, 9332 işletme (%83,1) kullanmamaktadır. Doğrudan ihracat yapan 1212 adet (%10,8) işletme CNC (Masa üstü bilgisayar denetimli torna ve freze tezgâhları) kullanırken, 10017 işletme (%89,2) kullanmamaktadır. Doğrudan ihracat yapan 343 işletmenin(%3,1) robot kullandığı, 10886 işletmenin (%96,9) kullanmadığı gözlemlenmiştir.

Tablo 4.4. Doğrudan İhracat Yapan KOBİ'ler Değişkeni İle Yakıt Durumu
Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Tablosu

	Evet		Hayır	
	Frekans	Yüzdesi (%)	Frekans	Yüzdesi (%)
Yakıt türü motorin ile İhracat Şekli Doğrudan	2618	23.3%	8611	76.7%
Yakıt türü fuel oil ile İhracat Şekli Doğrudan	651	5.8%	10578	94.2%
Yakıt türü LPG ile İhracat Şekli Doğrudan	945	8.4%	10284	91.6%
Yakıt türü Doğalgaz ile İhracat Şekli Doğrudan	667	5.9%	10562	94.1%
Yakıt türü Benzin ile İhracat Şekli Doğrudan	1558	13.9%	9671	86.1%

Tablo 4.4.'te yer alan doğrudan ihracat yapan işletmelerin yakıt türleri incelendiğinde, 2618 adet motorin kullanan (%23,3) 8611 adet motorin kullanmayan (%76,7), 1558 adet benzin kullanan (%13,9) 9671 adet benzin kullanmayan (%86,1), 945 adet LPG kullanan (%8,4) 10284 adet LPG kullanmayan (%91,6), 667 adet doğalgaz kullanan (%5,9) 10562 adet kullanmayan (%94,1) ve 651 adet fuel oil kullanan (%5,8) 10578 adet fuel oil kullanmayan (%94,2) işletmenin olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 4.5. Doğrudan İhracat Yapan KOBİ'ler Değişkeni İle Sahip Olunan Belge ve Sertifikalar Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Tablosu

	Evet		Hayır	
	Frekans	Yüzdesi (%)	Frekans	Yüzdesi (%)
ISO 9000 ile ihracat sekli doğrudan	1136	10.1%	10093	89.9%
ISO 14000 ile ihracat sekli doğrudan	43	0.4%	11186	99.6%
HACCP ile ihracat sekli doğrudan	115	1.0%	11114	99.0%
TSE ile ihracat sekli doğrudan	1666	14.8%	9563	85.2%
CE ile ihracat sekli doğrudan	375	3.3%	10854	96.7%
ISO 16949 ile ihracat sekli doğrudan	46	0.4%	11183	99.6%

Tablo 4.5.'te yer alan doğrudan ihracat yapan KOBİ'lerin sahip olduğu belge ve sertifikalar incelendiğinde; 1666 adet TSE Belgesi olan (%14,8) 9563 adet TSE Belgesi olmayan (%85,2) , 1136 adet ISO 9000 Kalite Belgesi olan (%10,1) 10093 adet ISO 9000 Kalite Belgesi olmayan (%89,9), 375 adet CE Belgesi bulunan (%3,3) 10854 adet CE Belgesi bulunmayan(%96,7), 115 adet HACCP Belgesi bulunan (%1,0) 11114 adet HACCP Belgesi bulunmayan (%99,0), 46 adet Otomotiv Sektörü için Kalite Yönetim Sistemi ISO 16949 Belgesi olan (%0,4) ISO 16949 Belgesi olmayan (%99,6) ve 43 adet Çevre Yönetim Sistemi Belgesi ISO 14000 Belgesi olan 11186 adet ISO 14000 Belgesi olmayan işletme gözlemlenmiştir.

Tablo 4.6. Doğrudan İhracat Yapan KOBİ'ler Değişkeni İle Kullanılan Kredinin Türü Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Tablosu

	Evet		Hayır	
	Frekans	Yüzdesi (%)	Frekans	Yüzdesi (%)
Kullanılan kredinin türü- işletme ile İhracat Şekli Doğrudan	2200	19.6%	9029	80.4%
Kullanılan kredinin türü- yatırım ile İhracat Şekli Doğrudan	729	6.5%	10500	93.5%
Kullanılan kredinin türü- ihracat ile İhracat Şekli Doğrudan	880	7.8%	10349	92.2%

Tablo 4.6. incelendiğinde; doğrudan ihracat yapan ve kredi kullanan KOBİ'ler içerisinde, 2200 adet İşletme Kredisi kullanan (%19,6) 9029 adet kullanmayan (%80,4), 880 adet İhracat Kredisi kullanan (%7,8) 10349 adet kullanmayan (%92,2) ve 729 adet Yatırım Kredisi kullanan (%6,5) 10500 adet kullanmayan (%93,5) işletme gözlemlenmiştir.

KOBİ'lerin kredilerden aldığı pay değerlendirildiğinde gelişmiş ülkelerin altında yer aldığımız görülmektedir. Bu oranın ABD'de %42,7 Japonya'da %50, İngiltere'de %27 ve Fransa'da %29 olduğu bilinmektedir.

Tablo 4.7. Doğrudan İhracat Yapan KOBİ'ler Değişkeni İle Yeni Yatırım Yeri Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Tablosu

	Evet		Hayır	
	Frekans	Yüzdesi (%)	Frekans	Yüzdesi (%)
Yeni yatırım yeri - üretim ile İhracat Şekli Doğrudan	5988	53.3%	5241	46.7%
Yeni yatırım yeri - pazarlama ile İhracat Şekli Doğrudan	1634	14.6%	9595	85.4%
Yeni yatırım yeri - bilgi işlem ile İhracat Şekli Doğrudan	963	8.6%	10266	91.4%
Yeni yatırım yeri - yeni sektör ile İhracat Şekli Doğrudan	441	3.9%	10788	96.1%
Yeni yatırım yeri - tasarım ile İhracat Şekli Doğrudan	1101	9.8%	10128	90.2%
Yeni yatırım yeri – Ar-Ge ile İhracat Şekli Doğrudan	1359	12.1%	9870	87.9%

Tablo 4.7. incelendiğinde; doğrudan ihracat yapan 5988 adet işletmenin (%53,3) üretim bölümünü yeni yatırım yeri olarak düşündüğü, 5241 işletmenin (%46,7) düşünmediği, 1634 işletmenin (%14,6) pazarlama bölümünü yeni yatırım yeri olarak düşündüğü, 9595 işletmenin (%85,4) düşünmediği, 1359 adet işletmenin (%12,1) AR-GE bölümünü yeni yatırım yeri olarak düşündüğü, 9870 işletmenin (%87,9) düşünmediği, 1101 adet işletmenin (%9,8) tasarım bölümünü yeni yatırım yeri olarak düşündüğü, 10128 işletmenin (%90,2) düşünmediği, 963 adet (%8,6) işletmenin bilgi

işlem bölümünü yeni yatırım yeri olarak düşündüğü, 10266 işletmenin (%91,4) düşünmediği ve 441 adet işletmenin (%3,9) başka bir sektörü yeni yatırım yeri olarak düşündüğü, 10788 işletmenin (%96,1) düşünmediği gözlemlenmiştir.

