

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

KOBİ'LERİN REKABET GÜCÜNÜN ARTTIRILMASI AÇISINDAN
TEKNOLOJİK YENİLİĞİN ROLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

YASEMİN IŞIK
9741030043

DANIŞMAN
Doç. Dr. NURSEN VATANSEVER DEVİREN

AĞUSTOS, 2019
MUĞLA

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİSAT ANABİLİM DALI

KOBİ'LERİN REKABET GÜCÜNÜN ARTTIRILMASI AÇISINDAN TEKNOLOJİK
YENİLİĞİN ROLÜ

YASEMİN IŞIK
9741030043

Sosyal Bilimleri Enstitüsünce
“Yüksek Lisans”
Diploması Verilmesi İçin Kabul Edilen Tezdir.

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 15.08./2019
Tezin Sözlü Savunma Tarihi : 03/07/2019

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Nursen VATANSEVER DEVİREN

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Kadir ESER

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Özgür BALMUMCU

Enstitü Müdürü: Prof. Dr. Tuncay ÖĞÜN

AĞUSTOS, 2019
MUĞLA

TUTANAK

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 29/05/2019 tarih ve 892/2 sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 24/6 maddesine göre, İktisat Anabilim Dalı tezli yüksek lisans öğrencisi Yasemin IŞIK'ın "KOBİ'lerin Rekabet Gücünün Arttırılması Açısından Teknolojik Yeniliğin Rolü." adlı tezini incelemiş ve aday 03/ 07/2019 tarihinde saat 14.00'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 50 dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin **kabul** olduğuna oy çokluğu ile karar verildi.

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Nursen VATANSEVER DEVİREN



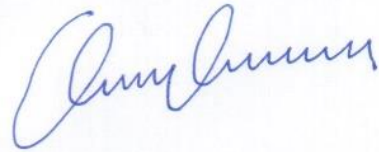
Üye

Prof. Dr.Kadir ESER



Üye

Dr. Öğr. Üye Özgür BALMUMCU



YEMİN

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “KOBİ'lerin Rekabet Gücünün Arttırılması Açısından Teknolojik Yeniliğin Rolü” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça'da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

15/08/2019

Yasemin IŞIK



**YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ
TEZ VERİ GİRİŞ FORMU**

YAZARIN

**Soyadı : IŞIK
Adı : YASEMİN**

Referans No: 10279520

TEZİN ADI

Türkçe : KOBİ'lerin Rekabet Gücünün Arttırılması Açısından Teknolojik Yeniliğin Rolü

Y. Dil : The rol of technological innovation in order to increase of Small and Medium sized Enterprises (SMEs) competitiveness

TEZİN TÜRÜ: Yüksek Lisans

X

Doktora

O

Sanatta Yeterlilik

O

TEZİN KABUL EDİLDİĞİ

Üniversite : Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Fakülte :

Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü

Diğer

Kuruluşlar :

Tarih :

TEZ YAYINLANMIŞSA

Yayınlayan :

Basım Yeri :

Basım Tarihi :

ISBN :

TEZ YÖNETİCİSİNİN

Soyadı, Adı : VATANSEVER DEVİREN, Nursen

Ünvanı : Doç. Dr.

TEZİN YAZILDIĞI DİL: Türkçe

TEZİN SAYFA SAYISI: 97

TEZİN KONUSU (KONULARI):

1. Ekonomi= Economics

TÜRKÇE ANAHTAR KELİMELER:

1. KOBİ'ler

2. Rekabet

3. Teknolojik Yenilik

İNGİLİZCE ANAHTAR KELİMELER:

1. Small and Medium sized Enterprises (SMEs)

2. Competitiveness

3. Technological innovations

1- Tezimden fotokopi yapılmasına izin vermiyorum

2- Tezimden dipnot gösterilmek şartıyla bir bölümünün fotokopisi alınabilir

3- Kaynak gösterilmek şartıyla tezimin tamamının fotokopisi alınabilir

Yazarın İmzası:



Tarih : 15./08./2019

ÖZET

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ), ulusal ve uluslar arası bağlamda ülkelerin ekonomisinde kritik bir öneme sahiptir. Türkiye’de toplam işletmeler içindeki oranı %99,8 olan KOBİ’lerin istihdama, katma değere, dış ticaret ve üretime katkıları dikkate alındığında ülke ekonomisinde önemli bir yere sahip oldukları görülmektedir.

KOBİ’lerin yaptığı teknolojik yeniliklerin uluslar arası rekabet güçlerinin artırılmasında önemli bir rol oynadığına değinilen çalışmada, rekabet üstünlüğünün kazanılmasında ve stratejilerinin oluşturulmasında teknolojik yeniliğin önemine vurgu yapılmaktadır.

Yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi için KOBİ’ler, belirleyici bir rol oynamaktadır. Piyasadaki bir inovasyonun gelişimini yönetmek, herhangi bir organizasyon için önemli bir fonksiyondur. KOBİ’ler, bu fonksiyonun yerine getirilmesinde ve inovasyonun gelişim sürecinde temel aktörler arasında bulunmaktadır. Özellikle KOBİ’lerin rekabet gücünün artırılması sürecinde teknolojik yenilikler, ekonomik kalkınmayı doğrudan etkileyen faaliyetler arasında yer almaktadır.

Bu çalışmada, KOBİ’lerin ülke ekonomisindeki yerine, sorunlarına dikkat çekilerek zorlu piyasa koşullarında sürdürülebilir bir yapı içerisinde uluslar arası pazarda rekabet gücü elde edebilmeleri için teknolojik yeniliğin rolü değerlendirilmiştir. KOBİ’lerin rekabet gücünün artırılmasında teknolojik yeniliğin rolüne ilişkin SWOT analizi gerçekleştirilmiştir. KOBİ’lerin rekabet ortamında güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditler SWOT analizi ile belirlenmeye çalışılmış. Bu çalışmada elde edilen verilerin, özellikle piyasaya yeni girecek olan ve piyasada var olan firmaların piyasayı tanımaları, zayıf yönlerini ve tehditleri görerek fırsatları avantaja çevirebilmeleri, rekabet stratejilerini oluşturmaları açısından önemli rol oynayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme (KOBİ), Rekabet Gücü, Teknoloji, Yenilik, SWOT analizi.

ABSTRACT

Small and medium sized enterprises (SMEs), have a critical importance to the economy of the countries in the national and international context. In Turkey the ratio of SMEs is 99,8% into the total enterprises that which is seen to have an important place in the national economy in considerations of contributions to employment, added value, foreign trade and production.

Technological innovations made by SMEs are believed to play an important role to increasing their international competitiveness in cited this study that also emphasize the importance of technological innovations to gain competitive advantages and creating strategies. SMEs play a decisive role in the development of new products and services. Managing the development of an innovation in the market is an important function for any organization. SMEs are basic actors in fulfillment of this function and in the development process of innovation. The technological innovations especially in the process of increasing the competitiveness are among the activities that directly affect the economic development.

In this study, the role of technological innovation has been evaluated for the place of SMEs in the national economy, by drawing attention to their problems, in a sustainable structure under challenging market conditions for gaining competitiveness in the international market. SWOT analysis was conducted on the role of technological innovation in increasing to competitive power of SMEs. Strengths and weaknesses, opportunities and threats of SMEs in the competitive environment were determined by SWOT analysis. It is thought that the data obtained in this study will play an important role especially for the newly entering and existing companies to recognize the market to see the weaknesses and threats turning opportunities into advantages in order to form their competitive strategies.

Key Words: Small and medium sized enterprises (SMEs), Competitiveness, Technology, Innovation, SWOT Analysis.

ÖNSÖZ

Saygıdeğer danışman hocam Doç. Dr. Nursen VATANSEVER DEVİREN'e tez boyunca destekleyici tavrı ve çalışmaya yön veren paylaşımcı yaklaşımı nedeniyle gönülden teşekkürlerimi sunarım.

Değerli anneme ve abime destekleri için en içten teşekkürlerimi ve sevgilerimi sunarım.

Bu tezi merhum babam Sefa IŞIK'ın aziz anısına ithaf ediyorum.



Yasemin IŞIK
MUĞLA, 2019

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	I
İÇİNDEKİLER	II
ŞEKİLLER LİSTESİ	VI
TABLOLAR LİSTESİ	VII
KISALTMALAR LİSTESİ.....	VIII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERE İLİŞKİN TEMEL ÇERÇEVE

