

**T.C**  
**MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**  
**İŞLETME ANABİLİM DALI**  
**YÖNETİM VE ORGANİZASYON PROGRAMI**

**KÜRESELLEŞMENİN ESNAF VE SANATKARLARIN REKABET**  
**GÜCÜNE ETKİLERİ: YENİ FIRSATLAR VE TEHDİTLER**  
**AÇISINDAN MANİSA ESNAF VE SANATKARLARININ**  
**MEVCUT DURUM ANALİZİ**

**Ömer Faruk ÇELEBİ**

**Danışman**

**Doç. Dr. Asena ALTIN GÜLOVA**

**MANİSA-2019**

## TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI

	T.C. MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	Doküman Kodu	FRYL-031
	YÜKSEK LİSANS EĞİTİMİ FORMLARI Tez Savunma Sınavı Tutanağı	Yayınlanma Tarihi	26/03/2018
		Revizyon No/Tarih	2/23/03/2018
		Sayfa	1/1

### TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI

Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 11/12/2018 tarih ve 45/Ek5 sayılı toplantısında oluşturulan jürimiz tarafından Manisa Celal Bayar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği'nin 9. Maddesi gereğince Enstitümüz İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Ömer Faruk ÇELEBİ'nin "Küreselleşmenin Esnaf Ve Sanatkarların Rekabet Gücüne Etkileri: Yeni Fırsatlar ve Tehditler Açısından Manisa Esnaf ve Sanatkarlarının Mevcut Durum Analizi" konulu tezi incelenmiş ve aday 03/01/2019 tarihinde saat 13:30'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 60 dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin,

BAŞARILI olduğuna  OY BİRLİĞİ

DÜZELTME yapılmasına \*  OY ÇOKLUĞU

RED edilmesine \*\*  ile karar verilmiştir.

Dr. Öğr. Üyesi Lale OKAL ARAS <sup>Doc. Dr. Asena ALTIN GÜZEL</sup> BAŞKAN <sup>Prof. Dr. Osman GÖK</sup>  
ÜYE ÜYE

ÜYE

ÜYE

Evet Havır

Tez, burs, ödül veya Teşvik programına (Tüba, Fullbright vb.) aday olabilir.

Tez, mutlaka basılmalıdır.

Tez, mevcut haliyle basılmalıdır.

Tez, gözden geçirildikten sonra basılmalıdır.

Tez, basımı gereksizdir.

\* Bu halde adaya 3 ay süre verilir. İkinci tez savunma sınavında da başarısız olan öğrencinin Enstitü ile ilişkisi kesilir.

\*\* Bu halde adayın Enstitü ile ilişkisi kesilir.

Hazırlayan  
Enstitü Sekreteri

Onaylayan  
Enstitü Müdürü

## YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Küreselleşmenin Esnaf ve Sanatkarların Rekabet Gücüne Etkisi: Yeni Fırsatlar ve Tehditler Açısından Manisa Esnaf ve Sanatkarlarının Mevcut Durum Analizi” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

3/1/2019

Ömer Faruk ÇELEBİ

## ÖZET

Ülkemiz ekonomisinde önemli yer tutan esnaf ve sanatkârların, küreselleşme ve rekabetin getirdiği yeni koşullarda karşılaştıkları sorunlar ve bu koşullara ne ölçüde uyum sağladıklarının incelendiği bu çalışmada, ilk olarak küreselleşmenin unsurları, küreselleşmeyi hızlandıran gelişmeler ve küresel rekabet kavramları araştırılmıştır. KOBİ ile esnaf ve sanatkârların yasal ve teknik ayrımları irdelenmiş, İngiltere, Almanya ve Türkiye'deki küçük girişimlerin ekonomiye katkıları güncel verilerle ortaya konmuştur. Çalışmanın son bölümünde Manisa ilinde faaliyetlerini yürüten esnaf ve sanatkârların yeni fırsatlar ve tehditler karşısında mevcut durum analizi tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın sonucunda, esnaf ve sanatkârların en çok zorlandıkları konunun, finansal ve mali ihtiyaçların karşılanmasında yaşanan güçlükler olduğu anlaşılmıştır. Ham madde fiyatlarının yüksekliği, tüketici tercihlerinde yaşanan değişimin hızlı olması, kredi geri ödeme sürelerinin kısa ve faiz oranlarının yüksek olması karşılaştıkları diğer zorluklardır.

Esnaf ve sanatkârların varlığını devam ettirebilmeleri, hem yerel hem de ulusal pazarlarda rekabet edecek konuma gelebilmeleri için bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanım oranlarının artırılması, finansal ve mali konularda desteklenmesi ve eğitim ve danışmanlık hizmetlerine erişimlerinin kolaylaştırılması gerekmektedir. Bu kapsamda üniversiteler, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve diğer tüm paydaşların çözüme dâhil edildiği kamu politikalarının oluşturulması, esnaf ve sanatkârların etkin ve rekabet edebilecek konuma ulaşmalarına katkı sağlayacaktır.

Anahtar sözcükler: Esnaf, sanatkâr, KOBİ, küreselleşme, küresel rekabet

## ABSTRACT

This thesis study investigates the contemporary problems confronting tradesmen and craftsmen in the rapidly globalising and competitive world context, and their adaptability skills. This study first scrutinizes the elements characterizing globalisation and then moves onto a deeper analysis of accelerators of global competitiveness by providing a review on relevant concepts. The second part of the study focuses on legal and technical distinctions between SMEs and tradesmen/craftsmen with a particular view to contributions of SMEs in UK, Germany and Turkey to the general economy based on the most current data. The final part of the study is dedicated to a situational analysis of the threats and opportunities faced by tradesmen and craftsmen operating in Manisa vicinity.

The findings of the study show the primary challenge facing tradesmen and craftsmen is the lack of adequate financial and monetary support and subsidiaries. This is followed by high input prices, and the incredibly rapid changes in consumer preferences as well as short repayment periods for debit cards and high interest rates.

The findings of the study generate some implications and recommendations for both theory and practice. We contend that tradesmen and craftsmen would greatly benefit from increased IT utilisation for more competitiveness at both local and global levels. They should also be financially supported through structured monetary programs. Finally, a concerted effort aiming at practical training and external consultancy would facilitate their competitiveness and adaptability skills.

In this context, the study concludes that instituting public policies that incorporate universities, local administrations, NGOs and all other stakeholders to the process of policy development would contribute to higher and more effective competitiveness of local tradesmen and craftsmen.

Keywords: Tradesmen, craftsmen, SMEs, globalisation, global competitiveness

## ÖNSÖZ

Çalışmamın her aşamasında beni daima ilgiyle ve samimiyetle destekleyen, bilgi ve deneyimleriyle yol gösteren, kendisini örnek aldığım ve öğrencisi olmaktan gurur duyduğum çok değerli danışman hocam Sayın Doç. Dr. Asena ALTIN GÜLOVA' ya sevgi, saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

Bilgisinden çokça istifade ettiğim, değerli vaktini esirgemeyen, fikir ve yönlendirmeleriyle katkı sağlayan kıymetli hocam Sayın Doç. Dr. Ali Çağlar ÇAKMAK' a saygılarımı sunarım.

Tezin gözden geçirilmesi ve verilerin derlenmesi hususunda değerli fikirleriyle destek olan arkadaşlarım Arş. Gör. Dr. Deniz DİRİK ve Arş. Gör. Fatin Şevki BULUT'a teşekkür ederim.

Hayatım boyunca desteklerini yanımda hissettiğim, canım aileme sonsuz teşekkür ve sevgilerimi sunarım.

Ömer Faruk ÇELEBİ

Manisa, 2019

## İÇİNDEKİLER

TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI .....	i
ÖZET .....	iii
ABSTRACT .....	iv
ÖNSÖZ .....	v
İÇİNDEKİLER .....	vi
TABLolar LİSTESİ .....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	xii
GİRİŞ .....	1

### 1. BÖLÜM

KÜRESELLEŞME VE REKABET .....	3
1.1. KÜRESELLEŞME KAVRAMI.....	3
1.1.1. Küreselleşmeyi Hızlandıran Gelişmeler .....	4
1.1.2. Küresel Fırsatlar ve Tehditler.....	5
1.2. REKABET KAVRAMI .....	6
1.2.1.1. Mutlak Üstünlükler Teorisi .....	7
1.2.1.2. Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi.....	8
1.2.1.3. Michael Porter'ın Elmas Modeli .....	8
1.2.3. Küresel Rekabet .....	10
1.2.3.1. Küresel Rekabetçilik Endeksi .....	12
1.2.3.2. Küresel Rekabetçilik Endeksinde Türkiye'nin Yeri .....	13

### 2. BÖLÜM

KOBİ'LER VE ESNAF VE SANATKÂRLAR.....	16
2.1. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE KOBİ TANIMLARI.....	16
2.1.1. Avrupa Birliği'nde KOBİ Tanımı.....	16
2.1.2. OECD KOBİ Tanımı.....	17
2.1.3. Seçilmiş Bazı Ülkelerde KOBİ Tanımı.....	17
2.1.3.1. İngiltere'de KOBİ Tanımı.....	18

2.1.3.2. Almanya’da KOBİ Tanımı.....	18
2.1.3.3. Japonya’da KOBİ Tanımı .....	19
2.1.4. Türkiye’de KOBİ Tanımı.....	20
2.1.4.1. Türkiye’de KOBİ’lere İlişkin Bazı Göstergeler.....	21
2.2. DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE ESNAF VE SANATKÂR TANIMLARI.....	23
2.2.1. Seçilmiş Bazı Ülkelerde Esnaf ve Sanatkâr Tanımı .....	24
2.2.1.1. Almanya’da Esnaf ve Sanatkâr Tanımı.....	25
2.2.1.2. İngiltere’de Esnaf ve Sanatkâr Tanımı.....	25
2.2.1.3. İtalya’da Esnaf ve Sanatkâr Tanımı .....	26
2.2.1.4. Türkiye’de Esnaf ve Sanatkâr Tanımı.....	27
2.2.2. AB’de KOBİ’ler ve Esnaf ve Sanatkârlara Genel Bir Bakış .....	29
2.2.2.1. Almanya’da Küçük İşletmeler ile Esnaf ve Sanatkârlar .....	31
2.2.2.2. İngiltere’de Küçük İşletmeler ile Esnaf ve Sanatkârlar .....	37
2.3. DÜNYA’DA VE TÜRKİYE’DE ESNAF VE SANATKÂRIN TARİHSEL GELİŞİMİ .....	41
2.3.1. Dünya’da Esnaf ve Sanatkârın Tarihsel Gelişimi .....	41
2.3.2. Türkiye’de Esnaf ve Sanatkâr Faaliyetlerinin Tarihsel Gelişimi.....	42
2.3.3. Türkiye’de Esnaf ve Sanatkârlara İlişkin Göstergeler .....	44
2.3.3.1. Türkiye’de Esnaf ve Sanatkâr Sayısı .....	44
2.3.3.2. Türkiye’de Esnaf ve Sanatkârların Demografik Yapısı .....	48
2.3.3.3. Türkiye’de Esnaf ve Sanatkârların Sicil İşlemleri .....	49
2.3.4. Türkiye’de Esnaf ve Sanatkârlar Üzerine Yapılmış Akademik Çalışmalar....	50
2.3.5. Esnaf ve Sanatkârların Uyum Yeteneklerinin Geliştirilmesi Projesi (ADAPTESK) .....	53
2.3.6. Türkiye’de Girişimlerin Yenilik ve Bilgi Teknolojileri Kullanımına Yönelik İstatistikler.....	54

### 3. BÖLÜM

YENİ FIRSATLAR VE TEHDİTLER AÇISINDAN MANİSA ESNAF VE SANATKÂRLARININ MEVCUT DURUM ANALİZİ.....	59
3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ, AMACI VE ÖNEMİ .....	59
3.2. MATERYAL VE YÖNTEM.....	60
3.3. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ.....	61



3.4. ARAŞTIRMANIN KISITLARI.....	62
3.5. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ.....	62
3.6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....	65
3.6.1. Tanımlayıcı İstatistikler .....	65
3.6.2. Hipotez Testleri.....	76
3.6.2.1. “Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılıyor mu?” Sorusu İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki.....	76
3.6.2.2. “İş yerinizde bilgisayar kullanıyor musunuz?” Sorusu İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki.....	79
3.6.2.3. “İş yerinizin web sayfası var mı?” Sorusu İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki.....	80
3.6.2.4. “Ürün ve hizmetlerinizle ilgili reklam veriyor musunuz?” Sorusu İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki .....	81
3.6.2.5. “Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandınız mı?” Sorusu İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki .....	83
3.6.2.6. “Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda dünyadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?” Sorusu İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki.....	84
3.6.2.7. “Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda teknolojiadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?” Sorusu İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki.....	86
SONUÇ VE ÖNERİLER .....	89
KAYNAKÇA.....	92
EKLER	

## TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1. Mutlak Üstünlükler Teorisi.....	7
Tablo 2. Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi .....	8
Tablo 3. Küresel Rekabetçilik Raporuna Göre En İyi 10 Ülke.....	12
Tablo 4. Farklı Rekabet Değişkenlerinde Türkiye'nin Küresel Rekabetçilik Endeksindeki Sıralamaları .....	14
Tablo 5. AB KOBİ Tanımı.....	16
Tablo 6. OECD KOBİ Tanımı .....	17
Tablo 7. İngiltere'de KOBİ Tanımı .....	18
Tablo 8. Almanya'da KOBİ Tanımı .....	19
Tablo 9. Japonya'da KOBİ Tanımı.....	19
Tablo 10. Türkiye'de Kobi Tanımı .....	20
Tablo 11. AB'de KOBİ'lere Ait Ekonomik Göstergeler .....	30
Tablo 12. Alman Mittelstand İşletmelerinin 2016 Yılı Ekonomik Göstergeleri .....	33
Tablo 13. Almanya'da Zanaat Gruplarının 2017 Yılı Sayıları .....	33
Tablo 14. 2012-2017 Yılları Arası Zanaat İşletmelerine Ait Göstergeler .....	36
Tablo 15. Birleşik Krallıktaki İşletmelerin 2017 Yılı Göstergeleri .....	38
Tablo 16. Türkiye'de Esnaf ve Sanatkârlara Ait Göstergeler .....	45
Tablo 17. 2018 Yılı İtibari ile Esnaf Sayısının En Fazla Olduğu 10 İl.....	46
Tablo 18. 2018 Yılı İtibari ile Esnaf Sayısının En Az Olduğu 10 İl.....	47
Tablo 19. 2010-2018 Yılları Arası Tescil ve Terkin Sayıları .....	50
Tablo 20. Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı (2010-2018).....	55
Tablo 21. Girişim Türlerine Göre Yenilik Faaliyetleri (2014-2016) .....	57
Tablo 22. Manisa Esnaf ve Sanatkârlar Odası'na Kayıtlı Üye Sayısı.....	61
Tablo 23. Ankete Katılanların Meslek Odalarına Göre Dağılımı .....	65
Tablo 24. Ankete Katılanların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı .....	66
Tablo 25. Ankete Katılanların İş yerlerinin Özelliklerine Göre Dağılımı .....	67
Tablo 26. Ankete Katılanların Teknoloji Kullanımlarına Göre Dağılımı.....	68
Tablo 27. Ankete Katılanların İşyerinde Sundukları Ürün ve Hizmetlerin Hangi Aşamasında Daha Çok Sıkıntı Çektiklerinin Dağılımı .....	69
Tablo 28. Ankete Katılanların Üretim Aşamasında Yaşadığı Sıkıntıların Dağılımı ...	69

Tablo 29. Ankete Katılanların Pazarlama Faaliyetlerinde Yaşadığı Sıkıntıların Dağılımı.....	70
Tablo 30. Ankete Katılanların Reklam ve Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Eğilimleri.....	71
Tablo 31. Ankete Katılanların Reklam Vermede Kullandıkları Medya Araçları Dağılımı.....	71
Tablo 32. Ankete Katılanların Finansman Faaliyetlerinde Yaşadığı Sıkıntıların Dağılımı.....	72
Tablo 33. Ankete Katılanların Hangi Finansman Kaynaklarından Yararlandıklarının Dağılımı.....	72
Tablo 34. Ankete Katılanların Hangi Devlet Desteğinin Yararlı Olacağına İlişkin Görüşlerinin Dağılımı .....	73
Tablo 35. Ankete Katılanların Eğitim/Danışmanlık Hizmeti Alıp Almadığının Dağılımı .....	73
Tablo 36. Ankete Katılanların Hangi Kurumlardan Eğitim/Danışmanlık Hizmeti Aldığının Dağılımı .....	74
Tablo 37. Ankete Katılanların Hangi Alanda Eğitim/Danışmanlık Hizmeti Ama İhtiyacı Dağılımı .....	74
Tablo 38. Ankete Katılanların İhracat Yapma Durumuna Göre Dağılımı .....	75
Tablo 39. Ankete Katılanların İthalat Yapma Durumuna Göre Dağılımı.....	75
Tablo 40. Ankete Katılanların Teknolojiye Uyumu .....	75
Tablo 41. Ankete Katılanların Dünyadaki Gelişmelere Uyumu.....	76
Tablo 42. Yaş Değişkeni x Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılıyor mu?.....	77
Tablo 43. Eğitim Değişkeni x Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılıyor mu?.....	77
Tablo 44. Kuruluş Yılı x Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılıyor mu?.....	78
Tablo 45. Eğitim Değişkeni x İşyerinizde bilgisayar kullanıyor musunuz? .....	79
Tablo 46. Çalışan Sayısı x İşyerinizde bilgisayar kullanıyor musunuz? .....	79
Tablo 47. Eğitim Değişkeni x İşyerinizin web sayfası var mı? .....	80
Tablo 48. Yaş Değişkeni x Ürün ve hizmetlerinizle ilgili reklam veriyor musunuz?..	81
Tablo 49. Eğitim değişkeni x Ürün ve hizmetlerinizle ilgili reklam veriyor musunuz? .....	81
Tablo 50. Kuruluş Yılı x Ürün ve hizmetlerinizle ilgili reklam veriyor musunuz? .....	82
Tablo 51. Yaş Değişkeni x Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandınız mı? .....	83
Tablo 52. Eğitim Değişkeni x Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandınız mı?.....	83

Tablo 53. Kuruluş Yılı Değişkeni x Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandınız mı? .....	83
Tablo 54. Yaş Değişkeni x Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda dünyadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz? .....	84
Tablo 55. Eğitim x Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda dünyadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?.....	85
Tablo 56. Yaş Değişkeni x Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda teknolojideki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz? .....	86
Tablo 57. Eğitim Değişkeni x Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda teknolojideki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz? .....	86
Tablo 58. Kuruluş Yılı Değişkeni x Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda teknolojideki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz? .....	86
Tablo 59. Hipotez Testleri Bulguları Genel Tablosu .....	88

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Elmas Teorisi .....	10
Şekil 2. Türkiye’de 2014 Yılı KOBİ Göstergeleri .....	22
Şekil 3. Türkiye’de KOBİ’lere Ait 2015 Yılı Dış Ticaret Göstergeleri.....	23
Şekil 4. Almanya’da Zanaat Mesleklerinin Sınıflandırılması.....	32
Şekil 5. Almanya’da 2017 Yılı Zanaat İşletmelerinin Tüm İşletmeler İçindeki Payı..	34
Şekil 6. 2017 Yılında Almanya’da Zanaat İşletmelerinin Toplam İstihdamdaki Payı	34
Şekil 7. Almanya’da Zanaat İşletmelerinin Toplam Katma Değerdeki Payı.....	35
Şekil 8. 2012-2017 Yılları Arası İstihdam ve Yıllık Satış Tutarlarının Değişimi .....	37
Şekil 9. 2017 Yılında Birleşik Krallık ’ta İşletmelerin Türlerine Göre Payları .....	39
Şekil 10. 2017 Yılı Birleşik Krallıktaki İşletmelerin İstihdamdaki Payları .....	40
Şekil 11. 2017 Yılı Birleşik Krallıktaki İşletmelerin Toplam Katma Değerdeki Payları .....	41
Şekil 12. 2018 Yılı Esnaf ve Sanatkârların Cinsiyete Göre Payları.....	48
Şekil 13. 2018 Yılı Esnaf ve Sanatkârın Cinsiyete Göre Yaş Ortalamaları.....	49

## GİRİŞ

İlk insandan günümüze kadar geçen sürede insanoğlunun alışlagelmiş yaşantısında birçok değişim gerçekleşmiştir. Önceleri avcı ve toplayıcı yaşam tarzını benimsemiş olan insanoğlu, yerleşik hayata geçmesiyle birlikte sosyal, kültürel ve ekonomik alanda etkileşimini arttırmıştır. Yerleşik yaşam tarzı insanoğlunu üretmeye, hatta ürettiklerini ticari faaliyetlerde kullanmaya itmiştir. Mesleki ve ticari faaliyetlerin yoğunlaştığı bu dönemlerde esnaf ve sanatkârlar ekonomik, sosyal ve kültürel hayata önemli katkılar sunmuştur. Kurdukları esnaf örgütlenmeleri ile toplumsal dayanışmanın en güzel örneklerini sergilemişlerdir. Türk İslam kültürünün önemli öğelerinden olan Ahi teşkilatlanması yalnızca ticari ve ekonomik hayatın gelişimine katkı sağlamakla kalmamış, sosyal ve kültürel hayatın şekillenmesinde de önemli vazifeler üstlenmiştir.

Sanayi devrimine kadarki süreçte hâkim olan üretim ekonomisi anlayışı yerini, sanayi devrimi ve sonrasında yaşanan bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle insanoğlunun ihtiyaçlarını değiştiren tüketim ekonomisine bırakmıştır. Küresel anlamda yaşanan değişimler ulus sınırlarını aşarak dünyayı adeta küresel bir pazar haline dönüştürmüştür. Birinci ve ikinci dünya savaşı sonrasında uluslararası örgütlerin kurulması, çok uluslu işletmelerinin ekonomide varlığını fazlasıyla hissettirmesi, uluslararası ticari faaliyetlerin hacminin genişlemesi gibi gelişmeler işletmelerin olağan faaliyetlerinde bazı değişimlere neden olmuştur. Bu değişiklik benzer şekilde tüketici davranışlarında da görülmektedir. Kültürel ve ekonomik anlamda yaşanan değişim rekabet olgusunu hızlandırmış, her alanda etkisini fazlaca hissettirmiştir.

Küresel etkiler nedeniyle yaşanan değişim yalnızca insan ihtiyaçlarını değil, üretim ekonomisinin en önemli kaynaklarından olan küçük işletmeler ile esnaf ve sanatkârları da etkilemiştir. Yaşanan bu dönüşüm sürecinde küreselleşme, küçük işletmelerde bazı fırsatlar doğurmasının yanında birtakım tehditleri de beraberinde getirmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde küreselleşme ve rekabet kavramları açıklanmaya çalışılmış, küresel rekabetin değişkenleri vurgulanmıştır. Uluslararası

ticarete rekabet yaklaşımlarıyla ilgili klasik ve modern görüşlere yer verilmiştir. Küresel Rekabet Endeksinde Türkiye'nin konumu üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde KOBİ ile esnaf ve sanatkârların tanımları, tarihi geçmişleri anlatılmıştır. Almanya, İngiltere ve Türkiye ekonomilerinde KOBİ ile esnaf ve sanatkârların yeri ve önemi açıklanmaya çalışılmıştır. Türkiye'deki küçük girişimlerin küresel anlamda rekabet edebilme kapasitelerini anlayabilmek için yenilikçilik düzeyleri ve bilgi iletişim teknolojilerini kullanım durumları gibi değişkenler incelenmiştir.

Çalışmanın son bölümünde ise Manisa ilinde faaliyetlerini sürdüren esnaf ve sanatkârların yeni fırsatlar ve tehditler karşısında mevcut durum analizi tespit edilmeye çalışılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerinin, iş yapılarının ve bilgi iletişim teknolojileri ile yeni iş süreçlerinin belirlenmesi amacıyla anket çalışmasına yer verilmiştir. Literatür taraması yapıldıktan sonra oluşturulan anket çalışmasında birtakım hipotezler geliştirilmiştir. Araştırmadaki verilerin istatistiksel analizi için SPSS 20.00 paket programından yararlanılmıştır.

1973'te gerçekleşen petrol krizi sonrasında yaşanan küresel krizden küçük girişimlerin daha az etkilendikleri ve yerel ve bölgesel kalkınmanın gerçekleştirilmesinde önemli bir araç oldukları anlaşılmıştır. Ülkemizde de KOBİ ile esnaf ve sanatkâr kesimiyle ilgili yürütülen hükümet politikalarının bu dönemden sonra giderek arttığı görülmektedir. Küçük girişimlerle ilgili yapılan akademik çalışmalar da bu dönemden sonra yoğunlaşmıştır. Yapılan çalışmalardan, KOBİ'ler ile ilgili detaylı araştırmaların yapıldığı ancak esnaf ve sanatkâr kesimiyle ilgili çalışmaların yeterli olmadığı anlaşılmaktadır. Ülkemiz ekonomisi ve kültürü açısından önemli bir yeri olan esnaf ve sanatkârlarla ilgili yürütülen bu çalışmanın, yapılacak diğer akademik çalışmalara yardımcı olacağı düşünülmektedir.

## 1. BÖLÜM

### KÜRESELLEŞME VE REKABET

#### 1.1. KÜRESELLEŞME KAVRAMI

Küreselleşme kavramı ekonomi, siyaset bilimi, tarih, coğrafya, sosyoloji ve uluslararası ilişkiler gibi birçok farklı disiplinin çalışma alanında kendine yer bulmuştur (Liu vd., 2012:199). Küreselleşmenin farklı alanların çalışma sahası içinde yer alması, kavramın tanımlanması ve yorumlanmasında çeşitlilikler ortaya çıkarmıştır. Bu çeşitlilik küreselleşmenin farklı boyutlarıyla incelenmesine katkı sağlamış aynı zamanda bilimsel bir zenginlik oluşturmuştur.

Küreselleşme ile ilgili yapılan çalışmalardan birinde küreselleşme, sermayenin temel unsurlarından üretim, satış ve finans faaliyetlerinin merkezileşmesi ve uluslararası bir boyut kazanmasıyla açıklanmaktadır (Went, 2004:337). Bir başka çalışmada ise küreselleşmenin yalnızca uluslararasılaşma olarak açıklanamayacağı belirtilmiş küreselleşmenin uluslararasılaşmadan daha ötede ve büyük bir kavram olduğu vurgulanmıştır (Robertson, 2012:192-193).

Küreselleşme sürecinde ticaret, sermaye ve finans piyasalarının birleşmesiyle ekonomiler birbirine bağlanmaktadır. Ulaşım ve iletişim araçlarındaki gelişmeler sınırları ortadan kaldırmakta yerel ve bölgesel kültürlerin paylaşımını hızlandırmaktadır (Küçükaslan Ekmekçi, 2011:10). Küreselleşme dünyadaki ekonomik, kültürel ve siyasi gelişmeleri hızlandırmaktadır. Toplumların ve ekonomilerin birbirine bu kadar bağlı olması ve değişimlerin son derece hızlı gerçekleşmesi küçük çaptaki yerel olayların küresel etkiler doğurmasına neden olabilmektedir. Benzer şekilde küreselleşme yerel ve bölgesel unsurları da etkileyebilmektedir (Held vd., 1999:484).

Küreselleşme kısaca sermayenin, ticaretin, finansın ve kültürel unsurların iletişim ve ulaşım araçları aracılığıyla ulus sınırını aşarak ulus ötesi dolaşımının sağlandığı ve bunların iç içe bağlandığı bir süreç olarak özetlenebilir. Kavramın birçok alanı etkileyebilme gücü düşünüldüğünde küreselleşmeyi hızlandıran gelişmelerin incelenmesi gerekmektedir.



### 1.1.1. Küreselleşmeyi Hızlandıran Gelişmeler

Küreselleşmenin kökleri sanayi devrimi ve sömürgecilik faaliyetlerinin yoğunlaştığı döneme kadar uzanmaktadır. Sanayi devriminin yeni pazar ve yeni kaynaklar arama ihtiyacı sömürgecilik faaliyetlerinin hızlanmasına, sömürgecilik faaliyetlerinin yoğunlaşması da uluslararası ticaretin etki alanının genişlemesine yol açmıştır. Uluslararası ticari faaliyetlerin artması toplumları ekonomik açıdan birbirine bağlı ve bağımlı hale getirirken, sanayi devrimine bağlı olarak yaşanan gelişmeler de ekonomik anlamda küreselleşme sürecini hızlandırmıştır (Guttal, 2007:525).

Çok uluslu şirketlerin sermaye ve istihdam yapıları, toplam ekonomideki payları, uluslararası ticaretteki etkileri küreselleşme sürecini hızlandıran önemli bir faktördür. Çok uluslu şirketler üretim ağlarının gelişmesinde etkili olarak küresel ekonominin rekabetini de tetiklemiş ve sürecin gelişimine katkı sağlamıştır (Goralski, 2011:12).

Küreselleşmeyi hızlandıran gelişmelerden bir diğeri, uluslararası örgütler ve ticari anlaşmalardır. BM, IMF, WB, WTO gibi uluslararası kuruluşlar ve GATT, Gümrük Birliği Anlaşmaları gibi ticari anlaşmalar birçok açıdan küreselleşmenin etki alanını genişletmesini sağlamışlardır (Brecher ve diğerleri, 2000:2). Uluslararası örgütler koydukları kurallar ve izledikleri politikalar aracılığıyla üye ülke ekonomilerinin birbirlerine entegre olmasını sağlamışlardır. GATT ve Gümrük Birliği Anlaşmaları ise bölgesel ve küresel tarifelerdeki uygulamalarıyla uluslararası ticaretin gelişmesine katkıda bulunmuşlardır.

Küreselleşmeyi hızlandıran değişkenlerin belki de en önemlisi teknolojik gelişmelerdir. Teknolojideki yenilikler, iletişim ve ulaşım araçları aracılığıyla tüm dünyayı ağına almış yani çepeçevre sarmıştır. Telgraf, radyo, telefon ve televizyonun icadıyla başlayan iletişim teknolojileri serüveni; bilgisayar, internet, cep telefonu ve sosyal medyanın yaygın olarak kullanılmaya başlanmasıyla devam etmiştir. Ulaşım alanında yaşanan gelişmeler de iletişim araçlarındaki benzer etkileri ortaya çıkarmıştır. Karayolu, denizyolu ve havayollarındaki gelişmeler sayesinde mesafeler kısalmış, ticari, ekonomik, sosyal ve kültürel etkileşimin sağlanması

kolaylaşmıştır.İletişim ve ulaşım araçları sayesinde yerel, bölgesel ve ulusal sınırlar aşılmış, ticari ve ekonomik gelişmeler küresel bir hal almıştır.

Kısaca küreselleşmenin kaynakları ve hızlandıran gelişmeler şöyle özetlenebilir (Erbayandur, 2006:9);

- Uluslararası örgütler,
- Çok uluslu şirketler,
- Uluslararası ticari faaliyetler,
- Küresel rekabet,
- Üretim ağının genişlemesi,
- Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler.