Tablo 4.8. Doğrudan İhracat Yapan KOBİ'ler Değişkeni İle Laboratuvar Kullanım Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Tablosu

	Evet		Hayır	
	Frekans	Yüzdesi (%)	Frekans	Yüzdesi (%)
Laboratuvar test - Metal ile İhracat Şekli Doğrudan	494	4.4%	10735	95.6%
Laboratuvar test - Kauçuk Plastik ile İhracat Şekli Doğrudan	209	1.9%	11020	98.1%
Laboratuvar test - Tekstil ile İhracat Şekli Doğrudan	290	2.6%	10939	97.4%
Laboratuvar test - Gıda ile İhracat Şekli Doğrudan	251	2.2%	10978	97.8%
Laboratuvar test - Boya ile İhracat Şekli Doğrudan	156	1.4%	11073	98.6%
Laboratuvar test - Diğer ile İhracat Şekli Doğrudan	384	3.4%	10845	96.6%

Tablo 4.8.'de yer alan doğrudan ihracat yapan ve laboratuvarı bulunan işletmelerde hangi ürünlerin testlerinin yapılabildiği incelendiğinde; 494 adet işletmenin (%4,4) metal testlerini yaptığı, 10735 işletmenin (%95,6) metal

testi yapmadığı, 290 adet işletmenin (%2,6) tekstil testlerini yaptığı, 10939 işletmenin (%97,4) tekstil testi yapmadığı, 251 adet işletmenin (%2,2) gıda testlerini yaptığı, 10978 işletmenin (%97,8) gıda testi yapmadığı, 209 adet işletmenin (%1,9) kauçuk plastik testlerini yaptığı, 11020 işletmenin (%98,1) kauçuk plastik testi yapmadığı, 156 adet işletmenin (%1,4) boya testlerini yaptığı 11073 işletmenin (%98,6) boya testi yapmadığı, 384 adet işletmenin (%3,4) diğer testlerini yaptığı ve 10845 işletmenin (%95,6) diğer testlerini yapmadığı gözlemlenmiştir.

Tablo 4.9. Doğrudan İhracat Yapan KOBİ'ler Değişkeni İle KOBİ'lerin Aldığı Eğitim Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Tablosu

	Evet		Hayır	
	Frekans	Yüzdesi (%)	Frekans	Yüzdesi (%)
Pazarlama Tanıtım Eğitimi ile İhracat Şekli Doğrudan	415	3.7%	10814	96.3%
Satış Dağıtım Eğitimi ile İhracat Şekli Doğrudan	326	2.9%	10903	97.1%
Dış Ticaret (İhracat) Eğitimi ile İhracat Şekli Doğrudan	490	4.4%	10739	95.6%

Tablo 4.9.'da yer alan doğrudan ihracat yapan işletmelerin aldıkları eğitimler incelendiğinde; 490 adet işletmenin (%4,4) Dış Ticaret eğitimi aldığı, 10739 işletmenin (%95,6) Dış Ticaret Eğitimi almadığı, 415 adet işletmenin (%3,7) Pazarlama Tanıtım Eğitimi aldığı, 10814 işletmenin (%96,3) Pazarlama Tanıtım Eğitimi almadığı ve 326 adet işletmenin (%2,9) Satış

Dağıtım Eğitimi aldığı buna karşın 10903 işletmenin (%95,6) Satış Dağıtım Eğitimi almadığı gözlemlenmiştir.

Tablo 4.10. Doğrudan İhracat Yapan KOBİ'ler Değişkeni İle KOBİ'lerin Aldığı Danışmanlık Hizmetleri Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Tablosu

	Evet		Hayır	
	Frekans	Yüzdesi (%)	Frekans	Yüzdesi (%)
İhracat şekli doğrudan ile Dış Ticaret (İhracat) - Danışmanlık	395	3.5%	10834	96.5%
İhracat şekli doğrudan ile Satış Dağıtım - Danışmanlık	235	2.1%	10994	97.9%
İhracat şekli doğrudan ile Pazarlama Tanıtım - Danışmanlık	433	3.9%	10796	96.1%

Tablo 4.10.'da yer alan doğrudan ihracat yapan işletmelerin aldıkları danışmanlık hizmetleri incelendiğinde; 433 adet işletmenin (%3,9) Pazarlama Tanıtım konusunda danışmanlık hizmeti aldığı, 10796 işletmenin (%96,1) Pazarlama Tanıtım konusunda danışmanlık hizmeti almadığı, 395 adet işletmenin (%3,5) Dış Ticaret (İhracat) konusunda danışmanlık hizmeti aldığı, 10834 işletmenin (%96,5) Dış Ticaret (İhracat) konusunda danışmanlık hizmeti almadığı ve 235 adet işletmenin (%2,1) Satış Dağıtım konusunda danışmanlık hizmeti aldığı, 10994 işletmenin (%97,9) Satış Dağıtım konusunda danışmanlık hizmeti almadığı gözlemlenmiştir.

Tablo 4.11. Doğrudan İhracat Değişkeni ve Sistemli Pazar Araştırması Yapan İşletmeler Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Analizi Tablosu

			Sistemli Pazar Araştırması yapıyor mu?		Toplam
			Evet	Hayır	
İhracat Şekli Doğrudan	Evet	Frekans	4191	3417	7608
		Yüzdesi	38.5	31.4	69.8
	Hayır	Frekans	1571	1713	3284
		Yüzdesi	14.4	15.7	30.2
	Toplam	Frekans	5762	5130	10892
		Yüzdesi	52.9	47.1	100.0

Ki-kare (χ^2) = 48.375 Anlamlılık (P) = 0.000

Tablo 4.11. incelendiğinde; sistemli pazar araştırması yapan 5762 işletme (%52,9) vardır. Buna karşın sistemli pazar araştırması yapmayan 5130 işletme (%47,1) vardır. Sistemli pazar araştırması yapan işletmeler içinden doğrudan ihracat şekli ile ihracat yapan 4191 işletme (%38,5), doğrudan ihracat yapmayan 3417 işletme (%31,4) mevcuttur. Sistemli Pazar araştırması yapmayan işletmeler içinden doğrudan ihracat şekli ile ihracat yapan 1571 işletme (%14,4), doğrudan ihracat yapmayan ise 1713 işletme (%15,7) mevcuttur.

