

GİRİŞİMCİLİK TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE KOBİLERİN EKONOMİYE ETKİLERİ VE REKABET KOŞULLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER



Sebahattin YILDIZ

Yrd. Doç. Dr., Kafkas Üniversitesi
İİBF İşletme Bölümü
yildizs@marmara.edu.tr

Salih ALP

İktisat - Bilim Uzmanı
skamci@hotmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, iktisat teorisi içinde girişimciliğın önemine tarihsel açıdan bakmak ve bu bağlamda girişimciliğın olağın ve önemli bir sonucu olarak ortaya çıkan KOBİ'lerin ülke ekonomilerine potansiyel katkılarını ve rekabet koşullarını etkileyen potansiyel faktörleri ortaya çıkarmaktır. Araştırmanın yöntemi, derleme şekilde tasarlanmıştır. Buna göre, girişimcilerin temel özellikleri ve üstlenmiş oldukları roller ortaya çıkarılmıştır. Yine, KOBİ'lerin, tüm işletmeler içerisindeki, istihdamdaki, yatırımındaki, katma değerdeki, ihracattaki ve kredilerdeki payı gibi kriterler yoluyla ekonomiye etkileri belirtilmiştir. Ayrıca, KOBİ'lerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamasına aracılık eden faktörler olarak rekabet stratejileri, profesyonel yönetim anlayışları, işbirlikleri, küme ekonomisi ve kamu politikaları gibi faktörler incelenmiştir.

Sonuç olarak, girişimcinin risk üstlenici, karar verici, kaynak tahsis edici, arbitrajcı, yenilikçi, endüstriyel lider, üretim faktörlerinin patronu ve bir işletme sahibi gibi roller üstlendiğini ortaya çıkmıştır. Yine, KOBİ'lerin tüm işletmeler içerisinde en önemli ve yüksek bir orana sahip olduğu ve toplam istihdamın da yarısından fazlasını oluşturduğu görülmüştür. Ayrıca, KOBİ'lerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamak için bir stratejisinin olması, sektördeki rekabet güçleri ile başa çıkabilmesi, profesyonel yöneticilerin danışmanlık yaptığı bir yönetim yapısı oluşturması, katma değer yaratan işletmelerle işbirlikleri sağlaması, dışsal ekonomik yarar sağlayacak küme ekonomilerinden faydalanması ve ülkedeki kamu politikalarının etkinleştirilmesi gerektiği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: KOBİ'ler, Girişimcilik, Rekabet Stratejisi, Küme Ekonomisi, İşbirlikleri

THE EFFECTS OF SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES ON THE ECONOMY AND THE FACTORS AFFECTING THEIR COMPETITION CONDITIONS IN ACCORDANCE WITH ENTREPRENEURSHIP THEORY

ABSTRACT

The purpose of this paper is historically to examine the import of entrepreneurship in economic theory and to reveal the potential effects of Small and Medium Sized Enterprises (SMEs), a regular result of entrepreneurship, on the national economies and the factors effecting competition conditions. The paper is designed as review. Accordingly, the characteristics and roles undertaken of entrepreneurs are revealed. Also, it is specified the effects of SMEs on the economy are via the ratio in the total enterprise, employment, investment, value added, exportation and credits. Besides, the factors intervening sustainable competitive advantage of SMEs, such as competitive strategy, professional management views, alliances, clusters and public policy, are examined.

Consequently, it is appeared that entrepreneurs undertake roles such as the taker risk, maker decision, allocator resources, arbitrager, innovative, industrial leader, patron of production factors and owner a business. Also, it is revealed that SMEs have the most important and high rate in all business and consist of more than half of total employment. Besides, it could be said that for sustainable competitive advantage, SMEs need to have a strategy, to challenge with five forces, to form a managerial structure with professional managers, to make alliances with business creating value added, to benefit from cluster economies and the public policies need to be effective in the country.

Keywords: SMEs, Entrepreneurship, Competition Strategy, Cluster Economy, Alliances

GİRİŞ

18. yüzyıl'dan itibaren iktisat teorisinin gündeminde bulunan girişimcilik faktörü piyasa ekonomileri içerisinde her zaman önemli bir yere sahip olmuştur. Dar anlamı ile "kar karşılığı risk ve inisiyatifi kabul eden kişi" olarak tanımlanabilen girişimci, piyasa ekonomisinin temel dinamiği ve ilerlemenin yapı taşı olarak nitelenmiştir. Girişimci, genel olarak, ekonomik gelişmenin güç kaynağı olarak görülmüş ve onun fonksiyonunun; yaratıcı bir çerçevede yenilikler yaparak yeni mallar, yeni teknolojiler, arza yönelik yeni kaynaklar ve yeni tip organizasyonlar üretmek olduğu ifade edilmiştir.

Girişimciliğin bir sonucu olarak ortaya çıkan, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ) ise özellikle 1970'lerin ortalarından itibaren piyasa ekonomisi içerisinde önemsenen bir yapıya bürünmüş,

son yıllarda artan küresel rekabet ortamında hızla gelişerek piyasaların en önemli unsurları haline gelmişlerdir. Böylece ulusal ekonomiler için oldukça büyük önem arz eder olmuşlar ve bu anlamda ekonomik büyüme ve kalkınma konusunda önemli roller almaya başlamışlardır. Girişimcinin bir firma ve girişimcilerin bir firmalar bütünü olması dolayısıyla ekonomiye etkileri yadsınamazdır.

Bu çalışmanın temel amacı, girişimci ve onun temel özelliklerini iktisat teorisi kapsamında kısaca irdeleyerek, girişimsel bir yapı olarak ön plana çıkan KOBİ'lerin genel yapısı ve rekabet şartları hakkında değerlendirmeler yapmaktır. Bu anlamda çalışmanın ilk bölümünde girişimci ile ilgili tanımlamalar ve girişimcinin temel özellikleri hakkında bir değerlendirme yapılarak, özellikle iktisat teorisi tarihinde girişimciye atfedilen roller tartışılmıştır. İkinci bölümde ise KOBİ'lerin genel yapısı ve rekabet piyasası içerisindeki durumu tahlil edilerek, bu teşebbüslerin ekonominin temel dinamiklerine etkisi ve rekabet koşullarının etkileyen faktörler hakkında fikir verilmeye çalışılmıştır.

1. GİRİŞİMCİLİK TEORİSİ

Girişimci, piyasa ekonomisi içinde en önemli aktörlerden biri olmasına rağmen girişimcilik teorisi tam anlamıyla çözümlenebilmiş değildir. Bu konudaki literatür oldukça geniş ve yoğun olmasına rağmen, girişimci konusunda iktisatçılar tarafından henüz tam olarak bir fikir birliğine varıldığını söylemek zordur. Hatta girişimciliğin uluslararası kabul gören bir tanımı dahi bulunmamaktadır. Oxford İngilizce sözlüğünün tanımına göre girişimci, “kar karşılığı risk ve inisiyatifi kabul eden kişi” olarak değerlendirilir. Bu tanım ile girişimcinin yüksek derecede risk ve inisiyatif almaya istekli olduğunu vurgulanmaktadır (Burns, 2006, s.9).