### **1.1.2. Küresel Fırsatlar ve Tehditler**

Küreselleşme sürecinde bireysel ve toplumsal anlamda önemli değişimler yaşanmıştır. Bu değişiklikler eğitimden sağlığa, ekonomiden iş piyasalarına kadar birçok alanda görülmektedir. Küreselleşme yerel ve bölgesel unsurları etkilerken beraberinde çok fazla fırsat ve tehdit de getirmiştir.

Küreselleşmenin sunduğu fırsatlar kısaca şöyle açıklanabilir (Aktan, 2012:6-7);

- Ekonomik ve ticari faaliyetlerin gerçekleştirildiği coğrafyaların genişlemesi ve ülkeler arasında karşılıklı etkileşimin artması,
- Ekonomik ve ticari kapasitenin artmasıyla ülkelerin refah seviyesinin yükselmesi,
- Ulaşım ve iletişim maliyetlerinin düşmesi,
- Uluslararası anlamda bütünleşmenin sağlanmasıyla yerel problemlerin daha kolay çözüme kavuşabilmesi,
- Tüketicilerin tercih edeceği ürün ve hizmetlerde seçeneklerin artmasına imkân sağlamasıdır.

Küreselleşme sunduğu bu fırsatların yanında bazı tehditler de barındırmaktadır. Bunlar (Aktan, 2012:9-10);

- Uluslararası bütünleşmenin ulus devletlerin hâkimiyet alanını daraltması, politika uygulamadaki güç ve becerisini azaltması,
- Ekonomik anlamda güç sahibi uluslararası işletmelerin, siyasi karar alma mekanizmalarında etkin rol oynaması,
- Geri kalmış ve gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş ülkelere ekonomik ve siyasi bağımlılığının artması,
- Teknolojik gelişmeler nedeniyle işgücü piyasalarının olumsuz etkilenmesi,
- Gelir dağılımındaki adaletsizlikleri arttırıcı etkileri şeklinde açıklanabilir.

## **1.2. REKABET KAVRAMI**

Rekabet kavramı 1980 ile 1990 yılları arasında akademik araştırmaların ve tartışmaların odağı haline gelmiştir. Rekabetin soyut bir kavram olması, araştırma konusu ve uygulanacak politikaların farklılıklar göstermesi tanımı üzerinde uzlaşılmasını zorlaştırmaktadır (Ketels, 2016:7). Rekabet mikro açıdan firmaların kar ve satış gibi ekonomik hedeflere ulaşabilmek için harcadığı çaba olarak tanımlanabilir. Firmalar arası rekabet genellikle fiyat, maliyet, kalite ve pazar payları üzerinde yoğunlaşmaktadır (OECD Glossary of Statistical Terms, 2018). Genel bir değerlendirme yapılacak olursa rekabet; firmaların, pazarların, ülkelerin görece daha çok istihdama sahip olma ve daha fazla gelir elde etme çabası olarak açıklanabilir (Akpınar vd., 2017:5).

Küresel etkilerin giderek arttığı günümüzde rekabetin en yoğun yaşandığı alanların başında uluslararası ticaret gelmektedir. Mikro düzeyde firmalar, makro düzeyde ise devletler rekabet gücü elde edebilmek adına uluslararası ticarete büyük önem vermektedirler. Üretilen mal ve hizmetlerin uluslararası piyasada kabul görmesi küresel rekabet ortamında ekonomik öncelikler arasında yer almaktadır.

### 1.2.1. Uluslararası Ticarete Rekabet Yaklaşımları

Uluslararası ticarete rekabet yaklaşımlarında, klasik ve modern olmak üzere iki ana ekol bulunmaktadır. Klasik iktisat görüşünde uluslararası ticarete rekabet edebilme gücü, faktör verimliliğini maliyet farklılıkları üzerinden açıklamaya çalışmaktadır. Adam Smith maliyetler üzerinden mutlak bir rekabet tanımlarken; David Ricardo, Smith'in modelini genişletip rekabetin karşılaştırmalı olarak üstünlük sağlayabileceğini savunmuştur (Gökmenoğlu vd., 2012:6-7). Modern yaklaşımlardan olan Porter'ın Elmas Modelinde, uluslararası ticarete rekabet edilebilirlik, ulusların en verimli oldukları alanlarda kendilerini geliştirmesiyle açıklanmaktadır (Koç ve Ozbozkurt, 2014:86).

#### 1.2.1.1. Mutlak Üstünlükler Teorisi

Adam Smith'in bu teorisine göre uluslararası ticarete mutlak üstünlük, serbest piyasa koşullarında uluslararası uzmanlaşmayla mümkün olmaktadır. İki ülkenin uluslararası ticaretinin esas alındığı modelde ülkelerin düşük maliyetle ürettiği ürünlerini diğer ülkeye ihraç etmesi, üretiminde daha fazla maliyete katılan ürünleri ise ithal etmeleri gerektiği vurgulanmaktadır. Modeldeki maliyet kavramı sadece emek faktörünü içermektedir. Yani model emeğin verimi üzerinden şekillenmektedir. Tablo 1'de iki ülke ve iki ürün üzerinden bir örnekle teori açıklanmaya çalışılacaktır. Tablo1'de yer alan rakamlar bir işçinin bir günde üretebildiği ürün sayısını göstermektedir. Tablo1'deki verilere göre A ülkesi X malını, B ülkesi ise Y malını daha ucuza ürettiği için bu mallarda uzmanlaşmalıdırlar. İki ülke arasındaki ticarete A ülkesi B ülkesine X malını, B ülkesi ise A ülkesine Y malını ihraç etmelidir (Seyidoğlu, 2003:17).

**Tablo 1. Mutlak Üstünlükler Teorisi**

	<b>X malı</b>	<b>Y malı</b>
<b>A ülkesi</b>	40	30
<b>B ülkesi</b>	20	80

Kaynak: (Seyidoğlu, 2003:17).

### 1.2.1.2. Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi

David Ricardo'nun öne sürdüğü teoride, iki ülke arasında gerçekleştirilen ticaret yalnızca daha ucuza ürün üreterek üstünlük sağlanamayacağı, karşılıklı ticaretin karşılaştırmalı olarak üstünlükle sağlanabileceği açıklanmıştır. Ricardo'ya göre üstünlük, mutlak değil karşılaştırmalı olmalıdır. Bir başka deyişle, bir ülke hangi malın üretiminde nispi olarak daha fazla avantaja sahipse o malın üretiminde uzmanlaşmalıdır. Tablo 2'deki veriler üzerinden teori açıklanmaya çalışılacaktır. Verilere göre iki ülke arasında A ülkesi X ve Y mallarında mutlak üstünlüğe sahiptir. Ancak karşılaştırmalı üstünlükler teorisine göre A ülkesi X malı üretiminde, B ülkesine göre 4 kat, Y malı üretiminde ise 1,5 kat avantaja sahiptir. Teoriye göre A ülkesi avantaj sahibi olduğu X malının üretiminde uzmanlaşıp diğer ülkeye ihraç edecek, B ülkesi ise Y malının üretiminde uzmanlaşıp diğer ülkeye ihraç edecektir (Seyidoğlu, 2003:19-20).

**Tablo 2. Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi**

	X malı	Y malı
A ülkesi	40	30
B ülkesi	10	20

Kaynak: (Seyidoğlu, 2003:19).

### 1.2.1.3. Michael Porter'ın Elmas Modeli

Bir ulusun rekabetçilik gücü, sahip olduğu endüstrinin yenilikçilik kapasitesini geliştirmesiyle ve yerel kaynaklarıyla doğrudan ilişkilidir. Her bir ulusun rekabet gücünü oluşturan değerler birbirinden farklılık göstermektedir. Ulusal rekabet gücü bazen döviz kurları, faiz oranları ve hükümet bütçeleri gibi ekonomik değerlerle, bazen işgücü piyasalarıyla, bazen sahip olunan doğal kaynaklarla açıklanmaktadır. Porter bu açıklamaların yetersiz olduğunu ve ulusların rekabet edebilmesinin en önemli koşulunun verimlilik olduğunu ileri sürmektedir. Ulusal rekabette sürdürülebilir bir başarı için bazı özel endüstrilere odaklanmak gerekmektedir (Porter, 1990:73-77).

Porter'a göre ulusların rekabet gücünü oluşturan dört faktör bulunmaktadır. Şekil 1'de bu faktörler gösterilmektedir.

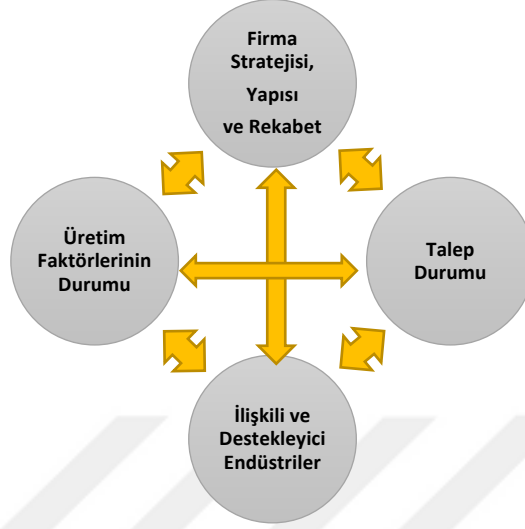
Üretim faktörlerinin temel bileşenleri arasında emek, doğal kaynaklar, bilimsel ve teknolojik altyapı gibi değişkenler bulunmaktadır. Rekabet gücünün oluşturulabilmesi, endüstrinin ihtiyaç duyduğu faktörlerde uzmanlaşması ile mümkündür. Örnek verilecek olursa Danimarka'da diyabet konusunda önemli çalışmalar yürüten iki hastane bulunmaktadır. Danimarka'nın bu alanda uzmanlaşması, onun insülin ihracında lider ülke olmasını sağlamıştır. Benzer şekilde Hollanda'nın tarım ürünlerinde uzmanlaşması ülkenin dış ticaretine önemli katkılar sunmaktadır (Porter, 1990:79).

Porter, ulusların rekabet gücünü oluşturulan faktörlerden diğerinin talep koşulları olduğunu belirtmiştir. Güçlü bir talep yapısı satıcılara, alıcıların beklentileri hakkında güçlü işaretler verir. Alıcıların taleplerindeki değişiklikleri erken anlamalarını sağlayarak rakiplerine göre daha hızlı karar verme olanağı sunar (Koç ve Ozbozkurt, 2014:88).

Modele göre rekabet gücünü oluşturan faktörlerden üçüncüsü, ilişkili ve destekleyici endüstrilerdir. Birbirlerinin destekçisi olan endüstrilerde üretim ve bilgi akışının hızlı olması, tedarik sürelerinin azalması gibi avantajlar o endüstrilerin rekabet gücünü arttırmaktadır. Örneğin İtalyan kuyumculuk ve değerli metal şirketlerinin dünya pazarının üçte ikisine sahip olması, İtalyan altın ve gümüş şirketlerinin rekabet gücü için bir avantajdır. Bu sayede İtalyan altın ve gümüş şirketleri dünyada lider konuma gelmişlerdir (Porter, 1990:83).

Elmas Modeli'ne göre rekabet gücünü oluşturan faktörlerin sonuncusu firmaların stratejileri, yapıları ve rekabet ortamındaki durumlarıdır. İşletmelerin kullandığı organizasyonlar ve uyguladıkları stratejiler rekabetin doğasını oluşturmaktadır. Porter bu dört faktörün yanında devlet politikaları ve şans faktörünün de rekabet gücünü oluşturan diğer değişkenler olduğunu vurgulamıştır. Devletin uyguladığı politikalar dört ana faktörü olumlu veya olumsuz etkilemektedir (Porter, 1990:86).

Şekil 1. Elmas Teorisi



Kaynak: (Porter, 1990:77).

Uluslararası ticarete rekabet teorileri genel olarak olarak değerlendirildiğinde Adam Smith ve David Ricardo'nun modellerinin klasik iktisat temelli olduğu anlaşılmaktadır. Bu iki teori emeğin verimliliği üzerinden rekabet üstünlüğü sağlanacağını açıklamış, ancak rekabeti oluşturan diğer unsurları teoriye dahil etmemişlerdir. Porter'ın teorisinde rekabeti oluşturan üretim faktörleri klasik iktisadi temellere dayanmaktadır. Ancak Porter teorisini geliştirmiş ve diğer unsurları da teorisine dahil etmiştir (Mutlu, 2008:52-53).

### 1.2.3. Küresel Rekabet

Küresel anlamda yaşanan gelişmeler sonucunda rekabet; eğitim, sağlık, kültür, ticaret ve ekonomi alanları başta olmak üzere birçok alanda etkisini giderek hissettirmeye başlamıştır. Küresel rekabet ortamında firmalar, toplumlar ve birlikler faaliyetlerini yeniden değerlendirmekte ve örgüt yapılarını yeniden gözden geçirmektedirler. Küresel rekabet ortamı; müşteri talepleri, rakiplerin konumu ve yapısı, devlet politikaları, faaliyet gösterilen pazarın durumu gibi değişkenlerden oluşmaktadır. Bu değişkenler küresel rekabetteki konumunu belirlemek isteyen işletmelerin ve ülkelerin, güçlü ve zayıf yanlarının belirlenmesinde önemli göstergelerdir (Kaplan, 2010:27).

Küresel anlamda rekabet, firma düzeyinde görülebileceği gibi ulusal ve uluslararası düzeyde de görülebilmektedir. Ancak ulusal ve uluslararası rekabet stratejileri arasında bazı farklılıklar bulunmaktadır. Bu faktörler (Porter, 2015:325-326);

- Faktör maliyetlerinin ülkeler arasında farklılık göstermesi,
- Yabancı pazarlardaki koşulların değişkenliği,
- Diğer devletlerin pozisyonu,
- Amaçlardaki ve rakipleri değerlendirme yeteneklerindeki farklılıklardır.

Serbest piyasa koşullarında işletmelerin temel amaçları, kar elde ederek piyasada sürekli var olabilmektir. Bu amacı gerçekleştirebilme adına rakipleriyle rekabet ederler. Küreselleşmenin etkisiyle dünyanın yerel bir pazar haline dönüşmesi, hem rakip sayısını arttırmış hem de rekabet farklı bir anlam kazanmıştır. Yeni düzende rekabet; yönetim, pazarlama, insan kaynakları ve finans gibi temel işletme fonksiyonlarına yeni sorumluluklar yüklemiştir. Bu yeni sistemde işletmeler sadece üreterek ve ürettiklerini satarak ayakta kalamayacaklardır. Artık rekabet, üretim ve satış hizmetlerine ek olarak maliyet, kalite, fiyat, müşteri memnuniyeti, yenilikçilik gibi unsurları da kapsayan bir süreçtir (Küçükaslan Ekmekçi, 2011:16-17).

Bir işletmenin küresel düzeyde rekabet avantajı elde etmesi için dört kaynak bulunmaktadır. Bunlardan ilki karşılaştırmalı avantaja sahip olmasıdır. Karşılaştırmalı avantajla anlatılmak istenen, bir ürünün üretiminde maliyet veya kalite avantajı elde edebilmektir. Maliyet veya kalite avantajına sahip olduğunda, ürün stratejik açıdan önemli bir konum elde etmiş ve karşılaştırmalı olarak üstünlük yakalamış olacaktır. İkinci önemli kaynak ölçek ekonomileridir. Üretim, pazarlama ve satış alanlarında yerel pazar hacminin üzerinde bir konuma sahip olduğunda önemli maliyet avantajları sağlanmaktadır. Bir diğer kaynak ürün farklılaştırmasıdır. Hızla değişen tüketici talepleri ürünlerin ve hizmetlerin farklılaştırılması ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Rekabet avantajı elde etmede son kaynak faaliyet yürütülen alandaki pazarın gerekliliklerini iyi anlamaktır. Pazar bilgisine sahip işletmeler hızla gerçekleşen değişimleri iyi analiz edip doğru karar alabilmelidir. Pazar stratejisi değişen koşullara göre güncellenmeli ve uygulanmalıdır (Porter, 2015:327-330).



### 1.2.3.1. Küresel Rekabetçilik Endeksi

Küreselleşmenin sunduğu fırsatlar ve getirdiği tehditler; bireyleri, işletmeleri, toplumları ve hatta devletleri var olabilme ve rekabet edebilme mücadelesine sokmuştur. Küresel rekabet etkisini her yerde ve koşulda giderek hissettirmeye başlamıştır. Öyle ki ulusların küresel rekabet düzeylerini ölçen endeksler oluşturulmuştur. Bu endeksler aracılığıyla ülkelerin küresel rekabetçilik seviyeleri belirlenmeye çalışılmaktadır.

World Economic Forum tarafından her yıl yayımlanan küresel rekabetçilik raporunda ülkeler makroekonomik dengeleri, altyapı hizmetleri, sağlık hizmetleri, finansal sistemler, iş ve üretim piyasaları, yenilikçilik kapasiteleri gibi alanlarda değerlendirilerek küresel rekabet düzeyleri belirlenmeye çalışılmaktadır (World Economic Forum, 2018).

Tablo 3'te 2018 yılında küresel rekabet sıralamasında ilk 10 sırada yer alan ülkeler bulunmaktadır.

**Tablo 3. Küresel Rekabetçilik Raporuna Göre En İyi 10 Ülke**

Ülke	2017 Sıralaması	Yılı	2018 Sıralaması	Yılı
Amerika Birleşik Devletleri	2		1	
Singapur	3		2	
Almanya	5		3	
İsviçre	1		4	
Japonya	9		5	
Hollanda	4		6	
Hong Kong	6		7	
Birleşik Krallık	8		8	
İsveç	7		9	
Danimarka	12		10	

Kaynak: (World Economic Forum, 2018; World Economic Forum, 2017).

Bu sıralama, ülkelerin sadece ekonomik performanslarıyla ilgili bilgiler veren bir değerlendirme değil aynı zamanda farklı konulardaki performansları da

barındırması sebebiyle önemli bir göstergedir. Verilere göre 2017 yılında yayımlanan raporda 1.sırada yer alan İsviçre 4.sıraya, 4.sırada yer alan Hollanda 6.sıraya, 6.sırada yer alan Hong Kong 7.sıraya, 7.sırada yer alan İsveç 2018 yılında 9. sıraya gerilemiştir. ABD, Singapur, Almanya, Japonya ve Danimarka, Küresel Rekabetçilik Endeksinde bir önceki yıla göre daha iyi sıralamalarda yer almışlardır.

### **1.2.3.2. Küresel Rekabetçilik Endeksinde Türkiye'nin Yeri**

WEF tarafından 2018 yılında yayımlanan Küresel Rekabetçilik Endeksi Raporuna göre Türkiye, bir önceki yıla göre 8 sıra gerileyerek 140 ülke arasında 61. sırada yer almıştır (World Economic Forum, 2018:567-568). Tablo 4'te Türkiye'nin farklı değişkenlerde 2017 ve 2018 yılı küresel rekabetçilik sıralamaları yer almaktadır. Tablo 4'te yer alan verilerden Türkiye'nin altyapı, sağlık, işgücü piyasası, finansal sistem, pazar büyüklüğü ve yenilikçilik kapasitesi alanlarında rekabetçilik gücünü geliştirerek bir önceki yıla göre daha iyi sıralarda yer aldığı, kurumsal yapı alanında rekabetçilik sıralamasında bir önceki yıla göre aynı sırada yer aldığı anlaşılmaktadır. Yine verilerden Türkiye'nin bilgi ve iletişim teknolojileri, makroekonomik istikrar, mal piyasaları, iş dinamizmi alanlarında bir önceki yıla göre küresel rekabetçilik sıralamasında daha düşük sıralarda yer aldığı görülmektedir.

Küresel anlamda rekabetin en önemli göstergelerinden biri de ülkede faaliyet gösteren işletmelerin uluslararası anlamda başarılı olmasıdır. Uluslar, makroekonomik istikrar, bilgi ve iletişim teknolojileri, yenilikçilik kapasitesi gibi temel rekabet göstergelerinin iyi olmasının yanında iş dünyasının küresel anlamda rekabet edebilecek güçte olmasını isterler. KOBİ'ler ile esnaf ve sanatkârlar esnek yapıları sayesinde değişen ekonomik koşullara kolay uyum sağlamaları ve istihdama katkıları gibi özellikleriyle, çok uluslu işletmeler ise dış ticaret faaliyetlerindeki başarısı ve katma değer yaratma gibi özellikleriyle bu amacın gerçekleşmesinde önemli kaynaklardır.

Sanayi devriminin gerçekleşmesinden sonraki süreçte üretim maliyetlerinin düşmesi, seri ve büyük ölçekte üretimin yapılabilmesi küçük işletmelerin ekonomide karar alıcılar tarafından ihmal edilmesine neden olmuştur. Ekonomik kalkınmanın gerçekleştirilmesinin büyük şirketlerin varlığıyla sağlanabileceğine olan inanç 1970'li

yıllarda yaşanan büyük petrol kriziyle sarsıntıya uğramıştır. Küçük işletmelerin finansal ve yapısal esneklikleri sayesinde büyük işletmelerden daha az etkilendikleri görülmüş, ekonomiye ve istihdama yaptıkları katkılar da gözönünde bulundurularak karar alıcılar tarafından önemi tekrar anlaşılmıştır (Bayülken ve Kütükoğlu, 2012:6).

**Tablo 4. Farklı Rekabet Değişkenlerinde Türkiye'nin Küresel Rekabetçilik Endeksindeki Sıralamaları**

	2018 Yılı Sıralaması	2017 Yılı Sıralaması
TÜM FAKTÖRLERDE	61	53
Kurumsal Yapı	71	71
Altyapı	50	53
Bilgi ve İletişim Teknolojileri	71	62
Makroekonomik İstikrar	116	50
Sağlık	48	84
Beceriler	77	-
Mal Piyasası	76	53
İşgücü Piyasası	111	127
Finansal Sistem	65	80
Pazar Büyüklüğü	13	14
İş dinamizmi	76	67
Yenilikçilik Kapasitesi	47	69

Kaynak: (World Economic Forum, 2018:568; World Economic Forum, 2017:293).

Dünya ekonomisinin kalkınmasında küçük işletmeler ile esnaf ve sanatkârlar sağladıkları istihdam, vergi, yatırım ve katma değer üretmedeki payları bakımından önemli vazifeler üstlenmiştir. Küçük işletmeler, hem ekonomik hem de toplumsal faydaları düşünüldüğünde küreselleşme sürecinde fazlasıyla dikkat çekmektedir. Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde kriz dönemlerinde büyük işletmelerin küçük işletmelere oranla daha fazla etkilendikleri bilinmektedir. Üretim ve istihdam açıklarını önleyerek kriz dönemlerinin olası etkilerini azalmaktadırlar. Toplumsal etkileri değerlendirilecek olursa, çoğunlukla orta gelir grubunu istihdam etmeleri nedeniyle gelir dağılımındaki eşitsizliği önleyici fonksiyonları bulunmaktadır. Yerel ve bölgesel kuruluşlar olması sebebiyle de bölgesel dengesizliklerin önlenmesinde görev almaktadırlar (Özdemir vd., 2007:174-175).

Tüm bu özellikleriyle küçük işletmeler ile esnaf ve sanatkârların ekonomi için önemi anlaşılmış ve bu işletmelerin gelişimlerinin desteklenmesi için bazı politikalar benimsenmiştir. Uygulanmakta olan politikalar ülkelerin ekonomik, mali, finansal, sosyal ve demografik yapılarına göre farklılıklar göstermektedir. Bununla birlikte işletmelerin faaliyet alanlarına göre uygulanan politikalarda çeşitlilik göstermektedir. Esnaf ve sanatkâr faaliyetlerinin birçok ülkede KOBİ başlığı altında değerlendirildiği belirtilmişti. Bu sebeple esnaf ve sanatkârların ekonomik önemi vurgulanırken KOBİ'lerle ilgili makroekonomik veriler de paylaşılarak konu desteklenecektir.



## 2. BÖLÜM

### KOBİ'LER VE ESNAF VE SANATKÂRLAR

Bu bölümün çalışma konusunu Dünya'da ve Türkiye'de KOBİ ile esnaf ve sanatkârın tanımları, esnaf örgütlenmelerinin Dünya ve Türkiye tarihindeki önemleri, küçük işletmeler ile esnaf ve sanatkârların ekonomik ve sosyal yaşamdaki fonksiyonları ve küresel gelişmelerden ne ölçüde etkilendikleri oluşturmaktadır.

#### 2.1. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE KOBİ TANIMLARI

Esnaf ve sanatkârın tanımının tam olarak kavranabilmesi için öncelikli olarak KOBİ kavramı açıklanacaktır. AB ve OECD gibi uluslararası kuruluşların KOBİ sınıflandırmaları ve Almanya, İngiltere, Japonya ve Türkiye'deki KOBİ tanımları incelenecektir. Bu sayede KOBİ ile esnaf ve sanatkâr arasındaki farkların sınırları daha rahat çizilebilecektir.

##### 2.1.1. Avrupa Birliği'nde KOBİ Tanımı

Avrupa Birliği KOBİ tanımı, 2003 yılında yayımlanan Avrupa Komisyonu Tavsiye Kararlarında yer almıştır. Tablo 5'te tanımın hangi ölçeklerle yapıldığı açıklanmıştır.

Tablo 5. AB KOBİ Tanımı

Kriter	Mikro İşletmeler	Küçük İşletmeler	Orta Büyüklükte İşletmeler
Çalışan Personel Sayısı	< 10	10-49	50-249
Yıllık Net Satış Hasılatı	≤ €2 Milyon	≤ €10 Milyon	≤ €50 Milyon
Yıllık Mali Bilanço Toplamı	≤ €2 Milyon	≤ €10 Milyon	≤ €43 Milyon

Kaynak: (EURLex, 2018).

AB'ye üye ülkeler içerisinde işletmeler faaliyet alanlarına göre 9 başlıkta sınıflandırılmıştır. 9 başlık altında 60 meslek kolu bulunmaktadır. Bu faaliyetler şu şekilde sıralanmıştır (Bayülken ve Kütükoğlu, 2012:8);

- Banka, sigorta ve finans hizmetleri,

- Maden işleri,
- Metal işleri, elektrikli-elektriksiz makine imalat sanayi,
- Ulaşım ve haberleşme,
- İnşaat,
- Ticaret ve turizm,
- Enerji ve su kaynakları,
- İmalat sanayi,
- Diğer hizmetler.

### 2.1.2. OECD KOBİ Tanımı

OECD nin KOBİ tanımında ise temel kriter çalışan sayısıdır. İşletmeler çok küçük işletme, küçük işletme, orta büyüklükte işletme ve büyük işletme olarak sınıflandırılmıştır. Tablo 6’da sınıflandırmanın nasıl yapıldığı açıklanmıştır (Müftüoğlu, 2002:119).

**Tablo 6. OECD KOBİ Tanımı**

İşletme Büyüklüğü	Çalışan Sayısı
Çok küçük işletme	20’den az
Küçük işletme	20-99
Orta büyüklükte işletme	100-499
Büyük işletme	500’den fazla

Kaynak: (Müftüoğlu, 2002:119).

OECD’nin KOBİ tanımı, AB’nin belirlemiş olduğu tanımdan farklıdır. AB, KOBİ’leri çalışan sayısı ile ilgili ölçütlerin yanında yıllık satış hasılatı ve yıllık mali bilanço toplamı üzerinden işletmeler sınıflandırmıştır. OECD’nin tanımında ise tek kriter olarak çalışan sayısı belirlenmiştir.

### 2.1.3. Seçilmiş Bazı Ülkelerde KOBİ Tanımı

Gelişmiş ülkelerde KOBİ’lerin hangi ölçü ve kriterlere göre sınıflandırıldığına daha yakından bakmak amacıyla seçilmiş bazı ülkelerin KOBİ tanımlarına aşağıda yer verilmektedir.

### 2.1.3.1. İngiltere’de KOBİ Tanımı

İngiltere’de küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin sınıflandırılması devlet tarafından yasayla belirlenmiştir. Şirketler Yasası’nın 382. ve 465. maddelerinde küçük ve orta büyüklükteki işletmeler tanımlanmıştır. Tanıma göre çalışan sayısı ve toplam bilanço tutarları üzerinden kriterler oluşturulmuştur. Şirketler Yasası’nın KOBİ tanımı detaylı olarak Tablo 7’ de açıklanmıştır (Legislation of UK, 2006).

**Tablo 7. İngiltere’de KOBİ Tanımı**

	<b>Küçük İşletme</b>	<b>Orta Büyüklükteki İşletme</b>
<b>Çalışan Sayısı</b>	≤ 50	≤ 250
<b>Toplam Bilanço Değeri</b>	≤ 5.1 Milyon £	≤ 18 Milyon £

Kaynak: (Legislation of UK, 2006).

İngiltere’deki KOBİ tanımının, AB’nin belirlemiş olduğu KOBİ tanımından farklı olması, ekonomide ve istatistiklerde aynı dilin kullanmasını zorlaştırmıştır. AB üyesi ülkelerle aynı ekonomik dili kullanmak ve verilerin daha karşılaştırılabilir olmasını sağlamak amacıyla İngiltere’de de AB’nin KOBİ tanımı kullanmaya başlanmıştır (Şener, 2014:77).

### 2.1.3.2. Almanya’da KOBİ Tanımı

Almanya’da KOBİ’ler Mittelstand olarak isimlendirilmekte ancak Mittelstand işletmeleri bildiğimiz KOBİ kavramından daha geniş kapsamda değerlendirilmektedir. Alman Mittelstand işletmelerinin tanım farklılıklarını AB KOBİ tanımıyla uyumlaştırmak ve istatistiki açıdan gerçek değerlendirmelerin yapılmasının sağlanması adına Alman Mittelstand Araştırma Merkezi(IFM) tarafından 1.1.2016 tarihinden itibaren geçerli olacak şekilde revize edilmiştir. Tablo 8’de mikro, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin sınıflandırılmasıyla ilgili bilgiler yer almaktadır. (Institut für Mittelstandforschung, 2018).

**Tablo 8. Almanya’da KOBİ Tanımı**

<b>Kriter</b>	<b>Mikro İşletmeler</b>	<b>Küçük İşletmeler</b>	<b>Orta Büyüklükte İşletmeler</b>
<b>Çalışan Personel Sayısı</b>	< 9	<49	<499
<b>Yıllık Net Satış Hasılatı</b>	≤2 Milyon €	≤10 Milyon €	≤50 Milyon €

Kaynak: (Institut für Mittelstandforschung, 2018).

Yukarıdaki tablodan mikro işletmeler için çalışan sayısı sınırlamasının 9, küçük işletmeler için 49, orta büyüklükteki işletmeler için 499 olduğu görülmektedir. Yıllık satış hasılatı iki milyon euro’ya kadar olan işletmeler mikro işletme statüsünde değerlendirilirken, iki milyon ile on milyon euro arasındaki işletmeler küçük işletme kapsamında sınıflandırılmaktadır. Yıllık hasılatı elli milyon euro’nun üzerinde gerçekleşen işletmeler ise orta büyüklükte işletme sınıfında yer almaktadır.