Yapılan Ki-kare (χ^2) ilişki analizi sonucunda Anlamlılık Düzeyi (P) = 0.000 < Tablo Değeri (α) = 0.05 tablo değerinden küçük ise H_1 Hipotezi kabul edilmiştir. Yani Sistemli Pazar Araştırması değişkeni ile ihracat şekli doğrudan değişkeni arasında istatistiksel olarak ilişki vardır sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.12. Doğrudan İhracat Değişkeni ve Yurtdışı Fuarlara Katılan İşletmeler Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Analizi Tablosu

			Yurtdışı Fuarlara Katılım		Toplam
			Evet	Hayır	
İhracat Şekli Doğrudan	Evet	Frekans	3449	4130	7579
		Yüzdesi	31.9	38.2	70.1
	Hayır	Frekans	767	2463	3230
		Yüzdesi	7.1	22.8	29.9
	Toplam	Frekans	4216	6593	10809
		Yüzdesi	39.0	61.0	100.0

Ki-kare (χ^2) = 450.798 Anlamlılık (P) = 0.000

Tablo 4.12. incelendiğinde; yurtdışı fuarlara katılım sağlayan 4216 işletme (%39,0) vardır. Buna karşın sistemli pazar araştırması yapmayan 6593 işletme (%61,0) vardır. Yurtdışı fuarlara katılım sağlayan işletmeler içinden doğrudan ihracat şekli ile ihracat yapan 3449 işletme (%31,9), doğrudan ihracat yapmayan 4130 işletme (38,2) mevcuttur. Yurtdışı fuarlara katılım sağlamayan işletmeler içinden doğrudan ihracat şekli ile ihracat yapan 767 işletme (%7,1), doğrudan ihracat yapmayan ise 2463 işletme (%22,8) mevcuttur.

Yapılan Ki-kare (χ^2) ilişki analizi sonucunda Anlamlılık Düzeyi (P) = 0.000 < Tablo Değeri (α) = 0.05 tablo değerinden küçük ise H_1 Hipotezi kabul edilmiştir. Yani yurtdışı fuarlara katılım sağlanması değişkeni ile ihracat şekli doğrudan değişkeni arasında istatistiksel olarak ilişki vardır sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.13. Doğrudan İhracat Değişkeni ve Bilgisayarlı Üretim Satış ve Pazarlama Yapan İşletmeler Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Analizi Tablosu

			Bilgisayarlı Üretim Satış ve Pazarlama		Toplam
			Evet	Hayır	
İhracat Şekli Doğrudan	Evet	Frekans	2991	4538	7529
		Yüzdesi	27.8	42.2	70.0
	Hayır	Frekans	1024	2208	3232
		Yüzdesi	9.5	20.5	30.0
	Toplam	Frekans	4015	6746	10761
		Yüzdesi	37.3	62.7	100.0

Ki-kare (χ^2) = 62,545 Anlamlılık (P) = 0.000

Tablo 4.13. incelendiğinde; Bilgisayarlı üretim satış ve pazarlama yapan 4015 işletme (%37,3) vardır. Buna karşın, Bilgisayarlı üretim satış ve pazarlama yapmayan 6746 işletme (%62,7) vardır. Bilgisayarlı üretim satış ve pazarlama yapan işletmeler içinden doğrudan ihracat şekli ile ihracat yapan 2991 işletme (%27,8), doğrudan ihracat yapmayan 4538 işletme (42,2) mevcuttur. Bilgisayarlı üretim satış ve pazarlama yapmayan işletmeler içinden doğrudan ihracat şekli ile ihracat yapan 1024 işletme (9,5), doğrudan ihracat yapmayan ise 2208 işletme (%20,5) mevcuttur.

Yapılan Ki-kare (χ^2) ilişki analizi sonucunda Anlamlılık Düzeyi (P) = 0.000 < Tablo Değeri (α) = 0.05 tablo değerinden küçük ise H_1 Hipotezi kabul edilmiştir. Yani, bilgisayarlı üretim satış ve pazarlama yapma değişkeni ile ihracat şekli doğrudan değişkeni arasında istatistiksel olarak ilişki vardır sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.14. Doğrudan İhracat Değişkeni ve Ürün Bazında Maliyet Kar Analizi Yapan İşletmeler Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Analizi Tablosu

			Ürün Bazında Maliyet Kar Analizi		Toplam
			Evet	Hayır	
İhracat Şekli Doğrudan	Evet	Frekans	6457	1183	7640
		Yüzdesi	59.1	10.8	69.9
	Hayır	Frekans	2714	577	3291
		Yüzdesi	24.8	5.3	30.1
	Toplam	Frekans	9171	1760	10931
		Yüzdesi	83.9	16.1	100.0

Ki-kare (χ^2) = 7,144 Anlamlılık (P) = 0.008

Tablo 4.14. incelendiğinde; ürün bazında maliyet kar analizi yapan 6457 işletme (%59,1) vardır. Buna karşın, ürün bazında maliyet kar analizi yapmayan 1183 işletme (%10,8) vardır. Ürün bazında maliyet kar analizi yapan işletmeler içinden doğrudan ihracat şekli ile ihracat yapan 6457 işletme (%59,1), doğrudan ihracat yapmayan 1183 işletme (%10,8) mevcuttur. Ürün bazında maliyet kar analizi yapmayan işletmeler içinden doğrudan ihracat şekli ile ihracat yapan 2714 işletme (%24,8), doğrudan ihracat yapmayan ise 577 işletme (%5,3) mevcuttur.

Yapılan Ki-kare (χ^2) ilişki analizi sonucunda Anlamlılık Düzeyi (P) = 0.008 < Tablo Değeri (α) = 0.05 tablo değerinden küçük ise H_1 Hipotezi kabul edilmiştir. Yani, ürün bazında maliyet kar analizi yapma değişkeni ile ihracat şekli doğrudan değişkeni arasında istatistiksel olarak ilişki vardır sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.15. Doğrudan İhracat Değişkeni ve Eğitim Geliştirme Uygulamaları Yapan İşletmeler Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Analizi Tablosu

			Eğitim Geliştirme Uygulamaları		Toplam
			Evet	Hayır	
İhracat Şekli Doğrudan	Evet	Frekans	3411	4094	7505
		Yüzdesi	31.8	38.2	70.0
	Hayır	Frekans	1278	1942	3220
		Yüzdesi	11.9	18.1	30.0
	Toplam	Frekans	4689	6036	10725
		Yüzdesi	43.7	56.3	100.0

Ki-kare (χ^2) = 30,385 Anlamlılık (P) = 0.000

Tablo 4.15. incelendiğinde; eğitim geliştirme uygulamaları yapan 4689 işletme (%43,7) vardır. Buna karşın, eğitim geliştirme uygulamaları yapmayan 6036 işletme (%56,3) vardır. Eğitim geliştirme uygulamaları yapan işletmeler içinden doğrudan ihracat şekli ile ihracat yapan 3411 işletme (%31,8), doğrudan ihracat yapmayan 4094 işletme (%38,2) mevcuttur. Eğitim geliştirme uygulamaları yapmayan işletmeler içinden doğrudan ihracat şekli ile ihracat yapan 1278 işletme (%11,9), doğrudan ihracat yapmayan ise 1942 işletme (%18,1) mevcuttur.