Girişimciliğin *risk alma yönüne* Cantillon'dan beri hep dikkat çekilmiş ve yazında girişimci çoğu zaman bir risk üstlenici olarak tanımlanmıştır. Özellikle işletmecilik faaliyetlerinde profesyonel yöneticilerle girişimcileri birbirinden ayırt ederken ilk vurgulanan, girişimcilerin yöneticilerden farklı olarak kar/zarar riskini bizzat üstlenmesidir. Ancak ekonomik riskler, girişimciler için sadece bir boyuttur. Belirsiz bir çevrede kariyer riski, sosyal riskler, psikolojik ve fiziksel riskler, çoğu zaman ekonomik risklerle bir aradadır. Üstlenilen bu risklerin sonucunda girişimcinin beklediği şey başarıdır veya başlangıçta hedeflediği sonuçlara ulaşmaktır. Ancak, başarısızlık da muhtemeldir ve bu durumda riskler, girişimciliğin karanlık yüzüne dönüşebilir. Dolayısıyla, bu konudaki belirsizliğe katlanma, girişimcinin önemli özelliklerinden biridir (Erdem, 2001, s.46). Bununla beraber

girişimci, temel anlamda birçok karakteristik özelliğe sahiptir. Tablo 1’de bu özellikler gösterilmektedir.

Cantillon’dan (1755) itibaren başlayan modern girişimcilik teorisi çerçevesinde¹, her dönem çok çeşitli görüşler olmasına rağmen, girişimcinin bir ekonomik aktör olarak önemine vurgu yapılmaktadır. Örneğin, *The Theory of Economic Development* adlı kitabıyla, girişimcilik teorisine en önemli katkısı yaptığı ifade edilen Schumpeter (Rıpsas, 1998, s.105), girişimciyi ekonomik gelişmenin güç kaynağı olarak görmüş ve onun fonksiyonunun; yaratıcı bir çerçevede yenilikler yaparak, yeni mallar, yeni teknolojiler, arza yönelik yeni kaynaklar, yeni tip organizasyonlar üretmek olduğunu ifade etmiştir. F.H. Knight ise girişimcinin, gelecek tahmini yapması yönündeki yeteneklerini işaret ederek, belirsizliğe karşı kar amacı ile ileri görüşlü hareket etmesine vurgu yapmıştır. F.A. Hayek’in düşüncesinde ise girişimci kar güdüsü ile piyasada dağıntık yerlerde bulunan bilgiyi (knowledge) rekabet ve fiyatlar mekanizması yardımıyla keşfeden, böylece piyasaların dengeye doğru hareket etmesini sağlayan süreci hızlandıran faktördür (Wood, 2005).

Tablo: 1
Girişimciliğin Karakteristik Özellikleri

<p>Kişisel Özellikleri</p> <ul style="list-style-type: none"> - Yüksek başarı isteği - Otonomi ve nüfuz - Uyumluluk - Belirsizliğe karşı tolerans - Yüksek risk alma eğilimi - Uyum ve esneklik - Kendine saygı - Özgüven - Fırsatçılık (alertness) 	<p>Zamanla Kazandığı Özellikleri</p> <ul style="list-style-type: none"> - İletişim kabiliyeti - Kişisel ilişki - Çözüm bulma yeteneği
<p>Müteşebbis Yöntemi</p> <ul style="list-style-type: none"> -Yaratıcı bir vizyon ve yönetim - İşletme finansmanı - Planlı genişleme ve büyüme - Piyasa içinde planlı rekabet - Gerekli kaynakları sağlamak - İletişim ağını inşa etmek (sosyal, etnik ve uluslararası alanda) 	<p>Müteşebbis Davranışları</p> <ul style="list-style-type: none"> - Taahhüt etme - İleriye dönük çalışma ve planlama - Gözlemleme
	<p>Müteşebbis Oryantasyonu</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uluslararası yönelim ve global düşünme
	<p>Girişimsel Sonuçlar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bölgesel büyüme ve kalkınma - Zenginlik yaratma - İstihdam - Sosyo-ekonomik dinamizm

Kaynak: Etemad (2004)’ten faydalanılarak derlenmiştir.

¹ Modern girişimcilik teorisinin tarihsel analizinin detayları için Bkz. (Etemad, 2004: 11-17; Burns, 2006: 12).

Bu olgular göz önünde bulundurulduğunda girişimciliğin çok yönlü unsurlarını kapsayan bir tanımı söyle yapılabilir. Girişimcilik, pratikte olmayan bir şeyden bir vizyon yaratma ve oluşturma kabiliyetidir. Bu vizyon, risk alma istekliliğini ve başarısızlık olasılığını azaltmak için mümkün olan her şeyi yapmayı içerir. Yaratıcı bir faaliyet olan girişimcilik, kişisel enerjinin bir girişim veya organizasyon başlatmaya harcanmasıdır. Girişimcilik, girişimcinin kendi beceri ve yeteneğini tamamlamak için girişimci bir takım oluşturma kabiliyetini de kapsar. Girişimcilik, kaos ve çelişki ortamında fırsat yaratma becerisi, diğerlerinin sahip olduğu kaynakları bulma, bir araya getirme ve kontrol etme duygusudur. Bu anlamda girişimcilik, işletme oluşturmaktan daha fazla bir şeydir. Yeni işletme kurma, girişimciliğin en önemli özelliği olsa bile girişimcilik olgusunu bütünüyle ortaya koymaz. Fırsat arama, risk alma ve yenilik gibi kavramlarda girişimcilik kapsamı içerisinde yer alır (Timmons ve Spinelli, 2004: 47-50).

Aynı zamanda girişimci, piyasa sürecine katkıda bulunan ve piyasayı aktif, canlı, geçişken yapan ve sürekli (çoğu zaman sağlanamasa bile) dengeye doğru yönelterek istikrar tahsis eden bir özelliğe kavuşturur. Keşif, belirsizlik ve risk gibi içerikleri üzerinde toplayarak ekonomik koordinasyonu sağlar ve piyasa dinamizminin temelini oluşturur. Bu dinamizm çerçevesinde bölgesel, ulusal ve uluslararası gelişime önyak olur. İstihdam ve zenginlik yaratma, yenilikler yapma, sosyo-ekonomik ilişkileri geliştirme gibi önemli faaliyetler yürüterek toplumsal faydayı maksimum kılmaya katkıda bulunur. Özetlemek gerekirse, iktisat teorisi tarihi içerisindeki girişimciye atfedilen özellikler Tablo 2'de yansıtılmaktadır.

W. Baumol'un ifadesi ile girişimciler her zaman iyiliği düşünen ve toplumsal refahı arttırmayı hedefleyen bireyler değildir. Toplumdaki diğer bireyler gibi kendi çıkarları yönünde hareket ederler. Amaçları kazanç sağlamak ve toplumda diğerlerine göre daha iyi konumda olmaktır. Girişimsel faaliyetlerin sosyal refahı artırıcı etkisi girişimcilerin karar vermelerinde belirleyici bir faktör değildir. Aksine kar motivasyonu girişimsel davranışı şekillendirmektedir. Nerede kar fırsatları varsa girişimciler o alana yönelmektedir (Aktaran, Oğuz, 2005, s.150). Ama bu durum geleneksel liberal iktisatçıların da ifade ettiği gibi, piyasaya giren her girişimciyi yalnızca kendi çıkarlarına hizmet ederken aynı zamanda "görünmeyen bir el" sayesinde toplumun çıkarlarında gerçekleştirilmesini yönlendirir. Bu aynı zamanda refah maksimizasyonunu da sağlamaktadır. Piyasalar böylece kişisel özgürlüğü, insanların çıkarlarını toplumsal refahın optimizasyonu yönünde maksimize ederler (Pierson, 2006, s.8-9).