### **2.1.3.3. Japonya’da KOBİ Tanımı**

Japonya’da KOBİ tanımı için belirlenen kriterler arasında çalışan personel sayısı ve diğer ülkelerdeki tanımlardan farklı olarak kuruluş için yatırılan sermaye miktarı da bulunmaktadır. Ayrıca işletmeler mikro, küçük ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılmamış, işletmelerin küçük işletme tanımları için sektörler üzerinden bir değerlendirme yapılmıştır (Zengin, 2010). Tablo 9’ da Japonya’daki KOBİ tanımı özetlenmiştir.

**Tablo 9. Japonya’da KOBİ Tanımı**

<b>SEKTÖR</b>	<b>ÇALIŞAN SAYISI</b>	<b>SERMAYE TUTARI</b>
İmalat Sanayi	≤300	≤300 Milyon Japon Yeni
Toptan Ticaret	≤100	≤100 Milyon Japon Yeni
Perakende Ticaret	≤50	≤50 Milyon Japon Yeni
Hizmet İşletmeleri	≤100	≤50 Milyon Japon Yeni

Kaynak: (Büyür Atıcı, 2006:40).



#### 2.1.4. Türkiye’de KOBİ Tanımı

Türkiye’de KOBİ tanımı ve işletmelerin ölçeğe göre sınıflandırılması yönetmelikle belirlenmiştir. 4.11.2012 tarih ve 28457 sayılı Resmi gazetede “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkındaki Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik” yayımlanmıştır. İlgili yönetmelikte tanımlar şu şekilde yer almıştır (Resmi Gazete, 2012);

*“a) Mikro işletme: On kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri bir milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler.*

*b) Küçük işletme: Elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri sekiz milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler.*

*c) Orta büyüklükteki işletme: İkiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri kırk milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler.”*

Tablo 10’da işletmeler için belirlenen sınırlar ve işletmelerin bu sınırlara göre sınıflandırması yer almaktadır.

**Tablo 10. Türkiye’de Kobi Tanımı**

<b>Kriter</b>	<b>Mikro İşletmeler</b>	<b>Küçük İşletmeler</b>	<b>Orta Büyüklükte İşletmeler</b>
<b>Çalışan Personel Sayısı</b>	< 10	< 50	< 250
<b>Yıllık Net Satış Hasılatı</b>	≤ 1 Milyon TL	≤ 8 Milyon TL	≤ 40 Milyon TL
<b>Yıllık Mali Bilanço Toplamı</b>	≤ 1 Milyon TL	≤ 8 Milyon TL	≤ 40 Milyon TL

Kaynak: 04.11.2012 tarih ve 28457 sayılı Resmi Gazete.

Tablo 5 ve Tablo10 detaylı incelendiğinde AB ve Türkiye’deki KOBİ tanımları için belirlenen çalışan personel sayı sınırlamasının aynı olduğu görülecektir. Benzer şekilde AB ve Türkiye’nin ekonomik hacmi ve yapısı göz önünde bulundurulduğunda yıllık net satış hasılatı ve yıllık mali bilanço toplamları için belirlenen tutarların uyumlu olduğu anlaşılacaktır.

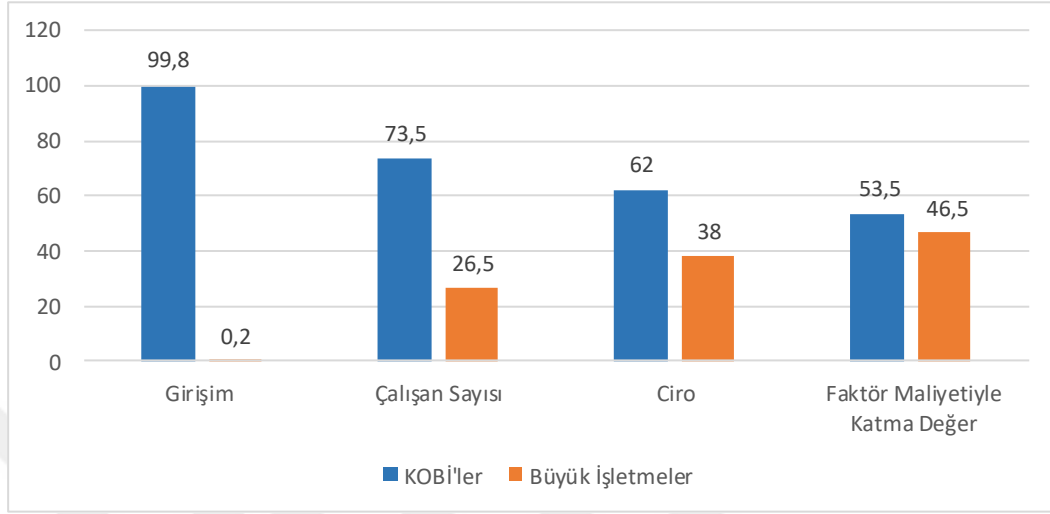
Genel bir değerlendirme yapıldığında, KOBİ tanımları için kimi ülkeler çalışan sayısı, yatırılan sermaye miktarı ve yıllık satış tutarı gibi kriterler belirlemede kimi ülkeler de sektörlere ayırarak sınıflandırma yapmaktadır. Tanımlardaki sınırlamaların ve belirlenen ölçütlerin farklı olmasının sebebi ekonomik, idari, hukuki ve sosyal yapıların ülkeden ülkeye değişmesidir.

#### **2.1.4.1. Türkiye’de KOBİ’lere İlişkin Bazı Göstergeler**

KOBİ’ler istihdam yaratma, dış ticarete katkı sağlama, katma değer oluşturma, esnek yapıları sayesinde pazara rahatlıkla adapte olabilme ve girişimci ruha sahip olma gibi özellikleriyle ekonomik kalkınmada dinamo vazifesi üstlenmişlerdir (Gadenne ve Sharma, 2009: 866). Sağladıkları işgücüyle, gelirin daha adil dağılması ve işsizliğin önlenmesi gibi, hükümetler tarafından fazlasıyla önemsenen makroekonomik hedeflerin gerçekleştirilmesine destek olurlar. Yine benzer şekilde, dış ticaretteki katkılarıyla cari açığın giderilmesinde önemli rol oynarlar. Yerel ve bölgesel ekonomik büyümenin gerçekleştirilmesinde de KOBİ’ler etkin rol oynamaktadır (Altuğ, 2013:92-93). Tüketici tercihleri bakımından değerlendirildiğinde, KOBİ’ler sahip oldukları esnek yapı sayesinde müşteri tercihlerini daha iyi anlayarak daha hızlı karar verebilir ve müşteri taleplerine daha kısa sürede dönüş yapabilirler(Singh vd., 2008:525-526).

Tüm bu özellikleriyle KOBİ’ler, Türkiye ekonomisinin çekirdeğini oluşturmaktadır. KOBİ’lere ait verilerle Türkiye ekonomisi açısından önemi vurgulanmaya çalışılacaktır. Şekil 2’de Türkiye’deki KOBİ’lerin 2014 yılında toplam girişimdeki payları, istahdamdaki payları, toplam cirodaki katkıları ve faktör maliyetiyle katma değere sağladıkları ekonomik göstergeler yer almaktadır.

Şekil 2. Türkiye’de 2014 Yılı KOBİ Göstergeleri

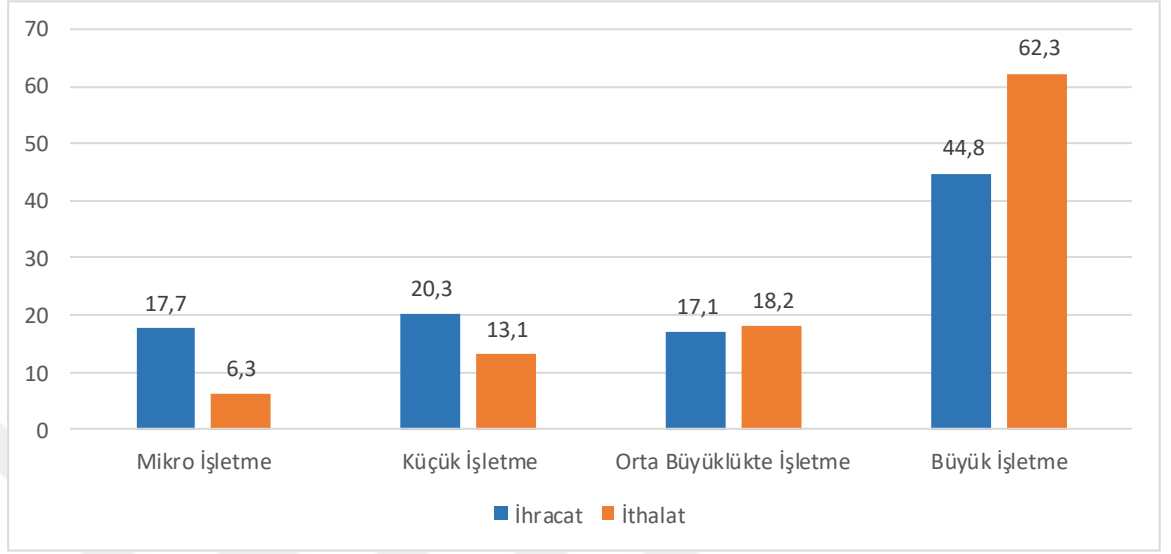


Kaynak: (TÜİK, 2016).

Şekil 2’deki verilerde KOBİ’lerin toplam girişimlerin %99,8’ini, bu girişimlerde çalışan sayısının %73,5’ini, tüm işletmelerin elde ettiği ciroların %62’sini ve faktör maliyetiyle yaratılan katma değer %53,5’ini oluşturduğu gösterilmektedir. Bu haliyle KOBİ’ler, Türkiye’de teşebbüslerin neredeyse tamamını oluşturmaktadır. Diğer göstergelerdeki payları da dikkate alınırsa Türkiye ekonomisi açısından önemi kolaylıkla görülmektedir.

Şekil 3’te Türkiye’de 2015 yılında faaliyet gösteren işletmelerin türlerine göre dış ticaretteki payları yer almaktadır. Şekil 3’teki verilerden, tüm girişimlerin sağladığı ihracatın yaklaşık %17,7’sinin mikro işletmelerce, %20,3’ünün küçük işletmelerce, %17,1’inin orta büyüklükteki işletmelerce karşılandığı anlaşılmaktadır. Bir başka deyişle tüm girişimlerin sağladığı ihracatın yaklaşık % 55,1’i KOBİ’ler tarafından karşılanmaktadır. İthalat açısından bakıldığında ise teşebbüsler tarafından gerçekleştirilen ithalatın yaklaşık %37,6’sı KOBİ’lere aittir. KOBİ’ler ile büyük işletmelerin dış ticaret performansları karşılaştırıldığında, KOBİ’lerin toplamda büyük işletmelere göre daha fazla ihracat, daha az ithalat yaptıkları yorumu yapılabilir. Elbette bu yorum KOBİ’lerin mevcut girişimlerin yaklaşık %99,8’ini oluşturduğu düşünüldüğünde tartışmaya açık bir durumdur.

Şekil 3. Türkiye’de KOBİ’lere Ait 2015 Yılı Dış Ticaret Göstergeleri



Kaynak: (TÜİK, 2016).

## 2.2. DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE ESNAF VE SANATKÂR TANIMLARI

Dünyada pek çok ülkede esnaf ve sanatkâr tanımı yapılmamaktadır. Bunun sebebi benzer özellikler taşıdıkları küçük ölçekli işletmelerle bir ayrıma tabi tutulmamalarıdır. Çoğu ülkede esnaf ve sanatkârlar yapıları itibariyle benzerlik göstermeleri sebebiyle ‘küçük işletme’ olarak tanımlanmaktadır (Özbilgili, 2014: 5).

Genel olarak küçük işletme tanımı ve sınırları için belirlenmiş olan nitel ve nicel özellikler bulunmaktadır. Nitel özellikler; girişimcilik, yönetici bağımsızlığı, yöneticinin karın yanında zarar ve iflası da üstlenmesi, uluslararası pazarlardan ziyade yöresel pazarlarda bulunması, fiili sermayesinin yanında işi fiziki sermayesiyle de yürütmesi gibi özellikler gösterirken, nicel özellikler; çalışan sayısı, yıllık satış tutarları, kuruluş sermayesi gibi özellikler göstermektedir (Devlet Planlama Teşkilatı, 2001:14-15).

Küçük ölçekli işletmeler genel olarak az sayıda kişinin çalıştığı, düşük sermayeli ve düşük cirolara sahip teşebbüsler olarak tanımlanmaktadır. Ülkelerin ekonomik yapılarındaki farklılıklardan dolayı küçük ölçekli işletme tanımları istihdam sayıları, sermaye miktarları ve elde ettikleri cirolara göre değişiklik göstermektedir.

Genellikle AB üyesi ülkelerde ve dünyadaki diğer ülkelerde kavramsal olarak esnaf ve sanatkâr KOBİ'den ayrı bir değerlendirmeye tabi tutulmamış, ülkemizdeki gibi yasalarla tanımı yapılmamıştır. KOBİ'lerden ayrı değerlendirilmemesinin uygulanan ekonomik, sosyal ve mali politikalarda kapsamın dışında kalıp kalmamalarına göre avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır.

UEAPME'nin (Avrupa Zanaat, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Birliği) 2020 yılında Zanaatlar ve KOBİ'ler ismiyle yayınladığı raporda esnaf ve sanatkâra ayrı bir başlık açmamış zanaatkâr ismiyle KOBİ'lerin altında tanımlamış ve genel bir değerlendirmeye tabi tutmuştur. (UEAPME, 2014).

AB üyesi ülkeler özelinde bir değerlendirme yapıldığında esnaf ve sanatkâr kavramı üç farklı yaklaşımla ele alınmaktadır. Bunlar; sektör ve ölçek yaklaşımı, mesleki yaklaşım, el sanatları yaklaşımıdır. Sektör ve ölçek yaklaşımı, esnaf ve sanatkâr kavramını faaliyet gösterdikleri alanlara ve büyüklerine göre tanımlamaktadır. Birlik içerisinde bu yaklaşımı benimseyen ülkeler Hollanda, Fransa ve İtalya'dır. Mesleki yaklaşımda ise esnaf ve sanatkârın büyüklüğü önemsememekte, asıl kriter olarak mesleki faaliyet alanı dikkate alınmaktadır. Bu yaklaşımda esnaf ve sanatkâr olarak belirtilen meslek gruplarının büyümelerine imkan tanınmaktadır. Üçüncü yaklaşım olan el sanatları yaklaşımda esnaf ve sanatkâr kavramının kapsamı sınırlı tutulmuş ve sadece sanatsal maharet değerlendirmeye alınmıştır (Devlet Planlama Teşkilatı, 2001:16).

### **2.2.1. Seçilmiş Bazı Ülkelerde Esnaf ve Sanatkâr Tanımı**

Aşağıda, seçilmiş bazı ülkelerde esnaf ve sanatkâr kavramının ne anlama geldiği ve hangi ölçülere göre sınıflandırıldığına ilişkin bilgilere yer verilmektedir.

### **2.2.1.1. Almanya’da Esnaf ve Sanatkâr Tanımı**

Almanya esnaf ve sanatkâr kavramı en geniş kullanım alanına sahip ülkelerden biridir. Almanya’da çalışan sayısı, yıllık satış tutarı ve sermaye miktarı gibi sınırlandırmalar bulunmamaktadır. Esnaf ve sanatkâr kesimi zanaatkâr olarak değerlendirilmektedir. Zanaatkâr olabilmek için mesleki eğitimin başarıyla tamamlanması ve zanaat siciline kayıt olunması gerekmektedir. Mesleki yaklaşım ilkesinin kabul gördüğü Almanya’da büyüklük açısından herhangi bir sınırlandırma getirilmediği için bazı zanaat işletmelerinin çok sayıda çalışanı olduğu görülmektedir (TESK, 2008:26).

Almanya Zanaat Konfederasyonu’nda ( ZDH) yer alan yüz otuzdan fazla mesleki alan bulunmaktadır. Bu meslek gruplarının bazıları şunlardır (ZDH, 2018);

- Metal ve elektrik işleri
- Ahşap ve plastik işleri
- Giyim,tekstil ve deri el sanatları
- Gıda ticareti
- İnşaat işleri
- Kimyasal ve temizlik işlerinin yanısıra kişisel bakım
- Grafik tasarımı.

### **2.2.1.2. İngiltere’de Esnaf ve Sanatkâr Tanımı**

İngiltere’de KOBİ tanımının sektörlere göre çalışan sayısı ve yıllık satış tutarları üzerinden değerlendirildiği önceden belirtilmişti. Esnaf kavramı bu ülkede kullanılmamakta, daha çok el sanatları üzerinden tanımlama yapılmaktadır.

Ülkede zanaatkârların çatı kuruluşu Zanaat Konseyi’dir. Kuruluş, zanaatkâr kesimin gelişimi için güçlü bir ekonomi oluşturmayı amaçlamakta, ulusal ve uluslararası alanlarda zanaatkâr kesimi desteklemektedir (Council, 2009:14).

İngiltere’de bazı zanaat faaliyetlerinin yürütüldüğü alanlar şöyledir (Council, 2009:14);

- Seramik,
- Grafik sanatları,
- Cam sanatları,
- Gümüş sanatları,
- Demir ve taş işlemeciliği,
- Taş ve anıt taş işlemeciliği,
- Müzik enstrümanı yapımı,
- Oyuncak yapımı,
- Ahşap,
- Tekstil ve deri.

### **2.2.1.3. İtalya’da Esnaf ve Sanatkâr Tanımı**

İtalya’da Türkiye’de olduğu gibi sanatkârlar yasa tarafından güvence altına alınmış ve desteklenmesi gerektiği hükme bağlanmıştır. İtalyan Anayasası’nın 45. maddesinde devlet, spekülatif faaliyetlerde bulunmamak kaydıyla kooperatifleri tanıyacağını ve çalışmalarına destek olacağını belirtmektedir. Aynı maddede yasa, devlete el sanatkârlarını koruma ve teşvik etme sorumluluğu da yüklemiştir (Constitution of Italian Republic,1947:14).

İtalya’da sanatkâr; bilgisi, mahareti ve kendi emeğiyle faaliyetlerini yürüten meslek grubu olarak tanımlanmıştır. Ülkede sanatkâr olarak kabul edilmiş 300’den fazla meslek grubu bulunmaktadır. Bu mesleklerden bazıları şunlardır (Devlet Planlama Teşkilatı, 2001:27);

- Müzik aletleri yapımı,
- Kuaförlük,
- Terzilik,

- Cam ve seramik,
- Deri işleri,
- Ahşap ve ağaç işleri.

#### 2.2.1.4. Türkiye’de Esnaf ve Sanatkâr Tanımı

Esnaf ve sanatkârlar geçmişten günümüze sosyal, ekonomik ve kültürel hayatımızda çok önemli yer tutmuş, üretim ve ihtiyaçların karşılanması, toplumsal dayanışmanın geliştirilmesi adına büyük vazifeler üstlenmiştir. Ülkemiz için böylesi önemli bir meslek grubunun korunması, geliştirilmesi ve desteklenmesi adına TC Anayasası devlete sorumluluk yüklemiştir. Şöyle ki TC Anayasası’nın 173. maddesinde ‘*Devlet esnaf ve sanatkârı koruyucu ve destekleyici tedbirleri alır.*’ hükmü yer almaktadır. Anayasada yapılan bu tanımla esnaf ve sanatkârların önemi vurgulanmış, toplumsal ve ekonomik açıdan gerekliliği devlet tarafından kabul görmüştür (Şen, 2010:2).

Esnaf ve sanatkâr kavramları yapıları itibariyle farklı olsalar da ülkemizde küçük iş kollarını tanımlarken birlikte kullanılmıştır. Esnaf kavramı hizmet ve ticaret sektöründe faaliyet gösteren ancak elde ettikleri kazançta göre tacir sıfatını kazanamayacak gelirler elde eden, sermayesi daha çok kendi emeği olan işletmeler için kullanılırken; sanatkâr kavramı ise genellikle imalat sektöründe faaliyet gösteren ancak elde ettikleri gelir bakımından sanayici kabul edilemeyecek işletmeler için kullanılmaktadır (Şen, 2010:3).

Ülkemizde esnaf ve sanatkârın tanımı yasayla belirlenmiş ve Cumhuriyet’in ilanından günümüze kadar değişen ekonomik, hukuki ve sosyal ihtiyaçlar nedeniyle pek çok kez değişiklik yapılması gerekliliği doğmuştur. Yine kanun ve kuruluşlarda yer alan esnaf ve sanatkâr kavramı tanımının farklılıklar içermesi bu değişikliklerin yapılmasının başka bir sebebidir.

17.7.1964 tarihinde kabul edilerek 1.8.1964 tarihinde Resmi Gazetede yayımlanan 507 sayılı ‘Esnaf ve Sanatkârlar Kanunu’nda esnaf ve sanatkârın tanımı şu şekilde yapılmıştır(Resmi Gazete, 1964);



*“ İster gezici olsun, ister bir dükkânda veya bir sokağın belli yerinde sabit bulunsunlar, ticareti sermayesi ile birlikte vücut çalışmalarına dayanan ve geliri o yer gelenek ve teamülüne nazaran tacir niteliğini kazanmasını icap ettirmeyecek miktarda sınırlı olan ve bu bakımdan ticaret sicili ve dolayısıyla ticaret ve sanayi odasına kayıtları gerekmeyen, aynı niteliğe (Sermaye unsuru olsun, olmasın) sahip olmakla beraber, ayrıca çalıştığı sanat, meslek ve hizmet kolunda bilgi, görgü ve İhtisasını değerlendiren hizmet, meslek ve sanat, sahipleriyle bunların yanlarında çalışanlar ve geçimini sınırlı olarak kamyonculuk, otomobilcilik ve şoförlükle temin eden kimselerin birinci maddede belirtilen amaçlarla kuracakları odalar bu kanun hükümlerine tabidir”.*

Ancak günümüz koşulları ve çağdaş yaşamın gerekliliği ve AB'nin 2003 yılında hazırladığı tavsiye kararları da gözönünde bulundurulduğunda, 507 sayılı kanunun ihtiyaçlara karşılık vermediği görülmüş,7.6.2005 tarihinde kabul edilip 21.6.2005 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlanan “5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu” ile yürürlükten kaldırılmıştır. Yeni kanun ile esnaf ve sanatkâr tanımı değiştirilmiştir. İlgili kanuna göre esnaf ve sanatkârın (Resmi Gazete,2005);

*“İster gezici ister sabit bir mekânda bulunsun, Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunca belirlenen esnaf ve sanatkâr meslek kollarına dahil olup, ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedeni çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimseleri” ifade ettiği belirtilmiştir.*

Mevcut yasayla esnaf ve sanatkâr özetle şöyle tanımlanmıştır;

- Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunca belirlenen iş kollarında faaliyette bulunmak,
- Kazancını sermayesi ile birlikte bedeni çalışmasıyla sağlamak,
- Elde ettiği gelir bakımından tacir veya sanayici olmamak,

- Basit usulde vergilendirilecek ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olacaklar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanatsal faaliyetler yürüten kimseler.

Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'na; esnaf ve sanatkârların yasal sınırlarının tam olarak çizilememesi ve durumun karışıklılar ortaya çıkarabileceği yönünde eleştiriler gelmekte ve yasadaki haliyle esnaf ve sanatkârların TESK çatısı altındaki odalara kayıt olmak yerine TOBB'a bağlı odalara kayıt olabileceği belirtilmektedir (Şen, 2010:5). Yaşanılan karışıklığın önlenmesi, esnaf ve sanatkâr ile tacir ve sanayici arasındaki ayrımın net bir şekilde yapılabilmesi için Etnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunca; 5362 sayılı kanunun tanıdığı yetki çerçevesinde, esnaf ve sanatkâr meslek odalarıyla yaptığı görüşmeler sonrasında 17 sektör ve 307 meslek kolu esnaf ve sanatkâr faaliyeti olarak kabul edilmiştir (Resmi Gazete, 2016). Kararda; esnaf ve sanatkâr meslek kollarının belirlenmesi, bu karışıklığın giderilmesi noktasında önemli bir adım olmasına rağmen 5362 sayılı kanundaki esnaf ve sanatkâr tanımının güncel ekonomik ve sosyal gelişmeleri dikkate alarak, girişimcilik kapasitesini arttırıcı, büyümeyi özendirici ve durağanlığı önleyici şekilde yeniden değerlendirilmesi, ekonomik olarak dinamo vazifesi gören bu önemli toplumsal grubun önemli ihtiyaçlarındandır (TESK , 2008:14).

### **2.2.2. AB'de KOBİ'ler ve Etnaf ve Sanatkârlara Genel Bir Bakış**

KOBİ'ler ile esnaf ve sanatkârlar, sağladıkları istihdam, oluşturdıkları katma değer ve ekonomideki hacimleri göz önünde bulundurulduğunda Avrupa ekonomisi açısından ayrı bir öneme sahiptir. AB, KOBİ'ler ile esnaf ve sanatkârların rekabet gücünü geliştirecek, büyümelerini teşvik edecek ve girişimciliğini kolaylaştıracak politikalarla destek olmaya çalışmaktadır (Şener, 2014:17). Politikaların kapsamının nasıl olacağı ve ne şekilde uygulanacağını belirlemek adına Avrupa Komisyonu tarafından kabul edilen ancak hukuki bağlayıcılığı olmayan bir taslak oluşturulmuştur. Small Business Act isimli taslak SBA olarak kısaltılmıştır. SBA, KOBİ'lerin yaşadığı temel sorunlara çözüm üretecek politikaların belirlenmesine yardımcı olma amacıyla bazı konularda öncelikler belirlemiştir. Bu öncelikler şöyle özetlenmiştir(Commission of the European Communities,2008);

- Girişimciliğin desteklenmesi,
- İflas eden dürüst işletme sahiplerinin ekonomiye yeniden kazandırılmasının sağlanması
- Kamu politikalarının KOBİ'lerin ihtiyaçlarına karşılık verecek şekilde oluşturulması
- KOBİ'lerin finans kaynaklarına erişiminin kolaylaştırılması
- Uluslararasılaşmalarının sağlanması.

KOBİ'lere uygulanacak politikaların etkili olabilmesi için ekonomiye sundukları katkıların bilinmesi gerekmektedir. AB'deki KOBİ'lerin 2016 yılına ait işletme sayıları, yarattıkları katma değer ve istihdama ilişkin veriler Tablo 11'de açıklanmaktadır.

**Tablo 11. AB'de KOBİ'lere Ait Ekonomik Göstergeler**

	<b>Mikro İşletme</b>	<b>Küçük İşletme</b>	<b>Orta Büyüklükte İşletme</b>	<b>KOBİ</b>	<b>Büyük İşletmeler</b>	<b>Toplam</b>
<i>İşletme Sayıları</i>						
<b>Bin</b>	22232	1392	225	23849	45	23894
<b>Toplam İşletmelerde Yüzdesi</b>	93 %	5.8 %	0.9 %	99.8 %	0.2 %	100 %
<i>İstihdam Edilen Personel Sayısı</i>						
<b>Bin</b>	41669	27982	23398	93049	46665	1397141
<b>Toplam İstihdamda Yüzdesi</b>	29.8 %	20 %	16.7 %	66.6 %	33.4 %	100 %
<i>Katma Değer</i>						
<b>Trilyon €</b>	1482	1260	1288	4030	3065	7095
<b>Toplam Katma Değerde Yüzdesi</b>	20.9 %	17.8 %	18.2 %	56.8 %	43.2 %	100 %

Kaynak: (European Commissions, 2017:12).

Tablo 11'deki verilere göre KOBİ'ler, AB üyesi 28 ülkedeki işletmelerin yaklaşık %99.8'ini, AB'deki toplam istihdamın %66.6'sını ve yaratılan katma değer yaklaşık %56.8'ini oluşturmaktadır. Bu verilere göre Avrupa ekonomisinde KOBİ'ler, Avrupa ülkelerindeki işletmelerin neredeyse tamamına, toplam istihdamın yaklaşık üçte ikisine ve yaratılan katma değer yaklaşık beşte üçüne karşılık gelmektedir.

Esnaflık ve sanatkâr faaliyetlerinin büyük ölçüde mikro işletme kategorisinde yer aldığı düşünülürse; finansal olmayan işletmelerin yaklaşık %93'ünü mikro işletmelerin oluşturduğu bir ekonomide, esnaf ve sanatkârların önemi daha iyi anlaşılacaktır. Mikro işletmelerin toplam istihdamda yaklaşık %20.9'luk kısmı karşılması ve yaratılan katma değer yaklaşık %20.9'unun mikro işletmeler tarafından gerçekleştirilmesi dikkat çeken diğer verilerdir.

AB, esnaf ve sanatkârlar için ayrı bir tanım geliştirmese de bu mesleki faaliyetleri yürüten grubu önemsemiş, sorunlarını tespit ederek çözüm için bazı tedbirler almıştır. Avrupa Komisyonunca esnaf ve sanatkârların karşılaştığı en büyük zorluğun, finansal kaynaklara erişim olduğu belirtilmektedir. Bunun yanında nitelikli işgücü istihdamında yaşanan güçlükler ile esnaf ve sanatkârın mesleki ve teknik konularda kendilerini geliştirme noktasında yaşadıkları sıkıntılar da diğer sorunlar olarak ifade edilmiştir. Avrupa Komisyonu bu sorunların çözümü için mesleki ve teknik konularda eğitim kapasitesinin geliştirilmesi, bürokrasinin azaltılması ve yenilikçilik temelli anlayışın esnaf ve sanatkârlara kazandırılması noktasında adımlar atılması gerektiğini belirtmektedir (Şener, 2014:20).

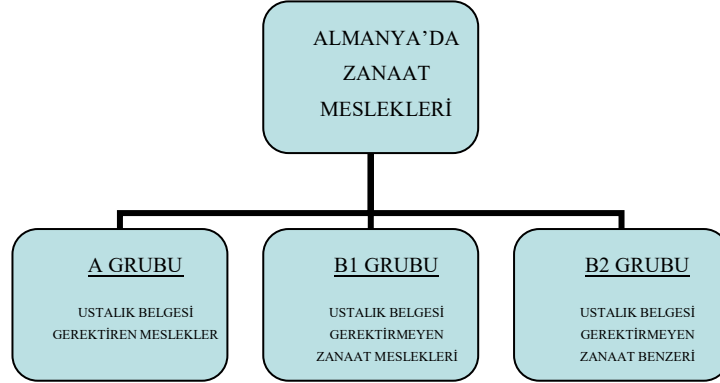
### **2.2.2.1. Almanya'da Küçük İşletmeler ile Esnaf ve Sanatkârlar**

Almanya'da KOBİ benzeri işletmelere Mittelstand isminin verildiği açıklanmıştır. Esnaf ve sanatkârlar da, Mittelstand işletmeleri içinde değerlendirilse de bu grup ihmal edilmemiş ve desteklenmesi adına önemli düzenlemeler yapılmıştır. Almanya'da esnaf ve sanatkârlar "zanaatkâr" olarak nitelendirilmiştir ve yasalarda hangi mesleklerin zanâatkarlık olduğu belirlenmiştir. Ayrıca zanaat meslekleri kendi aralarında sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma, mesleklerin icrasında ustalık belgesi alınmasının gerekip gerekmediğine göre yapılmıştır(Şener, 2014:31). Şekil 4'te Almanya'da zanaatkârların meslek kollarının sınıflandırması bulunmaktadır. A grubu meslekler ustalık belgesinin alınmasının zorunlu olduğu meslekler olup, 41 meslek kolundan oluşmaktadır. B1 ve B2 grubu mesleklerde ustalık belgesinin alınması zorunluluğu bulunmamaktadır. Ancak B1 grubu mesleklerde gönüllü olarak ustalık belgesi alınabilmesi mümkündür. B1 grubu meslekler 52 meslek grubundan, B2 grubu meslekler ise 54 meslek grubundan oluşmaktadır (ZDH, 2017).