1.1. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Genel Tanımı	4
1.1.1. Türkiye’de KOBİ tanımı	5
1.1.1.1. Küçük ve orta ölçekli sanayi geliştirme ve destekleme idaresi başkanlığı (KOSGEB).....	7
1.1.1.2. Başbakanlık Türkiye istatistik kurumu	9
1.1.1.3. Türkiye Halk Bankası.....	9
1.1.2. Avrupa Birliği’nde ve uluslar arası kurumlarda KOBİ tanımları.....	9
1.1.2.1. Avrupa Birliği’nde KOBİ tanımları	10
1.1.2.1.1. İngiltere.....	11
1.1.2.1.2. Almanya.....	12
1.1.2.2. Uluslar arası kurumlarda KOBİ tanımları	13
1.1.2.2.1. OECD’nin KOBİ tanımı	13
1.1.2.2.2. Dünya bankası’nın KOBİ tanımı	13
1.1.3. AB ve Türkiye’deki KOBİ’ler	14
1.2. KOBİ’lerin Temel Sorunları	16
1.2.1. Örgütlenme ve personel sorunları.....	16
1.2.2. Pazarlama sorunları	17
1.2.3. Finansman sorunları.....	18
1.2.4. Araştırma-geliştirme (Ar-Ge) sorunları	19
1.3. KOBİ’lerin Güçlü ve Zayıf Yönleri.....	20
1.3.1. KOBİ’lerin güçlü yönleri.....	20
1.3.2. KOBİ’lerin zayıf yönleri.....	21

1.4. KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi.....	22
1.4.1. KOBİ'lerin istihdamdaki yeri	25
1.4.2. KOBİ'lerin ihracattaki yeri.....	26
1.4.3. KOBİ'lerin bölgesel kalkınma üzerindeki etkileri	28
1.4.4. KOBİ'lerin katma değer yaratma üzerindeki yeri	29
1.4.5. KOBİ'lerin vergi gelirleri içindeki yeri	30

İKİNCİ BÖLÜM

TEKNOLOJİK YENİLİKLERE İLİŞKİN TEORİK ÇERÇEVE

2.1. Teknoloji Kavramı	32
2.2. Teknolojiye İlişkin Yaklaşımlar.....	34
2.2.1. Neo-Klasik iktisatta teknoloji	34
2.2.2. Marksist iktisat kuramında teknoloji	35
2.2.3. Schumpeterci yaklaşımda teknoloji.....	36
2.2.4. Evrimci kuramda teknoloji	37
2.3. Teknolojik Yenilik Kavramı ve Çeşitleri	39
2.3.1. Teknolojik yenilik kavramı	39
2.3.2. Teknolojik yenilik çeşitleri	41
2.3.2.1. Ürün yeniliği	41
2.3.2.2. Organizasyonel yenilik.....	41
2.3.2.3. Süreç yeniliği.....	42
2.3.2.4. Pazarlama yeniliği	42
2.4. KOBİ'lerde Teknolojik Yeniliği Etkileyen Faktörler	43
2.4.1. İçsel ve dışsal faktörler	43
2.4.2. Yönetim yapısı.....	43
2.4.3. Finansman yapısı	44
2.4.4. Ar-Ge faaliyetleri.....	44
2.5. KOBİ'lerde Teknolojik Yeniliği Engellenen Faktörler	46
2.6. Teknoloji Politikasının Amaç ve Araçları	47

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
KOBİ'LERİN REKABET GÜCÜNÜN ARTTIRILMASINDA TEKNOLOJİK
YENİLİĞİN ROLÜ

3.1. Rekabet Kavramı ve Yaklaşımları	50
3.1.1. Rekabet kavramı	50
3.1.2. Rekabet çeşitleri ve yaklaşımları	51
3.2. Rekabet Gücünün Kavramsal Çerçevesi	52
3.3. Rekabet Gücü Yaklaşımları	53
3.3.1. Klasik rekabet gücü yaklaşımları.....	54
3.3.2. İşletme odaklı yaklaşım	54
3.3.3. Porter'in rekabet gücü yaklaşımı	55
3.3.3.1. Elmas modeli.....	55
3.3.3.2. Rekabet gücünün gelişme aşamaları	59
3.3.4. Bilgi temelli yaklaşım.....	61
3.3.6. M.E. Porter'in rekabet üstünlüğü oluşturmada beş güç modeli.....	61
3.4. Uluslar arası Rekabet Gücü.....	62
3.5. Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü	64
3.6. KOBİ'lerin Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler.....	64
3.6.1. Nitelikli işgücü.....	65
3.6.2. Kalite ve standartlara uygunluk	66
3.6.3. Araştırma-geliştirme (Ar-Ge) ve teknolojik yenilik.....	66
3.6.4. Maliyetler.....	68
3.6.5. Pazar payı.....	68
3.6.6. Verimlilik ve yenilikçilik.....	69
3.6.7. Üretimde esneklik	70
3.7. Ulusal Yenilik Sistemi Kapsamında KOBİ'lerin Rekabet Gücünün Arttırılması.....	70
3.7.1. Rekabet stratejilerinin uygulanması ve yenilik stratejilerinin oluşturulması.....	70
3.7.2. AB'de KOBİ'lerin rekabet gücünü arttırmaya yönelik destekler.....	71
3.7.3. Türkiye'de KOBİ'lerin rekabet gücünü arttırmaya yönelik Ar-Ge destekleri.....	71
3.7.4. KOBİ'lerin rekabet gücünün arttırılmasında teknolojik yeniliklerin önemi	73