Tablo: 2
İktisat Teorisi Tarihi İçerisinde Girişimcinin Rolü

1. Girişimci belirsizlikle ilgili riski üstlenen kişidir. (Cantillon, Thünen, Mill, Hawley, Knight, Mises, Cole, Shakle)	2. Girişimci finansal sermayeyi arz eden kişidir. (Smith, Turgot, Böhm-Bawerk, Pigou, Mises)
3. Girişimci bir yenilikçidir. (Baudeau, Bentham, Thünen, Schmoller, Sombart, Weber, Schumpeter)	4. Girişimci bir karar vericidir. (Cantillon, Menger, Marshall, Wieser, Amasa Walker, Francis Walker, Keynes, Mises, Shakle, Cole, Schultz)
5. Girişimci endüstriyel bir liderdir. (Say, Saint-Simon, Amasa Walker, Francis Walker, Weber, Clark, Davenport, Schumpeter, Coase)	6. Girişimci bir yönetici veya idarecidir. (Say, Mill, Marshall, Menger)
7. Girişimci ekonomik kaynakların düzenleyicisi ve koordinatörüdür. (Say, Walras, Wieser, Schmoller, Weber, Clark, Davenport, Schumpeter, Coase)	8. Girişimci bir işletme sahibidir. (Quesnay, Wieser, Pigou, Hawley)
9. Girişimci üretim faktörlerinin patronudur. (Amasa Walker, Francis Walker, Wieser, Keynes)	10. Girişimci bir müteahhittir. (Bentham)
11. Girişimci bir arbitrajcıdır. (Cantillon, Walras, Kirzner)	12. Girişimci alternatif kullanımlar arasında kaynakların bir tahsisçisidir. (Cantillon, Kirzner, Schultz)

Kaynak: Ripsas, Sven; (1998), "Towards An Interdisciplinary Theory Of Entrepreneurship", *Small Business Economics*, Vol: 10, s. 106.

2. GİRİŞİMCİLİK ÇERÇEVESİNDE KOBİ'LER VE REKABET ŞARTLARI

Girişimcilik; rekabet gücü, istihdam yaratma, pazarda varlığını sürdürerek yarattığı istihdamı sürekli kılma ve nitelikli mal üretimiyle ekonomik gelişmeye katkıda bulunma becerisini gerektirmektedir. Bununla birlikte, rekabet artışı ile verimlilik artışı, birbirini etkileyen bir döngü yaratmakta; rekabet nedeniyle işletmeler, tüketicinin istemine yanıt verecek daha nitelikli mal üretimi için işgücünün ve üretimin verimliliğini artırırken, verimlilik artışı, pazarda rekabetin daha fazla ivme kazanmasına etki etmektedir. Bu süreç, daha nitelikli, ucuz ve çeşitli mal üretimi ile tüketiciye fayda sağlamakta ve ekonomide canlılığı korumaktadır. Temel hedefi ekonomik üretim sürecine girmek ve bu süreçte varlığını sürdürerek kâr elde etmek ve ekonomideki etkinliğiyle birlikte toplumda etkin bir rol üstlenmek olan girişimci, pazara girme konusundaki kararlılığı ile rekabet gücü - verimlilik artışı

döngüsü içinde önemli bir ateşleyici olmaktadır (Etemad, 2004). Başka bir deyişle; pazara giren her girişimci, gerek öteki işletmelerle aynı malı üreterek pazara yönelik arzı artırması ve fiyatları düşürmesi, gerekse öteki işletmelerden farklı olarak yeni bir mal üretimiyle tüketici istemini kendi malına çekmesi nedeniyle, rekabeti yoğunlaştırmakta; bu ortamda yok olmak istemeyen işletmeler, yeni girişimlerde bulunarak, yenilikçi faaliyetlere yönelmekte ve verimlilik artışı sağlamaktadırlar (Tanrısever, 2004, s.12; Etemad, 2004).

Her geçen gün artan uluslararası ekonomik ilişkiler, bir ülkedeki küçük bir girişimin bile, rekabet gücünün ve değişen pazar koşullarına uyum yeteneğinin olması durumunda, dünyanın öteki ucunda kendine yatırım ortağı ya da pazar bulmasına olanak yaratırken, girişimciyi aynı koşullarla üretim yapan yerel işletmeler yanında, üçüncü dünya ülke işletmeleri ile de rekabet etme durumunda bırakmaktadır. Bununla birlikte, böylesi değişken ekonomik koşullar karşısında, küçük yapılanmaları ve esnek yapıları ile değişime kolaylıkla uyum sağlayabilen KOBİ'ler, girişimciliğin artırılmasında ve desteklenmesinde, temel uygulama aracı olarak ön plana çıkmaktadır (Burns, 2006, Tanrısever, 2004, s.12-13).

2.1. KOBİ'lerin Tanımı ve Genel Özellikleri

Daha çok emeğe dayalı olarak çalışan, hızlı karar verme yeteneğine sahip, düşük düzeyde yönetim giderleri olan ve çoğu zaman düşük fiyatlı üretim gerçekleştiren aynı zamanda bağımsız bir yönetime sahip, bulunduğu pazarı (ne fiyat ne de arz miktarı açısından) hakimiyeti altına alamayan lokal teşebbüsler (Burns, 2006: 14-16) olarak bilinen bu firmaların neredeyse tüm ülkelerde oldukça etkin olmalarına karşın bugün dünya literatüründe üzerinde görüş birliği sağlanmış bir tanımı bulunmamaktadır. Kullanılan tanımlar ülkeler arasında, ekonomik gelişme aşamasına, ülkenin büyüklüğüne ve yürürlükteki sosyal koşullara bağlı olarak değişmektedir. KOBİ'leri tanımlamada; çalışan sayısı, yatırım sermayesi, varlıklar, satış hacmi ve üretim kapasitesi gibi kriterler kullanılmakla birlikte, en yaygın kullanılanı istihdamdır. Bu noktada KOBİ terimi genellikle belirli bir sayıya kadar işçi çalıştıran ya da belirli bir yıllık kazancı olan şirketleri ifade etmek için kullanılmaktadır (Kuwayama, 2001, s.11-12).

Bu tanım çerçevesinde KOBİ'lere ilişkin ekonomi literatüründe çok çeşitli ölçütlere dayanan (nitel veya nicel) teknik kriterler mevcuttur. Ancak belki de en çok tercih edileni AB komisyonu tarafından kullanılan tanımlamadır. Bu tanımlama temel olarak işletmelerde istihdam edilen işçi sayısı ve yıllık satış cirosuna dayanmaktadır. Bu kriterler çerçevesinde KOBİ'ler mikro, küçük ve

orta ölçekli olmak üzere 3 sınıfa ayrılmaktadır. Nicel olarak geliştirilen bu yaklaşıma göre; yıllık satış cirosu 50 milyon Euro'dan az ve 250'nin altında işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli, cirosu 10 milyon Euro'dan az ve 50'nin altında işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli ve cirosu 2 milyon Euro'dan az ve 10 kişinin altında işçi çalıştıran işletmeler mikro ölçekli olarak tanımlanmış ve bu kriterler Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo: 3
1 Ocak 2005 Tarihinden İtibaren Geçerli AB KOBİ Tanımlaması

İşletme Kategorisi	İşçi Sayısı	Satış Cirosu	Bilanço Değeri
ORTA	< 250	≤50 Milyon Euro (1996'da: 40 mil.)	≤50 Milyon Euro (1996'da: 27 mil.)
KÜÇÜK	< 50	≤10 Milyon Euro (1996'da: 2 mil.)	≤10 Milyon Euro (1996'da: 5 mil.)
MİKRO	< 10	≤ 2 Milyon Euro (1996'da tanımsız)	≤2 Milyon Euro (1996'da tanımsız)

Kaynak: EU Commission Recomm., Reference:IP/03/652 Brussels, 8 May 2003, <http://europa.eu>.