Almanya’da KOBİ ve zanaat işletmeleri ile ilgili istatistiki veriler Almanya Federal İstatistik Ofisi (DESTATIS) tarafından ayrı ayrı oluşturulmuş ve KOBİ’ler ile zanaatkârların Alman ekonomisine sunduğu katkıların değerlendirilmesinde kolaylık sağlamıştır. Bu verilerin ayrı ayrı oluşturulmasının bir diğer önemi de karar alıcıların uygulayacakları politikalarda sağlayacağı kolaylıktır. Öncelikle KOBİ verileri paylaşılacak sonrasında zanaat işletmelerinin verileri ortaya konmaya çalışılacaktır. Veriler ışığında Mittelstandlar ve zanaatkârların Alman ekonomisindeki önemi vurgulanacaktır. Tablo 12’de Alman Mittelstand işletmelerinin 2016 yılına ait verileri bulunmaktadır.

Tablo 12’deki verilerde KOBİ’lerin toplam işletmelerdeki payının %99,3 olduğu, bu payın neredeyse Almanya’daki tüm işletmelere karşılık geldiği görülmektedir. Mevcut haliyle KOBİ’lerin Alman ekonomisinin dinamosu olduğu söylenebilir. Toplam istihdamın yaklaşık %61,2’sinin KOBİ’ler tarafından sağlanıyor olması, dikkat çeken bir diğer önemli göstergedir. Toplam yatırımlardaki payının %46,7, yaratılan toplam katma değer %47,6’sının KOBİ’ler tarafından karşılanması ekonomi açısından KOBİ’lerin vazgeçilmez bir unsur olduğunun göstergeleridir.

**Şekil 4. Almanya’da Zanaat Mesleklerinin Sınıflandırılması**



Kaynak: (ZDH, 2017).

**Tablo 12. Alman Mittelstand İşletmelerinin 2016 Yılı Ekonomik Göstergeleri**

	<b>Mikro İşletme</b>	<b>Küçük İşletme</b>	<b>Orta Büyüklükte İşletme</b>	<b>Büyük İşletme</b>	<b>KOBİ</b>
<b>Toplam İşletmeler İçindeki Payı</b>	% 80.4	% 16	% 2.9	% 0.7	% 99.3
<b>Toplam İstihdamdaki Payı</b>	% 18.6	% 23.2	% 19.3	% 38.8	% 61.2
<b>Toplam Yatırımlardaki Payı</b>	% 15.7	% 16.3	% 14.7	% 53.3	% 46.7
<b>Toplam Katma Değerdeki Payı</b>	% 11.5	% 17.6	% 18.5	% 52.4	% 47.6

Kaynak: (DESTATIS, 2016)

Tablo 13’te 2017 yılında gruplara göre sınıflandırılan zanaat mesleklerindeki işletme sayıları yer almaktadır.

**Tablo 13. Almanya’da Zanaat Gruplarının 2017 Yılı Sayıları**

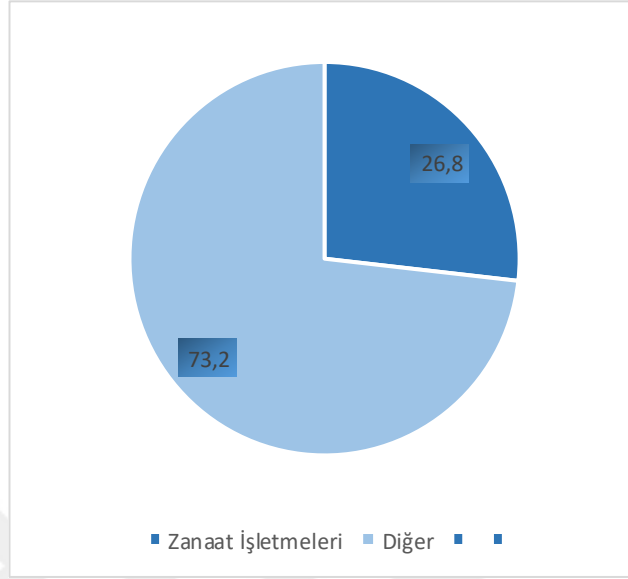
	<b>A GRUBU</b>	<b>B1 GRUBU</b>	<b>B2 GRUBU</b>	<b>TOPLAM</b>
<b>İşletme Sayıları</b>	574086	244273	181272	999636

Kaynak: (ZDH, 2017).

Görüleceği üzere Almanya’daki zanaat işletmelerinin sayısı yaklaşık 1 milyona yaklaşmıştır. Zanaat işletmelerinin Almanya’daki toplam işletme sayısına göre oransal büyüklüğü Şekil 5 ‘te belirtilmiştir.

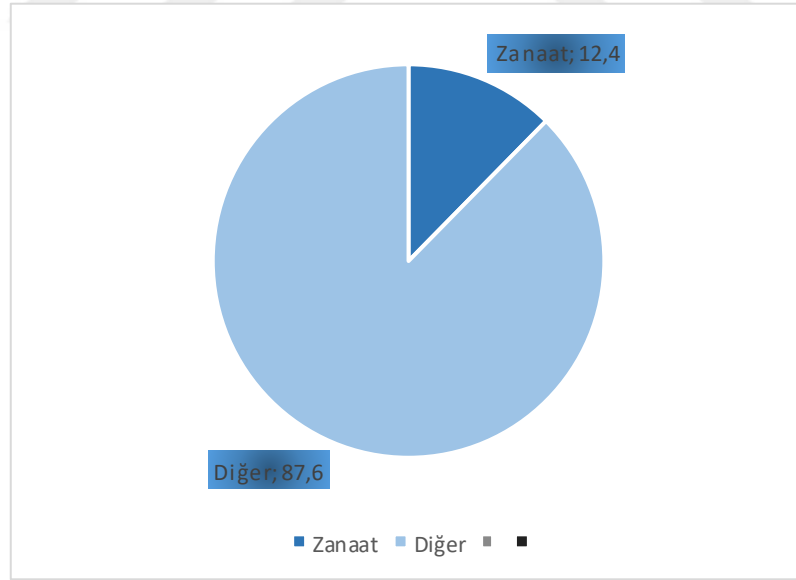
Şekilde 5’te görüleceği üzere Almanya’da zanaat işletmelerinin toplam işletmeler içindeki payı yaklaşık olarak % 26, 8’dir. Mevcut işletmelerin dörtte birinden fazlasını oluşturan zanaat işletmeleri istihdama sağladıkları katkı ve yarattıkları katma değerle de ön plana çıkmaktadır. Şekil 6’da Almanya’da 2017 yılında zanaat faaliyetlerinde istihdam edilenlerin toplam istihdama oranı gösterilmektedir.

Şekil 5. Almanya’da 2017 Yılı Zanaat İşletmelerinin Tüm İşletmeler İçindeki Payı



Kaynak: (ZDH, 2017).

Şekil 6. 2017 Yılında Almanya’da Zanaat İşletmelerinin Toplam İstihdamdaki Payı



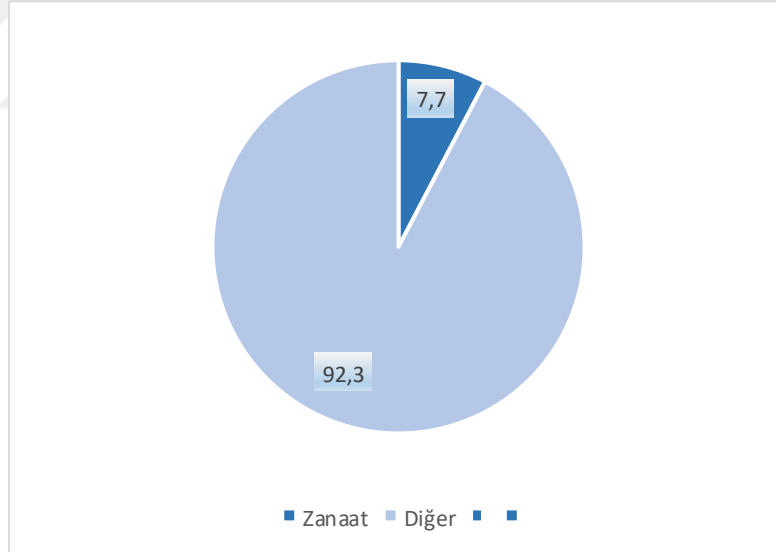
Kaynak: (ZDH, 2017)

Şekil 6’daki verilerde, zanaat işletmelerinde istihdam edilenlerin sayısının toplam istihdamın yaklaşık % 12,4’ünü oluşturduğu görülmektedir. İşsizliğin önlenmesi ve

gelir dağılımındaki adaletsizliğin azaltılması adına güçlü istihdam yapısına sahip zanaat işletmeleri önemli rol oynamaktadır.

Şekil 7’de Almanya’da 2017 yılında zanaat faaliyetlerinde gerçekleştirilen yıllık satışların, ülkede gerçekleşen toplam satışlara orana gösterilmektedir. Verilere göre Alman ekonomisinde yaratılan katma değer yaklaşık % 7,7’si zanaat işletmeleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Zanaat işletmelerinin toplam işletme sayısına oranı yaklaşık %26,8 iken, oluşturulan katma değer oranının bu değer altında kalması, zanaat işlerinin genellikle emek yoğun faaliyetlerle yürütülmesiyle açıklanabilir. Ancak oransal olarak toplam katma değer yaklaşık %7.7sini karşılarsa da zanaat işletmeleri 2017 yılında yaptıkları işlemlerle yaklaşık 581 milyar euro’luk bir ticari hacme ulaşmışlardır. Şekilde 2017 yılında Almanya’da zanaat faaliyetlerinde gerçekleşen satışların toplam satış miktarına oranı yer almaktadır.

**Şekil 7. Almanya’da Zanaat İşletmelerinin Toplam Katma Değerdeki Payı**



Kaynak: (ZDH,2017)

Tablo 14’teki veriler Almanya’da zanaatkârların 2012-2017 yılları arası çalışan sayıları ve yıllık satış tutarları içermektedir. Veriler yaklaşık tutarları ifade etmektedir.



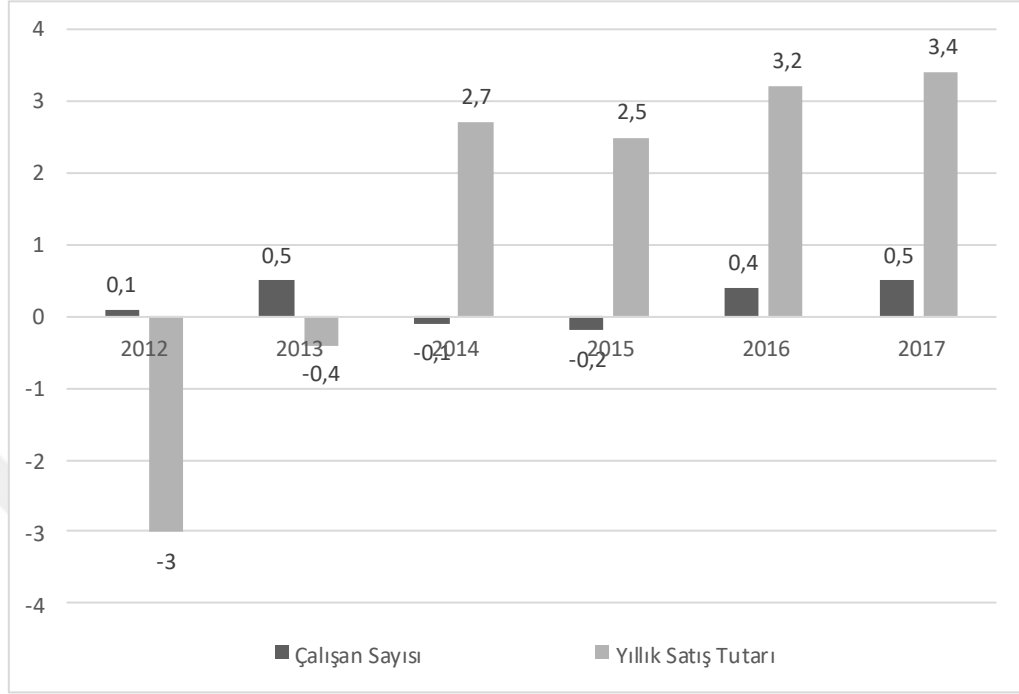
**Tablo 14. 2012-2017 Yılları Arası Zanaat İşletmelerine Ait Göstergeler**

	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Çalışan Sayısı (Bin)</b>	5491	5462	5457	5446	5466	5491
<b>Yıllık Satış Tutarları (Milyar Euro)</b>	520	517	531	544	562	581

Kaynak: (ZDH, 2017)

Verilerden de anlaşılacağı üzere 2012-2017 yılları arası Almanya’da zanaat faaliyetlerinde istihdam edilenlerin sayısı 5,5 milyona yakın bir düzeyde seyretmiştir. 2012 ile 2017 yılları istihdam edilenlerin sayısı ve satış tutarları karşılaştırıldığında, istihdam edilenlerin sayısında gözle görülür bir değişiklik gözlemlenmezken, satış tutarlarının yaklaşık 61 milyar euro arttığı anlaşılmaktadır. 2012 ile 2017 yılları arasında çalışan sayısı ve yıllık satış tutarlarının önceki yıla göre oran olarak artış ve azalışları Şekil 8’de yer almaktadır.

**Şekil 8. 2012-2017 Yılları Arası İstihdam ve Yıllık Satış Tutarlarının Değişimi**



Kaynak: (ZDH,2017)

Verilere göre zanaat işletmelerinde istihdam edilenlerin sayısında bir önceki yıla göre değişimler incelendiğinde 2014 ve 2015 yıllarında azalma eğilimi olduğu, bu yılların dışında ise artış eğilimi olduğu görülmektedir. Yıllık satış tutarlarının önceki yıllara göre değişimleriyle ilgili veriler incelendiğinde 2012 ve 2013 yılları dışında artma eğiliminde olduğu görülecektir.

Özetlemek gerekirse Almanya’da esnaf ve sanatkârlar, zanaatkâr olarak nitelenmekte ve KOBİ’lerin içinde değerlendirilse de ayrıca önem verilmektedir. Zanaatkârlar Alman ekonomisinde; 1 milyona yakın işletme sayısı, 5 milyondan fazla çalışanı ve 581 milyar euro’lara ulaşan ticaret hacmiyle büyük bir mesleki grubu ifade etmektedir.

#### **2.2.2.2. İngiltere’de Küçük İşletmeler ile Esnaf ve Sanatkârlar**

İngiltere’de küçük ve orta ölçekli işletme tanımlarının Şirketler Yasası’nda yapıldığı belirtilmiştir. AB KOBİ tanımlamasına geçişle beraber KOBİ’lere ait istatistikler resmi istatistik kurumu olan “Office For National Statistics” tarafından

hazırlanmakta ve yıllık olarak raporlanmaktadır (Office For National Statistics, 2018). Tablo 15’te 2017 yılına ait Birleşik Krallıktaki KOBİ’lerin mevcut işletme sayıları, yıllık satış tutarları ve istihdam sayılarıyla ilgili yaklaşık veriler gösterilmektedir.

**Tablo 15. Birleşik Krallıktaki İşletmelerin 2017 Yılı Göstergeleri**

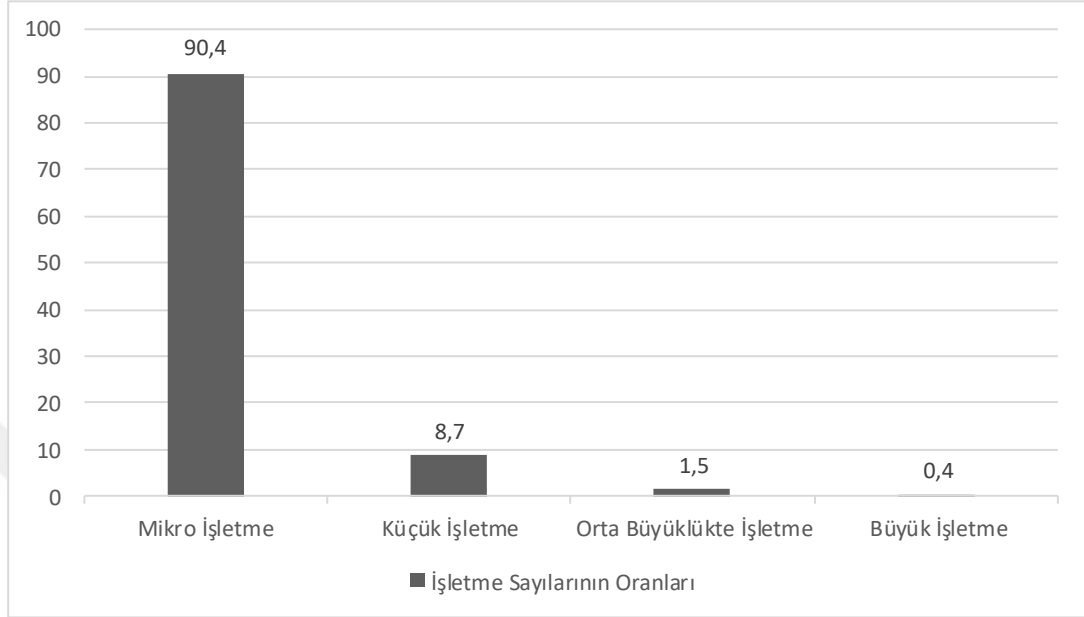
	<b>Mikro İşletme</b>	<b>Küçük İşletme</b>	<b>Orta Büyüklikte İşletme</b>	<b>Büyük İşletme</b>
<b>İşletme Sayısı (Bin)</b>	2386	231	40	9
<b>Çalışan Sayısı (Bin)</b>	5491	4450	4022	16470
<b>Yıllık Satış Tutarı (Milyar)</b>	791 £	616 £	749 £	3038 £

Kaynak: (Office For National Statistics, 2018)

2017 yılı başı mevcut işletme sayıları, çalışan sayıları ve yıllık satış tutarlarının toplam ekonomideki payları Tablo15’te gösterilmiştir. KOBİ’ler 14 milyona yaklaşan çalışan sayısı ile işgücü piyasasına katkı sağlamaktadır. Benzer şekilde 2,1 trilyon sterlini aşan ticari hacmiyle KOBİ’ler ülke ekonomisinin kalkınmasında büyük ölçüde pay sahibidir.

Şekil 9’da toplam işletmeler içindeki mikro işletmelerin payının yaklaşık % 90,4, küçük işletmelerin payının % 8,7, orta büyüklükteki işletmelerinin payının % 1,5 olduğu görülmekte ve KOBİ niteliğindeki işletmelerin Birleşik Krallıktaki toplam teşebbüsün neredeyse tamamını gerçekleştirdiği sonucuna ulaşılmaktadır. Esnaf ve sanatkâr işletmelerinin büyük kısmının mikro işletme olduğu düşünüldüğünde, esnaf ve sanat faaliyeti yürüten işletmelerin ülke ekonomisindeki önemi daha iyi anlaşılmaktadır.

Şekil 9. 2017 Yılında Birleşik Krallık 'ta İşletmelerin Türlerine Göre Payları



Kaynak: (Office for National Statistics, 2018).

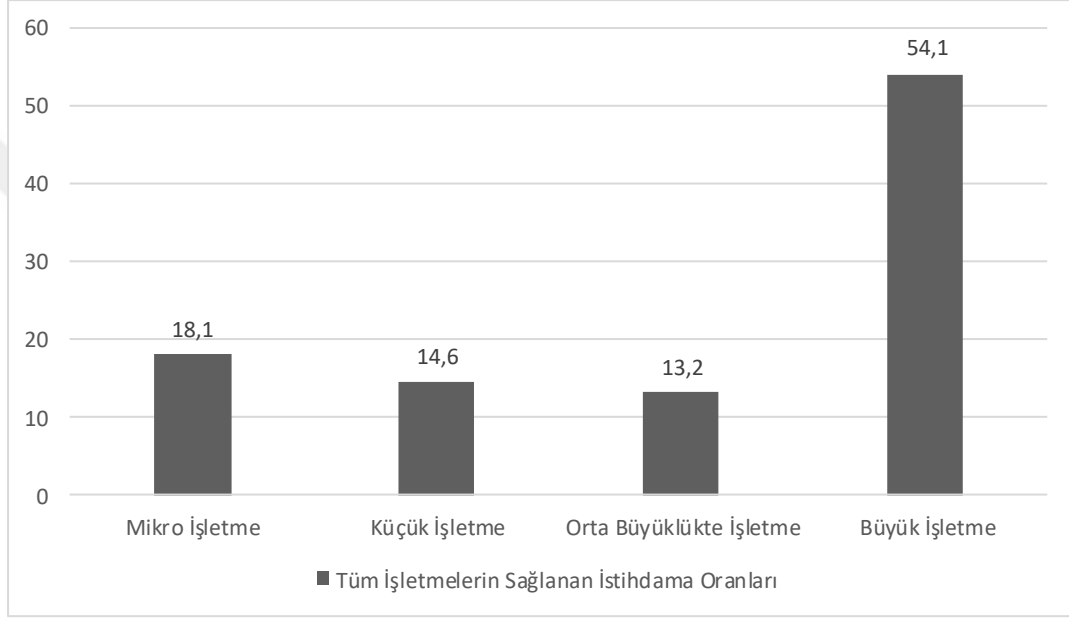
Şekil 10'da Birleşik Krallık'taki işletmelerin türlerine göre istihdamdaki payları yer almaktadır. 2017 yılında mikro işletmelerde çalışan işgücünün toplam istihdama katkısı % 18,1 iken, küçük işletmeler bünyesinde yer alan işgücü % 14,6, orta büyüklükteki işletmelerde çalışan işgücünün katkısı % 13,2'tir. Bu bağlamda KOBİ niteliğindeki işletmelerde çalışan işgücünün istihdamdaki payın % 45,9'dur. Birleşik Krallık'taki istihdamın neredeyse yarısına katkı sağlayan KOBİ'ler; gelir dağılımındaki adaletsizlikleri önlemede üstlendikleri görev de hesaba katılırsa, ülke ekonomisinin denge unsuru olarak ön plana çıkmaktadır.

Şekil 11'de 2017 yılında Birleşik Krallık'taki işletmelerin türlerine göre toplam katma değerdeki payları yer almaktadır. Verilere göre mikro işletmeler toplam katma değer %15,2'sini, küçük işletmeler %11,9'unu, orta büyüklükteki işletmeler %14,4'ünü, büyük işletmeler ise % 58,5'ini karşılamaktadır. KOBİ niteliğindeki işletmelerin katma değer yaratmada % 41,5'lik bir katkı sağladığı görülmektedir.

Genel bir değerlendirme yapıldığında Birleşik Krallık'ta KOBİ'ler toplam teşebbüslerin neredeyse tamamını oluşturmakta, toplam istihdam ve yaratılan katma değerde neredeyse yarıya yakın bir katkı sunmaktadır. Büyük ölçekteki işletmelerin

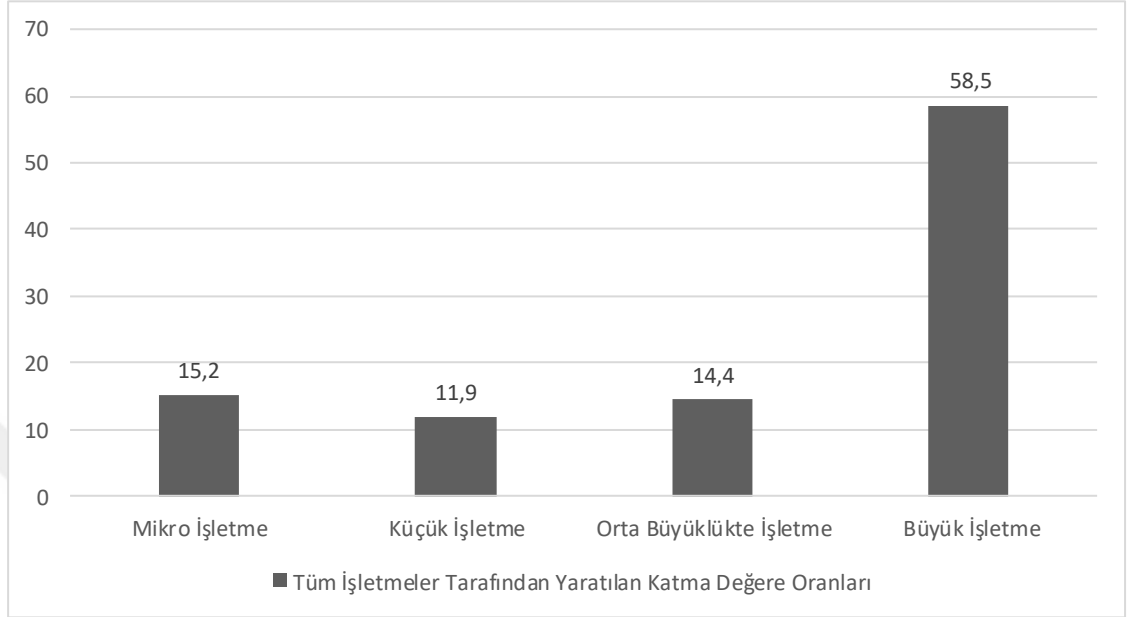
sayısının çok az olmasına rağmen istihdam ve katma değerdeki paylarının KOBİ'lere göre fazla olması dikkat çekmektedir. Bunun en önemli sebeplerinden biri büyük işletmelerin, ekonomik ve teknolojik kapasitelerinin KOBİ'lere göre fazla olması ve ölçek ekonomisine sahip olmalarından dolayı maliyet avantajı elde etmeleriyle açıklanabilir.

**Şekil 10. 2017 Yılı Birleşik Krallıktaki İşletmelerin İstihdamdaki Payları**



Kaynak: (Office for National Statistics, 2018).

**Şekil 11. 2017 Yılı Birleşik Krallıktaki İşletmelerin Toplam Katma Değerdeki Payları**



Kaynak:(Office for National Statistics, 2018).

## **2.3. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE ESNAF VE SANATKÂRIN TARİHSEL GELİŞİMİ**

### **2.3.1. Dünya'da Esnaf ve Sanatkârın Tarihsel Gelişimi**

İnsanoğlunun varoluşundan bugüne kadar geçen sürede hayatta kalma uğruna verdiği mücadele dünyaya birçok kazanım sağlamıştır. Başlarda küçük el aletlerinin gelişimiyle başlayan süreç ve devamında gelen gelişmeler, avcı ve toplayıcı yaşam tarzından yerleşik yaşam tarzına geçişi kolaylaştırmıştır. Yerleşik hayata geçişle birlikte ihtiyaçlarını karşılayabilmek için zamanla üretmeye ve ürettiklerini satmaya başlayarak ticari ve sosyal hayatın çeşitlenmesine katkı sağlamışlardır. Üretim faaliyetlerinin artması yeni ihtiyaçları doğurarak farklı meslek gruplarının oluşumunu hızlandırmıştır.

Orta Çağ Avrupasında zanaatkârlar, hemen her şehirde karşımıza çıkmaktadır. Şehirlerin büyüklüklerine göre zanaatkâr sayıları da değişmektedir. Temel ihtiyaçların temin edilebileceği kasap, berber, manav gibi esnaflar her yerde bulunmaktadır. Üretim faaliyetlerinin denetlenebilmesi ve yasal olarak hem tüketicinin hem de üreticinin haklarının korunabileceği bir kuruluşun olması ihtiyaçtan öte zorunluluk

halini almıştır. Her ülkede benzer özellikler gösteren bu kuruluşlar lonca adını almaktadır. Almancada Amt, İngilizcede Guild, Felemenkçede Neering ismini alsa da özü itibariyle aynı kavramı nitelemek için kullanılmıştır (Pirenne, 2013:199-200).

Loncalar, üyelerini yalnızca dış rekabete karşı değil aynı zamanda kendi üyelerine karşı korumayı amaç edinmiştir. Fiyat, çalışma saatleri gibi konularda düzenlemeler yaparak üyelerinin çıkarlarını gözetmişlerdir. Mesleki hiyerarşi tüm esnaf örgütlenmelerinde olduğu gibi loncalarda da bulunmaktadır. Mesleki hiyerarşi ve yetkinlik çırak, kalfa ve usta kavramlarıyla unvanlaştırılmıştır. Çırakların mesleki gelişimini tamamlamadan üye olmasına izin verilmemiştir (Pirenne, 2013:206-207).

### **2.3.2. Türkiye’de Esnaf ve Sanatkâr Faaliyetlerinin Tarihsel Gelişimi**

Esnaf ve sanatkârlar, Türk tarihinde mesleki faaliyetlerde bulunan bir grup olmanın ötesinde, aynı zamanda toplumsal hayatın gelişmesinde önemli rol oynamaktadır. Bir araya gelerek örgütlenmişler ve bu örgütlenme sayesinde ekonomik, askeri, siyasi ve kültürel birçok gelişmenin temelini atmışlardır.

1071 yılında Malazgirt’te Sultan Alparslan komutasındaki Selçuklu Devleti ve Romen Diyojen komutasındaki Doğu Roma İmparatorluğu arasında gerçekleşen savaşta Selçuklu Devleti’nin elde ettiği zafer, Anadolu’nun kapılarını Türklere açmıştır. Orta Asya ve Maveraünnehir taraflarında yaşayan Türkler boylar halinde Anadolu’ya göç etmişler ve burayı yurt tutmuşlardır (Çağatay, 1990:27-28). Yerleşik hayata geçişte yaşanan zorluklar, farklı esnaf ve sanatkâr gruplarının bir araya gelerek örgütler kurmasını zorunlu hale getirmiştir. Ahilik de böyle bir zamanda Türklerin kendi tarihi birikimlerini Anadolu’nun şartlarına uyarlaması sonucu ortaya çıkmıştır (Ceylan, 2014:3).