Yapılan Ki-kare (χ^2) ilişki analizi sonucunda Anlamlılık Düzeyi (P) = 0.000 < Tablo Değeri (α) = 0.05 tablo değerinden küçük ise H_1 Hipotezi kabul edilmiştir. Yani, eğitim geliştirme uygulamaları yapma değişkeni ile ihracat şekli doğrudan değişkeni arasında istatistiksel olarak ilişki vardır sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.16. Doğrudan İhracat Değişkeni ve Teknoloji Araştırma Geliştirme Uygulamaları Yapan İşletmeler Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Analizi Tablosu

			Teknoloji Araştırma Geliştirme Uygulamaları		Toplam
			Evet	Hayır	
İhracat Şekli Doğrudan	Evet	Frekans	3623	3869	7492
		Yüzdesi	33.8	36.1	69.9
	Hayır	Frekans	1461	1758	3219
		Yüzdesi	13.6	16.4	30.1
	Toplam	Frekans	5084	5627	10711
		Yüzdesi	47.5	52.5	100.0

Ki-kare (χ^2) = 7,973 Anlamlılık (P) = 0.005

Tablo 4.16. incelendiğinde; teknoloji araştırma geliştirme uygulamaları yapan 5084 işletme (%47,5) vardır. Buna karşın, teknoloji araştırma geliştirme uygulamaları yapmayan 5627 işletme (%52,5) vardır. Teknoloji araştırma geliştirme uygulamaları yapan işletmeler içinden doğrudan ihracat şekli ile ihracat yapan 3623 işletme (%33,8), doğrudan ihracat yapmayan 3869 işletme (%36,1) mevcuttur. Teknoloji araştırma geliştirme uygulamaları yapmayan işletmeler içinden doğrudan ihracat şekli ile ihracat yapan 1461 işletme (%13,6), doğrudan ihracat yapmayan ise 1758 işletme (%16,4) mevcuttur.

Yapılan Ki-kare (χ^2) ilişki analizi sonucunda Anlamlılık Düzeyi (P) = 0.005 < Tablo Değeri (α) = 0.05 tablo değerinden küçük ise H_1 Hipotezi kabul edilmiştir. Yani, teknoloji araştırma geliştirme uygulamaları yapma değişkeni ile ihracat şekli doğrudan değişkeni arasında istatistiksel olarak ilişki vardır sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.17. Doğrudan İhracat Değişkeni ve Periyodik Müşteri Memnuniyet Ölçümü Yapan İşletmeler Değişkenleri Arasındaki İkili İlişki Analizi Tablosu

			Periyodik Müşteri Memnuniyet Ölçümü		Toplam
			Evet	Hayır	
İhracat Şekli Doğrudan	Evet	Frekans	4367	3155	7522
		Yüzdesi	40.6	29.3	69.9
	Hayır	Frekans	1822	1410	3232
		Yüzdesi	16.9	13.1	30.1
	Toplam	Frekans	6189	4565	10754
		Yüzdesi	57.6	42.4	100.0

Ki-kare (χ^2) = 2,620 Anlamlılık (P) = 0.106

Tablo 4.17. incelendiğinde; periyodik müşteri memnuniyet ölçümü yapan 6189 işletme (%57,6) vardır. Buna karşın, periyodik müşteri memnuniyet ölçümü yapmayan 4565 işletme (%42,4) vardır. Periyodik müşteri memnuniyet ölçümü yapan işletmeler içinden doğrudan ihracat şekli ile ihracat yapan 4367 işletme (%40,6), doğrudan ihracat yapmayan 3155 işletme (%29,3) mevcuttur. Periyodik müşteri memnuniyet ölçümü yapmayan işletmeler içinden doğrudan ihracat şekli ile ihracat yapan 1461 işletme (%13,6), doğrudan ihracat yapmayan ise 1758 işletme (%16,4) mevcuttur.

Yapılan Ki-kare (χ^2) ilişki analizi sonucunda anlamlılık düzeyi, tablo değerinden büyük olduğu için (Anlamlılık Düzeyi (P) = 0.106 > Tablo Değeri (α) = 0.05 H_0 Hipotezi kabul edilmiştir. Yani periyodik müşteri memnuniyet ölçümü yapma değişkeni ile ihracat şekli doğrudan değişkeni arasında istatistiksel olarak ilişki yoktur sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.18. İhracat Yapmayan Firmalar Ait Bartlett ve KMO Test İstatistikleri

Kaiser – Meyer – Ohlin Örneklem Yeterliliği (KMO)	0.654
Bartlett Küresellik Testi (Ki-Kare)	9978.129
Anlamlılık (%5)	0.000

Yapılan analizde $\alpha = 0.05$ anlamlılık düzeyinde H_0 hipotezi red edilerek normallik varsayımının sağlandığı görülmüştür. Benzer şekilde KMO ölçütü de orta düzeyde bulunmuştur(Tablo 4.18.).

Tablo 4.19. Faktörlerin Toplam Varyansı Açıklama Gücü

Faktör	Özdeğer	Varyans	Toplam Varyans
1	1,783	25,472	25,472
2	1,172	16,738	42,210

Yapılan analiz sonucunda iki faktörün 1'den büyük özdeğeri vardır.(Tablo 4.19.) Varyans sütununda faktörlerin açıkladığı varyans yüzdesi verilmiştir. Toplam varyans sütununda özdeğeri 1'den büyük olan iki faktörün tamamının açıkladığı birikimli varyansın % 42,210 olduğu görülmektedir. Faktörleri uygun şekilde isimlendirmek amacıyla Varimax yöntemi kullanılarak Dönüştürülmüş bileşen matrisi (Rotated Component Matrix) hesaplanmıştır. Bu sonuç Tablo 20'de verilmiştir.

Tablo 4.20. Dönüştürülmüş Bileşen Matrisi

<i>Değişkenler</i>	<i>Bileşenler</i>	
	Birinci Faktör	İkinci Faktör
Dış Pazarı Tanımama	0,757	
Aracı İşletme Bulamama	0,697	
Kaynak Yetersiz	0,601	
Kaliteli Mal Sunamama		0,688
Ucuz Mal Sunamama		0,649
İç Pazarda Tatmin Olma		0,581
Yabancı Dil Eksikliği		0,389

Anketi yanıtlayan KOBİ'lerin ihracat yapamama nedenleri iki faktörlüdür. Önemli olarak belirlenen faktörlerden, birinci faktör grubunu dış pazarı tanımama; aracı işletme bulamama ve kaynak yetersizliği oluşturmaktadır. İkinci grupta ise Kaliteli mal sunamama, ucuz mal sunamama ve iç pazarda tatmin olma yer almaktadır. (Tablo 4.20.) Birinci Faktörde yer alan maddelerin faktördeki yük değerleri 0,601 – 0,757 arasında, ikinci faktörde yer alan maddelerin yük değerleri ise 0,581 – 0,688 arasında değişmektedir.