İktisatçıların mesleki tarihleri boyunca dikkate değer anlamda çok fazla zaman ayırmadığı çalışmalardan biri olan KOBİ'lerde değişim, son 30-40 yıllık dönemde başlamıştır. 1970'li yıllarda yaşanan kriz beklenmedik bir biçimde Küçük ve Orta Ölçekli girişimleri yeniden literatüre sokmuş ve açıkça bilinmemesine rağmen ekonomik büyümede sağladığı önemli rol önemli bulunmuştur. Özellikle 1970'li yılların başlarındaki kriz, gelişmiş ülkelerdeki önemli şirket ve endüstrilerdeki üreticileri zor duruma sokmuş ve bu dönemde KOBİ'ler onlara göre daha iyi sonuçlar almışlardır. Bu durum özellikle 1982-1992 yılları arasında bu teşebbüslerin hızla gelişmesine ve özellikle ABD ekonomisi içinde önemli bir paya sahip olmasına neden olmuştur (Acs, 1999, s.5-13). Bu gelişmelerin bir benzeri Almanya ve İtalya gibi ülkelerde de görülmeye başlamış hem üretim hem de hizmet alanlarında neredeyse tüm Avrupa ülkelerinde bu yeni işletmeler güçlenmiştir (Keeble ve Wever, 1986). Özellikle son yıllarda neredeyse tüm gelişmiş ve azgelişmiş ülkelerde hızla gelişerek, sağlıklı bir ekonominin en dinamik unsurları haline gelmişlerdir (Hillary, 2000, s.11). Bu teşebbüslerin bu kadar hızlı bir biçimde gelişerek, ekonomik anlamda kalkınmalarını sağlayan faktörler şu şekilde sıralanabilir (Storey, 1988, s.145);

- Teknik değişimler
- Hizmet sektörünün büyümesi ve artan talebin karşılanması gerekliliği

- Üçüncü dünyadaki rekabetin artması
- Dünyadaki talep büyümesinin yavaşlaması ve enerji fiyatlarındaki artış
- Politik faktörler, girişimcilik kültürünün yükselmesi, anti-devletçi yaklaşım
- Zevklerdeki değişimler ve moda faktörü

Bu noktada, KOBİ'lerin genel karakteristik özellikleri Tablo 4'de gösterildiği gibi ifade edilebilir.

Tablo 4:
Mikro - Küçük ve Orta Ölçekteki İşletmelerin Karakteristik Özellikleri

Karakteristik	Mikro	Küçük	Orta
Vergi Mükellefleri	Çok sayıda	Bir hayli çok	Orta ölçekte
Mükellef Tipi	Bireysel; aileye ait işletme	Aileye ait iş ve bazı işçiler; serbest meslek	Tüzel kişilik ve çeşitli işçiler; ortaklık
Mülkiyet Yapısı	Girişimci, İşçi(ler) (Yöneticidir)	Girişimci (ler) (Genellikle yöneticidir)	Girişimciler (Sıklıkla yönetici değildir)
Ticaret Tipi	Çoğunlukla nakit Gayri-resmiyet yüksek	Nakit-Banka Gayri-resmiyet az	Banka Çoğunlukla yasal
İşletmenin Yeri	Çoğunlukla sabit değil	Sabit (geçici olabilir)	Sabit
İşletme Yönetimi	Profesyonel değil	Bazen profesyonel destek alınır	Sürekli profesyonel danışman
Muhasebe Ölçütleri	Hiç ya da az kayıt	Sınırlı kayıt	Yeterince iyi kayıt ve arşivleme
Piyasaya Ulaşım	Lokal	Lokal; Bölgesel	Ulusal; Uluslar arası
İşletmenin Ömrü	Çok dinamik; Hızlı oluşum ve Dağılıma	Dinamik; İş riski var (Büyür ya da küçük kalır)	Oldukça istikrarlı; Dayanıklı iş aktivitesi

Kaynak: IMF Staff, (2007), *Taxation of Small and Medium Enterprise*, International Tax Dialogue Conference, Buenos Aires, www.itdweb.org.

2.2. KOBİ'lerin Ekonomiye Katkıları

Küçük olmaları ve yönetimde hızlı mobilite sağlamaları nedeniyle pazara ve yeniliklere uyum sağlamada oldukça esnek bir yapıya sahip olan KOBİ'ler ülke ekonomisinde oluşan değişikliklere kolay uyum sağlarlar. Böylece ekonomide ve sosyal yaşamda istikrar unsuru olarak istihdama katkı sağlayıp, sanayi ve kalkınmada önemli

rol oynarlar. Kalkınma politikaları açısından bakıldığında özellikle Asya-pasifik ülkeleri, Japonya, İngiltere, Kanada, Yeni Zelanda, Singapur, Tayvan, Güney Kore, Tayland, ABD, Malezya, Filipinler, Çin, Pakistan ve Hindistan gibi yerlerde, diğer ülkelere göre bunun etkileri daha açık görünmektedir. Ayrıca bu işletmeler esnek yapılarının sayesinde, büyük üstünlüğe sahiptirler. Bu açıdan değişik yönlerden ekonomilere stratejik önemde katkıda bulunurlar (Abdallah ve Bakar, 2000, s.2-6). Bu katkılar şöyle ifade edilebilir (Alpugan, 1995, s.64).

• Küçük işletmeler gelir yelpazesinin içinde dengeyi sağlamaktadırlar. Bu denge yalnız sosyal yönden değil, aynı zamanda ekonomik açıdan da önem taşımaktadır.

• Küçük işletmeler yeni fikirlerin ve buluşların kaynağı olup, endüstride gereken esnekliğin sağlanmasına katkıda bulunurlar.

• Çabuk karar verme olanaklarına sahip oldukları gibi, daha az yönetim ve işletme giderleri ile çalıştırıldıklarından bu konuda çabuk ve ucuz üretim işlevinde bulunurlar.

• Küçük işletmeler, kişisel inisiyatiflerin ortaya çıkmasında büyük rol oynadıkları gibi, istihdam ve eğitimde büyük paya sahiptirler. Birçok kalifiye eleman teknik eğitimlerini önce bu işletmelerde yapar.

• Üretim ve sanayileşmeyi ülke düzeyine yaymada bu tür işletmeler araç olarak kullanılabilirler.

• Uzun dönemli olarak bakıldığında büyük endüstri işletmelerine girdi ve ara malı üretirler.

• Sosyal ve politik bakımdan kullanılmayan işgücü, hammadde, finansman kaynaklarının daha küçük yatırımlarla işletilmesi olanaklarını sağlayarak yaşam düzeyinin yükseltilmesinde etkili olurlar.

• Küçük birikimlerinin doğrudan yatırımlara yansıtılmasında yararlı işlevler sağlarlar.

• Bu tür işletmelerde işçi-işveren ilişkilerinin daha yakın ve olumlu bir ortam içinde geliştiği gözlemlenmektedir. Bu durum, bu kesimdeki sosyal patlamaların ortaya çıkmasını önleyici niteliktedir.

• Savaş ekonomisinde büyük endüstrilerin zedelenmesi durumunda, küçük işletmeler yararlı bir işlevi yerine getirirler. Bu tür işletmeler küçük çapta da olsa, üretime devam ederek belirli bir gereksinmeyi karşılayabilirler.

Bu ve benzeri nitelikleri nedeniyle bahsedildiği üzere hızla gelişen KOBİ'ler birçok ülke açısından bakıldığında ekonomik alanda büyük oranda etkili olmuşlar ve ulusal ekonomiler içinde önemli yer edinmişlerdir. Tablo 5'de konunun detaylarına ilişkin veriler sunulmuştur.²

Tablo 5'de görüldüğü gibi KOBİ'lerin bir ülke ekonomisine potansiyel katkısı; o ülkedeki tüm işletmeler içindeki yeri, toplam istihdam içerisindeki payı, toplam yatırımlar içerisindeki yeri, katma değer içerisindeki yeri, toplam ihracat içerisindeki payı ve toplam kredilerden aldıkları pay şeklinde olabilmektedir. Özellikle Türkiye'deki KOBİ'lerin tüm işletmeler içerisindeki payı %99,5, toplam istihdamdaki payı %61,1, toplam yatırımlar içerisindeki payı %56,5, katma değer içindeki yeri %37,7, toplam ihracattaki payı %8,0 ve toplam kredilerden aldıkları pay %4,0'dır.