Ahilik, Türk örf ve adetlerinin İslam inancıyla birleşmesiyle oluşan, toplumsal dayanışma, kardeşlik ve ahlaki değerleri benimsemiş mesleki ve toplumsal bir örgüt olarak kabul edilmiştir. Ahi Evran’ın kuruculuğunu yaptığı Ahi Teşkilatı, Türk kültür ve medeniyetinin Anadolu’da yerleşmesinde, Türk ticaretinin ahlaki açıdan gelişmesinde ve Türk örf ve adetlerinin korunmasında büyük vazifeler üstlenmiştir (Karasoy, 2003:15). Teşkilata girebilmek için bir meslek sahibi olmak veya sanatsal ve ticari faaliyetler yürütmek gerekmektedir. Esnaf ve sanatkârlar, teşkilata girdikten

sonra mesleki alanlarda eğitimler almanın yanı sıra ahlak dersleri, silah talimi ve ata binme gibi eğitimler de alarak kendilerini bir çok alanda geliştiriyorlardı. Her meslek dalına ait birlikler kurarak mesleki kuralları belirleyip, bu birlikler vasıtasıyla ahlaki bakımdan kendilerini denetlemişlerdir (Gemici, 2010:74).

Ahi Teşkilatı 13.yy ve 17.yy arasında Selçuklu Devleti ve Osmanlı Devleti'nin ekonomik ve kültürel inşasında büyük görevler üstlense de zamanla birtakım bozulmalar meydana gelmiş, sanayi inkilabının da etkisiyle bu örgüt işlevini yerine getiremez duruma gelmiştir (Gülerman ve Taştekin , 1993:35). Osmanlı Devletinin geniş bir coğrafyada hakimiyet kurması ve gayrimüslim tebanın da esnaf ve sanatkârlık faaliyetlerinde bulunması, ahilik sisteminden lonca sistemine geçişin bir başka sebebidir. Azınlıkların da mensubu olabildiği lonca sistemi bu özelliği dışında Ahi teşkilatıyla benzer özellikler taşımaktadır (Akbaş vd., 2018:173).

*Lonca* kelimesinin İtalyanca 'Lociyè Loggiya' ve Fransızca 'Loge' kelimelerinden türediği düşünülmektedir. Osmanlı Devletinin İtalya ile ticari ilişkilerinin artması sebebiyle Lonca isminin bu ilişkiler vesilesiyle ortaya çıktığı düşünülse de konuyla alakalı resmi bir kayıt bulunmamaktadır (Özdemir, 1986:160).

Lonca teşkilatı üyeleri sosyal adalet, dayanışma, kardeşlik, yardımseverlik gibi değerleri benimsemiş aynı zamanda faaliyet gösterdiği iş kollarında uzmanlaşmaya önem vermiştir. Ahilik teşkilat yapısı ve değerlerini benimseyen ancak ahilere göre daha esnek üyelik kuralları olan lonca teşkilatı, sanayi inkilabı ve artan kapitülasyonlar sebebiyle rekabet edemez duruma gelmiştir. Sonrasında devlet yönetimi esnaf ve sanatkârların birlikler kurmasını sınırlandırmış ve düzenlemeler getirerek kendi sistemini oluşturmuştur. Oluşturulan bu sisteme Gedik Sistemi adı verilmiştir.

*Gedik* kelimesi, Türkçe kökenli bir kelime olup imtiyaz anlamını taşımaktadır. Gedik sahibi olma hakkı, bir senet ile devlet tarafından tanınmaktadır. Gedik hakkı sahibi elde ettiği bu unvanla mesleğini veya sanatını ifa eder (Özdemir, 1986:161). 1860 yılına kadar varlığını sürdüren Gedik Sistemi'nde yalnızca ellerinde imtiyaz fermânı bulunan kimseler ticaret ve sanat faaliyetleri yapabiliyordu. Ayrıca esnaf ve



sanatkâr sayılarında değişikliğe gidilmesi de bu fermanlar aracılığıyla gerçekleştiriliyordu (TESK, 2018).

Özetle, ahilik sistemi,lonca sistemi ve gedik sistemi Türk esnaf ve sanatkârlarının önemli teşkilatlanma modelleriydiler.Sanayi devrimi sonrasında küçük atölye ve iş yerlerinin, seri üretim karşısındaki yetersizliği ve Osmanlı Devleti ekonomisinin yaşadığı sorunlar bu yapıların işlevsiz kalmasına sebep olmuştur. Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte gerçekleştirilen yapısal reformlar esnaf ve sanatkârların faaliyet alanlarının ve örgütlenmelerinin yeniden değerlendirilmesi ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Bu amaçla 18 Ocak 1943 tarih ve 4355 sayılı “Ticaret ve Sanayi Odaları,Esnaf Odaları ve Ticaret Borsaları Kanunu” Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (Resmi Gazete, 1943).

### **2.3.3.Türkiye’de Esnaf ve Sanatkârlara İlişkin Göstergeler**

Çalışmanın bu kısmında esnaf ve sanatkârların ülkemiz ekonomisi içindeki yeri ve önemine işaret eden güncel verilere yer verilmektedir.

#### **2.3.3.1. Türkiye’de Esnaf ve Sanatkâr Sayısı**

Esnaf ve sanatkârlar geçmişte olduğu gibi günümüzde de yalnızca ekonomik faaliyetlerin gerçekleştirildiği bir meslek grubu olmanın ötesinde, sağladığı istihdam ile refahın tabana yayılmasını sağlamakta ve ahi geleneğini sürdürerek toplumsal hayatın gelişimine katkılar sunmaktadır. Aynı zamanda farklı meslek gruplarında yürüttükleri faaliyetler ile kültürel zenginliğimize değer katmaktadır. Esnaf ve sanatkârların yürüttükleri faaliyetler ve ticari kapasiteleri düşünüldüğünde yerel ve bölgesel kaldıkları düşünülebilir. Ancak ulusal kalkınmada önemli bir aktördür. Türkiye’de esnaf ve sanatkârların mevcut sayısı bu önemi ifade etmektedir.

Tablo 16’da 2018 yılı Eylül ayı itibarıyla esnaf ve sanatkârlara ait veriler bulunmaktadır. Bu veriler aracılığıyla esnaf ve sanatkârların Türkiye’deki genel durumuna ait değerlendirmeler yapılacaktır.

**Tablo 16. Türkiye’de Esnaf ve Sanatkârlara Ait Göstergeler**

<b>Esnaf ve Sanatkâr Sayısı</b>	1.738.012
<b>Esnaf ve Sanatkâr İş Yeri Sayısı</b>	1.870.677
<b>Oda Sayısı</b>	3.013
<b>Birlik Sayısı</b>	82
<b>Federasyon Sayısı</b>	13
<b>Konfederasyon Sayısı</b>	1

Kaynak: (Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü, 2018).

Ülkemizde 2018 Eylül ayı sonunda esnaf ve sanatkâr sayısı 1.738.012, esnaf ve sanatkârlar tarafından işletilen işyeri sayısı 1.870.677 olmuştur. Esnaf ve sanatkâr sayısının, işletilen iş yerinden fazla olmasının sebebi bazı esnaf ve sanatkârların birden fazla işyeri işletmesiyle açıklanmaktadır. Esnaf ve sanatkârların bağlı oldukları oda sayısının 3013 olması; üyelerin ihtiyaçlarının karşılanması, mesleki çıkarların korunması ve mesleki temsilin sağlanması açısından önemli bir rakamdır. 81 ilde oda birlikleri bulunmaktadır. Toplam birlik sayısının 82 olmasının nedeni, İstanbul’da 2 tane birlik bulunmasıdır (Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü, 2018).

Türkiye’de 2018 Eylül ayı itibariyle esnaf sayısının en fazla olduğu 10 ilde ait veriler Tablo 17’de gösterilmektedir. Verilere göre Türkiye’de en fazla esnafın bulunduğu il İstanbul’dur. 15 milyonu aşan nüfusa sahip İstanbul’da iki yüz bine yakın esnaf bulunmaktadır. Ancak dikkat edilmelidir ki tablodaki verilerde esnaf sayısının nüfusa oranının en düşük olduğu il de İstanbul’dur. Türkiye’deki esnaf sayılarının toplam nüfusa oranının 2,15 olduğu düşünülürse, İstanbul’un Türkiye ortalamasının altında kaldığı söylenebilir. Her bir odaya düşen üye sayısında İstanbul, 1254 üyeye başı çekmektedir. Mesleki kuruluşların temel amacı üyelerinin çıkarlarını korumak ve mesleki becerilerinin geliştirilmesini sağlamaktır. Oda başına düşen üye sayısının diğer illere göre fazla olması bu amaçların gerçekleştirilmesini zorlaştırabilir.

**Tablo 17. 2018 Yılı İtibari ile Esnaf Sayısının En Fazla Olduğu 10 İl**

İl	Esnaf Sayısı	İl Nüfusu	Esnaf/Nüfus	Oda Sayısı	Esnaf/Oda Sayısı
İstanbul	199.452	15.029.231	1,33	159	1.254
İzmir	107.626	4.279.677	2,51	129	834
Ankara	90.930	5.445.026	1,67	113	804
Antalya	74.146	2.364.396	3,14	75	988
Bursa	67.275	2.936.803	2,29	104	646
Konya	51.090	2.180.149	2,34	84	608
Mersin	47.832	1.793.931	2,67	69	693
Manisa	44.991	1.413.041	3,18	93	478
Balıkesir	41.761	1.204.824	3,47	85	491
Adana	41.549	2.216.275	1,87	80	519
<b>TÜRKİYE GENELİ</b>	<b>1.738.012</b>	<b>80.810.525</b>	<b>2,15</b>	<b>3.013</b>	<b>593</b>

Kaynak: (TESK, 2018).

Veriler incelendiğinde Türkiye’de en fazla esnaf bulunan 10 ilin tamamının büyükşehir olduğu anlaşılmaktadır. Nüfusuna oranla en fazla esnaf bulunan şehir Balıkesir, oda başına düşen üye sayısının en az olduğu şehir ise Manisa’dır. Esnaf sayısının nüfusa oranı ele alındığında İstanbul, Ankara ve Adana illeri hariç diğer şehirlerin Türkiye ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir. Ayrıca esnaf sayısının en fazla olduğu 10 ile bakıldığında, Karadeniz, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde bulunan illerden hiçbirinin bu listede yer almadığı anlaşılmaktadır.

**Tablo 18. 2018 Yılı İtibari ile Esnaf Sayısının En Az Olduğu 10 İl**

İl	Esnaf Sayısı	İl Nüfusu	Esnaf/Nüfus	Oda Sayısı	Esnaf/Oda Sayısı
Bayburt	1.829	80.417	2,27	6	304
Tunceli	2.185	82.498	2,65	5	437
Ardahan	2.220	97.096	2,29	3	740
Iğdır	2.740	194.775	1,41	7	391
Gümüşhane	3.312	170.173	1,95	13	254
Kilis	3.585	136.319	2,63	12	298
Hakkâri	3.685	275.761	1,34	5	737
Çankırı	3.875	186.074	2,08	14	276
Şırnak	4.154	503.236	0,83	9	461
Siirt	4.279	324.394	1,32	13	329
<b>TÜRKİYE GENELİ</b>	<b>1.738.012</b>	<b>8.0810.525</b>	<b>2,15</b>	<b>3.013</b>	<b>593</b>

Kaynak: (TESK, 2018).

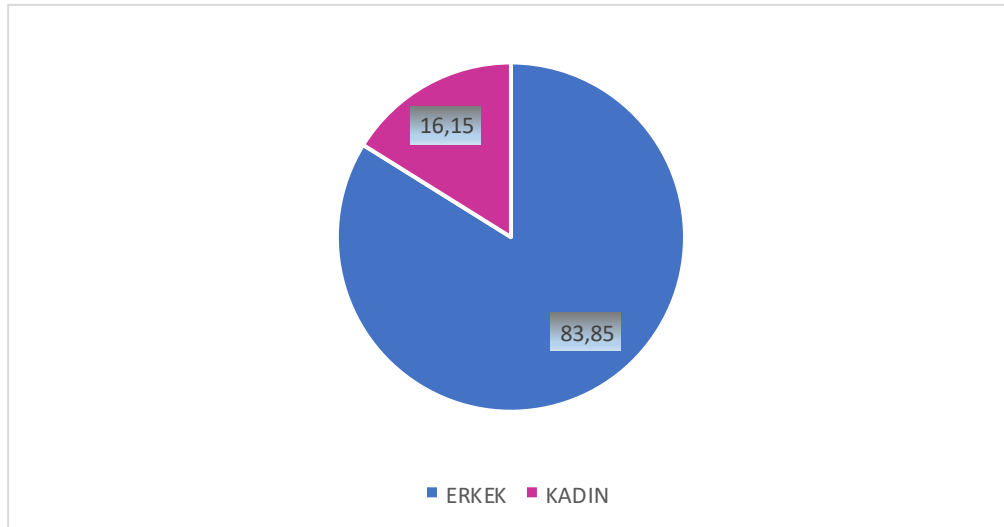
Tablo 18’de 2018 Eylül ayı itibariyle en az esnaf bulunan 10 ile ait veriler gösterilmektedir. Verilere göre illerin büyükşehir kapsamındaki illerden olmadığı görülmektedir. Esnaf sayısı en düşük olan il Bayburt’tur. Esnaf sayısının il nüfusuna oranı değerlendirildiğinde Türkiye ortalamasının üzerinde, her bir odaya düşen esnaf sayısında ise Türkiye ortalamasının altında olduğu anlaşılmaktadır. Şırnak ili 503.236 kişilik nüfusuyla listede ilk sırada yer alsa da, esnaf sayısının nüfusa oranı dikkate alındığında listede son sırada yer almakta ve Türkiye ortalamasının çok altında bulunmaktadır. Oda başına düşen üye sayısı Ardahan ve Hakkari illeri dışında Türkiye ortalamasının altındadır. En az esnafın bulunduğu 10 ilin arasında Ege Bölgesi, Marmara Bölgesi ve Akdeniz Bölgesi’nden hiçbir il bulunmamaktadır.

### 2.3.3.2. Türkiye’de Esnaf ve Sanatkârların Demografik Yapısı

Türkiye’de 2018 Eylül ayı itibariyle kadın esnaf ve sanatkâr sayısı 280.686, erkek esnaf ve sanatkâr sayısı ise 1.457.326’dır (Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü, 2018). Şekil12’de esnaf ve sanatkârların cinsiyete göre yüzdeleri verilmiştir. Kadın esnaf ve sanatkârlar toplam sayının yaklaşık %16,15, erkek esnaf ve sanatkârlar ise %84,85’lik kısmını oluşturmaktadır. TÜİK’in açıkladığı İstatistiklerle Kadın 2017 bültenine göre Türkiye’de 2017 yılında toplam nüfusun %49.8’inin kadınlardan, % 50.2’sinin erkeklerden oluştuğu gözönüne alındığında, kadın esnaf ve sanatkârların oranının bu oranın çok altında, erkek esnaf ve sanatkârların bu oranın çok üzerinde olduğu görülmektedir (TÜİK, 2018).

Kadınların işgücüne katılımı, ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmalarında çok önemlidir. İşsizliğin önlenmesi, üretim faaliyetlerinin ve katma değer artırılması gibi ekonomik etkilerinin yanında, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin önlenmesi ve kadının sosyal hayatın içinde varlığını sürdürebilmesi gibi sosyal etkileriyle kadınların işgücünde aktif olarak rol alması sağlanmalı ve kadınların girişimciliği desteklenmelidir (Soysal, 2010:72).

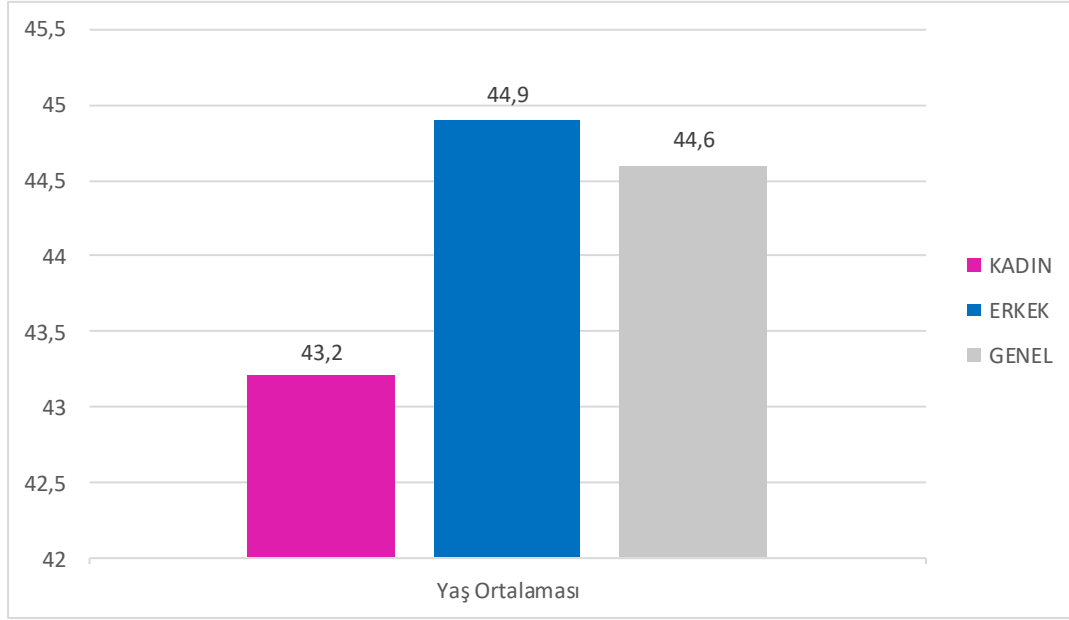
Şekil 12. 2018 Yılı Esnaf ve Sanatkârların Cinsiyete Göre Payları



Kaynak: (Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü, 2018).

Türkiye’de 2018 Eylül ayı itibariyle esnaf ve sanatkârların cinsiyete göre yaş ortalamalarının bulunduğu veriler Şekil 13’de gösterilmektedir. Buna göre kadın esnaf ve sanatkârların yaş ortalamasının 43,2, erkek esnaf ve sanatkârların yaş ortalamasının 44,9 ve genel yaş ortalamasının 44,6 olduğu belirtilmiştir. TÜİK verilerine göre 2017 yılında kadınların yaş ortalamasının 32,4, erkeklerin yaş ortalamasının 31,1 olduğu düşünülürse hem erkek hem de kadın esnaf ve sanatkârların Türkiye’nin yaş ortalamasının üzerinde olduğu anlaşılmaktadır. Türkiye’de 2016 yılı 15-24 yaş arası işsizlik oranı % 19,6’dır (TÜİK, 2018). Genç işsizlerin, esnaf ve sanatkârlık faaliyetlerinde işgücüne katılımını kolaylaştıracak adımlar atılması üretim faaliyetlerini ve istihdamı olumlu etkileyecektir.

**Şekil 13. 2018 Yılı Esnaf ve Sanatkârın Cinsiyete Göre Yaş Ortalamaları**



Kaynak: (Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü, 2018).

### **2.3.3.3. Türkiye’de Esnaf ve Sanatkârların Sicil İşlemleri**

Esnaf ve sanatkârların sicil işlemleriyle ilgili yükümlülükleri 7.6.2005 tarihli ve 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu’nun 67,68,69 ve 70. maddelerinde belirlenmiştir. İlgili kanun maddelerinde esnaf ve sanatkârların durumlarını çalışmaya başladıkları tarihten itibaren otuz gün içinde bağlı oldukları

sicile tescil ve Sicil Gazetesinde ilan etmekle yükümlü oldukları belirtilmiştir (Resmi Gazete, 2005).

Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Sicil Gazetesinde 2010 ile 2018 yılları arasında yayınlanan tescil ve terkin sayıları Tablo 19’da gösterilmiştir. Verilere göre 2010 yılında açılan iş yeri sayısının 177032, kapanan iş yeri sayısının ise 93735 olduğu görülmektedir. Yıllar içerisinde açılış ve kapanış sayıları artış ve azalışlar göstermiştir. Tescil sayıları değerlendirildiğinde 2012 yılı hariç 2018 yılına kadar açılış sayılarında artış olmuştur. Terkin sayıları ele alındığında 2011 yılında 131116 işyerinin kapanmış olması dikkat çekmektedir. 2018 yılı verilerinin 30 Eylül’e kadarlık dönemi kapsadığı düşünüldüğünde açılış ve kapanış sayılarındaki durumun yıl sonuna kadar değişme göstermesi beklenebilir.

**Tablo 19. 2010-2018 Yılları Arası Tescil ve Terkin Sayıları**

Yıllar	Tescil	Terkin
2010	177032	93735
2011	190899	131116
2012	188435	90671
2013	193870	91521
2014	200235	96353
2015	201006	81831
2016	228871	84051
2017	229367	76148
2018	174719	65839

Kaynak: (TESK, 2018).

#### **2.3.4. Türkiye’de Esnaf ve Sanatkârlar Üzerine Yapılmış Akademik Çalışmalar**

Ülkemizde KOBİ’lerle ilgili araştırmaların sayısı göz önünde bulundurulduğunda, esnaf ve sanatkârlar üzerine yapılmış ampirik çalışmaların sayısının oldukça az olduğu söylenebilmektedir. TESK tarafından yapılan çalışmalarda daha çok politika yapımcılar ve kanun koyucular perspektifinden esnaf ve sanatkârın içinde bulunduğu

koşullara ve ülke için taşıdığı öneme dikkat çekilmekte, esnaf ve sanatkâr kesiminin sorunlarını çözmek yönünde yapılan çalışmaların hız kazanmasının gerekliliği vurgulanmaktadır. Esnaf ve sanatkârın bakış açısının ortaya konduğu çalışmaların sayısının ise vurgulandığı üzere oldukça kısıtlı olduğu gözlemlenmektedir. Literatür incelemesi sonunda ülkemizde karşılaştığımız araştırmalar aşağıda sıralanmaktadır.

(Baykul ve Dulupçu, 2009), Isparta İl merkezinde gıda sektöründeki esnaf ve sanatkârlar üzerine yaptıkları araştırmada; il genelinde Esnaf ve Sanatkâr Odasına kayıtlı 38 kişiye ve Isparta Ticaret Odasına kayıtlı 12 mikro işletmeye anket uygulamışlardır. Çalışma, araştırma kapsamındaki işletmelerin ilde gıda hizmet sektöründe nitelikli eleman ihtiyaçlarını karşılama düzeylerinin orta seviyede olduğu, devlet desteği ile verilen eğitimin bu kesim tarafından yeterli görülmediği, mesleki eğitimin istihdam talebine yanıt verecek işgücünü yetiştirmede yetersiz kaldığı, ayrıca hijyen açısından uygun olmayan işletmelerin haksız rekabet yarattıkları ve denetimlerin yetersiz kaldığı gibi bulgular ortaya koymuştur. Diğer bir bulgu da esnafın önemli problemlerinden bir tanesinin de destekleyici kuruluşlar ile arasındaki koordinasyon eksikliği olduğu şeklindedir.

(Çelebi vd., 2009), Türkiye’de esnaf ve sanatkârların; tarihi gelişimi, Türk toplumu için taşıdığı önem, temel politikalar, yapısal ve konjonktürel sorunları ve Avrupa Birliği’ne üyelik sürecine uyumlarını analiz etmişlerdir. Bu kapsamda araştırma sonuçları Manisa İli merkez ve ilçelerinde esnaf ve sanatkâra ve tüketicilere anket çalışması (n=632) uygulayarak kapsamlı bir rapor halinde düzenlenmiştir.

(Aydemir ve Ateş, 2011) ise Bilecik Küçük Sanayii Sitesinde işletme sahiplerinin (n=187) birbirleriyle, çalışanlarıyla, müşterileriyle ve diğer paydaşlarıyla ilişkilerini “Ahilik” ve “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” bağlamında incelemişlerdir. Araştırmada sunulan bulgulara göre, işletmelerin yeterli sayıda çırak, kalfa ve usta yetiştiremedikleri; mesleki konularla ilgili olarak bir araya gelerek birlikte hareket edemedikleri ve kentin sağlık, eğitim ve kültür gibi ihtiyaçlarına yeterince destek olamadıkları anlaşılmaktadır. Bu olumsuzluklara rağmen, işletme sahiplerinin müşterilere sorumluluk bilinciyle hizmet verdikleri, insani konularda kendi aralarında yapıcı ilişkiler geliştirdikleri, iş yerlerini “besmele” ile açtıkları, “çalışmayı ibadet olarak gördükleri,” “ekmek teknesi” olarak gördükleri işyerlerinde “helal kazanç elde



etmeyi” önemsedikleri anlaşılmaktadır. Yazarlara göre Bilecik Küçük Sanayi Sitesi’ndeki işletme sahiplerinin her ne kadar bazı konularda sorunlar yaşıyorlarsa da sosyal sorumluluk konusunda iyi oldukları, Ahilik geleneğini belli ölçüde sürdürdükleri anlaşılmaktadır.

(Çoban ve İrmis, 2013), Denizli’deki dokuma sektöründe Babadağ İşhanı’ndaki esnaflarla aynı kentin markalı bir alışveriş merkezinde mağaza açıp işleten esnaflar üzerine bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Girişimciliği, sermayenin mal ve hizmet üretimine dönüştürülmesi bağlamında ele alan yazarlar, yaptıkları nitel araştırma sonucunda üretilen mal ve hizmetin son müşteriye ulaştırılması konusunda yatırım yapan, risk alan ve ekonominin can damarını oluşturan esnafların öncelikli sorunun finans sorunu olduğu tespitinde bulunmuşlardır.

(Yıldız vd., 2014), Muğla’nın Dalaman ilçesinde faaliyet gösteren esnafın karşılaştığı sorunların tespit edilmesi ve çözüm önerileri sunulmasını amaçladıkları çalışmalarında, Dalaman esnafının belediyenin ilgisizliğinden yakındıkları ve gelirlerinin giderlerini karşılamadığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca esnafın geçmişe göre finansal açıdan daha kötü durumda olduğu, kredi geri ödemesinde sorun yaşadığı, sigorta primlerini ve vergi oranlarını yüksek bulduğu, devletin eğitime yeterli desteği vermediğini ve nitelikli eleman bulmakta nispeten sorun yaşadıklarını tespit etmişlerdir. Bunlara ilave olarak esnafın çok fazla sayıda iş yeri olmasından kaynaklanan haksız ve aşırı rekabetten şikâyetçi olduğu ve aynı meslek faaliyetini yürüten iş yeri sayısına bir sınırlandırma getirilmesinin gerektiğini düşündüklerini ifade etmişlerdir.

(Demirer vd., 2017), Çorum İlinde 20 katılımcı ile derinlemesine yaptıkları görüşmelerden ve ayrıca 498 kişiye uyguladıkları bir anket çalışmasından elde ettikleri bulgulara göre; esnafın çırak ve kalfa bulmada zorluk yaşadıkları, 12 yıllık zorunlu eğitimin çırak bulmada önemli bir engel oluşturduğu ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan araştırma, esnaf ve sanatkârın devlet teşvikleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları, önemli bir çoğunluğunun (%72) hiçbir destekten, yine yüksek bir oranda (%77) danışmanlık hizmetinden yararlanmadıklarını bulgulamıştır.

### **2.3.5. Esnaf ve Sanatkârların Uyum Yeteneklerinin Geliştirilmesi Projesi (ADAPTESK)**

Avrupa Birliği'nin Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı IPA'nın 4. bileşeni olan İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesi Operasyonel Programı (İKGOP) kapsamında başlatılan ADAPTESK Projesi, daha sürdürülebilir bir ekonomik büyümeyi sağlamak için insan sermayesine daha fazla yatırım yaparak esnaf ve sanatkârların uyum yeteneklerinin artırılması amacıyla geliştirilmiştir.

Temmuz 2015 tarihinde Proje çerçevesinde, KOBİ çalışanlarına ve işverenlerine çalışma becerileri kazandırmak; Eğitim ve Danışmanlık Merkezlerinin hizmet kapasitelerini artırmak yoluyla bu kişilerin yeterliliklerini geliştirerek esnaf ve sanatkârların uyum yeteneklerinin artırılması hedeflenmiştir.

Türkiye Cumhuriyeti ve Avrupa Birliği ortak finansmanı ile yürütölen Projenin sözleşme makamı T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Avrupa Birliği ve Mali Yardımlar Dairesi Başkanlığı, yararlanıcı ise Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Konfederasyonu'dur.

Ankara, Bursa, Erzurum, Gaziantep, Manisa, Mersin, Ordu, Şanlıurfa illerinde yürütölmektedir. Proje 23 ayda bitecek şekilde planlanmıştır. Proje, esnaf ve sanatkârlar ile KOBİ'lerin ölkenin ekonomik gücünün büyük bölümünü oluşturdukları halde ekonomiye katkılarının az olması ve başta küreselleşme ve ekonomik krizlerin bunların üzerinde etkilerinin daha büyük ve yıkıcı olması temeline dayandırılmıştır. Bu kapsamda KOBİ'lerin dezavantajlı olduğu alanlar Projenin çıkış noktasını oluşturmuştur.

Projenin genel hedefi; yaklaşık 2 milyon esnaf ve sanatkârın hizmet aldığı eğitim ve danışmanlık merkezleri aracılığı ile insan kaynaklarının desteklenmesi ve iş hayatında ve istihdamda yarattıkları kapasitenin artırılması amacıyla bir model kurulmasıdır. İKGOP'un temel hedeflerinden olan yaşam boyu öğrenme yaklaşımını esas alarak; küçük ve orta büyüklükte işletmeleri ve bu işletmelerde çalışanları insan kaynaklarına yatırım yapmaları konusunda cesaretlendirerek; işçilerin, işverenlerin ve işletmelerin uyum yeteneklerini arttırmak projenin temel amaçlarındandır.

Projenin özel hedefi ise; esnaf ve sanatkâr meslek kuruluşlarının üyelerine sundukları eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin yaşam boyu öğrenme yaklaşımı esas alınarak çeşitlendirilmesi, ihtiyaç odaklı olmasının sağlanması, böylece öncelikle pilot illerden başlamak üzere esnaf ve sanatkârların kendileri ve yanlarında çalışanlar için girişimciliği, var olan işletmelerin uyum yeteneğini ve istihdamı arttırmaya odaklanan eğitim ve danışmanlık merkezi modeli geliştirilmesidir.

Projeden şu sonuçlar beklenmektedir; Merkezlerde verilecek eğitim ve danışmanlık destekleri; esnaf ve sanatkârlar ile KOBİ'lerin insan kaynaklarını geliştirerek rekabet güçlerini arttıracak, iş hayatında kalmalarını sağlayacak, iş yeri kapanmalarını azaltacaktır.

Esnaf ve sanatkâr meslek kuruluşları, üyelerine kuruluş amaçlarını doğrudan yerine getirmeye yönelik hizmetler sunacak, böylelikle varlık nedenlerinin farkına vararak bu hizmetleri çeşitlendirmek konusunda daha istekli olacaktır.