3.7.5. Türkiye’de ve AB’de KOBİ’lerin teknoloji ve rekabet gücü açısından karşılaştırılması.....	74
3.8. Araştırmanın Amaç ve Kapsamı	77
3.9. Araştırmanın Hipotezi.....	77
3.10. Araştırmanın Yöntemi.....	77
3.11. KOBİ’lerin Rekabet Gücünün Arttırılmasında Teknolojik Yeniliğin Rolü’ne Yönelik SWOT analizi	77
3.11.1. SWOT analizine ilişkin genel çerçeve.....	78
3.11.2. SWOT analizi	79
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	82
KAYNAKÇA.....	87



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1.	Ana Sektörlere ve Ölçeklerine Göre KOBİ'ler, 2013	23
Şekil 1.2.	Büüklük Grubuna Göre Girişim Sayısı, İstihdam ve Ciro'nun Oransal Dağılımı, (2017)	25
Şekil 1.3.	Çalışan Sayısına Göre Girişimlerin Dış Ticaretteki Payı, 2017	26
Şekil 1.4.	Büüklük Grubuna Göre Temel Göstergeler, 2014	29
Şekil 2.1.	İnovasyon Öncülüğünde Büyümede Teknolojinin Rolü	33
Şekil 3.1.	Porter'in Elmas Modeli	56
Şekil 3.2.	Rekabet Gücünün Gelişme Aşamaları	59
Şekil 3.3.	Ar-Ge Harcamalarının GSYH İçindeki Payı, 2009-2017	75

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1.1.	KOBİ'lerin Ölçeklerine Göre Sınıflandırılması, 2018	7
Tablo 1.2.	Çalışan Sayısı, Yıllık Ciro veya Bilançoya Göre AB'de KOBİ Tanımı.....	10
Tablo 1.3.	İngiltere'de KOBİ Tanımı	11
Tablo 1.4.	Almanya' da KOBİ Sınıflandırması	12
Tablo 1.5.	Seçilmiş AB Ülkelerinde ve Türkiye'de KOBİ Oranları.....	14
Tablo 1.6.	AB'de ve Türkiye'de KOBİ'ler	15
Tablo 1.7.	İmalat Sanayinde KOBİ'lerin Teknoloji Düzeyi ve Büyüklük Grubuna Göre Payları	23
Tablo 1.8.	Sektörlere ve Çalışan Sayısına Göre Dış Ticaret Payı, 2017 (%).....	27
Tablo 2.1.	Teknolojik Politika Araçları	48
Tablo 3.1.	Küresel Rekabet Gücü Endeksi (4.0), 2018	63
Tablo 3.2.	Küresel Rekabet Gücü Endeksi 4.0'da Türkiye'nin Sıralaması, 2018 .	63
Tablo 3.3.	Teknolojik Yenilik Sistemlerinin Yedi Anahtar Sistem Fonksiyonlarının Açıklamaları.....	67
Tablo 3.4.	KOBİ'lerin Ar-Ge Harcamalarından Aldıkları Pay (2013)	76
Tablo 3.5.	KOBİ'lerin Rekabet Gücünün Arttırılmasında Teknolojik Yeniliğin Rolü'ne Yönelik SWOT analizi.....	79

KISALTMALAR LİSTESİ

Kısaltmalar	Açıklama
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
Ar-Ge	Araştırma ve Geliştirme
BM	Birleşmiş Milletler
BTYK	Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu
GSMH	Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	Gayrisafi Yurt İçi Hasıla
KOBİ	Küçük ve Orta Boy İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KÜSGET	Küçük Sanayi Geliştirme Teşkilatı
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development - Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
SEGEM	Sanayi Eğitim ve Geliştirme Merkezi
TESKOMB	Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri
TESK	Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu
TSE	Türkiye Standartlar Enstitüsü
TTGV	Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TOSYÖV	Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticileri Vakfı
SWOT	Strengths Weaknesses Opportunities Threats

GİRİŞ

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ), yeni istihdam alanları oluşturulmasındaki katkıları, piyasada oluşan değişimlere kısa sürede uyum sağlayabilme özellikleri, ekonomik ve sosyal kalkınmanın sağlanmasındaki katkılarından dolayı az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerindeki önemleri giderek artmaktadır. Bu öneminden dolayı ülkeler, KOBİ'lerin teşviki ve gelişmesi için uygun politikalar geliştirmektedir. KOBİ'lerin başarısı ülke ekonomisinin başarısını da katkı sağlamaktadır. Tüm ülkeler, ekonomik politikalarını KOBİ'lerin geliştirilmesi, korunması, teşviki gibi sorunlarının çözülmesi için gerekli desteklerin sağlanması yönünde oluşturmaktadırlar.