Tablo: 5
Seçilmiş Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ'ler (2004)

Ülke Adı	KOBİ'lerin Tüm İşletmeler İçindeki Yeri (%)	Toplam İstihdam İçindeki Yeri (%)	Toplam Yatırımlar İçindeki Yeri (%)	Katma Değer İçindeki Yeri (%)	Toplam İhracat İçindeki Payı (%)	Toplam Kredilerden Aldıkları Pay (%)
A.B.D.	97.2	50.4	38.0	36.2	32.0	42.7
Almanya	99.8	64.0	44.0	49.0	31.1	35
Japonya	99.4	81.4	40.0	52.0	38.0	50.0
İngiltere	96.0	36.0	29.5	25.1	22.2	27.2
Hindistan	98.6	63.2	27.8	50.0	40.0	15.3
G.Kore	97.8	61.9	35.7	34.5	20.2	46.8
Türkiye	99.5	61.1	56.5	37.7	8.0	4.0

Kaynak: Beytullah Yılmaz; (2004), "Küçük Ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Toplumda Üstlendikleri Roller Bakımından Analizi". *Dış Ticaret Dergisi*, Yıl:9, Sayı: 30, s.144.

2.3. KOBİ'lerin Rekabet Koşullarını Etkileyen Faktörler

KOBİ'ler için rekabetçi piyasada başarılı olmasının en önemli unsurları olarak; piyasa etkisi, konumu, sahibinin kişisel özellikleri, yenilikçiliği, esnekliği ve bağımsız olarak davranabilmesi gibi kıstaslar gösterilmekle birlikte (Levy ve Powell, 2005, s.33) temel olarak bu teşebbüsleri piyasa içerisinde cazip kılan en önemli faktör "düşük

² Bu veriler 2010 yılı için revize edildiğinde de çok fazla bir değişiklik arz etmemektedir. Detayları için *EIB Information Bulletin - 2010* verilerinin derlendiği açıklayıcı bir KOBİ çalışması için bkz. (Bayülken ve Kütük, 2012: 9-18).

fiyatlı” ürünleridir. Birinci planda onlar mümkün olan en düşük maliyetle üretebildikleri için, ürün veya hizmet anlamında en düşük fiyatı verebilecek konumdadırlar. Bu nedenle uzun dönemde düşük fiyat politikası onlar için en büyük avantajdır (Stokes ve Wilson, 2006, s.127).

Ancak bu avantajları yanında, küçük ölçekli üretim gerçekleştirmeleri nedeniyle rekabet şartları açısından bir takım olumsuzlukları da bünyelerinde barındırırlar. Bu olumsuzluklar onların gelişen ekonomiler içerisinde bilhassa büyük ölçekli işletmeler karşısında rekabet edebilirliğini oldukça zorlaştırmaktadır. Bu zorluklar neticesinde istenilen seviyede girişimsel başarılar elde edilememekte, birçoğu ekonomik süreç içerisinde ciddi sıkıntılar çekmektedirler.

Bu teşebbüslerin temel sorunları birkaç noktada değerlendirilebilir. Genellikle bu problemler diğer ülkeler açısından da değerlendirildiğinde pek fazla farklılık arz etmemektedir. Bu problemler nedeniyle, KOBİ’lerin toplam kapasiteleri oldukça kısıtlanmış olur. Örneğin, bazı KOBİ’ler hala geleneksel tipte, ailesel çevre tarafından organize edilmiş, geleneksel ve eski bir teknoloji ile üretim yapan, ucuz ve düşük kalitede ürüne sahip ve kısıtlı piyasalara çalışır durumdadırlar. Bunların çoğu üretim sisteminin modernizasyonuna ilişkin teşebbüs problemleri nedeniyle, hızla gelişen global ekonomi içerisinde çok sayıda problemle karşılaşmaktadırlar. Ayrıca tümünde, ortak tecrübe edilmiş en büyük problemler birbirine oldukça benzer biçimde görülmektedir. Bunları şöyle özetleyebiliriz (Abdallah ve Bakar, 2000, s.6-10; Stokes ve Wilson, 2006, s.127);

- Kredi olanaklarına erişebilme konusunda yetersizlik
- Güçsüz yönetim ve danışmanlık problemi
- Teknolojik yetersizlikler
- Kalifiye işçi yetersizlikleri
- Piyasalara ve ihracata girme konusunda ki yetersizlikler
- Uygun konum ve yerleşime ilişkin problemler
- Büyük endüstrilerle bağlantı yetersizlikleri

Bu itibarla KOBİ’lerin rekabet koşullarını etkileyen ve birbirleriyle ilişkili olan potansiyel faktörleri genel olarak rekabet stratejisi, profesyonel yönetim anlayışı, stratejik işbirlikleri, kümeleşme ve kamu politikaları çerçevesinde sınırlayabiliriz.

Rekabet Stratejisi

KOBİ'lerin problemlerini giderebilmesi ve ekonomiye istenilen dinamizmi kazandırabilmesi için rasyonel bir şekilde büyümeleri gerekir. Bu anlamda küçük işletmelerin büyüebilme yolunda bir "rekabet stratejilerinin" olması gerekmektedir. Porter'a (2000, s.7-43) göre "bir sektörde rekabet avantajı sağlayabilmek ve başarılı bir konum elde etmek" için işletmenin; sektöre yeni girecek firmalar, sektördeki mevcut rakipler, ikame ürünler, alıcılar ve tedarikçilerden oluşan beş rekabet gücü ile başa çıkabilmesi gerekir. Bu bağlamda Porter (2003)'in jeneri stratejilerden olan maliyet liderliği, farklılaşma ve odaklanma stratejileri tercih edilebilir. Ya da Mintzberg'in rekabet avantajı sağlayan farklılaşma stratejilerinden fiyat farklılaşma, imaj farklılaşma, destek farklılaşma, kalite farklılaşma, tasarım farklılaşma ve farklılaşmama stratejileri tercih edilebilir. Bir örnek olarak Yıldız (2011, s.160)'ın Kars ilindeki kaşar işletmelerinin rekabet stratejileri üzerine yapmış olduğu çalışmada kalite farklılaşma stratejisi ilk sırada yeralan ve rekabet avantajı sağlayan bir strateji olarak ortaya çıkmıştır.

Profesyonel Yönetim Anlayışı

Geleneksel yönetim anlayışının ön planda olduğu KOBİ'lerde patron yöneticilerce yerine getirilen yönetim işlevleri sözkonusu olduğundan dolayı profesyonellikten ve kurumsallaşmadan uzak ailesel bir yapılanma sözkonusudur. Özellikle rekabet avantajı sağlayabilmek için yeterli düzeyde eğitim ve danışmanlık hizmeti ile ulusal ve uluslararası piyasalar hakkında bilgi sahibi olan, ekip çalışması ile yeni projelere imza atabilen bir yönetim anlayışı gerekmektedir. Başarılı bir işletme gelişimi için Drucker'ın teşebbüslere "yönetimsel" anlamda önerdiği bazı fikirler öne çıkarılabilir. Bunlar (Stokes ve Wilson, 2006, s.143):

- Piyasa üzerinde odaklanmak
- Finansal öngöründe bulunmak, özellikle büyümenin ilerlemesi için nakit akışının planlanması
- Başarılı bir yönetim takımı oluşturmak
- Teşebbüsün kuruluş misyonunu dikkatli tanımlamaktır.