Yerel düzeyde kamu otoriteleri ve sosyal ortaklarla yapılacak iş birliği il genelinde iş ve istihdam açısından sinerji yaratacak, meslek kuruluşlarının daha iyi hizmet üretmelerine ortam hazırlayacaktır.

TESK' in ülke geneline yayılmış geniş örgüt yapısı sayesinde pilot illerde yapılan Proje faaliyetleri ve çıktıları diğer illere de kolayca yaygınlaştırılacak ve istekli illerde Projenin temel çıktısı olan eğitim ve danışmanlık modeli uygulamaya konulabilecektir (Tolon ve Haliloğlu, 2016).

### **2.3.6. Türkiye’de Girişimlerin Yenilik ve Bilgi Teknolojileri Kullanımına Yönelik İstatistikler**

Bilgi teknolojileri kavramı, telekomünikasyon ve bilgisayar teknolojilerinin insanoglunun hayatında yer etmeleriyle ortaya çıkmış bir kavramdır. Belirtilen teknolojilerin gelişmeleri ve insanların günlük yaşantılarında daha çok ön plana çıkmaları ile beraber önemi de gittikçe artmaktadır. 21. yüzyıl açısından bakıldığında, bilginin kişi ya da kişiler tarafından sağlanması, işlenmesi, aktarılması ve raporlanması konuları açısından bilgi teknolojileri insanlara yardımcı olan teknolojiler olarak görülebilirler (Yüzer ve Okur,2015).

İşletmeler açısından da bilgi teknolojilerinden yararlanma düzeyinin performanslarına etkisi olduğu kabul edilen bir gerçektir. Bilgi teknolojilerindeki gelişmelere uyum sağlayabilen işletmeler bu teknolojiye yararlanarak planlama, koordinasyon ve denetim kapasitelerini arttırabilmekte ve diğer işletmelere karşı rekabette bir adım öne geçerek kendilerine üstünlük sağlayabilmektedirler. Günümüzde de artık bilgi teknolojilerinden etkin olarak yararlanmak bir işletmenin başarısının ön koşullarından biri durumuna gelmiştir. İşletmeler bilgi teknolojilerinin onlara sağladığı geniş olanaklardan yeterince yararlanamadıklarında ellerindeki kısıtlı kaynakların etkin ve verimli bir şekilde kullanmaları da zorlaşmaktadır (Düşükcan ve Kaya, 2003:33-35).

Türkiye’de son yıllarda bilgisayar teknolojileri kullanımı her alanda olduğu gibi girişimlerin faaliyet alanlarında da yaygınlaşmıştır. Tablo 20’de girişimlerin 2010-2018 yılları arasında bilgi ve iletişim teknolojileri kullanım oranları verilmiştir.

**Tablo 20. Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı (2010-2018)**

Bilgi ve İletişim									
Değişkeni	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Bilgisayar Kullanımı</b>	92,3	94	93,5	92	94,4	95,2	95,9	97,2	97
<b>İnternet Erişimi</b>	90,9	92,4	92,5	90,8	89,9	92,5	93,7	95,9	95,3
<b>Web Sitesi Sahipliği</b>	52,5	55,4	58	53,8	56,6	65,5	66	72,9	66,1

Kaynak: (TÜİK, Bilgi Toplumu İstatistikleri, 2018).

Yukarıda tablodan görüleceği gibi ülkemizdeki işletmelerin bilgisayar kullanma oranları %97’ye ulaşmış, internet erişimi %95,3 olarak gerçekleşmiştir. Ancak web sitesi sahipliğindeki oranlar hem yıllar içinde artan ve azalan oranlara sahip olduğuna, hem de web sitesi sahibi olmayan işletme oranının üçte bir olduğuna işaret etmektedir.

Küresel rekabette girişimlerin bilgi ve iletişim teknolojilerine entegrasyonu kadar yenilikçilik kapasitelerini geliştirmeleri de önemlidir. Girişimlerde yenilikçilik kavramı değişim ve dönüşümde kullanılan etkili bir araç olması sebebiyle günümüzde etkisini giderek arttırmıştır. Bir girişimde yenilikçiliğin fırsata dönüşmesi için yedi önemli kaynak bulunmaktadır. Bunlar (Drucker, 1985:35);

- Beklenen-beklenmeyen başarı veya başarısızlıklar,
- Uyuşmazlıklar,
- Sürece yönelik yenilikler,
- Endüstri ve pazar yapısındaki değişimler,
- Demografik değişimler,
- Algı ve anlamadaki değişimler,
- Bilimsel veya bilimsel olmayan yeni bilgilerdir.

Yenilikçilik kaynaklarından en önemlisi beklenen-beklenmeyen durumlardaki başarı veya başarısızlıklardır. Beklenmedik bir başarısızlık önemli bir yeniliğin doğması için fırsat oluşturabilir. Yenilik yaratmada önemli bir diğer kaynak hedeflenen başarı ile gerçekleşen çıktılar arasındaki uyumsuzluğun yenilik ortamı doğurma gücüdür. Üçüncü kaynak, bir girişimin taleplere karşılık verebilmek adına süreçlerinde yapmış olduğu yenilik çalışmalarıdır. Dördüncü kaynak, endüstri ve pazar yapısındaki teknolojik gelişmeler, pazar talebinin büyümesi ve tüketici davranışlarındaki değişiklikleri fırsata dönüştürebilmektir. Bir diğer önemli unsur yaş, cinsiyet, nüfus gibi demografik değişimlerin yenilikçilikle ilgili atılacak adımlarda yol gösterici bir kaynak olmasıdır. Algı ve anlamadaki değişimler gerçekleştikçe farklı fikirlerin ortaya çıkması kaçınılmazdır. Bu açıdan algı ve anlamadaki değişiklikler, farklı bakış açılarıyla yenilikçiliğe katkı sağlayan bir diğer unsurdur. Bilimsel olsun veya olmasın her yeni bilgi bir fikrin, oluşumun veya sürecin gelişimine katkı sağlamaktadır. Bu yüzden yenilikçiliğe katkı sağlayan kaynaklardan sonuncusu yeni bilgidir (Arslantaş, 2001:22).

Küresel anlamda rekabet edilebilirliğin önemli göstergelerinden olan yenilikçilik, Türkiye’de TÜİK tarafından yapılan çalışmalara konu olmuştur. TÜİK tarafından 2016 yılında hazırlanan Yenilik Araştırması’na ait yüzdeler Tablo 21’de gösterilmektedir.

Tablodaki verilerden 10-49 arası çalışanı bulanan küçük işletme kategorisinde yer alan işletmelerin %60,4’ ünün, 49-250 arası çalışanı bulanan orta büyüklükteki

işletme kategorisinde yer alan işletmelerin %65'inin, 250'den fazla çalışanı istihdam eden büyük işletme kategorisindeki işletmelerinse % 70,4'ünün yenilikçi girişim olduğu anlaşılmaktadır. Büyük işletmelerin, küçük ve orta büyüklükteki işletmelere göre oran olarak daha yenilikçi oldukları söylenebilir.

**Tablo 21. Girişim Türlerine Göre Yenilik Faaliyetleri (2014-2016)**

Yenilik Değişkenleri	10-49 Çalışana Sahip Girişimler	49-250 Çalışana Sahip Girişimler	250+ Çalışana Sahip Girişimler
<b>Yenilikçi Girişimler</b>	60,4	65	70,4
<b>Ürün Yeniliği Yapan Girişimler</b>	30,7	35,1	41,8
<b>Süreç Yeniliği Yapan Girişimler</b>	32,2	39,5	47,1
<b>Yenilik Faaliyeti Sonuçsuz Kalan Girişimler</b>	8,2	7,3	8,5
<b>Yenilik Faaliyeti Devam Eden Girişimler</b>	23,3	26,6	33,6
<b>Organizasyon Yeniliği Yapan Girişimler</b>	32,3	38,8	47,6
<b>Pazarlama Yeniliği Yapan Girişimler</b>	40,8	45,5	51,4

Kaynak: (TÜİK, Yenilik Araştırması, 2016).

Ürün yeniliği, süreç yeniliği, organizasyon yeniliği ve pazarlama yeniliği yapan girişimciler değerlendirildiğinde büyük işletmelerin bu alanlarda da KOBİ niteliğindeki işletmelerden önde olduğu görülmektedir. Herhangi bir alanda yenilik faaliyeti yürüten, ancak bu girişimleri sonuçsuz kalan işletmelerin yüzdesi ele alındığında büyük işletmelerin kısmen de olsa daha fazla başarısız olduğu anlaşılmaktadır. KOBİ'ler ile büyük işletmeler karşılaştırıldığında büyük işletmelerin daha fazla yenilik faaliyeti yürüttüğü fakat küçük işletmelere göre bu faaliyetlerde başarısızlık oranlarının daha yüksek olduğu sonucu çıkarılabilir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan ilerlemeler ve yenilikçilik eksenli yaklaşımın rekabet açısından öneminin benimsenmesi sonucunda işletmelerin üretim, pazarlama, yönetim, finans ve satış gibi temel fonksiyonlarında birtakım değişimler ortaya çıkmıştır. Bu değişimlerin belki de en yenisi sosyal medya ağlarının girişimlerce kullanılmaya başlanmasıdır.

Türkiye’de de TÜİK tarafından yapılan anket araştırmasında 10 ve üzeri çalışan istihdam eden işletmelerin sosyal medya kullanım oranı 2016 yılında %38,1 iken, bu oran 2017 yılında %45,7’ye yükselmiştir. Girişimlerin 2017 yılında en çok kullandıkları sosyal medya uygulamaları ise %95,6 ile sosyal ağlardır (TÜİK, 2018).

### 3. BÖLÜM

#### YENİ FIRSATLAR VE TEHDİTLER AÇISINDAN MANİSA ESNAF VE SANATKÂRLARININ MEVCUT DURUM ANALİZİ

##### 3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ, AMACI VE ÖNEMİ

Bilgi teknolojilerindeki değişim, esnaf ve sanatkârların sahip oldukları bilgileri kısa sürede geçersizleştirmekte, ellerindeki teknolojiyi eski ve demode yapmakta, bilgi ve becerilerini, teknik imkânlarını ve en önemlisi mesleki varlıklarını tehdit etmektedir. Esnaf ve sanatkârlar, bu hızlı değişim karşısında kendilerini yenileyemedikleri gibi uyum için eğitim vb. gereksinimlerini bile tanımlayamamakta veya tanımlayabilseler de uygun kurumlara erişememektedirler. Bilgi ve teknolojiye paralel olarak küreselleşmeyle gelen artan çeşitlilik baskısı, Uzak Doğu özellikle Çin'den gelen maliyet yönlü fiyat baskısı ve Avrupa Birliği uyum süreciyle gündeme gelen standardizasyon/kalite baskısı da esnaf ve sanatkârları güç durumda bırakmaktadır. Ayrıca, sosyal güvenlik primleri, vergi, dükkân kirası, elektrik ve su parası gibi maliyetleri karşılama zorlanırlarken kayıt dışı ile de mücadele etmek ve bu yeni çağın dönüşümünü gerçekleştirmek zorundadırlar. Üstelik esnaf ve sanatkârlar çok değişik kaynaklardan ve hatta yaptıkları işin gerekleriyle ilgili çağdaş donanımlardan yoksun olarak yetiştikleri için her şeyden önce mesleki dayanışma da sağlayamamaktadırlar.

Araştırmacılar tarafından küçük işletmeler ekonomik büyümenin dinamik bir parçası olarak yeniden keşfedilse ve tüm dünyada bu işletmeleri desteklemek için çok sayıda program oluşturulsa da küçük ve büyük işletmeler arasında ciddi anlamda önemli ve kalıcı verimlilik farklılıkları bulunduğunu gösteren çok sayıda kanıt mevcuttur. Küçük işletmelerin rekabetçi bir yapı kazanabilmeleri için bazı muhtemel stratejileri uygulamaları gerekmektedir. Bu stratejilerden birisi; yerel piyasalarda küçük işletme olarak yaşamını sürdürebilmektir

Sosyolojik olarak toplumun orta direği kabul edilen esnaf ve sanatkârın yaşadığı sosyo-ekonomik sorunlar; sadece bu kesimin iç sorunu olmayıp hem ekonomiyi hem de sosyal dokuyu olumsuz etkilemektedir. Esnaf ve sanatkâr boyutuyla sosyal dokuda



oluşan çözümler; uzun dönemde toplumu ciddi biçimde tehdit eden faktör haline gelebilecektir.

Dolayısıyla girişimcilik, dinamizm ve iş yaratma olgularıyla bağlantılı olarak esnaf ve sanatkârların da ülke ekonomisi için önemi büyük olduğu göz önünde bulundurulduğunda, varlıklarını sürdürmeleri için gelişen teknoloji ve ortaya çıkan yeniliklere uyumları da önemli bir husus haline gelmektedir. Buradan hareketle bu araştırmanın problemi “küreselleşme ve rekabet ortamının getirdiği teknolojik değişim ve yeniliklere esnaf ve sanatkârların uyum sağlama düzeyleri nedir?” olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın amacı Manisa ticari hayatının önemli unsurlarından olan esnaf ve sanatkârların küreselleşme ve rekabetin getirdiği yeni koşullarda karşılaştıkları sorunları ve bu koşullara uyum yeteneklerinin düzeyini belirlemektir. Araştırmada ayrıca esnaf ve sanatkârların demografik özellikleri ile işyerlerinin bazı özelliklerinin teknoloji ve yeniliklere uyum kapasiteleri arasında ilişki olup olmadığının tespiti amaçlanmıştır.

Küçük ölçekte faaliyet gösteren ve rekabette dezavantajlı konuma sahip esnaf ve sanatkârlar, küreselleşmenin yarattığı acımasız rekabetle birlikte varlıklarını sürdürmede ciddi sorunlar yaşamaktadırlar. KOBİ'lere yönelik akademik çalışmaların ve dönem dönem politika yapımcılarının ilgisinin yüksek olmasına karşın esnaflara ilişkin analizlerin sadece mikro işletmeler sınıflandırması içerisinde genel bir değerlendirme düzeyinde kaldığı bilinmektedir. Bu bağlamda çalışmanın, Manisa ili açısından esnaf ve sanatkârlara yönelik çok az sayıda araştırma olduğu göz önüne alındığında önem taşıdığı düşünülmektedir.

### **3.2. MATERYAL VE YÖNTEM**

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın ana kütesini Eylül –Ekim-Kasım 2018 tarihleri itibariyle Manisa ilinde faaliyet gösteren yaklaşık 10.000 esnaf ve sanatkâr işletmeleri oluşturmaktadır. Bu çalışma her ne kadar bilimsel araştırma türlerinden “keşifsel” araştırma kapsamına girse de esnaf ve sanatkârların demografik özellikleri ve

işyerlerinin bazı özellikleri ile ankette yer alan bazı sorular arasında ilişki öngören hipotezler de sınanmıştır.

Araştırmada kullanılan 35 sorunun yer aldığı anketin ilk bölümünde, esnaf ve sanatkârların demografik özelliklerini (cinsiyet, yaş, eğitim, medeni hal vb.), ikinci bölümde işyerlerinin özelliklerini (kuruluş yılı, kuruluş sermayesi, çalışan sayıları vb.) tespit etmeye yönelik sorular yer almıştır. Üçüncü bölümde ise esnaf ve sanatkârların bilgisayar teknolojilerinden ne ölçüde yaralandıklarını, üretim, pazarlama ve finansman gibi alanlarda ne gibi zorluklarla karşılaştıklarını, devlet desteği ve eğitim ve danışmanlık hizmetleri hakkında görüşlerini belirlemeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Son kısım ise teknolojik gelişmelere uyum yeteneklerini belirlemeye ilişkin sorulardan oluşmaktadır. Anket formunun hazırlık aşamasında literatürden elde edilen bilgilerin yanı sıra, daha önce yapılmış çalışmalardan da yararlanılmıştır (Aydemir ve Ateş, 2011; Baykul ve Dulupçu, 2009; Çelebi vd., 2009; Çoban ve İrmis, 2013; Demirer vd., 2017; Yıldız vd., 2014;).

### 3.3. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evrenini Manisa ilinde (Merkez) Esnaf ve Sanatkârlar Odası'na (MESOB) bağlı olarak faaliyet gösteren iş yerleri oluşturmaktadır.

**Tablo 22. Manisa Esnaf ve Sanatkârlar Odası'na Kayıtlı Üye Sayısı**

<b>ODA</b>	<b>ÜYE SAYISI</b>
1) MANİSA ŞOFÖRLER VE OTOMOBİLCİLER ODASI*	2132
2) MANİSA ESNAF VE SANATKÂRLAR ODASI	1493
3) MANİSA BAKKALLAR ODASI	1116
4) MANİSA LOKANTACILAR ODASI	810
5) MANİSA UMUM MEYVE-SEBZE PAZARCILAR ODASI	780
6) MANİSA MADENİ SANATKÂRLAR ODASI	765
7) MANİSA KAHVECİLER ODASI	739
8) MANİSA BERBERLER ODASI	615
9) MANİSA MOTORLU ARAÇ TAMİRCİLERİ ODASI	485
10) MANİSA SEYYAR TUHAFİYE VE MANİFATURACILAR ODASI	336
11) MANİSA MARANGOZLAR ODASI	300
12) MANİSA ELEKTRİK TEKNİSYENLERİ ODASI	299
13) MANİSA ELEKTRONİK TEKNİSYENLERİ ODASI	259
14) MANİSA TERZİLER ODASI	235
15) MANİSA AYAKKABICILAR ODASI	179

Kaynak: (MESOB, 2018). \*Araştırma kapsamına bu oda dâhil edilmemiştir.

Araştırmanın örnekleme kolayda örnekleme tekniğiyle elde edilmiş olup, basılı anketler esnaf ve sanatkârlara dağıtılmış, katılımcıların bir kısmından hemen dönüş sağlanmışken, bir kısmı ise iş saatleri meşguliyetini gerekçe göstererek uygun zaman diliminde dönüş sağlayacaklarını belirtmişlerdir. Dağıtılan 400 anketten 304 anket cevaplanmış olup, analiz için uygun sayısı ise 265 olarak gerçekleşmiştir.

Verilerin analizinde SPSS 20.00 paket programından yararlanılmış, elde edilen bulgular ilgili tablolar aracılığı ile sunulmuştur.

### **3.4. ARAŞTIRMANIN KISITLARI**

Araştırma Manisa İli (Merkez) faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlara yönelik olarak gerçekleştirilmiş olup, elde edilen bulgular Manisa ili için geçerlidir. Ancak ülkemizde az sayıda da olsa daha önce yapılmış akademik çalışmalar ve TESK'in yayınladığı raporlar dikkate alındığında, esnaf ve sanatkârların ülke çapında benzer sorunları yaşadığı ileri sürülebilir. Bu bağlamda çalışmada elde edilen bulguların genel hakkında ipucu vereceği düşünülmektedir.

Araştırmanın diğer bir kısıtı ise, anketi yanıtlayanların sorulara samimi cevaplar verdiği kabulüdür. Anket tekniğinin dezavantajlarından birisi olarak kabul edilen “sosyal beğenilirlik” etkisinin bu çalışmada da olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

### **3.5. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ**

Çalışmada esnaf ve sanatkârların işyerlerinde teknolojik değişimlere ve yeniliklere uyum sağlama konusunda demografik değişkenlerle, işyeri özellikleri arasında ilişki olup olmadığını belirlemeye yönelik hipotezler oluşturulmuştur. Bilindiği üzere işletmeler varlıklarını sürdürmek için örgütsel çevrelerinde; teknolojiye, rakiplerin sayısı ve özelliklerinde, ekonomide, sosyo-kültürel yapıda ve tüketici tercihlerinde meydana gelen değişimleri iyi analiz etmek ve bu değişen durum ve koşullara uyum sağlamak zorundadırlar. Ülke ekonomisinde, istihdamda ve sosyal dokuda yerleri ve önemi dikkate alındığında, esnaf ve sanatkârların gerek bölgesel gerekse küresel çapta hızla değişen koşullara ne ölçüde uyum sağlamaya çalıştıkları veya mevcut durumlarının ne olduğunu belirleyebilmek önem arz etmektedir. Buradan hareketle

ankete katılan esnaf ve sanatkârların gelişmelere uyum sağlamada demografik ve işyeri özelliklerinin bir ilişkisi olup olmadığını test etmek üzere aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H1: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılıyor mu?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile demografik değişkenler arasında ilişki vardır.

H2: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*İş yerinizde bilgisayar kullanıyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile demografik değişkenler arasında ilişki vardır.

H3: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*İş yerinizin web sayfası var mı?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile demografik değişkenler arasında ilişki vardır.

H4: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Ürün ve hizmetlerinizle ilgili reklam veriyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile demografik değişkenler arasında ilişki vardır.

H5: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandınız mı?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile demografik değişkenler arasında ilişki vardır.

H6: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda dünyadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile demografik değişkenler arasında ilişki vardır.

H7: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda teknolojideki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile demografik değişkenler arasında ilişki vardır.

H8: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılıyor mu?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile çalışan sayısı arasında ilişki vardır.

H9: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*İş yerinizde bilgisayar kullanıyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile çalışan sayısı arasında ilişki vardır.

H10: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*İş yerinizin web sayfası var mı?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile çalışan sayısı arasında ilişki vardır.

H11: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Ürün ve hizmetlerinizle ilgili reklam veriyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile *çalışan sayısı* arasında ilişki vardır.

H12: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandınız mı?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile *çalışan sayısı* arasında ilişki vardır.

H13: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Mesleğin izi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda dünyadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile *çalışan sayısı* arasında ilişki vardır.

H14: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda teknolojideki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile *çalışan sayısı* arasında ilişki vardır.

H15: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılıyor mu?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile kuruluş yılı arasında ilişki vardır.

H16: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*İş yerinizde bilgisayar kullanıyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile kuruluş yılı arasında ilişki vardır.

H17: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*İş yerinizin web sayfası var mı?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile kuruluş yılı arasında ilişki vardır.

H18: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Ürün ve hizmetlerinizle ilgili reklam veriyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile kuruluş yılı arasında ilişki vardır.

H19: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandınız mı?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile kuruluş yılı arasında ilişki vardır.

H20: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda dünyadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile kuruluş yılı arasında ilişki vardır.

H21: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda teknolojideki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile kuruluş yılı arasında ilişki vardır.

### 3.6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Çalışmanın bu kısmında anketten elde edilen verilerin frekans ve yüzde dağılımları ile hipotez testlerinden elde edilen bulgulara yer verilmektedir.

#### 3.6.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Tablo 23. Ankete Katılanların Meslek Odalarına Göre Dağılımı

Bağlı Buldukları Meslek Odası	n	%
Pazarcılar Odası	32	12,1
Lokantacılar Odası	25	9,4
Mobilya Dekorasyon	3	1,1
Bakkallar Odası	49	18,5
Seyyar Tuhafiye ve Manifaturacılar	8	3,0
Kuyumcular Derneği	2	0,8
Elektronik Odası	2	0,8
Motorlu Tamirciler Odası	13	4,9
Madeni Sanatkârlar Odası	14	5,3
Marangozlar Odası	9	3,4
Kahveciler Odası	34	12,8
Zeytin Üreticileri	1	0,4
Kuaför- Berber Odası	19	7,2
Fırıncılar ve Unlu Mamuller Odası	17	6,4
Ayakkabıcılar Odası	18	6,8
Nalbur ve Hırdavatçılar Odası	1	0,4
Kantinciler Odası	1	0,4
Kasaplar Odası	1	0,4
Kitap-Kırtasiye-Fotoğraf	16	6,0
<b>Toplam</b>	<b>265</b>	<b>100,0</b>

Değerlendirmeye alınan 265 esnaf ve sanatkârın, meslekleri itibariyle dağılımı Tablo 23'te gösterilmiştir. Buna göre araştırma kapsamında yer alan meslek grupları içerisinde temsili en yüksek grup %18,5 ile bakkallardır. Daha sonra %12,8'lik temsil oranıyla kahveciler gelmektedir.

Çalışmada yer alan esnaf ve sanatkâr kapsamındaki girişimcilerin 244'ü erkek, 21 tanesi kadındır. Kadın esnaf ve sanatkârların oranı %7,9, erkek esnaf ve sanatkârların oranı ise %92,1 çıkmıştır. Esnaf ve sanatkârların yaşları değerlendirildiğinde en fazla oldukları yaş gruplarının %44,9 ile 46 ve üzeri yaş grubu ve %42,3 ile 36-45 yaş grubu olduğu görülmektedir. Bu bulguya dayanarak esnaf ve sanatkârların çoğunlukla orta yaş grubunda yoğunlaştığı söylenebilir. Eğitim durumları dikkate alındığında ise %47,2'sinin lise mezunu, %32,8'inin ilköğretim mezunu olduğu görülmektedir. Buradan esnaf ve sanatkârların büyük çoğunluğunun ilk ve ortaöğretim mezunu olduğu, çok az bir kısmının yükseköğretim kurumlarında eğitim gördüğü anlaşılmaktadır.

**Tablo 24. Ankete Katılanların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı**

Değişkenler	Gruplar	n	%
Cinsiyet	Erkek	244	92,1
	Kadın	21	7,9
Medeni Durum	Bekâr	33	12,5
	Evli	232	87,5
Yaş	18-25 yaş	1	,4
	26-35 yaş	33	12,5
	36-45 yaş	112	42,3
	46 ve üzeri	119	44,9
Eğitim Durumu	İlköğretim	87	32,8
	Lise	125	47,2
	Meslek Yüksek Okulu	33	12,5
	Fakülte/Yüksek Okul	20	7,5
Çocuk Sayısı	Bekar-Yok	22	8,3
	Evli-Yok	6	2,3
	1	52	19,6
	2	120	45,3
	3 ve üzeri	65	24,5
<b>Toplam</b>		<b>265</b>	<b>100,0</b>

**Tablo 25. Ankete Katılanların İş yerlerinin Özelliklerine Göre Dağılımı**

Demografik özellikler	Gruplar	n	%
Kuruluş Yılı	1950 öncesi	1	,4
	1951-1970	6	2,3
	1971-1990	56	21,1
	1991-2011	167	63,0
	2011 ve sonrası	35	13,2
Çalışan sayısı	1	30	11,3
	2-5	185	69,8
	6-10	38	14,3
	11-ve üstü	12	4,5
Usta sayısı	1	33	12,5
	2-5	52	19,5
	6-10	2	,8
	Yok	178	67,2
Kalfa Sayısı	1	25	9,4
	2-5	15	5,7
	Yok	225	84,9
Çıracak sayısı	1	36	13,6
	2-5	9	3,4
	Yok	220	83,0
Kuruluş Sermayesini Daha Çok Nasıl Elde Ettikleri	Kendi kaynaklarıyla	135	50,9
	Kredi olarak	38	14,3
	Yakınlarından borç olarak	28	10,6
	Devlet desteği ile	9	3,4
	Diğer	55	20,8
<b>Toplam</b>		<b>265</b>	<b>100,0</b>

Çalışmada yer alan esnaf ve sanatkârların iş yerlerinin kuruluş yılları incelendiğinde en fazla kuruluşun gerçekleştiği yıl aralığının, 1991-2011 olduğu görülmektedir. Bu yıllar arasında gerçekleşen iş yeri kuruluşları toplamın % 63'üne karşılık gelmektedir. 2011 yılı öncesinde gerçekleşen kuruluşların genel toplamın %86,8'ini oluşturması, çalışmaya katılan esnaf ve sanatkârların büyük çoğunluğunun uzun yıllardır mesleklerini icra ettiklerini göstermektedir. 2011 yılı sonrasında açılan



iş yerlerinin oranının %13,2 olması ise esnaf ve sanatkârlar arasında yeni girişimlerin sayısının görece az olduğunu gösteren bir göstergedir.

Esnaf ve sanatkârların çalışan sayıları dikkate alındığında, %69,8'i 2-5 kişi arasındadır. Çalışan sayısı 11 ve daha fazla olan iş yerlerinin oranı ise %4,5'tir. Buradan çalışmadaki esnaf ve sanatkârların büyük çoğunluğunun mikro işletme statüsünde olduğu anlaşılmaktadır.

Usta, kalfa ve çırak istihdam edip etmedikleri incelendiğinde, usta istihdam eden iş yerlerinin oranı %32,8, kalfa istihdam eden iş yerlerinin oranı %15,1, çırak istihdam eden iş yerlerinin oranı %17'dir.

İş yeri kuruluş aşamasında kullanılan sermayenin kaynağı sorulduğunda, katılımcıların yarısından fazlası kendi kaynaklarıyla kuruluşlarını gerçekleştirdiklerini, 38'i kredi alarak, 28'i ise yakınlarından borç alarak kuruluş sermayesini temin ettiklerini belirtmiştir. Devlet desteğiyle kuruluş sermayesini sağlayan katılımcıların oranı %3,4 olarak gerçekleşmiştir.

**Tablo 26. Ankete Katılanların Teknoloji Kullanımlarına Göre Dağılımı**

İşyerinde Bilgisayar Kullanımı		n	%
	Evet	82	30,9
Hayır	183	69,1	
İşyerine Ait Web Sayfası	Evet	24	9,1
	Hayır	241	90,9

İş yerinde bilgisayar kullanımı ile ilgili değerlendirme yapıldığında, katılımcıların %30,9'u bilgisayar kullandığını, %69,1'i ise kullanmadığını belirtmiştir. İşyerinin web sitesinin bulunup bulunmadığı sorulduğunda katılımcıların %9,1'i web sitelerinin olduğu, %90,9'u ise web sitelerinin olmadığını belirtmiştir.

**Tablo 27. Ankete Katılanların İşyerinde Sundukları Ürün ve Hizmetlerin Hangi Aşamasında Daha Çok Sıkıntı Çektiklerinin Dağılımı**

İşyerinizde sunduğunuz ürün ve hizmetlerin hangi aşamasında daha çok sıkıntı yaşıyorsunuz? ( <b>Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz</b> )	n	%
Üretim aşamasında	44	16,6
Planlama aşamasında	9	3,4
Pazarlama ve satış aşamasında	98	37,0
Satış sonrası hizmetlerde	26	9,8
Finansal ve mali ihtiyaçların karşılanması	187	70,6
Diğer	46	17,4

Çalışmada yer alan esnaf ve sanatkârların ürün ve hizmetlerini sunarken karşılaştıkları en büyük zorluk % 70,6 ile finansal ve mali ihtiyaçların karşılanması noktasında olmuştur. Satış ve pazarlama faaliyetleri de %37 ile en çok zorlandıkları alanlar arasında yer almaktadır. %3,4'ü ise planlama faaliyetlerinde zorlandıklarını belirtmiştir.