Tezin birinci bölümünde, ülke kalkınmasında önemli bir yer tutan KOBİ'lerin rekabet ortamında üstünlük elde etmeleri açısından teknolojik yeniliğin (inovasyonun) rolü incelenmektedir. KOBİ'lerin kavramsal çerçevesi ele alınarak çeşitli kuruluşlarca yapılan tanımları ve sınıflandırılmalarına yer verilmektedir. Türkiye'de ve AB ülkelerinde KOBİ'ler incelenerek KOBİ'lerin güçlü ve zayıf yönleri ve Türkiye ekonomisindeki yeri, bölgesel kalkınma üzerindeki etkileri, ihracat, istihdam, katma değer ve vergi gelirleri içindeki payları verilerek değerlendirilmektedir.

KOBİ'lerin örgütlenme, pazarlama, finansman, Ar-Ge sorunları ele alınmıştır. KOBİ'lerin en önemli sorununun finansman ve rekabet gücünün belirleyici olan araştırma geliştirme sorunu olduğu görülmektedir. Araştırma geliştirme için uzmanlaşmış personel ve finansal kaynağa gerek vardır. Finansal nedenlerle Ar-Ge faaliyetleri istenilen düzeye ulaşamamaktadır. Uluslar arası pazarda rekabet edebilecek güce sahip KOBİ'lerin oluşturulmasını hedefleyen TÜBİTAK, KOSGEB, DPT, Halkbank, TOBB gibi kurum ve kuruluşlar; kredi, danışmanlık, standardizasyon ve kalite geliştirme konularında destek olmaktadır.

Dünya'daki gelişmişlik düzeyinde teknolojik gelişme çok önemli bir yer tutmaktadır. Teknolojik gelişme göstererek teknolojik yenilik (inovasyon) temelli atılımlar gerçekleştiren ülkeler, günümüzde gelişmiş ülkeler arasında yer alırken teknolojik dönüşümü sağlayamayan ülkeler, gelişememe sorunuyla yüzleşmektedirler. Ekonomik kalkınmanın sağlam temeller üzerine inşa edilmesi ve toplumsal refahın

iyileşme göstermesi, günümüzde teknolojik yeniliklerle mümkün olabilmektedir. Teknolojik gelişmenin süreklilik göstermesinde başta devlet olmak üzere toplumun tüm katmanlarının teknolojiye bakışı ve teknolojiye yönelik hamleleri, büyük önem taşımaktadır. Teknolojik gelişme sadece katma değer yaratmakla kalmamakta, aynı zamanda bilimsel düşünceyi toplumsal yaşamın bir parçası haline getirmektedir. Bu bağlamda teknolojik faaliyetler, ülkelerin ekonomik kalkınma sürecinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla teknoloji kavramının, teknolojiye ilişkin yaklaşımların ve teknolojik yeniliklere ilişkin teorik çerçevenin ortaya konulması büyük öneme sahiptir.

İkinci bölümde; teknolojik yeniliklere ilişkin teorik çerçeveye yer verilerek teknolojik yeniliği etkileyen ve engelleyen faktörler ele alınmaktadır. Rekabet üstünlüğü sağlanabilmesi için teknolojik yeniliklerin önemi incelenmektedir.

Teknolojik yenilik yeni yatırımlar, yeni iş imkanları yaratarak ekonomik büyümeyi, gelişmeyi yaratarak ekonomik refahı arttıran bir süreçtir. Schumpeter'in yaklaşımıyla yeni bir ürün yeni bir çeşit, yeni bir üretim ya da satış yöntemi, yeni pazarlar, yeni endüstri yapıları, yenilik olarak tanımlanmaktadır. Schumpeter'in yaratıcı yıkım kavramı teknolojik yeniliklerin eski üretim şekillerini, yöntemlerini yok ederek yerine yenilerini ortaya çıkarması olarak açıklanmaktadır. Monopol karının teknolojik yenilik için temel faktör olarak görülmesi, yeni firmaların bu teknolojiyi uygulamalarına yada geliştirmelerine neden olmaktadır. Teknolojik yeniliği elinde bulunduran firma; bu gücünü korumak, diğer firmalar da piyasaya girebilmek için yeni teknolojik yatırımlar yaparak ve yeni iş imkanları yaratarak ekonomik büyümenin ve refahın artmasına neden olmaktadır.