Stratejik İşbirlikleri

İşbölümü ve uzmanlaşmanın önem kazanması ile birlikte içsel (yönetim) temelli, yani işletme bazındaki yaklaşımlar rekabet avantajı yaratmak için yeterli bir çerçeve ifade etmeyebilmektedir. Özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak işletmeler arasındaki

etkileşim ve dayanışma gittikçe artmakta ve bu durum var olan rekabet politikalarına yeni bir ivme kazandırmaktadır. Bu itibarla dünyadaki rekabet sisteminde köklü bir değişime yol açmakta ve böylece rekabette üstünlük sağlamak için yeni ve kapsamlı işbirliği sistemleri benimsenmektedir (Porter, 2000, s.345). Bilgi çağında rekabet kavramı, tasarımdan üretime, tedarikten kullanıma kadar, işletme fonksiyonlarında bilginin rekabet amaçlı ortak kullanımı anlamına gelmiştir (Pollalis, 2003, s.469-470).

Kümeleşme

Günümüzde firmalar girdilerini üreten ve çıktılarını kullanan veya satan firmalarla kurduğu piyasa dışı veya piyasa ötesi ilişkileri genişletmiştir. Dikey işbirliği adı verilen bu yöntemde; girdi emniyetini veya pazar emniyetini sağlama, alışveriş maliyetlerini düşürme, maddi olmayan aktifleri koruma, malın kullanıcılara sağladığı net faydaları artırma, bu konularda rakiplerine göre ayrıcalıklı bir durum elde etme amaçları ile bir birliklilik oluşmaktadır. Bu anlamda göze çarpan en önemli dikey işbirliği faaliyeti, tanımlaması daha Alfred Marshall'a kadar uzanan, “(belli bir coğrafyada bulunan) endüstriyel bölgelerdeki lokal dışsal ekonomileri” ifade eden kümeleşme faaliyetleridir. Coğrafi yerleşme, işletmelere ekonomik yararlar sağlamakta ve bu yararlar sebebi ile ortaya çıkan yapı “küme ekonomileri” (cluster economies) olarak adlandırılmaktadır³. Endüstriyel bölgeyi oluşturan etmenler şu şekilde ifade edilebilir (Porter, 1998, s.206; Schmitz, 1999, s.1630).

- Çoğunlukla küçük ve orta ölçekli firmaların bir kümesinin sektörel ve coğrafi olarak yoğunlaşması
- İşletme düzeyinde dikey uzmanlaşmanın gerçekleşmesi
- Ekonomik birimler arasında ileri ve geri bağlantılar ağının varlığı
- Üretimde coğrafi uzmanlaşma ve işletmelerin uzmanlaşmayı geliştirmesi
- Bilginin kısa zamanda dolaşımını sağlayan işlevsel bir ağın varlığı
- İşletmeler arasında fiyat ve ücretlere dayalı rekabetten ürün ve üretim süreçlerindeki yeniliklerle sürdürülen

³ Çalışmanın içeriği nedeniyle yeterince ayrıntı verilemeyen bölgesel küme oluşumlarını, İtalyan ayakkabı-moda kümesi ile Kaliforniya'da ki şarap kümesinin çalışma modelini şekil yardımıyla detaylı bir biçimde açıklayan yararlı bir çalışma için Bkz. (Porter, 1998, s.199-206). Yine özellikle kümeleşmenin en kayda değer bulunduğu İtalya'da ki oluşumların detaylı bir analizi için Bkz. (Sforzi, 1989, s.153-165).

dayanışmacı rekabete geçebilecek bir kurumsal yapının oluşturulması

- Nitelikli ve uzman işgücü
- Ekonomik birimlerde karşılıklı güveni sağlamlaştıran bir sosyo-kültürel arka planın varlığı
- Kümeleşmeyi destekleyici kamusal ve özel yerel kurumların varlığı

Endüstriyel bölgede yer alan firmalar sürekli değişen piyasaların ihtiyaçlarına uyan geniş bir ürün yelpazesi üretebilme olanaklarına kavuşacaklardır. Üstelik endüstriyel bölgede yer alan firmaların üretim sürecinde, yenilik yaratmada ve pazarlamada işbirliği yapımlarıyla yalnızca firma düzeyinde değil, firmalar arasında da esnek uzmanlaşmanın koşulları yaratılmış olacaktır (Aslanoğlu, 1997, s.186). Krugman'a (1999) göre ise ekonomik etkinliklerin lokal bölgeler de dağılımı, pratikte oldukça önemli olan, merkezci (centripetal) kuvvetleri, diğer bir taraftan da merkezkaç (centrifugal) kuvvetleri içinde barındırır. Bu aynı zamanda endüstriyel bölgelerdeki avantaj ve dezavantajları göstermesi açısından ilginçtir. Bu durum Tablo 6'de iki farklı kolon içerisinde gösterilmektedir;

Tablo: 6
Coğrafi Yoğunlaşmayı Etkileyen Kuvvetler

Merkezci Kuvvetler	Merkezkaç Kuvvetler
- Piyasa Ölçeği Etkisi (Bağlantılar)	- Hareketsiz Üretim Faktörleri
- Yoğun İşgücü Piyasası	- Arazi Rantları
- Saf Dışsal Ekonomiler	- Saf Negatif Dışsal Ekonomiler

Kaynak: Paul Krugman; (1999), "The Role of Geography in Development" *Annual World Bank Conference on Development Economies-1998*, IBRD, The World Bank.

Burada bahsedilen merkezci kuvvetler aslında klasik Marshall'cı dışsal ekonomilerin kaynaklarıdır. Pazarın büyüklüğü bir yandan "geriye doğru bağlantı" etkileri yaratır. Çünkü ölçek ekonomilerinin geçerli olduğu üretim süreçlerinde pazara yakınlık, yer seçiminde etkin bir ölçüttür. Bununla beraber pazarın büyüklüğü "ileri doğru bağlantı" etkisi yaratacaktır. Böylece ara malları sektörünün gelişmesini destekleyerek, bunları girdi olarak kullanan nihai malların maliyetlerinin azalmasına neden olur. Endüstriyel yoğunlaşma ve kümelenme aynı zamanda işgücü piyasasının yoğunlaşmasına ve derinleşmesine yol açar. Bu durum uzmanlaşmış işgücünün yer aldığı yerlerde hem araştırma hem de iş bulma sürelerini kısaltarak büyük oranlı tasarrufların sağlanmasına yol açar. Bu bölgeler aynı zamanda

büyük bir bilgi yayılması sağlayarak, büyüme açısından saf dışsal ekonomilerin sağlanmasında etkili olurlar (Krugman, 1999).

Ancak endüstriyel bölgeler sadece KOBİ'lerin içerisinde bulunduğu bir alanı ifade etmez. Buna karşılık son dönemde, özellikle Porter'ın *The Competitive Advantage of Nations* (1990) adlı çalışması ile birlikte küçük ölçekli işletmelerin içinde bulunduğu bir özellik olarak tanımlanır olmuştur. KOBİ'lere dayalı gelişmenin ortaya çıktığı özellikle üçüncü İtalya olarak literatüre giren bölgeler gibi ekonomik gelişme açısından başarı gösteren yerler, endüstriyel bölgeler yaklaşımına olan ilgiyi arttırmıştır. Sözü edilen bölgeler, geleneksel üretime dayalı girişimcilik, girişimciler arasında yoğun ilişkiler, bölgesel yapıya uygun ekonomik çözümler açısından başarılı gelişmeler sağlamışlardır (Ferri ve White, 1999, s.99-100). Bu anlamda bölgesel kümeleşmelerin KOBİ'lerin günümüzde rekabet edebilirliklerini etkileyen en önemli "dışsal" faktörlerden birisi olduğunu ifade etmek yanlış olmayacaktır.⁴

Bölgesel kalkınma projelerinin en yaygın şekli olan kümelenme ile ilgili olarak Porter'ın Elmas modeli (Porter, 2003) çalışması vardır. Buna göre sektörlerin rekabet gücünün belirleyicileri 6 ana faktörde toplanmıştır. Bunlar: Girdi koşulları, Talep koşulları, İlgili ve destekleyici aktörler, Firma stratejisi, yapı ve rekabet, Devlet ve Şans faktörleridir.