**Tablo 28. Ankete Katılanların Üretim Aşamasında Yaşadığı Sıkıntıların Dağılımı**

Mal ve hizmetlerin üretim aşamasında yaşadığınız sıkıntılar nelerdir? ( <b>Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz</b> )	n	%
Ham maddeye erişim güçlüğü	23	8,7
Ham madde fiyatlarının yüksekliği	158	59,6
Kalifiye işgücü yetersizliği	35	13,2
Üretilen mal veya hizmetin emek yoğun çalışma gerektirmesi	56	21,1
Üretimde teknoloji kullanımının yetersizliği	23	8,7
Diğer	86	32,5

Katılımcıların üretim faaliyetlerini yürütürken karşılaştıkları en büyük güçlük %59,6 ile hammadde fiyatlarındaki yüksekliktir. Hammaddeye erişim güçlüğü ve üretimde teknoloji kullanımındaki yetersizlik, esnaf ve sanatkârların görece daha az

zorlandığı durumlardır. Esnaf ve sanatkârlık faaliyeti yürüten girişimlerde genelde kalifiye işgücüne pek talep olmadığı bilinse de katılımcıların %13,2'sinin kalifiye işgücü yetersizliği noktasında sıkıntı yaşadığını belirtmesi genel kabulün aksine bu girişimlerin kalifiye işgücüne ihtiyaç duyduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır. Üretim faaliyetlerinin emek yoğun çalışma gerektirmesi hususunda sıkıntı yaşayan katılımcıların oranı ise %21,1'dir.

**Tablo 29. Ankete Katılanların Pazarlama Faaliyetlerinde Yaşadığı Sıkıntıların Dağılımı**

Pazarlama faaliyetlerinde yaşadığınız sıkıntılar nelerdir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	n	%
Tüketici tercihlerinin hızlı değişmesi	112	42,3
Reklam ve tanıtım giderleri için bütçenin yetersiz olması	77	29,1
Dağıtım olanaklarının yetersiz olması	48	18,1
Sosyal medya ve e-ticaret gibi yeni satış yöntemlerine ayak uyduramama	45	17,0
Stok takip sistemlerinin bulunmaması veya yetersiz olması	13	4,9
Diğer	129	48,7

Pazarlama faaliyetlerinde yaşanan sıkıntılar incelendiğinde, katılımcıların %42,3'ü tüketici tercihlerinin hızlı değişmesi karşısında zorluk yaşadıklarını belirtmiştir. Reklam ve tanıtım faaliyetlerindeki giderlerin karşılanması noktasında zorlanan esnaf ve sanatkârların oranı %29,1'dir. Yeni iletişim araçlarından sosyal medya ve e-ticaret uygulamalarına uyum sağlamakta yaşanan zorluk da %17 olarak gerçekleşmiştir.

**Tablo 30. Ankete Katılanların Reklam ve Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Eğilimleri**

Ürün ve hizmetlerinize ilgili reklam veriyor musunuz?		n	%
	Evet	47	17,7
Hayır	218	82,3	
Pazarlama ve satış hizmetlerinde e-ticaret uygulamalarını kullanıyor musunuz?	Evet	20	7,5
	Hayır	245	92,5
Pazarlama ve satış hizmetlerinde sosyal medyayı kullanıyor musunuz?	Evet	51	19,2
	Hayır	214	80,8
İşinizde sosyal medya kullanmanın faydalarını gördünüz mü?	Evet	49	18,5
	Hayır	216	81,5

**Tablo 31. Ankete Katılanların Reklam Vermede Kullandıkları Medya Araçları Dağılımı**

Daha çok hangi medya araçları aracılığıyla reklam veriyorsunuz? (Eğer reklam veriyorsanız?)	n	%
TV	6	2,3
İnternet	5	1,9
Radyo	11	4,2
Sosyal Medya	22	8,3
Yazılı Basın	3	1,1
Reklam vermiyorum	218	82,3

Reklam faaliyetlerinde kullanılan medya araçları incelendiğinde TV, radyo ve yazılı basın gibi kitle iletişim araçlarından daha ziyade yeni iletişim araçlarından sosyal medyanın tercih edildiği anlaşılmaktadır. Ancak reklam vermeyen katılımcıların oranının %82,3 olmasından esnaf ve sanatkârların genel olarak satışlarını tanıtım ve tutundurma faaliyetleri olmaksızın gerçekleştirdikleri anlaşılmaktadır.

**Tablo 32. Ankete Katılanların Finansman Faaliyetlerinde Yaşadığı Sıkıntıların Dağılımı**

Finansman kaynaklarını edinmede ve kullanmada yaşadığınız sıkıntılar nelerdir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	n	%
Finansman kaynaklarına ulaşım kanallarının yeterli ve anlaşılır bilgilendirme yapmaması	53	20,0
Kredi ve teşviklerin yeterli düzeyde verilmemesi	115	43,4
Kredi geri ödeme sürelerinin kısa ve faiz oranlarının yüksek olması	126	47,5
Finansal ve mali konulardaki bilgi eksikliğinden kredi ve teşviklerin doğru alanlarda kullanılmaması	59	22,3
Diğer	98	37,0

Tablo 27'deki verilere göre esnaf ve sanatkârların yürüttükleri faaliyetlerde en zorlandıkları konunun finansal ve mali ihtiyaçların karşılanması olduğu belirtilmişti. Finansal konular arasında en zorlandıkları durumlar incelendiğinde katılımcıların %47,5'i kredi geri ödeme sürelerinin kısa ve faiz oranlarının yüksek olmasından şikâyet etmektedirler. Kredi ve teşviklerin yeterli düzeyde olmamasından dolayı finansal kaynaklara erişimde güçlük yaşayanların oranı ise %43,4'tür. Finansal ve mali konulardaki bilgi eksikliğinden dolayı kaynakları doğru kullanamadıklarını belirtenlerin oranı ise %22,3'tür. Finansal kaynaklara erişim sağlayan iletişim kaynaklarından yeterli ve anlaşılabilir bilgi alamadıklarını belirten katılımcıların oranı ise %20'dir.

**Tablo 33. Ankete Katılanların Hangi Finansman Kaynaklarından Yararlandıklarının Dağılımı**

Hangi finansman kaynaklarından yararlandınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	n	%
Halkbank	31	11,7
Türk Eximbank	0	0,0
Türkiye Kalkınma Bankası	0	0,0
TKDK	0	0,0
KOSGEB	21	7,9
Türkiye Sınai Kalkınma Bankası	1	0,4
Diğer Ticari Bankalar	53	20,0
Diğer	35	13,2
Hiç birisinden yararlanmadım	158	59,6

Kullanılan finansman kaynakları değerlendirildiğinde esnaf ve sanatkârların %59,6'sının finansman araçlarından herhangi birinden faydalanmadığı görülmektedir. Tablo 3'teki verilerde esnaf ve sanatkârların kuruluşlarını gerçekleştirirken kendi

kaynaklarını kullanarak veya yakınlarından borç alarak kuruluş için gerekli sermayeyi temin edenlerin oranı %61,5 olduğu belirtilmişti. Bu bağlamda finansman kaynaklarını kullanmayanlar ile kuruluş sermayesini kendi kaynakları veya yakınlarından borç alarak sağlayanların oranları büyük ölçüde benzerlik göstermektedir. Finansal anlamda ticari bankalardan kaynak sağlayanların oranı % 20'dir. Diğer ticari bankalardan finansman kaynağı sağlayanları %11,7 ile Halkbank'tan kaynak sağlayan katılımcılar takip etmektedir. KOSGEB'den finansman kaynağı edinenlerin oranı ise %7,9 olarak gerçekleşmiştir.

**Tablo 34. Ankete Katılanların Hangi Devlet Desteğinin Yararlı Olacağına İlişkin Görüşlerinin Dağılımı**

Hangi alanlardaki devlet desteğinin size faydalı olacağını düşünüyorsunuz? ( <b>Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz</b> )	n	%
Vergi İndirimi	189	71,3
SGK Prim Ödemelerinde Kolaylık	1	0,4
Eğitim /Danışmanlık Desteği	49	18,5
Kredi Faiz Oranlarının Düşürülmesi	155	58,5
Diğer	40	15,1

Devlet desteğinin hangi alanlarda sağlanmasının daha yararlı olacağı sorulduğunda çalışmaya katılan esnaf ve sanatkârların %71,3'ü vergi indirimi cevabını vermiştir. Kredi faiz oranlarının düşürülmesi yanıtını verenlerin oranı %58,5'tir. Tablo 11'de finansman kaynaklarını kullanmayanların oranının %59,6 olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bunun en büyük sebeplerinden birinin kredi faiz oranlarındaki yükseklik olduğu görülmektedir. Katılımcıların %18,5'i eğitim ve danışmanlık faaliyetlerinde verilecek devlet desteğinin daha yararlı olduğunu düşünmektedir.

**Tablo 35. Ankete Katılanların Eğitim/Danışmanlık Hizmeti Alıp Almadığının Dağılımı**

Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandınız mı?	n	%
Evet	60	22,6
Hayır	205	77,4

Katılımcılar arasında eğitim ve danışmanlık hizmeti alanların oranı %22,6, bu hizmetlerden faydalanmayanların oranı ise %77,4'tür. Etkisini gittikçe daha fazla hissettiren küresel rekabet ortamında, girişimlerin çağın gerekliliklerine ayak uydurabilmesi, pazarın hızla değişen koşulları karşısında daha doğru kararlar alabilmesi ve mesleki ve teknik konularda güncel gelişmeleri takip edebilmesi için

eğitim ve danışmanlık hizmetleri önem arz etmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalanmamış olması esnaf ve sanatkârların rekabet gücünü olumsuz etkileyen ciddi bir unsur olarak düşünölebilir.

**Tablo 36. Ankete Katılanların Hangi Kurumlardan Eğitim/Danışmanlık Hizmeti Aldığının Dağılımı**

Hangi kurumlardan eğitim ve danışmanlık hizmeti aldınız? ( <b>Birden fazla seçenek şaretleyebilirsiniz</b> )-Eğer Aldıysa	n	%
Üniversite	15	5,7
KOSGEB	20	7,5
Meslek Odaları	47	17,7
TESK	2	0,8
Özel Danışmanlık şirketleri	11	4,2

Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin alındığı kurumlar incelendiği en fazla yararlanılan kurumun %17,7 ile meslek odaları olduğu görölmektedir. Meslek odalarını %7,5 ile KOSGEB izlemektedir. Üniversitelerden eğitim ve danışmanlık hizmeti alanların oranı ise %5,7'dir. Ülkemizde her ilde en az bir üniversite olduğu düşünöldüğünde, üniversite-sanayi iş birliğine verilen önem kadar esnaf ve sanatkârlar grubuyla aynı iş birliğinin kurulması önem taşımaktadır.

**Tablo 37. Ankete Katılanların Hangi Alanda Eğitim/Danışmanlık Hizmeti Ama İhtiyacı Dağılımı**

En çok hangi alanlarda eğitim ve danışmanlık hizmetlerine ihtiyaç duyuyorsunuz? ( <b>Birden fazla seçenek şaretleyebilirsiniz</b> )	n	%
Üretim	47	17,7
Satış ve Pazarlama	105	39,6
Yönetim ve Planlama	41	15,5
Finansal	159	60,0
Teknoloji Kullanımı	70	26,4

Esnaf ve sanatkârların üretim ve hizmet faaliyetlerini gerçekleştirirken, en çok zorlandıkları alanın finansal ve mali konularda yaşadıkları sıkıntılar olduğu belirtilmişti. Hangi alanda eğitim ve danışmanlık hizmetine ihtiyaç duydukları sorulduğunda, katılımcıların %60'ı finansal konular yanıtını vermiştir. Bu sebeple esnaf ve sanatkârların hangi finansal konularda sıkıntı yaşadıklarının doğru tespitiyle oluşturulacak kapsamlı bir müfredat ile esnaf ve sanatkârların finansal okuryazarlıktan, değişik finans enstrümanlarının kullanımına kadar çeşitli konularda

eğitime ulaşmaları, yaşadıkları sıkıntılarını aşılmasında büyük lde destek sağlayacaktır.

**Tablo 38. Ankete Katılanların İhracat Yapma Durumuna Göre Dağılımı**

rn ve hizmetlerinizi ihrac ediyor musunuz?		n	%
	Evet	5	1,9
	Hayır	260	98,1

Üretilen rnlerin dış pazarlarda kabul görmesi yrtlen faaliyetlerin evrenselliği ile ilgili önemli bir göstergedir. Esnaf ve sanatkârların daha çok yerel düzeyde faaliyetler yürütmesi dış ticarete etkinliklerini etkilemektedir. Araştırma kapsamındaki girişimlerin yalnızca 5 tanesinin ihracat yapıyor olması esnaf ve sanatkârların genel olarak yerel lkte ürün ve hizmet sunduklarını göstermektedir.

**Tablo 39. Ankete Katılanların İthalat Yapma Durumuna Göre Dağılımı**

rn ve hizmetleriniz için ithalat yapıyor musunuz?		n	%
	Evet	3	1,2
	Hayır	262	98,9

Esnaf ve sanatkârlara temel faaliyetlerine esas teşkil edecek ürün ve hizmetlerin yurt içi kaynaklardan mı yoksa yurt dışından mı temin edildiği sorulduğunda yalnızca 3 katılımcı ithal kaynakları kullandığını belirtmiştir. Temel işyeri faaliyetlerinde dışa bağımlılığın az olduğunu gösteren bu sonuç, esnaf ve sanatkârların yerel düzeyde teşebbüsler olduğunu pekiştirmektedir.

**Tablo 40. Ankete Katılanların Teknolojiye Uyumu**

Teknolojinin ilerlemesi karşısında iş yerinizi ve faaliyetlerinizi geliştirebiliyor musunuz?		n	%
	Evet	100	37,7
	Hayır	165	62,3

Teknolojinin ilerlemesi karşısında iş yerini ve faaliyetlerini geliştirebilen girişimlerin oranı %37,7'dir. Katılımcıların %62,3' teknolojik gelişmeler karşısında faaliyetlerini geliştiremediklerini belirtmişlerdir. Finansal ve mali konularda sıkıntı yaşadıklarını ifade eden bu meslek grubunun, teknolojiye kaynak ayrılmasını öncelikli bir sorun olarak görmedikleri sonucunu ortaya koyabilir.



**Tablo 41. Ankete Katılanların Dünyadaki Gelişmelere Uyumunu**

Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda dünyadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?		n	%
	Evet	101	37,7
	Hayır	164	62,3

Çalışmada yer alan esnaf ve sanatkârların %62,3'ü mesleki ve teknik anlamda kendilerini ilgilendiren konularda, dünyada gerçekleşen küresel gelişmeleri takip edemediklerini belirtmiştir. Her ne kadar yerel boyutta girişimler oldukları bilinse de esnaf ve sanatkârların mesleki anlamda güncel gelişmeleri takip etmesi, sunulan hizmetin kalitesi ve hızla değişen tüketici davranışlarına adapte olabilmeleri açısından gereklidir.

### **3.6.2. Hipotez Testleri**

Çalışmanın bu kısmında daha önce yer verdiğimiz hipotezlerin testinden elde edilen bulgulara yer verilmektedir. Anket formunda yer alan, işyerlerinde bilgisayar, web sayfası, sosyal medya kullanımı, reklam, eğitim ve danışmanlık hizmetleri, teknoloji ve dünyadaki gelişmeleri takip etme gibi konularda esnaf ve sanatkârlara yöneltilen sorular ile demografik ve işyeri özellikleri arasında verilen yanıtların birbirinden bağımsız olup olmadığının test edilmesi için Ki-Kare testlerinden yararlanılmıştır. Değişken sayısının çokluğu nedeniyle sadece anlamlı sonuç elde edilen testlere yer verilmiş olup, her bir değişkene ait elde edilen anlamlı sonuçlar ile ilgili tablo birlikte değerlendirilmiştir. Bulgular aşağıda yer almaktadır.

#### **3.6.2.1. “Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılıyor mu?” Sorusu İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki**

Tablo 42, Tablo 43 ve Tablo 44'te esnaf ve sanatkârların “Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılamaya yetiyor mu?” sorusuna verdikleri cevaplar ile demografik değişkenler arasındaki ilişki gösterilmektedir.

**Tablo 42. Yaş Değişkeni x Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılıyor mu?**

Yaş	Evet	Hayır	Toplam
a 35 ve aşağısı	27 10,2 %	7 2,6%	34 12,8%
36-45 yaş	50 18,9 %	62 23,4%	112 42,3%
46 yaş ve üzeri	60 22,6 %	59 22,3%	119 44,9%
Toplam	137 51,7 %	128 48,3%	265 100,0%
P<0,05	$\chi^2:1$ 2.68	s.d:2	P=0,012

**Tablo 43. Eğitim Değişkeni x Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılıyor mu?**

Eğitim	Evet	Hayır	Toplam
İlköğretim	36 13,6%	51 19,2%	87 32,8%
Lise	65 24,5%	60 22,6%	125 47,2%
Meslek Yüksek Okulu	21 7,9%	12 4,5%	33 12,5%
Fakülte/Yüksekokul (4Yıllık)	15 5,7%	5 1,9%	20 7,5%
Toplam	137 51,7%	128 48,3%	265 100,0%
P<0,05	$\chi^2:9.947$	s.d=3	P=0,019

**Tablo 44. Kuruluş Yılı x Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılıyor mu?**

		Evet	Hayır	Toplam
Kuruluş yılı	1990'dan önce	31 11,7%	32 12,1%	63 23,8%
	1991-2010	80 30,2%	87 32,8%	167 63,0%
	2011'den sonra	26 9,8%	9 3,4%	35 13,2%
		137	128	265
Toplam		51,7%	48,3%	100,0%
P<0,05		$\chi^2:8,27$	s.d=2	P=0,016

Yukarıdaki Tablo 42 ve Tablo 43 ve Tablo 44 değerlendirildiğinde, ankete katılan esnaf ve sanatkârların kazançlarının ihtiyaçlarını karşılamaya yetip yetmediği sorusuna demografik değişkenlerden yaş ve eğitim değişkenine göre verdikleri cevapların birbirinden bağımsız olmadığı söylenebilir. Tablo 44'e göre de aynı soruya verilen cevaplar iş yeri özelliklerinden kuruluş yılı değişkenine göre birbirinden bağımsız değildir. Çalışan sayısı değişkenine göre ise anlamlı bir bulgu elde edilememiştir. Buradan hareketle;

H1 Hipotezi kabul edilmiştir. H1: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılıyor mu?” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile demografik değişkenler arasında ilişki vardır.

Diğer taraftan aynı soruya işyeri özelliklerinden çalışan sayısına göre anlamlı bir fark yokken, kuruluş yılına göre verilen cevaplar birbirinden bağımsız değildir. Böylece;

H8 Hipotezi reddedilmiştir. H8: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılıyor mu?” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile çalışan sayısı arasında ilişki vardır.

H15 Hipotezi kabul edilmiştir. H15: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılıyor mu?” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile kuruluş yılı arasında ilişki vardır.

### 3.6.2.2. “İş yerinizde bilgisayar kullanıyor musunuz?” Sorusu İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki

**Tablo 45. Eğitim Değişkeni x İşyerinizde bilgisayar kullanıyor musunuz?**

Eğitim	Evet	Hayır	Toplam
İlköğretim	22	65	87
	8,3%	24,5%	32,8%
Lise	33	92	125
	12,5%	34,7%	47,2%
Meslek Yüksek Okulu	15	18	33
	5,7%	6,8%	12,5%
Fakülte/ Yüksekokul(4 Yıllık)	12	8	20
	4,5%	3,0%	7,5%
Toplam	82	183	265
	30,9%	69,1%	100,0%
P<0,05	$\chi^2:13,66$ 4	s.d=3	P=0,003

**Tablo 46. Çalışan Sayısı x İşyerinizde bilgisayar kullanıyor musunuz?**

Çalışan Sayısı	Evet	Hayır	Toplam
Sadece 1	6	24	30
	2,3%	9,1%	11,3%
2-5	54	131	185
	20,4%	49,4%	69,8%
6-10	13	25	38
	4,9%	9,4%	14,3%
10'dan fazla	9	3	12
	3,4%	1,1%	4,5%
Toplam	47	82	183
	17,7%	30,9%	69,1%
P<0,05	$\chi^2:13,03$	s.d=3	P=0,005

Yukarıda yer alan Tablo 45 ve Tablo 46 incelendiğinde, ankete katılanların işyerinde bilgisayar kullanımına ilişkin verdikleri cevapların eğitim ve çalışan sayısı değişkenlerinden bağımsız olmadığı anlaşılmaktadır. Diğer taraftan yaş değişkeni ve kuruluş yılı değişkeni açısından bulgular anlamlı bir sonuç ortaya koymamıştır. Bu durumda ilgili hipotezlerle ilgili şu değerlendirme yapılabilir;

H2 kısmen kabul edilmiştir H2: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “İş yerinizde bilgisayar kullanıyor musunuz?” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile demografik değişkenler arasında ilişki vardır.

H9 kabul edilmiştir. H9: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*İş yerinizde bilgisayar kullanıyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile çalışan sayısı arasında ilişki vardır.

H16 reddedilmiştir. H16:Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*İş yerinizde bilgisayar kullanıyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile kuruluş yılı arasında ilişki vardır.

### 3.6.2.3. “*İş yerinizin web sayfası var mı?*” Sorusu İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki

Ankete katılan esnaf ve sanatkârların işyerleri için web sayfalarının olup olmadığı sorusuna verdikleri yanıtların sadece eğitim değişkeni açısından bağımlı olduğu yapılan test sonucunda elde edilmiş olup, Tablo 47’de gösterilmiştir. Bu durumda;

H3 kısmen kabul edilmiştir. H3: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*İş yerinizin web sayfası var mı?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile demografik değişkenler arasında ilişki vardır.

H10 reddedilmiştir. H10: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*İş yerinizin web sayfası var mı?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile çalışan sayısı arasında ilişki vardır.

H17 reddedilmiştir. H17: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*İş yerinizin web sayfası var mı?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile kuruluş yılı arasında ilişki vardır.

**Tablo 47. Eğitim Değişkeni x İşyerinizin web sayfası var mı?**

Eğitim	Evet	Hayır	Toplam
İlköğretim	8	79	87
	3,0%	29,8%	32,8%
Lise	19	106	125
	7,2%	40,0%	47,2%
Meslek Yüksek Okulu	13	20	33
	4,9%	7,5%	12,5%
Fakülte/Yüksekokul(4 Yıllık)	11	9	20
	4,2%	3,4%	7,5%
Toplam	51	214	265
	19,2%	80,8%	100,0%
P<0,05	$\chi^2:32,042$	s.d=3	P=0,000

**3.6.2.4. “Ürün ve hizmetlerinizle ilgili reklam veriyor musunuz?” Sorusu İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki**

**Tablo 48. Yaş Değişkeni x Ürün ve hizmetlerinizle ilgili reklam veriyor musunuz?**

		Evet	Hayır	Toplam
Yaş	35 ve aşağısı	11	23	34
		4,2%	8,7%	12,8%
	36-45 yaş	11	101	112
		4,2%	38,1%	42,3%
	46 yaş ve üzeri	25	94	119
		9,4%	35,5%	44,9%
Toplam		47	218	265
		17,7%	82,3%	100,0%
P<0,05		$\chi^2:10,66$	s.d=2	P=0,05

**Tablo 49. Eğitim değişkeni x Ürün ve hizmetlerinizle ilgili reklam veriyor musunuz?**

Eğitim	Evet	Hayır	Toplam
İlköğretim	22	65	87
	8,3%	24,5%	32,8%
Lise	33	92	125
	12,5%	34,7%	47,2%
Meslek Yüksek Okulu	15	18	33
	5,7%	6,8%	12,5%
Fakülte/Yüksekokul (4 Yıllık)	12	8	20
	4,5%	3,0%	7,5%
Toplam	82	183	265
	30,9%	69,1%	100,0%
P<0,05		$\chi^2:13,664$	s.d=3 P=0,003

**Tablo 50. Kuruluş Yılı x Ürün ve hizmetlerinize ilgili reklam veriyor musunuz?**

		Evet	Hayır	Toplam
KKurul uş yılı	1990'dan önce	16	47	63
		6,0%	17,7%	23,8%
	1991-2010	22	145	167
		8,3%	54,7%	63,0%
	2011'den sonra	9	26	35
		3,4%	9,8%	13,2%
Toplam		47	218	265
		17,7%	82,3%	100,0%
P<0,05		$\chi^2:6,44$	s.d=2	P=0,04

Yukarıda yer verilen Tablo. 48,49 ve 50 incelendiğinde, ankete katılan esnaf ve sanatkârların çalışma yılı değişkeni dışında, eğitim, yaş ve kuruluş yılı değişkenlerine göre ürün ve hizmetlerinize reklam veriyor musunuz sorusuna verdikleri cevapların birbirinden bağımsız olmadığı anlaşılmaktadır. Bu bulgulardan hareketle;

H4 kabul edilmiştir. H4: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Ürün ve hizmetlerinize ilgili reklam veriyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile demografik değişkenler arasında ilişki vardır.

Diğer taraftan, anlamlı sonuç elde edilemediğinden dolayı;

H11 reddedilmiştir. H11: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Ürün ve hizmetlerinize ilgili reklam veriyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile çalışan sayısı arasında ilişki vardır.

İşyeri özelliklerine ilişkin bir değişken olan kuruluş yılı değişkenine göre elde edilen sonuç anlamlıdır. Bu durumda;

H18 kabul edilmiştir. H18: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Ürün ve hizmetlerinize ilgili reklam veriyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile kuruluş yılı arasında ilişki vardır.

### 3.6.2.5. “Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandınız mı?” Sorusu İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki

**Tablo 51. Yaş Değişkeni x Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandınız mı?**

		Evet	Hayır	Toplam
Yaş	35 ve aşağısı	20	14	34
		7,5%	5,3%	12,8%
	36-45 yaş	20	92	112
		7,5%	34,7%	42,3%
	46 yaş ve üzeri	20	99	119
		7,5%	37,4%	44,9%
Toplam		60	205	265
		22,6%	77,4%	100,0%
P<0,05		$\chi^2:20,49$	s.d=2	P=0,000

**Tablo 52. Eğitim Değişkeni x Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandınız mı?**

		Evet	Hayır	Toplam
Eğitim	İlköğretim	13	74	87
		4,9%	27,9%	32,8%
	Lise	21	104	125
		7,9%	39,2%	47,2%
	Meslek Yüksek Okulu	14	19	33
		5,3%	7,2%	12,5%
Fakülte/ Yıllık) Yüksekokul(4	12	8	20	
	4,5%	3,0%	7,5%	
Toplam		47	60	205
		17,7%	22,6%	77,4%
P<0,05		$\chi^2:28,69$	s.d=3	P=0,000

**Tablo 53. Kuruluş Yılı Değişkeni x Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandınız mı?**

		Evet	Hayır	Toplam
Kuruluş yılı	1990'dan önce	10	53	63
		3,8%	20,0%	23,8%
	1991-2010	33	134	167
		12,5%	50,6%	63,0%
	2011'den sonra	17	18	35
		6,4%	6,8%	13,2%
Toplam		60	205	265
		22,6%	77,4%	100,0%
P<0,05		$\chi^2:15,87$	s.d=2	P=0,000

Ankete katılan esnaf ve sanatkârların eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden yararlanıp yararlanmadıklarının yaş, eğitim, çalışan sayısı ve kuruluş yılı gibi değişkenlerden bağımsız olup olmadığını belirlemek üzere gerçekleştirilen ki-kare testi sonuçları



yukarıda Tablo 51,52 ve 53'te gösterilmiştir. Çalışan sayısı hariç diğer değişkenler açısından anlamlı sonuç elde edilmiş olup, buradan hareketle;

H5 kabul edilmiştir.H5: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandınız mı?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile demografik değişkenler arasında ilişki vardır.

H 12 reddedilmiştir. H12: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandınız mı?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile çalışan sayısı arasında ilişki vardır.

H 19 kabul edilmiştir. H19:Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandınız mı?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile kuruluş yılı arasında ilişki vardır.

### 3.6.2.6. “Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda dünyadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?” Sorusu İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki

**Tablo 54. Yaş Değişkeni x Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda dünyadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?**

		Evet	Hayır	Toplam
Yaş	35 yaş ve aşağısı	26	8	34
		9,8%	3,0%	12,8%
	36-45 yaş	76	36	112
		28,7%	13,6%	42,3%
	46 yaş ve üzeri	62	57	119
		23,4%	21,5%	44,9%
Toplam		164	101	265
		61,9%	38,1%	100,0%
P<0,05		$\chi^2:9.590$	s.d=2	P=0,008

**Tablo 55. Eğitim x Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda dünyadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?**

		Evet	Hayır	Toplam
Eğitim	İlköğretim	38	49	87
		14,3%	18,5%	32,8%
	Lise	85	40	125
		32,1%	15,1%	47,2%
	Meslek Yüksek Okulu	23	10	33
		8,7%	3,8%	12,5%
	Fakülte/Yüksekokul(4 Yıllık)	18	2	20
		6,8%	0,8%	7,5%
Toplam		47	164	101
		17,7%	61,9%	38,1%
P<0,05		$\chi^2:21,76$	s.d=3	P=0,000

Esnaflar ve sanatkârların dünyadaki gelişmeleri takip etmelerinin yaş ve eğitim değişkenlerine bağımlı olduğu sonucu Tablo 54 ve 55’te görülmektedir. İşyeri özelliklerinden kuruluş yılı ve çalışan sayısı ile dünyadaki gelişmeleri izlemeleri arasında ise bir ilişki bulunamamıştır. Böylece;

H6 kabul edilmiştir. H6: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda dünyadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile demografik değişkenler arasında ilişki vardır.

H 13 reddedilmiştir. H13: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda dünyadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile çalışan sayısı arasında ilişki vardır.

H20 reddedilmiştir H20: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda dünyadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile kuruluş yılı arasında ilişki vardır.

**3.6.2.7. “Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda teknolojideki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?” Sorusu İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki**

**Tablo 56. Yaş Değişkeni x Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda teknolojideki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?**

		Evet	Hayır	Toplam
Yaş	26-35 yaş	23	11	34
		8,7%	4,2%	12,8%
	36-45 yaş	43	69	112
		16,2%	26,0%	42,3%
	46 yaş ve üzeri	34	85	119
		12,8%	32,1%	44,9%
Toplam		100	165	265
		37,7%	62,3%	100,0%
P<0,05		$\chi^2:17,22$	s.d=2	P=0,000

**Tablo 57. Eğitim Değişkeni x Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda teknolojideki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?**

		Evet	Hayır	Toplam
Eğitim	İlköğretim	17	70	87
		6,4%	26,4%	32,8%
	Lise	48	77	125
		18,1%	29,1%	47,2%
	Meslek Yüksek Okulu	19	14	33
		7,2%	5,3%	12,5%
	Fakülte/ Yüksekokul(4 Yıllık)	16	4	20
		6,0%	1,5%	7,5%
Toplam		100	165	265
		37,7%	62,3%	100%
P<0,05		$\chi^2:33,01$	s.d=3	P=0,000

**Tablo 58. Kuruluş Yılı Değişkeni x Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda teknolojideki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?**

		Evet	Hayır	Toplam
Kuruluş yılı	1990'dan önce	21	42	63
		7,9%	15,8%	23,8%
	1991-2010	59	108	167
		22,3%	40,8%	63,0%
	2011'den sonra	20	15	35
		7,5%	5,7%	13,2%
Toplam		100	165	265
		37,7%	62,3%	100,0%
P<0,05		$\chi^2:6,54$	s.d=2	P=0,038

Yukarıda yer alan Tablo 56,57 ve 58'e göre, ankete katılan esnaf ve sanatkârların teknolojik gelişmelere olan duyarlılıklarının yaş, eğitim ve kuruluş yılından bağımsız olmadığı anlaşılmaktadır. Bu durumda;

H7 kabul edilmiştir. H7: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda teknolojideki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile demografik değişkenler arasında ilişki vardır.