4.2. ELDE EDİLEN BULGULAR

Doğrudan ihracat değişkeni ile, sistemli pazar araştırması yapan işletmeler(Tablo 4.11.), yurtdışı fuarlara katılan işletmeler(Tablo 4.12.), bilgisayarlı üretim satış ve pazarlama yapan işletmeler(Tablo 4.13.), ürün bazında maliyet kar analizi yapan işletmeler(Tablo 4.14.), eğitim geliştirme uygulamaları yapan işletmeler(Tablo 4.15.), teknoloji araştırma geliştirme uygulamaları yapan işletmeler(Tablo 4.16.) değişkenleri arasındaki ikili ilişki

analizi tablolarında anlamlılık düzeyi(P), tablo değerinden, yani $\alpha 0.05$ 'ten küçük çıktığı için, H_1 hipotezleri kabul edilmiş ve değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Doğrudan ihracat değişkeni ile periyodik müşteri memnuniyet ölçümü yapan işletmeler değişkenleri(Tablo 4.17.) arasındaki ikili ilişki analizi tablosuna bakıldığında ise, anlamlılık düzeyi(P), tablo değerinden, yani $\alpha 0.05$ 'ten büyük çıktığı için, h_0 hipotezi kabul edilmiş ve değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çerçevede, doğrudan İhracat yaptığını belirten 7.843 Adet KOBİ'nin ankete verdiği cevaplardan oluşan Ki-Kare testi sonuçlarına göre, sistemli pazar araştırması yapılması, yurtdışı fuarlara katılım sağlanması, bilgisayarlı üretim satış ve pazarlama yapılması, ürün bazında maliyet kar analizi yapılması, eğitim geliştirme uygulamaları yapılması ve teknoloji araştırma geliştirme uygulamaları yapılması ile doğrudan ihracat yapılması arasında anlamlı bir ilişki olduğu, periyodik müşteri memnuniyet ölçümü yapılması ile doğrudan ihracat yapılması arasında ise anlamlı bir ilişki bulunmadığı anlaşılmıştır.

Çalışmada daha sonra, KOSGEB 2005 yılı saha tarama anketinde ihracat yapmadığını belirten 28.159 adet KOBİ'nin, ihracat yapmama nedenlerinin değerlendirilmesi amacıyla faktör analizi yöntemi kullanılmış ve .yer alan bulgulara ulaşılmıştır.

İlk faktör, KOBİ'lerin dış pazarları tanımaması, Dış pazara açılmada yardımcı olacak aracı işletme bulamaması ve yetersiz kaynak maddelerinden oluştuğu için bu faktör '**Dış Pazar Hakkında Bilgi Eksikliği ve Kaynak Yetersizliği**' olarak adlandırılmıştır.

İkinci faktöre ise, kaliteli, ucuz mal sunamama ve iç pazarda tatmin olma maddelerinden oluştuğu için, **‘Verimlilik, Rekabet Gücü eksikliği ve İç Pazarda Tatmin Olma’** ismi verilmiştir.

Bu çalışma göstermiştir ki, ülkemiz KOBİ’lerinin, ihracat yapamamalarının önündeki birinci önemli faktör **‘ Dış Pazar Hakkında Bilgi Eksikliği ve Kaynak Yetersizliği’** dir.

İGEME, Ticaret ve Sanayi Odaları, ABM ve KOSGEB dış pazarlar hakkında bilgilendirici çalışmalar yapmaktadırlar. Ancak bu çalışmalardan KOBİ’lerin daha çok yararlanması sağlanmalı ve KOBİ’lerin hedefledikleri dış pazarlar hakkında spesifik bilgiler (sektör ya da ticari bağlantı bilgileri) sunabilen bilgilendirici çalışmaların artırılması gerekmektedir.

Finans ve pazarlama faaliyetlerini gereği gibi yerine getiremeyen KOBİ’ler bu anlamda büyük işletmelere karşın diğer alanlarda oluşan üstünlüklerinden istenilen biçimde yararlanamamaktadır. Özellikle finansman sıkıntıları nedeni ile pazarlama fonksiyonuna yeterince önem verememektedirler. Bu konuda dezavantajlı konuma düşen bu tür işletmeler pazarlama faaliyetlerinin yerine getirilmesinde yetersiz kalmaktadır. Pazarlama için gerekli olan harcamalar KOBİ’lerin bünyesinde yeterli düzeyde oluşturulamamaktadır. Yeterli organizasyon ve yönetim eksikliği KOBİ’lerin yurtdışı pazarları bir yana yeni yurt içi pazarlara girmesini engellemektedir.⁴

KOBİ’lerin ekonomideki varlıklarını devam ettirebilmeleri ve büyümeleri için gerekli en önemli unsurlardan biri finansmandır. Kaynak sorunu ve pazar paylarını arttıramama KOBİ’lerin en sık karşılaştıkları sorunların başında gelmektedir. KOBİ’lerin söz konusu sorunları çözebilmek için iç ya da dış

⁴ AKYÜZ K.C., ÇINDIK H. (2001)

kaynaklara ihtiyaçları vardır. İç kaynaklar, kaynağın işletme sahibi ya da ortaklarca sağlanması yani sermaye arttırımı, dış kaynaklar da borçlanmak olarak nitelendirilebilmektedir. KOBİ'ler finansman yetersizlikleri nedeniyle gelişmiş teknolojilere sahip olamamakta, eski teknoloji ile emek yoğun çalışmak zorunda kalmakta, dolayısıyla istenilen kalitede mal sunamamaktadırlar. Kaynak yetersizliği, üretim kalitesini, KOBİ'lerin satış gücünü, dolayısıyla büyük işletmelerle rekabet gücünü engellemektedir. Eski teknolojilerle üretim yapılması, uluslararası pazarlarda rekabet olanağını olumsuz etkilemektedir.

KOBİ ve girişimcilere yönelik risk sermayesi ve KOBİ borsaları gibi alternatif finansman yöntemlerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Risk sermayesi kendilerine finansman arayan şirketlerin veya yeni düşünceleri olan girişimcilerin kendilerine yatırım yapabilecekleri yeni düşünceleri olan girişimciler ve şirketler arayan risk almaya hazır finansör/sermayedarlar ile buluşması olarak tanımlanmaktadır.⁵ Risk sermayesi yatırımlarının uzun dönemli olması istikrarsız ekonomilerde yeterince uygulanamama sonucunu doğurmaktadır. Ayrıca risk sermayesi kurumu yenilikçi, yaratıcı, risk alan girişimciler gerektirmektedir.

Ülkemizde ayrı bir tüzel kişilik olarak KOBİ borsası kurulmalı, sermaye potansiyelinin açığa çıkması için şans tanınmalı, sermaye yapıları güçlü, kayıt dışı çalışmayan KOBİ'lerin sayısı artırılmalı ve Avrupa Birliği sürecinde KOBİ'ler arası işbirliği iklimi yaratılmalıdır. KOBİ Borsalarının sağlayacağı vergi avantajıyla KOBİ'lerimizin kayıt dışı çalışma eğilimlerinin önüne geçilecek, ülkemizdeki hemşericilik ve yöresel davranışlar dikkate alınması,

⁵ Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, TTGV(2005),
http://www.ttgiv.org.tr/tur/02_ttgiv_hakkinda/2004.htm+%22risk+sermayesi%22&hl=tr
 Erişim Tarihi: 22.06.2005

halka arzlarda bölgesel yatırımcıya öncelik tanınması yoluyla sermaye tabana yayılacaktır.⁶

KOBİ'lere ihracatta finansman desteği sağlayan, DTM, İGEME, İKV, KOSGEB, TİM, EXİMBANK ve Halk Bankası gibi kurum/kuruluşların sağladıkları destekler ihracatçı KOBİ'ler tarafından iyi araştırılıp, yararlanılması için azami gayret gösterilmesi gerekmektedir.