KOBİ'lerin rekabet gücünün arttırılmasında teknolojik gelişmeler ve inovasyon, günümüzde oldukça önemli hale gelmiştir. KOBİ'lerin sürdürülebilir bir yapı içerisinde kalıcı olarak var olabilmesi, teknolojik yenilikleri kullanabilmesine bağlı olarak şekillenmektedir.

Üçüncü bölümde, rekabet kavramı ve rekabet gücüne ilişkin teorik çerçeve incelenmektedir. Bu bağlamda öncelikle rekabet gücünün kavramsal çerçevesi ve literatürüne yer verildikten sonra rekabet gücü yaklaşımları ve aşamaları açısından ele alınmaktadır. Porter'ın da belirttiği gibi verimlilik artışının sürekliliği kendini sürekli

olarak geliştiren bir ekonomiye bağlıdır. Teknolojik yeniliklerle yaratılan ürün ve hizmetlerdeki gelişmelerin, uluslar arası rekabet gücü kazanılmasındaki önemine işaret edilmektedir. Porter'a göre endüstride yaşanacak yapısal değişimler, beş rekabet gücünün etkinliğini ve endüstrinin karlılığını etkileyecektir. Bu nedenle rekabet stratejisi, rekabet gücü öğelerinin rakiplerine göre daha iyi analiz edilmesini sağlayacaktır.

KOBİ'lerin rekabet gücünü etkileyen faktörler üçüncü bölümde incelenerek, rekabet güçlerinin arttırılmasında ve yenilik stratejilerinin başarıya ulaşmasında yeniliğin rolüne değinilmektedir. Türkiye'de ve AB'de KOBİ'lere sağlanan destekler ile teknoloji ve rekabet gücü açısından karşılaştırılması yapılmaktadır.

KOBİ'lerin varlıklarını sürdürebilmeleri için teknolojik gelişmelere, değişmelere uyum sağlayarak rekabet üstünlüğü kazanması gerekmektedir. Bu nedenle rakiplerini, piyasayı, pazarı iyi tanıyarak uygulayacakları stratejileri, buna göre oluşturması önem taşımaktadır. KOBİ'lerin var olan güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenerek dışardan gelebilecek fırsatları, tehditleri değerlendirerek hedeflerine ulaşmalarını sağlayacak yol ve yöntemlerin gösterilmesini sağlamak amacıyla SWOT analizi geręekleřtirilmiřtir. SWOT analizinde bu konuda yazılmış gerek yerli ve yabancı literatür çerçevesinde makaleler, kitaplar ve tezlerden yararlanılarak SWOT analizi geręekleřtirilmiřtir.

Tezin hipotezi; teknolojik yenilikler KOBİ'lerin rekabet gücünü arttırır. Teşvik politikaları yoluyla ölkeler, ekonomik kalkınmada kilit rol oynayan KOBİ'lerin teknolojik yenilik yaratma kapasitelerini arttırarak rekabet güçlerini de arttırabilmektedir.

Çalışmanın sonuç bölümünde; KOBİ'lerin rekabet gücünün arttırılmasında inovasyonun önemi SWOT analizi ile elde edilen bulgularla birlikte değerlendirilerek öneriler sunulmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERE İLİŞKİN TEMEL ÇERÇEVE

Ülke kalkınmasında önemli bir yer tutan KOBİ'ler, sadece ulusal değil aynı zamanda küresel ekonomik ilişkileri olan işletmelerdir. Bu bölümde, kalkınmada önemli bir rol üstlenen KOBİ'lerin kavramsal çerçevesi ele alınarak Türkiye ve Avrupa Birliği üye ülkelerindeki çeşitli kuruluşlarca yapılan tanımlarına yer verilecektir. KOBİ'lerin sorunları, güçlü ve zayıf yönleri ve Türkiye ekonomisindeki yeri, önemi değerlendirilecektir.

1.1. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Genel Tanımı

İşletmelerin KOBİ olarak tanımlanmasında kullanılan kriterler, büyüklük ölçütleri Dünya'da ve Türkiye'de farklılık göstermektedir. Genel kabul görmüş bir KOBİ tanımı bulunmamakla birlikte her kurum, kuruluş ve ülke tarafından farklı tanımlar yapılmaktadır.

“Küçük ve Orta Boy İşletmeler” şeklinde ifade edilen bu işletmeler hakkında bütün dünyada kabul görmüş genel bir tanımlama bulunmamaktadır. Bununla birlikte en kapsamlı şekilde KOBİ tanımı şu şekilde yapılabilir: “*KOBİ'ler az sermaye kullanımı yanında daha çok el emeği ile çalışan, çabuk karar verme yeteneğine sahip, düşük düzeyde yönetim giderleri ile çalışan ve ucuz bir üretim gerçekleştiren iktisadi teşebbüsler olarak ifade edilebilir*” (Armağan, 2008: 3).