H14 reddedilmiştir. H14: Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda teknolojideki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?*” Sorusuna verdikleri yanıtlar ile çalışan sayısı arasında ilişki vardır.

H21 kabul edilmiştir. H21:Anketi yanıtlayan esnaf ve sanatkârların “*Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda teknolojideki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?*” sorusuna verdikleri yanıtlar ile kuruluş yılı arasında ilişki vardır.

Hipotezlerin kabul ve ret durumlarına ilişkin bulgular Tablo 59'da özet olarak gösterilmektedir.

**Tablo 59. Hipotez Testleri Bulguları Genel Tablosu**

Sorular x Değişkenler	Yaş	Eğitim	Çalışan Sayısı	Kuruluş Yılı
<i>Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılıyor mu?</i>	KABUL	KABUL	RED	KABUL
<i>İşyerinizde bilgisayar kullanıyor musunuz?</i>	RED	KABUL	KABUL	RED
<i>İş yerinizin web sayfası var mı?</i>	RED	KABUL	RED	RED
<i>Ürün ve hizmetlerinizle ilgili reklam veriyor musunuz?</i>	KABUL	KABUL	RED	KABUL
<i>Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandınız mı?</i>	KABUL	KABUL	RED	KABUL
<i>Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda dünyadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?</i>	KABUL	KABUL	RED	RED
<i>Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda teknolojiadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?</i>	KABUL	KABUL	RED	KABUL

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Üretim toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler hız kazanmış ve bunun neticesinde artan küresel bütünleşme sosyal, kültürel ve ekonomik alanlar başta olmak üzere tüm alanları etkilemiştir. Değişim ve dönüşümün çok hızlı gerçekleştiği günümüzde, rekabet edebilme gücü yerel, bölgesel hatta küresel unsurların varlıklarını devam ettirmesi adına önemi giderek artan bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışmanın temel amacı, iş yaratma güçleri, yerel ve bölgesel kalkınmanın gerçekleştirilmesinde katkıları, toplumsal dayanışmadaki rolleri ve gelir dağılımındaki dengesizlikleri düzenleyici fonksiyonlarıyla ülkemiz ekonomisi için önemli bir kaynak konumunda olan esnaf ve sanatkâr kesiminin varlıklarını koruyabilmeleri ve devam ettirebilmeleri adına değişen dünya düzeninde bilgi iletişim teknolojilerine ve yeni iş süreçlerine ne ölçüde uyum sağladıklarının tespit edilmesidir.

Bu amaçla esnaf ve sanatkârların, öncelikle demografik özellikleri ve kuruluş yapıları incelenmiş olup finansal, mali, üretim ve pazarlama gibi faaliyetlerinin hangilerinde sıkıntı yaşadıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Sonrasında bilgi iletişim teknolojilerini kullanım düzeyleri araştırılmış ve güncel gelişmeleri takip edip etmedikleri anlaşılmaya çalışılmıştır.

Örnekleme Manisa ili merkez ilçeleri olan Yunusemre ve Şehzadeler ilçelerinde MESOB'a bağlı olarak faaliyetlerini sürdüren 265 esnaf ve sanatkârdan oluşmaktadır.

Demografik özellikleri incelendiğinde örneklemin cinsiyet bakımından dağılımı %92,1 erkek, %7,9 kadın şeklindedir. TÜİK Girişimcilik 2014-2016 Araştırması sonuçlarında kadın girişimcilerin tüm girişimciler içerisindeki payının %8 olduğu belirtilmiştir (TÜİK, 2018). Bu bağlamda araştırma sonuçlarında kadın girişimcilerin payı ile Türkiye'deki kadın girişimcilerin payının büyük ölçüde benzerlik gösterdiği görülmektedir. Yaş değişkenine göre değerlendirme yapıldığında, 46 ve üzeri yaş grubu %44,9 ile en büyük oranı oluşturmaktadır. Esnaf ve sanatkâr girişimcilerin medeni durumlarına bakıldığında ise %87,5'i evli, %12,5'i bekârdır. Eğitim durumlarına göre en büyük gruplar %47,2 ile lise mezunları ve % 32,8 ile ilköğretim mezunlarıdır.

Kuruluş özellikleri bakımından değerlendirme yapıldığında 1991-2011 yılları arasında kuruluşunu gerçekleştirmiş işyerleri örneklemin %63'ünü oluşturmaktadır. Böylelikle örneklemin büyük çoğunluğunun uzun yıllardır mesleklerini icra etmeye devam ettikleri sonucu çıkmaktadır. 11 ve üzeri çalışan istihdam eden girişimlerin örneklem içindeki payı %4,5 olduğundan, esnaf ve sanatkârların neredeyse tamamının mikro işletme özellikleri taşıdıkları anlaşılmaktadır. İşyerlerinde mesleki anlamda ustalık belgesine sahip olanların oranı %32,8, kalfalık belgesine %15,1, çıraklık belgesine sahip olanların oranı ise %17'dir. Bu durum girişimcilerin çoğunun faaliyetlerini kendi bireysel çabalarıyla ve mesleki anlamda yeterliliği bulunmayan çalışanlarla sürdürdükleri sonucunu ortaya koymaktadır.

Çalışma kapsamındaki esnaf ve sanatkârların en çok zorlandıkları konu % 70,6 ile finansal ve mali ihtiyaçların karşılanması noktasındadır. Örneklemdaki katılımcılar üretim aşamasında en çok zorlandıkları konunun % 59,6 ile hammadde fiyatlarının yüksekliği, pazarlama aşamasında en çok zorlandıkları noktanın %42,3 ile tüketici tercihlerinde yaşanan hızlı değişim, finansman alanında en çok zorlandıkları durumun ise %47,5 ile kredi ödeme sürelerinin kısa ve faiz oranlarının yüksek olduğunu belirtmişlerdir.

Bilgi iletişim teknolojilerinin iş süreçlerinde kullanımı üzerinden yapılan değerlendirmede, örneklemin yalnızca %30,9'u bilgisayar kullandığını belirtirken, web sitesine sahip olanların oranı % 9,1'dur. TÜİK tarafından yapılan Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanım Araştırması 2018'e göre Türkiye'de 10-49 çalışanı bulunan girişimlerde web sitesine sahip olanların oranının %63,1 olduğu belirtilmiştir (TÜİK, 2018). Çalışmadan çıkan sonucun Türkiye ortalamasının oldukça altında olduğu anlaşılmaktadır. Bunun en önemli sebepleri arasında esnaf ve sanatkârlık faaliyetlerinin emek yoğun çalışma gerektirmesi, girişimcilerin büyük bir çoğunluğunun teknolojiye uyum sağlamakta zorluk yaşayacağı düşünülen yaş grubundan olması ve yürütülen hizmetlerde web sitesine fazla ihtiyaç duyulmaması olduğu değerlendirilmektedir. Esnaf ve sanatkârların genellikle 10 kişiden az çalışan istihdam eden mikro girişimler olması ve TÜİK araştırmasının 10-49 çalışana sahip girişimler üzerinde yapılması bu farkın diğer sebepleri arasında gösterilebilir.

İş süreçlerinde yeni bilgi iletişim araçlarının kullanımı üzerinden yapılan incelemede, pazarlama ve satış hizmetlerinde e ticaret uygulamalarından yararlananların oranı %7,5, sosyal medya kullananların oranı ise %19,1 olarak gerçekleşmiştir. İş süreçlerinde sosyal medyayı kullandığını ifade eden 51 katılımcının 49'u sosyal medyanın faydasını gördüğünü belirtmiştir. Yerel, bölgesel, ulusal ve küresel pazarlarda rekabet edebilme açısından yeni medya araçlarının iş süreçlerine dâhil edilmesi oldukça önemlidir. Özellikle e-ticaret ve sosyal medya, hızlı bir şekilde hedeflenen kitlelere ulaşabilme ve maliyet anlamında ekstra yükler getirmeme gibi özellikleriyle esnaf ve sanatkârların hızla değişen tüketici tercihlerini kendi lehlerine çevirmesine, tanıtım ve reklam faaliyetlerinin etkili bir şekilde yapılmasına katkı sağlayacak önemli araçlardır. Bu kapsamda sosyal medya ve e-ticaret kullanımıyla ilgili verilecek devlet desteği ve kendi üst kurumları ile üniversitelerden alacakları eğitimlerin, esnaf ve sanatkârların rekabet edebilme güçlerine olumlu katkılar sunacağı açıktır.

Özetle, esnaf ve sanatkârların en önemli problemlerinin finansal ve mali konularda yoğunlaştığı, bunun sebeplerinin ise kredi geri ödeme sürelerinin kısa, faiz oranlarının yüksek olması ve yeterince kredi ve teşviklerden yararlanamamaları olduğu görülmüştür. Bilgi ve iletişim teknolojilerine uyum sağlamada ve teknolojinin ilerlemesi karşısında iş süreçlerini geliştirmede zorluk yaşadıkları anlaşılmaktadır.

Ülkemiz ekonomisi için oldukça önemli bu mesleki grubun varlığını devam ettirebilmesi hatta yerel ve ulusal pazarlarda rakipleriyle rekabet edebilecek konuma gelmesi için bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanım oranlarının artırılması, yeni iş süreçlerine uyumlarının sağlanması, finansal ve mali konularda desteklenmesi, eğitim ve danışmanlık hizmetlerine erişimlerinin kolaylaşması gerekmektedir. Bu kapsamda üniversiteler, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve diğer tüm paydaşların çözüme dâhil edildiği kamu politikalarının oluşturulması, esnaf ve sanatkârların etkin ve rekabet edebilecek konuma ulaşmalarına katkı sağlayacaktır.



## KAYNAKÇA

- Akbaş, H. E., Bozkurt, S. (2018). Osmanlı Devletinde Lonca Teşkilatı Yapısı ve Yönetim Düşüncesi ile Karşılaştırılması. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 9, 165-202.
- Akpınar, R., Altın Gülova, A., Oral Ataç, L. (2017). *Ayakkabı İmalatçılarının Uluslararası Rekabetçilik Analizi:İzmir Ayakkabı Sektöründe Nitel Bir Araştırma*. Düsseldorf: LAP LAMBERT Academic Publishing.
- Aktan, C. (2002). *Can Aktan Web The Virtual Library on Social Sciences*. 11 10, 2018 tarihinde Can Aktan Web: <http://www.canaktan.org/ekonomi/yoksulluk/ikinci-bol/globalles-yoksulluk.pdf> adresinden alındı.
- Altuğ, A. (2013). *Global Ekonomide Küçük ve Orta Boy Firmaların (SMEs) Rekabet Gücü ve Maliyet Yönetimi*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Aydemir, M., Ateş, M. (2011). Küçük Sanayi Sitelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Olgusu: Bilecik Küçük Sanayi Sitesi Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30), 169-180.
- Arslantaş, C. C. (2001). Girişimcilikte yaratıcılık ve yenilik. *İÜ İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 12(38), 17-23.
- Baykul, A., Dulupçu, M. A. (2009). Isparta İl Merkezindeki Gıda Hizmet Sektöründe Çalışan Esnafın Sorunları Üzerine Bir İnceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(10), 63-81.
- Bayülken, Y., Kütükoğlu, C. (2012). Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri (Kobi'ler). *Baskı, TMMOB Makina Mühendisleri Odası Yayın No: MMO/583, Ankara*.
- Brecher, J., Costello, T., Smith, B. (2000). *Globalization from Below : the power of solidarity* (2 b.). Cambridge: South and Press.

- Büyür Atıcı, G.(2006). KOBİ'lerin Ekonomik Gelişime Etkileri, Finansal Kaynakları ve KOBİ'lerin Büyümesini Sağlayan Faktörlere İlişkin Bir Karşılaştırma. (Yayınlanmamış Doktora Tezi).İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ceylan, K. (2014). Türk-İslam Medeniyetinin Öncülerinden Ahî Evran Veli ve Medeniyetimize Etkileri. *Türk Dünyası Bilgeler Zirvesi-Gönül Sultanları Buluşması*.
- Council, C. (2009). *The Craft Blueprint*. Commissions of The European Communities. (2008).*Small Business Act*. 18.10.2018 tarihinde (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52008DC0394> adresinden alındı
- Constitution of İtalian Republic.(1947). Ekim 7, 2018 tarihinde [www.senato.it:https://www.senato.it/documenti/repository/istituzione/costituzione\\_inglese.pdf](http://www.senato.it:https://www.senato.it/documenti/repository/istituzione/costituzione_inglese.pdf) adresinden alındı.
- Çağatay, N. (1990). *Ahilik Nedir?* Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu.
- Çelebi, A. K., Yanıkkaya, H., Gökbunar, R., Gülova, A. A., Pala, M. (2009). Avrupa Yolunda Esnaf ve Sanatkârlar. *Celal Bayar Üniversitesi ve Manisa Esnaf ve Sanatkârları Odası Birliği, MESOB Yayınları, Manisa*.
- Çoban, H., İrmis, A. (2013). Girişimcilik Kültürü Açısından Geleneksel Alış-Veriş Yerlerindeki Esnaf ile Modern Avm'lerdeki Esnafın Karşılaştırılması. In *жинагы= Procedia V International Congress on Entrepreneurship.– Алматы, 2013.-324 б.*
- Demirer, Ö., Bayramoğlu, G., Şeker, Y., Konak, F., Şahin, M.(2017). Esnaf ve Sanatkâr İşletmelerinin Sorunları ve Çözüm Önerileri: Çorum İlinde Bir Araştırma. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(1), 153-170*.
- DESTATIS. (2016). 23.10, 2018 tarihinde [https://www.destatis.de/EN/FactsFigures/NationalEconomyEnvironment/EnterprisesCrafts/SmallMediumSizedEnterprises/Tables/Total\\_CIK.html](https://www.destatis.de/EN/FactsFigures/NationalEconomyEnvironment/EnterprisesCrafts/SmallMediumSizedEnterprises/Tables/Total_CIK.html) adresinden alındı.

- Devlet Planlama Teşkilatı. (2001). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Ulaştırma Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. DPT.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*. Harper and Row Publishers.
- Düşükcan, M., Kaya, E. Ü. (2003). İşletmelerde Bilgi Teknolojilerinin Kullanılma Yerleri. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları* 3, 37-37.
- Erbayandur, G. (2006). Two Sides Of The Globalization Medal. *Journal Of Yaşar University*, 1(1), 9.
- Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü*. (2018, 10 28). 10 28, 2018 tarihinde Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü Web Sitesi: <https://esnaf.gtb.gov.tr/dokuman-ve-formlar/esnaf-ve-sanatkâr-verileri> adresinden alındı.
- EUR-Lex*. (2018). 09. 25, 2018 tarihinde EUR-Lex: <https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=CELEX:32003H0361> adresinden alındı.
- European Commissions.(2017).*Annual Report on European SMEs 2016/2017*.
- Gadenne, D., Sharma, B.(2009). An investigation of the hard and soft quality management factors of Australian SMEs and their association with firm performance. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 26(9), 866.
- Gemici, N. (2010). Ahilikten günümüze meslek eğitiminde model arayışları ve sonuçları. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 8(19), 71-105.
- Goralski, M. A. (2011). Competition: The Tipping Point of Power. *Competition Forum*, 9(1), 12.
- Government UK*. (2018, 10 21). Government UK: <https://www.gov.uk/government/statistics/business-population-estimates-2018> adresinden alındı.
- Gökmenoğlu, S. M., Akal , M., Altunışık, R. (2012). Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler. *Rekabet Dergisi*, 13(4), 6-7.

- Guttal, S. (2007). Globalisation. *Development in Practice*, 17(4-5), 525.
- Gülerman, A., Taştekil, S. (1993). *Ahi teşkilatının Türk toplumunun sosyal ve ekonomik yapısı üzerindeki etkileri* (16). Kültür Bakanlığı.
- Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D., Perraton, J. (1999). Globalization. *Global Governance*, 5(4), 484.
- Institut für Mittelstandforschung*. (2018). 10 19, 2018 tarihinde Institut für Mittelstandforschung: <https://en.ifm-bonn.org/definitions/sme-definition-of-ifm-bonn/> adresinden alındı.
- Kaplan , M. (2010). Küresel Rekabet Ortamında İç-Girişimciliğin Turizm İşletmelerinde Uygulanmasına Yönelik Bir Model Önerisi.(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karasoy, Y. (2003). Âhi kelimesi ve Türk kültüründe âhilik. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1(14), 1-23.
- Ketels, C. (2016). *Review of Competitiveness Frameworks: An Analysis Conducted for the Irish National Competitiveness Council*. National Competitiveness Council. Dublin: National Competitiveness Council.
- Koç, M., Ozbozkurt, O. (2014). Ulusların Rekabet Üstünlüğü ve Elmas Modeli Üzerine Bir Değerlendirme. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 2(3), 86-88.
- Küçükaslan Ekmekçi, A. (2011). *Küreselleşmenin İşletmelerin Yönetimi Üzerindeki Etkisi : Küreselleşme, Değişim ve Rekabet Üzerine İncelemeler-Yaklaşımlar*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Legislation of UK*. (2006). 21.10, 2018 tarihinde Legislation of UK: [http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2006/46/pdfs/ukpga\\_20060046\\_en.pdf](http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2006/46/pdfs/ukpga_20060046_en.pdf) adresinden alındı.
- Legislation of UK*. (2006). 21.10, 2018 tarihinde Legislation of UK: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2006/46/section/465> adresinden alındı.
- Liu, X., Hong , S., Liu, Y. (2012). A Bibliometric Analysis of 20 Years of Globalization Research: 1990-2009. *Globalizations*, 9(2), 199.

- MESOB. (2018).23.10, 2018 tarihinde <http://www.mesob.org.tr> adresinden alındı.
- Mutlu, E. (2008). *Uluslararası İşletmecilik : Teori ve Uygulama* (3. b.). İstanbul: BETA Yayınları.
- Müftüoğlu, T. (2002). Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler KOBİ’ler. Turhan Kitabevi
- OECD Glossary of Statistical Terms. (2018). 11 17, 2018 tarihinde OECD Glossary of Statistical Terms: <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=3163> adresinden alındı.
- Office For National Statistics. (2018). 10 21, 2018 tarihinde Office For National Statistics:<https://www.ons.gov.uk/businessindustryandtrade/business/activitysizeandlocation/adhocs/007688smallandmediumsizeenterprisessmecomtemptemploymentandturnover2010to2017> adresinden alındı.
- Özbilgili, C. (2014). *Türkiye’de Küçük Esnaf ve Sanatkârın Kredi Kullanımı ve Ödeme Gücü: TESKOMB Örneği*.(Yayınlanmamış Doktora Tezi). Aydın: Adnan Mendere Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdemir, R. (1986). Ankara Esnaf Teşkilatı. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1), 156-181.
- Özdemir, S., Ersöz, H., Sarıoğlu, H. (2007). Küçük Girişimciliğin Artan Önemi ve KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi* , 174-175.
- Pirenne, H. (2013). *Ortaçağ Avrupa’sının Ekonomik ve Sosyal Tarihi* (6. b.). (Çev. Uygur Kocabaşoğlu) İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Competitive Intelligence Review*, 1(1), 14-14.
- Porter, M. (2015). *Rekabet Stratejisi Sektör ve Rakip Analiz Teknikleri* (3. b.). (Çev. Gülen Ulubilgen) İstanbul: Agora Kitaplığı.

Resmi Gazete. (2012). *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik*.

Resmi Gazete (1964). *507 Sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Kanunu*.

Resmi Gazete (2005). *5362 Sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu*.

Resmi Gazete (2016). *Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu Kararı*. Karar No:2.

*Resmi Gazete*. (1943, 1 18). 10 17, 2018 tarihinde Resmi Gazete: <http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/5307.pdf&main=http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/5307.pdf> adresinden alındı.

*Resmi Gazete*. (2016, 5 21). 10 16, 2018 tarihinde Resmi Gazete: <http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/05/20160521.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/05/20160521.htm> adresinden alındı.

*Resmi Gazete*. (2018). 10 28, 2018 tarihinde Resmi Gazete: <http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/06/20050621.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/06/20050621.htm> adresinden alındı.

Robertson, R. (2012). Globalisation or Glocalisation. *The Journal of International Communication*, 18(2), 192-193.

Seyidoğlu, H. (2003). *Uluslararası İktisat: Teori Politika ve Uygulama* (15. b.). İstanbul: Güzem Can Yayınları.

Singh, R. K., Garg, S. K., Deshmukh, S. G. (2008). Strategy development by SMEs for competitiveness: a review. *Benchmarking: An international journal*, 15(5), 525-526.

Soysal, A. (2010, Nisan). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler : Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 72.

- Şen, E. (2010). *Esnaf Kefalet Kredilerinin Türkiye'deki Mekansal Dağılışı ve Sonuçları*.(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şener, İ. (2014). *KOBİ Destekleri Ülke İncelemeleri*. Ankara: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları.
- TESK (2008). *Esnaf ve Sanatkâr Raporu: Mevcut Durum Sorunlar Öneriler*. Ankara.
- TESK (2018). 10 16, 2018 tarihinde TESK Web Sitesi: <http://www.tesk.org.tr/tr/hakkında/tarihce.php> adresinden alındı.
- TESK (2008). *Esnaf ve Sanatkâr Raporu : Mevcut Durum, Sorunlar, Öneriler*. Ankara: TESK.
- TESK (2018). 10 28, 2018 tarihinde TESK: <http://www.tesk.org.tr/tr/calisma/sicil/ist.php> adresinden alındı.
- TESK. (2018). (2018, 10 28). 10 28, 2018 tarihinde TESK: <http://www.tesk.org.tr/tr/calisma/sicil/4.pdf> adresinden alındı.
- Tolon, M., ve Haliloğlu, N. (2016). *MEVCUT DURUM ANALİZİ RAPORU*.
- TÜİK. (2017).Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2017: 11 25, 2018 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24863> adresinden alındı
- TÜİK. (2018).Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2018: 11 25, 2018 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27820> adresinden alındı.
- TÜİK (2016). Yenilik Araştırması 2016. 21.9.2018 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24864> adresinden alındı
- TÜİK (2018). Girişimcilik, 2014-2016. 23.11, 2018 tarihinde [www.tuik.gov.tr/PdfGetir.do?id=27845](http://www.tuik.gov.tr/PdfGetir.do?id=27845) adresinden alındı.
- TÜİK (2016). Küçük ve Orta Büyüklükte Girişim İstatistikleri 2016. 21.9.2018 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21540> adresinden alındı

- TÜİK (2018).İstatistiklerle Kadın 2017. 10 28, 2018 tarihinde TÜİK Web Sitesi:  
<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27594> adresinden alındı
- UEAPME. (2014). *Crafts and SME's 2020*. Bruxelles: UEAPME.
- Went, R. (2004, May). Economic Globalization Plus Cosmopolitanism. *Review of International Political Economy*, 11(2), 337.
- World Economic Forum(2017). *The Global Competitiveness Report 2017-2018*. World Economic Forum.
- World Economic Forum(2018). *The Global Competitiveness Report 2018*.World Economic Forum.
- Yıldız, A., Gavcar, E., Kavacık, M. (2014). Dalaman Esnafının Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (31), 122-134.
- Yüzer, T. V., Okur, M.R. (2015). *Temel Bilgi Teknolojileri*. Anadolu Üniversitesi Yayınları. ESKİŞEHİR.
- ZDH.(2017). 22.10.2018 tarihinde Zentralverband Des Deutschen Hadwerks:  
<https://www.zdh-statistik.de/application/index.php?mID=3&cID=47> adresinden alındı
- ZDH.(2017). 22.10.2018 tarihinde Zentralverband Des Deutschen Hadwerks:  
<https://www.zdh.de/daten-fakten/kennzahlen-des-handwerks/> adresinden alındı
- ZDH.(2017). 21.10.2018 tarihinde Zentralverband Des Deutschen Hadwerks:  
<https://www.zdh.de/daten-fakten/betriebszahlen/beschaefigte-umsaetze/>  
adresinden alındı.
- ZDH. (2018). Zentralverband Des Deutschen Handwerks: <https://www.zdh.de/daten-fakten/das-handwerk/handwerk-heute/> adresinden alındı
- Zengin , B. (2010). *Küreselleşme Sürecinde KOBİ'lerin Durumu ve KOBİ Destekleri: Türkiye Üzerine Bir Uygulama*.(Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.



## EKLER

### EK-1: ANKET FORMU

**Bu anket çalışması Manisa Celal Bayar Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Programı Yüksek Lisans Tezi için hazırlanmıştır. Elde edilen bilgiler tez çalışması dışında kullanılmayacaktır.**

1.Kayıtlı olduğunuz meslek odası \_\_\_\_\_

2.Cinsiyetiniz

Erkek  Kadın

3.Yaşınız

18-25  26-35  36-45  46 ve üzeri

4.Eğitim Durumunuz

İlköğretim

Lise

2 yıllık Meslek Yüksekokulu

4 yıllık Fakülte/Yüksekokul

Yüksek Lisans /Doktora

5.Medeni Haliniz

Bekâr  Evli

6.Çocuk sayınız

Bekâr-Yok  Evli-Yok  1  2  3+

7. İş yerinizin kuruluş yılı

1950'den önce

1951-1970 arası

1971-1990 arası

1991-2010 arası

2011 ve sonrası

8.İş yerinizde kaç kişi çalışmaktadır \_\_\_\_\_

9.İş yerinizde çalışan usta sayısı \_\_\_\_\_

10.İş yerinizde çalışan kalfa sayısı \_\_\_\_\_

11.İş yerinizde çalışan çırak sayısı \_\_\_\_\_

12.Kazancınız ihtiyaçlarınızı karşılıyor mu?

Evet  Hayır

13.İş yerinizde bilgisayar kullanıyor musunuz?

Evet  Hayır

14.İş yerinizin web sayfası var mı?

Evet  Hayır

15.İş yerinizin kuruluş sermayesini nasıl temin ettiniz?

Kendi kaynaklarımla

Kredi olarak

Yakınlarımdan borç olarak

Devlet desteği ile

Diğer

16.İş yerinizde sunduğunuz ürün ve hizmetlerin hangi aşamasında daha çok sıkıntı yaşıyorsunuz?(**Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz**)

Üretim aşamasında

Planlama aşamasında

Pazarlama ve satış aşamasında

Satış sonrası hizmetlerde

Finansal ve mali ihtiyaçların karşılanması

Diğer

17.Mal ve hizmetlerin üretim aşamasında yaşadığınız sıkıntılar nelerdir?(**Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz**)

Ham maddeye erişim güçlüğü

Ham madde fiyatlarının yüksekliği

Kalifiye işgücü yetersizliği

Üretilen mal veya hizmetin emek yoğun çalışma gerektirmesi

Üretimde teknoloji kullanımının yetersizliği

Diğer

18.Pazarlama faaliyetlerinde yaşadığınız sıkıntılar nelerdir? **(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)**

Tüketici tercihlerinin hızlı değişmesi

Reklam ve tanıtım giderleri için bütçenin yetersiz olması

Dağıtım olanaklarının yetersiz olması

Sosyal medya ve e-ticaret gibi yeni satış yöntemlerine ayak uyduramama

Stok takip sistemlerinin bulunmaması veya yetersiz olması

Diğer

19.Ürün ve hizmetlerinizle ilgili reklam veriyor musunuz?

Evet  Hayır

20.Hangi medya araçları aracılığıyla reklam veriyorsunuz? **(20.soruda hayır seçeneğini seçenler soruya cevap vermeyebilir)**

TV  İnternet  Radyo  Sosyal Medya  Diğer

21.Pazarlama ve satış hizmetlerinde e-ticaret uygulamalarını kullanıyor musunuz?

Evet  Hayır

22.Pazarlama ve satış hizmetlerinde sosyal medyayı kullanıyor musunuz?

Evet  Hayır

23.İşinizde sosyal medya kullanmanın faydalarını gördünüz mü?

Evet  Hayır

24.İşiniz ile ilgili hangi sosyal medya araçlarını kullanıyorsunuz? **(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)**

İnstagram  Facebook  Twitter  Diğer

25.Finansman kaynaklarını edinmede ve kullanmada yaşadığınız sıkıntılar nelerdir? **(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)**

Finansman kaynaklarına ulaşım kanallarının yeterli ve anlaşılır bilgilendirme yapmaması

Kredi ve teşviklerin yeterli düzeyde verilmemesi

Kredi geri ödeme sürelerinin kısa ve faiz oranlarının yüksek olması

Finansal ve mali konulardaki bilgi eksikliğinden kredi ve teşviklerin doğru alanlarda kullanılmaması

Diğer

26.Hangi finansman kaynaklarından yararlandınız? (**Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz**)

Halkbank  Türk Eximbank  Türkiye Kalkınma Bankası  TKDK

KOSGEB  Türkiye Sınai Kalkınma Bankası  Diğer Ticari Bankalar

Diğer

27.Hangi alanlardaki devlet desteğinin etkili olacağını düşünüyorsunuz? (**Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz**)

Vergi indirimi  SGK prim ödemelerinde kolaylaştırma  Eğitim

Kredi faiz oranlarının düşürülmesi  Diğer

28.Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalaniyor musunuz?

Evet  Hayır

29.Hangi kurumlardan eğitim ve danışmanlık hizmeti aldınız? (**Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz**)

Üniversiteler  KOSGEB  Meslek Odaları  TESK

Özel danışmanlık şirketleri

30.En çok hangi alanlarda eğitim ve danışmanlık hizmetlerine ihtiyaç duyuyorsunuz? (**Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz**)

Üretim  Satış ve pazarlama  Yönetim ve planlama  Finansal

Teknoloji ve sosyal medya

31.Ürün ve hizmetlerinizi ihraç ediyor musunuz?

Evet  Hayır

32.İhraç ediyorsanız hangi bölgelere satış faaliyeti gerçekleştiriyorsunuz? (**32.soruya hayır seçeneğini işaretleyenler bu soruya cevap vermeyebilir**)

Avrupa  Körfez ülkeleri  Asya ülkeleri  Komşu ülkeler  Diğer

33.İş yerinizde üretiminizin temel kaynağını oluşturan ürün ve hizmetleri en çok nereden sağlıyorsunuz?

Yurtiçi  Yurtdışı

34.Teknolojinin ilerlemesi karşısında iş yerinizi ve faaliyetlerinizi geliştirebiliyor musunuz?

Evet  Hayır

35.Mesleğinizi ve faaliyetlerinizi ilgilendiren konularda dünyadaki gelişmeleri takip edebiliyor musunuz?

Evet  Hayır