Çalışma bulgularına göre, ülkemiz KOBİ'lerinin, ihracat yapamamalarının önündeki ikinci önemli faktör ise, **'Verimlilik, Rekabet Gücü eksikliği ve İç Pazarda Tatmin Olma'** dır.

Verimlilik işletmelerimizin küresel rekabette karşılaştıkları sorunların en başında gelmektedir. Ürün ve hizmet maliyetlerinde düşüş ancak verimliliğin artmasıyla mümkündür. Maliyetlerin düşmesi uluslararası pazarlarda rekabet edilebilir fiyatların ortaya çıkmasını sağlayacaktır. İhracat yapan KOBİ'lerimizin anket sonuçlarından oluşan Tablo 4.14. doğrudan ihracat yapan işletmelerin %59,1'i ürün bazında maliyet kar analizi yapmaktadırlar. Ki-kare ilişki analizi sonucu da ihracat ile ürün bazında maliyet kar analizi arasında anlamlı bir ilişki olduğu gerçeğini doğrulamaktadır.

İç pazarda tatmin olma ilk etapta olumlu bir izlenim oluştursa da, ihracatçı KOBİ'lerimizin yaptıkları gibi olası bir ekonomik krizi ihracat yaparak atlatma imkanından yoksun olduklarını ortaya koymaktadır.

Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından hazırlanan Stratejik İhracat Plan'ında(2004-2006) stratejik amaç olarak belirlenen "Sektörel önceliklerde dikkate alınarak, ihracatçılara uluslararası rekabetçi fiyatlardan girdi temin etmek, üretim ve ihracat aşamasında yeterli ve etkin destek sağlayacak

⁶ <http://w3.gazi.edu.tr/~mkercan/kobiborsalari.pdf> 05.06.2006

mekanizmaları geliştirmek” amacına ulaşılabilmesi için, KOBİ’lerin ihracatında maliyet arttırıcı unsurların ortadan kaldırılması ve girdi maliyetleri uluslararası pazarlarda rekabet edebilmelerinin önünü açacak şekilde aşağıya çekilmesi gerekmektedir.

SONUÇ

Teknolojik yeniliklerin her zamankinden hızlı artışı, bilgi ve haberleşme çağının ortaya çıkarttığı yeni alanlar, keşfedilmeyi bekleyen yeniliklerle birlikte, girişimcilik olgusunun önemini her zamankinden daha fazla ön plana çıkartmaktadır.

İktisat literatüründe girişimcilik kavramının önemi çok sonraları fark edilmiştir. 18. yüzyılın başlarına kadar girişimci kavramı ile yönetici kavramı aynı anlamda kullanılmış, daha sonra girişimciliğin ekonomik fonksiyonu üzerinde durulmaya daha sonraları başlanmıştır. 19. yüzyılın başlarında ortaya çıkan neo klasik iktisatta da girişimciliğe yöneticiden farklı bir anlam yüklenilmemiş ve ekonomide farklı bir yere konulmamıştır. Ancak neo klasik iktisadın sermaye sahibi ile girişimcinin farklı faktör geliri elde edeceğini belirtmesi başka bir deyişle sermaye sahibinin kazancının “faiz”, girişimcinin ise “kar” kategorisinde değerlendirilmesi gerektiğinin belirtilmesi önemli bir ayrımdır.

Schumpeter girişimcilik teorisine en önemli katkıyı yaparak, girişimciyi yenilikçi ve değer kazandıracak şekilde yeniden düzenleyici olarak ilk tanımlayan iktisatçıdır. Girişimcilik kavramına kazandırdığı bir diğer boyut da, girişimcinin, yaratıcı yıkıcılık (creative destruction) olarak adlandırdığı, mevcut kısır döngüyü kıran ve var olan sistemi değiştiren kişi olmasıdır.

Kapitalist sistemin sürekli olarak içsel hareketlerle evrim geçirmesine işaret eden Schumpeter, yeni yapıların sürekli olarak eskilerinin önüne geçeceğini belirtir. Neo klasik iktisadın Avusturya Ekolünde ise dengesizlik kavramı üzerinde durulmuş ve yenilikçi, risk alan girişimcinin kar elde etme dürtüsüyle yaptığı davranışlar incelenmiştir.

Çoğu ülkede olduğu gibi Türkiye’de de, KOBİ’lerin uluslararası pazarlara açılmada karşılaştıkları sorunlar ya da uluslararası pazarlardaki mevcut durumlarını ortaya koyan araştırma çok azdır.

Bunun nedeni, KOBİ’lerin daha çok dolaylı ihracatta yer almaları ve doğrudan ihracat içerisindeki paylarının ölçülebilir olmamasından kaynaklanmaktadır.

KOBİ’lerin uluslararası pazarlardaki konumları ya da ihracattaki oranlarının Avrupa Birliği Ülkeleri ile bugüne kadar yapılan karşılaştırmaların KOBİ tanımındaki farklılıktan dolayı gerçekleri tam yansıtamadığı düşünülmektedir. Örneğin, 18.11.2005 Tarih ve 25997 sayılı Resmi Gazetede, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin tanımına, niteliklerine ve sınıflandırılmasına ilişkin esasların belirlenmesi ve bu tanım ve esasların tüm kurum ve kuruluşların uygulamalarında esas alınmasını amacıyla yayımlanan “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımlanmasına, Niteliklerine, Sınıflandırılmasına ve Uygulamalarına ilişkin Yönetmelik” yayımlanmadan önce, AB’de 1-250 arası işçi çalıştıran işletmelere KOBİ denilirken, ülkemizde 1-150 arası çalışanı olan işletmelere KOBİ denilmekte idi.⁷ Dolayısıyla sağlıklı karşılaştırmalar yapmak mümkün değildi. KOBİ tanımımızın ölçütler ve limitler itibarıyla AB KOBİ Tanımı ile uyumlaştırılması, KOBİ alanında yapılan çalışmalarda daha gerçekçi kıyaslamalar yapılabilmesi sonucunu doğuracağı düşünülmektedir.

Gümrük çıkış beyannamelerine, işletmelerin KOBİ olup olmadığını anlamak için Yıllık Net Satış Geliri, Mali Bilanço ve çalışan kişi sayısı bilgilerinin eklenmesinin, KOBİ’lerin ihracat içindeki paylarının ölçülebilmesini ve bu yönde yapılacak çalışmalara ışık tutabileceği sonucunu doğuracağı düşünülmektedir.