KOBİ tanımlanmasında kullanılan kriterler, ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin farklılığı nedeniyle farklılık göstermektedir. Gelişmiş ülkelerde küçük işletme olarak tanımlanan bir işletme, gelişmekte olan ülkelerde daha büyük işletme olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle ortak bir KOBİ tanımı olmamasına rağmen standart bir tanım oluşturulmaya çalışılmıştır.

KOBİ'ler, geniş ölçekli emsallerinin çoğundan ayrılarak farklı özellikler sergilemektedir. Bu bağlamda, KOBİ'ler için performans ölçümü sistemlerinin stratejik uygulamaları önemli ve gereklidir (Hudson vd. 2001: 1096). KOBİ'lerin tanımında bazı araştırmacılar mevcut kârı bazıları ise iş hacmi ve işgücü becerisini baz

almaktadır. Bazıları da KOBİ'leri üretim yöntemi ve yasal statüleri açısından açıklamaktadır (Abor ve Adjasi, 2007: 112). Hiç kuşkusuz KOBİ'ler modern ekonomilerin yaşam kaynağıdır, adeta modern ekonomilere hayat veren bir kan gibidir (Antony vd. 2005: 861).

KOBİ'ler bölgeler arası gelişmişlik farklılıklarının azaltılmasında, mülkiyetin tabana yayılmasında, sağlıklı kentleşme, demokratik toplumsal ve sosyal yaşamın gelişmesinde önemli rol almaktadırlar.

1.1.1. Türkiye’de KOBİ tanımı

Küçük ve Orta büyüklükteki işletmeler kısaca "KOBİ" olarak adlandırılmaktadır. KOBİ tanımları ülkeden ülkeye değişmekle birlikte bir ülke içinde de çok farklı yönlerden ele alınarak tanımlanabilmektedir. KOBİ tanımlamalarında gelişmiş ülkeler; aktif büyüklük, toplam satışlar, ortaklık yapısındaki bağımsızlık düzeyi, personel sayısı ve pazar payı gibi kriterlerden birini veya birkaçını kullanmayı tercih edebilmektedir (Müslümov, 2002: 5).

Türkiye’de KOBİ'lere yönelik faaliyette bulunan kurum ve kuruluşları tanımlamada ve tanımı belirlemede seçtikleri ölçütlerin birbirinden farklı olması, tanımlar arasında bir uzlaşma ve ortak tanım anlayışının ortaya çıkmamasına neden olmaktadır.

Türkiye’de, Kasım 2005 tarihinde yayınlanan Resmi Gazete ile standart bir KOBİ tanımına kavuşulmuştur. 18.11.2005 tarihli 25997 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan 9617 nolu yönetmeliğe göre; KOBİ'ler mikro, küçük ve orta büyüklükteki işletmeler olarak üç ölçekte sınıflandırılmıştır. Yönetmelikte yapılan tanımlamalara göre, 10 kişiden az istihdamı bulunan ve yıllık hasılatı 1 milyon TL’yi aşmayan işletmeler “mikro”, 50 kişiden az istihdamı bulunan ve yıllık net satış hasılatı 5 milyon TL’yi aşmayan işletmeler “küçük”, 250 kişiden az istihdamı bulunan ve yıllık net satış hasılatı 25 milyon TL’yi aşmayan işletmeler “orta” büyüklükteki işletmeler olarak tanımlanmıştır (Kahraman, 2012: 11).

KOBİ'lerin tanımlanmasına, niteliklerine, sınıflandırılmasına ve uygulamalarına ilişkin esaslar; net satış hasılatları, malî bilanço tutarları ve çalışan sayıları dikkate alınarak bakanlıkça hazırlanan ve Bakanlar Kurulu'nca yürürlüğe konulan yönetmelikle belirlenmektedir. Kurum ve kuruluşların KOBİ'lere ilişkin uygulamalarında bu yönetmelik hükümleri esas alınır denilmektedir. Diğer bir

ifadeyle, mülga Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın yetkisi Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na devredilmiştir. Bu bağlamda, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na verilen bu yetkiye istinaden Bakanlar Kurulu 10/9/2012 tarihinde KOBİ Yönetmeliği'nde değişiklik yapılmasını kararlaştırılmış ve konuya ilişkin yönetmelik değişikliği 4 Kasım 2012 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Yönetmelik değişikliği ile KOBİ tanımı ve kriterleri değiştirilmiştir (Altaş, 2012).