Kamu Politikaları

KOBİ'lerin rekabet şartlarını direkt ya da indirekt olarak etkileyen bir diğer faktör ise kamu politikalarıdır. Bu politikalar neredeyse tüm ulusal ekonomilerde hükümetlerce sıklıkla başvuru bir durumu ifade eder duruma gelmiştir. Hatta birçok ülkede sadece bu teşebbüslere yönelik çalışmalar yürüten kurumlar (Türkiye'de KOSGEB ve Kalkınma Ajansları örnekleri gibi) oluşturulmuştur. Bu politika uygulamaları dünyada farklı işlemekle birlikte genel anlamda ele alındığında (iktisat politikaları açısından) altı anahtar alanda yoğunlaştığı ifade edilebilmektedir. Bunlar şöyle özetlenebilir (Reinecke ve White, 2003, s.75).

- Spesifik olarak küçük işletmeleri güçlendirme politikaları
- İş hukuku ve regülasyonlar
- Vergi politikaları
- İşgücü politikaları
- Ticari politikalar
- Finans ve kredi politikaları

⁴ KOBİ'lerin artan global rekabet ile mücadele edebilmeleri için detaylandırılmış strateji ve politika önerilerinin yapıldığı yararlı bir çalışma için Bkz. (OECD, 1997a: 29-132)

Bu politikalar çerçevesinde KOBİ'lere destek niteliğinde teknik açıdan uygulamaya yönelik faaliyetler yürütölmektedir. Özellikle mikro ve küçük ölçekli işletmelerin ülke mevzuatlarına hâkim olmaması nedeniyle yararlanamadığı ya da kısmen yararlanabildiğı bu uygulamalar hususunda (dünyada) hemen hemen benzeri özellikler gözlemlenmektedir.⁵ Bu konudaki "AB destekleme programları", bu uygulamaları göstermesi açısından başarılı bir örnek olarak kabul edilebilir. Bu programları şöyle sıralayabilmek mümkündür (Çetin, 2000, s.9-10);

- Finansman programları
- Pazara erişim programları
- Eğitim ve danışmanlık programları
- Çevre programı
- İşletmeler arası sınır ötesi işbirliği programları
- KOBİ bilgilendirme programı
- Bölgesel politikalara yönelik teşvik programları
- KOBİ'lerde insan kaynaklarının geliştirilmesine yönelik programlar
- KOBİ bilgilendirme programı
- Teknolojiye erişim, teknoloji transferi ve teknoloji geliştirme programları.

Bu iş-kamu koordinasyonu ve iktisat politikaları hedefine ulaşabildiğı takdirde, KOBİ'ler açısından işletme finansmanını kuvvetlendirme, nitelikli işgücü istihdam etme, dış ticari bağlantılar kurma, teknolojiyi yenileme ve özellikle bu teşebbüsler için ciddi bir finansal risk olan yeni ürün geliştirme gibi faaliyetler açısından oldukça önemli ve doğrudan rekabet şartlarını artıracı bir etkide bulunacaktır.

SONUÇ

Girişimcilik, uygulamada olmayan bir şeyi ortaya çıkarma, bir vizyon yaratma ve oluşturma kabiliyeti olması nedeniyle, yaratıcılık yoluyla risk alma istekliliğini artırıp, başarısızlık olasılığını azaltmak için mümkün olan her şeyi yapmayı, mümkünse bir girişim başlatmayı içermektedir. Aynı zamanda girişimcilik; rekabet gücünü artırma, istihdam yaratma, pazarda varlığını sürdürme yoluyla nitelikli mal me hizmet üreterek iktisadi kalkınmaya katkıda bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, yenilikçi ve esnek yapıları ile değişime kolaylıkla uyum

⁵ Özellikle AB ile ABD ve Latin Amerika ve Uzakdoğı ülkelerinden örnek devlet politikaları konusunda ayrıntılı bir analiz için Bkz. (OECD 1997b)

sağlayabilen KOBİ'ler, girişimciliğin artırılmasında ve desteklenmesinde, temel bir uygulama aracı olmaktadır. KOBİ'ler günümüzde ekonomik büyüme ve kalkınmanın temel sürücüleri, ateşleyici gücü ve yapı taşları konumuna gelmişlerdir.

Bu bağlamda KOBİ'lerin ülke ekonomilerine katkılarını ve rekabet koşullarını etkileyen potansiyel faktörleri ortaya çıkarmak önem arz etmektedir. Buna göre KOBİ'lerin; ülke ekonomilerine etkileri bazı kriterler yoluyla daha gerçekçi bir biçimde açıklanabilir. Bu kriterler, tüm işletmeler içerisindeki, istihdamdaki, yatırımdaki, katma değerdeki, ihracattaki ve kredilerdeki payı gibi kriterler olabilir. Örneğin, ABD, Almanya, Japonya, İngiltere, Hindistan, G.Kore ve Türkiye gibi ülkelerde KOBİ'lerin *tüm işletmeler* içerisindeki payının %96-99 arasında olduğu gözlenmiştir. Özellikle Almanya'da bu oran %99,8 iken Türkiye'de %99,5'dir. Yine bu ülkeler örneği dikkate alındığında KOBİ'lerin *toplam istihdam* içerisindeki yeri %50-81 arasındadır. Özellikle Japonya'da bu oran %81,4 iken Türkiye'de %61,1'dir. Yine KOBİ'lerin *toplam yatırımlar* içerisindeki yerine bakıldığında Türkiye'de bu oran %56,5'dir. Özellikle Türkiye'deki KOBİ'lerin *toplam ihracattaki* yeri ve *toplam kredilerden* aldıkları paylar oldukça düşüktür. Örneğin Hindistan'daki KOBİ'lerin ihracattaki payı %40 iken Türkiye'de bu oran %8 civarlarındadır. Yine Japonya'daki KOBİ'lerin toplam kredilerden aldıkları pay %50 iken Türkiye'de bu oran %4 gibi çok düşük bir orandadır (Beytullah, 2004; Bayülken ve Kütük, 2012). Dolayısıyla ülkemizdeki KOBİ'leri ihracata yönlendirecek ve kredilerden aldıkları payları yükseltmeyi sağlayacak potansiyel faktörler tartışılmalıdır.