⁷ T.C. Resmi Gazete - <http://rega.basbakanlik.gov.tr>

Ülkemizdeki toplam işletmelerin %99,8'ini oluşturan KOBİ'ler, toplam istihdamımızın % 76,7'sini kapsamakta ve ülkemiz toplam ihracatının ise %10'unu gerçekleştirmektedirler.⁸ Diğer ülkelerin toplam ihracatları içerisindeki KOBİ'lerin paylarına bakıldığında, ABD'nin % 32, Almanya'nın % 31, Japonya'nın % 38, İngiltere'nin % 22, Fransa'nın % 26 olduğu görülmektedir. KOBİ'lerimizin gerçek ihracat potansiyellerini, toplam ihracatımız içerisindeki %10'luk payın yansıtmadığı düşünülmektedir. Çalışmamızda, KOSGEB 2005 yılı saha tarama anketinde doğrudan ihracat yaptıklarını belirten, 7.843 KOBİ'nin ihracatlarını belirleyen unsurlar Ki-kare Testi ile ortaya konulmaya çalışılmıştır. İhracat yapmadıklarını ya da yapamadıklarını belirten 28.159 Adet KOBİ'nin, ihracat yapmama nedenlerindeki öncelikli faktörlerin belirlenmesi amacıyla faktör analizi yöntemi uygulanmıştır.

Doğrudan İhracat yaptığını belirten 7.843 Adet KOBİ'nin ankete verdiği cevaplara, ki-kare testi uygulanarak ihracatlarını belirleyen unsurların ortaya konulması hedeflenmiştir. Söz konusu sonuçlara göre, sistemli pazar araştırması yapılması, yurtdışı fuarlara katılım sağlanması, bilgisayarlı üretim satış ve pazarlama yapılması, ürün bazında maliyet kar analizi yapılması, eğitim geliştirme uygulamaları yapılması ve teknoloji araştırma geliştirme uygulamaları yapılması ile doğrudan ihracat yapılması arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Periyodik müşteri memnuniyet ölçümü yapılması ile doğrudan ihracat yapılması arasında ise anlamlı bir ilişki bulunmadığı tespit edilmiştir.

İhracat yapmadıklarını ya da yapamadıklarını belirten 28159 Adet KOBİ'nin, ihracat yapamamalarının önündeki birinci önemli faktör '**Dış Pazar Hakkında Bilgi Eksikliği ve Kaynak Yetersizliği**' olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

⁸ <http://w3.gazi.edu.tr/~mkercan/kobiborsalari.pdf> Erişim tarihi: 05.06.2006

İGEME, Ticaret ve Sanayi Odaları, ABM ve KOSGEB dış pazarlar hakkında bilgilendirici çalışmalar yapmaktadırlar. Ancak bu çalışmalardan KOBİ'lerin daha çok yararlanması sağlanmalı ve KOBİ'lerin hedefledikleri dış pazarlar hakkında spesifik bilgiler (sektör ya da ticari bağlantı bilgileri) sunabilen bilgilendirici çalışmaların arttırılması gerekmektedir.

KOBİ'lerin en sık karşılaştıkları sorunların başında yer alan, kaynak yetersizliği sorununun önüne geçebilmek için, KOBİ ve girişimcilere yönelik risk sermayesi ve KOBİ borsaları gibi alternatif finansman yöntemlerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Ülkemiz KOBİ'lerinin, ihracat yapamamalarının önündeki ikinci önemli faktörün, '**Verimlilik, Rekabet Gücü eksikliği ve İç Pazarda Tatmin Olma**' olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Verimlilik işletmelerimizin küresel rekabette karşılaştıkları sorunların en başında gelmektedir. Ürün ve hizmet maliyetlerinde düşüş ancak verimliliğin artmasıyla mümkündür. Dolayısıyla özellikle uluslararası pazarlarda rekabet gücünü arttıran en önemli unsur verimliliktir.

KAYNAKÇA

Kitaplar:

AKGÜL, A. ve ÇEVİK, O. (2003), “İstatistiksel Analiz Teknikleri (SPSS’de İşletme Yönetimi Uygulamaları)”, Emek Ofset Ltd. Şti. Ankara, s. 581

BARRETO, H.: 1989, The Entrepreneur in Microeconomic Theory, Routledge, London and New York. pp.19-21

TOP, S. (2006) “Girişimcilik” Beta Yayınları s.49

ÇOLAKOĞLU M. H. (2002) “KOBİ Rehberi” KOSGEB – TOBB Yayınları s.43

HEBERT, R. F. and LINK, A. N.: (1982), The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques, 2 edn, Praeger, New York. pp. 107-108

ÖZDAMAR, K. (2004) “Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi (Çok Değişkenli Analizler)”, Kaan Kitapevi, Eskişehir. s.235

ÖZGÜVEN, A. (1992) “İktisadi Düşünceler - Doktrinler ve Teoriler” Filiz Kitabevi İSTANBUL s.199

SCHUMPETER, J. A. (1934, 1996) The theory of economic development. London, Transaction Books. s.147

SEYİDOĞLU, H. (1999) “Ekonomik Terimler” Ansiklopedik Sözlük İSTANBUL s.218

Makaleler:

ACAR, G.T.(2003) "Egemen İktisat Görüşünün Son Dönemdeki Eleştirisi: Post Otistik İktisat Hareketi", www.ceterisparibus.net/metodoloji/pae.htm

GREBEL T., PYKA A. and HANUSCH H. "An Evolutionary Approach to the Theory of Entrepreneurship" June 2001

MCMAHON, P. "Recent SME Research: A Critical Review" School of Commerce Research Paper Series ,The Flinders University of South Australia

NARİN, M. & AKDEMİR, S. (2005) 'Türkiye'de KOBİ'lere Sağlanan Destekler' Ekonomik Yaklaşım, Sayı: 55

BIANCHI, M. & HENREKSON M. (2005) "Is Neoclassical Economics still Entrepreneurless" England p.2

<http://swopec.hhs.se/hastef/papers/hastef0584.pdf>

SÖYLEMEZ, A., 2003 'Girişimci ve Yatırım Yeteneği (Girişim Teorilerinin Evrimi)' Liberal Düşünce Dergisi Sayı:32

SÖYLEMEZ, A., 2004 'Küreselleşme Yapısal Dönüşüm ve Büyüme' Ekonomik Yaklaşım Sayı:51

Sürelili yayınlar:

AKYÜZ, C. - CINDIK, H. " Küçük ve Orta Ölçekli Orman Ürünleri Sanayi İşletmelerinde Pazarlama Fonksiyonu Üzerine Bir Araştırma (Doğu Karadeniz Bölgesi Örneği)" Pazarlama Dünyası Sayı.2001/3 Mayıs - Haziran 2001

MÜFTÜOĞLU, Prof. Dr. Tamer – OSTİM Gazetesi –

<http://www.ostimgazetesi.com/article.asp?intArticleID=121&intEditorID=6>

Raporlar:

DDK - Devlet Denetleme Kurulu T.C. CUMHURBAŞKANLIĞI “Küçük Ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığının 2002, 2003, 2004 Yılları Eylem ve İşlemlerinin Araştırılıp Denetlenmesine İlişkin Rapor”

“2002 Yılı Genel Sanayi ve İmalat Sanayi Değerlendirmesi Raporu”
Ekonomik ve Stratejik Araştırmalar Merkez Müdürlüğü - KOSGEB

DPT – Devlet Planlama Teşkilatı - KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı = SME Strategy and Action Plan

<http://ekutup.dpt.gov.tr/esnaf/kobi/strateji.pdf>

Observatory of European SMEs 2003, European Commision, Enterprise Publications

http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/index_en.htm

TUSİAD “Türkiye’de Girişimcilik” 2001 s.36

Web Siteleri:

ABGS - Avrupa Birliği Genel Sekreterliği

http://www.abgs.gov.tr/up2003/up_files/doc/IV-16.doc

Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu Web Sitesi

<http://www.deltur.cec.eu.int/default.asp?lang=0&pId=3&fId=10&prnId=12&hnd=1&ord=11&docId=322&fop=0>

ERCAN M.K., “Türkiye’de KOBİ Borsaları

<http://w3.gazi.edu.tr/~mkercan/kobiborsalari.pdf> Erişim tarihi: 05.06.2006

DTM - Dış Ticaret Müsteşarlığı

<http://ihracat.dtm.gov.tr/dtm/index.php?module=news>

KOSGEB - Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

<http://www.kosgeb.gov.tr/KOSGEB/kanun.asp>

MPM - Milli Prodüktivite Merkezi

<http://www.mpm.org.tr/hizmetlerimiz/>

TESK - Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu

<http://www.tesk.org.tr/tr/hakkinda/amaci.html>

TİM - Türkiye İhracatçıları Merkezi

<http://www.tim.org.tr/Anasayfa>

TOBB - Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

<http://www.tobb.org.tr/tobbhakkinda/amaci.php>

Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, TTGV(2005),

http://www.ttgiv.org.tr/tur/02_ttgiv_hakkinda/2004.htm+%22risk+sermayesi%22&hl=tr 22.06.2005

Türkiye İstatistik Kurumu www.tuik.gov.tr

TUBİTAK - Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu

<http://www.tubitak.gov.tr/hakkimizda/index.htm>

TÜSİAD - Türkiye Sanayiciler ve İş Adamları Derneği

<http://www.tusiad.org/tuzuk.htm>

ÖZET

Ülkemizdeki toplam işletmelerin %99,8'ini oluşturan KOBİ'ler, toplam istihdamımızın % 76,7'sini kapsamakta ve ülkemiz toplam ihracatının ise %10'unu gerçekleştirmektedirler. Diğer ülkelerin toplam ihracatları içerisindeki KOBİ'lerin paylarına bakıldığında, ABD'nin % 32, Almanya'nın % 31, Japonya'nın % 38, İngiltere'nin % 22, Fransa'nın % 26 olduğu görülmektedir. KOBİ'lerimizin toplam ihracatımızdaki %10'luk paylarının gelişmiş ülkeler seviyelerine çıkarılmasının, üretimlerinin artması ve dolayısıyla ülkemizin en önemli sorunu olan işsizlik probleminin azalması sonucunu doğuracağı düşünülmektedir.

Bu çalışmanın amacı, ihracata dayalı kalkınma modelinin benimsendiği ülkemizde, KOBİ'lerin, ihracatımız içerisindeki öneminin ve neden ihracatımızda daha fazla paya sahip olamadıklarının altının çizilmesi, toplam ihracatımızdaki %10'luk paylarının artırılması için yapılması gerekenlerin belirlenmesi ve KOBİ'lerin ihracat potansiyellerinin ortaya çıkartılabilmesi için alınması gereken tedbirlerin gelişmiş ülkelerle karşılaştırmalı bir bakış açısıyla ortaya konulmasıdır.

Çalışmanın birinci bölümde, girişimci yetiştiren okullar olarak adlandırılan KOBİ'lerin doğmasındaki en önemli kavram olan girişimcilik olgusunun iktisat literatüründe nasıl ele alındığı ve KOBİ'lerin uluslararası pazarlara açılmaları ile ilgili çalışmalar değerlendirilmiştir.

İkinci bölümde, Dünya'da KOBİ'lere yönelik bakış açıları ve düzenlemeler ele alınmıştır.

Üçüncü bölümde ise ülkemizdeki KOBİ'lerin durumu, KOBİ tanımı ve AB KOBİ politikasına uyum aşamaları karşılaştırmalı bakış açısı ile incelenmiştir.

Dördüncü ve son bölümde ise, basit regresyon analizi ve faktör analizi yöntemleri kullanılarak, KOBİ'lerin doğrudan ihracatımız içerisindeki paylarının artırılması için gerekli unsurlar belirlenmeye ve KOBİ'lerin neden ihracat yapamadıkları ortaya konulmaya çalışılmış ve bulguların iki faktör etrafında yoğunlaştığı saptanmıştır. Bunlardan birincisi, KOBİ'lerin dış pazarları tanımaması, Dış pazara açılmada yardımcı olacak aracı işletme bulamaması ve yetersiz kaynak maddelerinden oluşan 'Dış Pazar Hakkında Bilgi Eksikliği ve Kaynak Yetersizliği', ikincisi ise, kaliteli, ucuz mal sunamama ve iç pazarda tatmin olma maddelerinden oluştuğu için, 'Verimlilik, Rekabet Gücü eksikliği ve İç Pazarda Tatmin Olma' olarak adlandırılan faktörlerdir.

ABSTRACT

The SMEs constitutes 99.8% of all enterprises in Turkey, enclosing 76.7% of employment and they perform 10% of total export of the country. It can easily be assumed that this is a low rate. Looking at the share of total exportation of the SMEs in other countries, the SMEs in the U.S.A perform a share of 32%, in Germany they have a share of 31%, in Japan 38%, in England 22% and in France 26%. It is considered that raising the share of SMEs' in total exportation into the level of developed countries will give way to a decrease in unemployment rate in our country.

The aim of this study, is to put forward the importance of SME's in our country's exportation and to put forward the barriers in front of SME's exportation determining the measurements to be taken in order to increase the share in total exportation of the country which adopted the model of development that based on exportation.

In the first part, it is investigated that how is the notion of entrepreneurship, which has a crucial importance in the coming up of the SMEs, is discussed in the literature of economy. The studies concerning the expansion of the SMEs into the international markets are also evaluated.

In the second part, studies that evaluate the SMEs worldwide are discussed.

The third part analyses the situation of the SME's in Turkey, the SME definition and EU cohesion studies for SMEs.

The fourth and the last section, using the simple regression analyse and factor analyse methods, it is attempted to determine the necessary elements to increase the share of SMEs in direct exportation and why the

SMEs can not have bigger share in exportation. The findings major around these two factor. The first one is 'insufficient knowledge about foreign markets and deficiency of resources', the other one is productivity, insufficiency of competition ability and satisfaction in domestic markets.