KOBİ'lerin rekabet koşullarını arttıran ve etkileyen bu potansiyel faktörler; rekabet stratejisi, profesyonel yönetim anlayışı, işbirlikleri, küme ekonomisi ve kamu politikaları olabilmektedir. Özellikle KOBİ'lerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayacak bir *stratejisi* olmalıdır. Bu strateji her bir KOBİ için farklı olabilmektedir. Özellikle belirli bir sektörde rekabet avantajı sağlayabilmek ve başarılı bir konum elde etmek için KOBİ'lerin sektöre yeni girecek firmalar, sektördeki mevcut rakipler, ikame ürünler, alıcılar ve tedarikçilerden oluşan beş rekabet gücü ile başa çıkabilmesi gerekir. Yine geleneksel ailesel yönetim biçimi yerine profesyonel yöneticilerin danışmanlık yaptığı bir *yönetim* yapısı oluşturulmalıdır. Ayrıca ürünün tedarik aşamasından satış sonrası hizmet aşamasına kadarki her bir süreçte katma değer yaratan işletmelerle *işbirlikleri* sağlanmalıdır. Yine endüstriyel bölgelerin oluşturularak dışsal ekonomik yarar sağlayacak *küme* ekonomilerinden faydalanılmalıdır. Son olarak da ülkelerdeki *kamu politikalarının* etkinleştirilmesi yoluyla KOBİ'ler için rekabet avantajı sağlanacaktır.

KAYNAKÇA

- ABDALLAH, M. A. and Bakar, M. İ. (Ed.) (2000), *Small and Medium Enterprises in Asian Pacific Countries: V. 1: Roles and Issues*, Nova Biomedical, Malaysia.
- ACS, Z. J, Carlsson, B. and Karlsson, C. (1999), "The Linkages Among Entrepreneurship, SMEs and the Macroeconomy", (Ed. Zoltan J Acs, Bo Carlsson, Charlie Karlsson), *Entrepreneurship Small & Medium-Sized Enterprises and the Macroeconomy*, Cambridge University Press, Cambridge, pp.3-45
- ALPUGAN, O., Demir, M., Hulusi, M. ve Üner, N. (1995), *İşletme Ekonomisi ve Yönetimi*, 4 Baskı, Beta Basım Yayın, İstanbul.
- ASLANOĞLU, M. (1997), "Esnek Uzmanlaşma Yaklaşımı Açısından Denizli Havlu Dokuma Sanayinin Analizi", *21. Yüzyıla Doğru Denizli Sanayii Sempozyumu 17-18-19 Ekim 1997*, TMMOB Makina Mühendisleri Odası, ss.185-190.
- BAYÜLKEN, Y, ve Kütükoğlu, C. (2012), *Küçük Ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri (Kobi'ler)*, 4. Baskı, TMMOB Makina Mühendisleri Odası Yayın No: MMO/583, Ankara.
- BURNS, P. (2006), *Small Business and Entrepreneurship*, 2nd Edition, Plagrave Macmillan, London.
- ÇETİN, M. (2000), "Avrupa Birliği'nde KOBİ'lere Yönelik Teknoloji Politikaları", *Dış Ticaret Dergisi*, Yıl.5, Sayı.19, ss.1-15.
- ERDEM, F. (2001), "Girişimcilerde Risk Alma Eğilimleri ve Belirsizliğe Tolerans İlişisine Kültürel Bir Yaklaşım", *Akdeniz Ün. İİBF Dergisi*, Sayı: 2, ss.43-61.
- ETEMAD, H. (2004), "International Entrepreneurship as a Dynamic Adaptive System: Towards a Grounded Theory", *Journal of International Entrepreneurship*, Vol: 2 (1-2), pp.5-59
- EU Commission Recomm., Reference:IP/03/652 Brussels, 8 May 2003, <http://europa.eu>
- FERRI, M. and White, T. J. (1999), "Regionalism, Cooperation and Economic Prosperity: Effective Autonomy in Emilia-Romagna", *Mediterranean Quarterly*, Volume: 10, No:3, pp.89-106.
- HILLARY, R. (Ed), (2000), *Small and Medium-sized Enterprises and the Environment: Business Imperative*, Greenleaf Publishing.
- IMF Stuff, (2007), *Taxation of Small and Medium Enterprise*, International Tax Dialogue Conference, Buenos Aires, www.itdweb.org.
- KEEBLE D., and Wever, E (Ed.), (1986), *Firms and Regional Development in Europe*, Routledge, England.
- KRUGMAN, P. (1999), "The Role of Geography in Development" *Annual World Bank Conference on Development Economies-1998*, IBRD, The World Bank.

- KUWAYAMA, M. (2001), *E-Commerce and Export Promotion Policies for Small and Medium-Sized Enterprises: East Asian and Latin American Experiences*, CEPAL/ECLAC, Santiago.
- LEVI, M., and Power, P. (2005), *Strategies for Growth in SMEs: The Role of Information and Information Systems*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.
- OECD (1997a), *Globalisation and Small and Medium Enterprises*, OECD Publishing.
- OECD (1997b), *Best Practice Policies for Small and Medium-sized Enterprises 1997*, OECD Publishing.
- OĞUZ, F. (2005), "Schumpeter'den Baumol'a Girişimcilik Anlayışı Üzerine", *Piyasa*, C 4, Sayı: 13.
- PIERSON, C. (2006), *Beyond the Welfare State? The New Political Economy of Welfare*, Third Edition., Polity Press.
- PORTER, M. E. (1998), *On Competition*, Harward Business Scholl Publishing, Boston.
- PORTER, M. E. (2000), *Rekabet Stratejisi: Sektör ve Rakip Analizi Teknikleri*. (Çev. Gülen Ulubilgen), Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- PORTER, Michael (2003), *Rekabet Stratejisi*, 2. Baskı. Sistem Yayıncılık: İstanbul.
- POLLALIS, Y. A. (2003), "Pattern of Co-Alignment in Information-Intensive Organizations: Business Performance through Integration Strategies", *International Journal of Information Management*, Vol: 23, Iss.6, December, pp.469-492.
- REINECKE, G. and White, S. (2003), *Enabling Environments for Jobs and Entrepreneurship: The Role of Policy and Law in Small Enterprise Employment*, Brookings Institution, U.S.
- RIPSAS, S. (1998), "Towards an Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship", *Small Business Economics*, Vol:10: pp.103-115.
- SCHMITZ, H. (1999), "Global Competition and Local Cooperation: Success and Failure in the Sinos Valley, Brazil", *World Development*, Vol. 27, No. 9, pp.1627-1650.
- SFORZI, F. (1989), "The Geography of Industrial Districts in Italy", (Ed: Edward Goodman, etc.), *Small Firms and Industrial Developments in Italy*, Routlage, England. pp.153-165.
- STOKES, D. and Wilson, N. (2006), *Small Business Management and Entrepreneurship*, 5th Edition, Thomson, England.
- STOREY, D. J. (1988), "The Role of Small and Medium-Sized Enterprises in European Job Creation: Key Issues for Policy and Research", (Ed. M. Giaoutzi, P. Nijkamp, D. J. Storey), *Small and Medium Size Enterprises and Regional Development*, Routledge, England, pp. 140-160
- TANRISEVER, N. H. (2004), *Avrupa Birliği'nde Girişimciliğin Teşvik Edilmesi İçin İzlenen Politikalar ve Türkiye'deki Politikaların Avrupa Birliği*

Uygulamalarına Uyumu, (Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi), Ankara:
Avrupa Birliği Genel Sekreterliği.

- TIMMONS, J. and Spinelli, S. (2004), *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21 st Century*, McGraw Hill Inc., Boston.
- WOOD, J. S. (2005), "The Development and Present State of The Theory of Entrepreneurship in Product and Asset Markets by Knight, Hayek, Schumpeter, Mises, Krizner, Shackle, and Lachmann", *Austrian Scholars Conference 2005*.
- YILDIZ, S. ve B. Yıldırım (2011), "Kars İlinde Kaşar Ticareti Yapan Firmaların Uyguladıkları Rekabet Stratejilerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma", *KAÜ, SBE Dergisi*, 7, s.147-166.
- YILMAZ, B. (2004), "Küçük Ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Toplumda Üstlendikleri Roller Bakımından Analizi". *Dış Ticaret Dergisi*, Yıl:9, Sayı: 30,. 141-180.