Yönetmelik değişikliği ile (KOBİ) tanımı; 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 40 milyon Türk Lirasını aşmayan ve mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ve kısaca KOBİ olarak adlandırılan ekonomik birimler şeklinde değiştirilmiştir.

Daha önce 2005 yılında yayımlanan KOBİ tanımına ilişkin yönetmelikte, yıllık net satış hasılatı veya mali bilanço için belirlenen üst limit 25 milyon lira iken 4 Kasım 2012 tarih ve 28457 sayılı resmi gazetede yayınlanan yeni karar ile bu değer 40 milyon liraya çıkartılmış yıllık çalışan istihdamı üst limiti ise 250 kişi olarak korunmuştur.

KOBİ'lerin şu şekilde sınıflandırılmıştır.

- a) Mikro işletme: Yıllık on kişiden az çalışanı bulunan ve yıllık mali bilançosu veya net satış hasılatından herhangi biri bir milyon Türk Lirasını aşmayan işletmelerdir
- b) Küçük işletme: Yıllık elli kişiden az çalışanı bulunan ve yıllık mali bilançosu veya net satış hasılatından herhangi biri sekiz milyon Türk Lirasını aşmayan işletmelerdir.
- c) Orta büyüklükteki işletme: Yıllık İkiyüzelli kişiden az çalışanı bulunan ve yıllık mali bilançosu veya satış hasılatından herhangi biri kırk milyon Türk Lirasını aşmayan işletmelerdir.

Daha sonra 24.06.2018 tarihli Resmi Gazete'de 2018/11828 tarih ve sayılı karar ile yürürlüğe giren, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik" ile KOBİ tanımı yeniden revize edilmiştir.

Bu tanıma göre, KOBİ'ler şu şekilde sınıflandırılmıştır:

Tablo 1.1. KOBİ'lerin Ölçeklerine Göre Sınıflandırılması, 2018

KOBİ Tanımı	Mikro Ölçekli KOBİ	Küçük Ölçekli KOBİ	Orta Ölçekli KOBİ
Çalışan Sayısı	< 10	< 50	< 250
Yıllık Net Satış Hasılatı	≤ 3 Milyon TL	≤ 25 Milyon TL	≤ 125 Milyon TL
Yıllık Mali Bilanço Toplamı	≤ 3 Milyon TL	≤ 25 Milyon TL	≤ 125 Milyon TL

Kaynak: 24 Haziran 2018 Tarihli ve 11828 Sayılı Resmi Gazete ‘‘Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik’’

Tablo 1.1.'e göre daha önce 2012 yılında yayımlanan KOBİ tanımına ilişkin yönetmelikte, yıllık çalışan istihdamı üst limiti olan 250 kişi değişmez iken yıllık net satış hasılatı veya mali bilanço için belirlenen üst limit 40 milyon lira iken yeni yönetmelikle bu değer 125 milyon liraya çıkartılmıştır.

Ekonomik dinamizmin ve kalkınmanın sürükleyici unsurlarından olan KOBİ'lerin ülkenin sosyo ekonomik gelişmesi açısından önemli işlevleri bulunmaktadır. KOBİ'ler; yarattıkları istihdam, katma değer, üretime ve rekabete olan katkıları sonucu ulusal ekonominin gelişmesinde öncü rol üstlenmektedir.

Türkiye'de farklı kurumlar, KOBİ tanımlamada farklı kriterler kullanmaktadır. Tanımlar çalışan personel sayısı, sabit yatırım tutarı, faaliyet gösteren sektör ve yıllık ciro kriterlerine dayanmaktadır.

1.1.1.1. Küçük ve orta ölçekli sanayi geliştirme ve destekleme idaresi başkanlığı (KOSGEB)

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı küçük ve orta ölçekli işletmelerin ülkenin ekonomik sosyal ihtiyaçlarının karşılanmasındaki etkinliğini, payını, rekabet güçlerini yükseltmek, kredi desteği sağlayarak ekonomiye katkılarını artırmak amacıyla kurulmuştur. Kuruluşun kısa adı, KOSGEB'dir

1990 yılında yürürlüğe giren 3624 sayılı KOSGEB kuruluş yasasına göre 1–50 işçi çalıştıran imalat sanayi işletmeleri küçük ölçekli, 51–250 işçi çalıştıran imalat sanayi işletmeleri orta ölçekli olarak tanımlanmıştır (Bayülken ve Kütükoğlu, 2012: 3).

19/10/2005 tarih ve 2005/9617 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile kabul edilen "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik" ise 18/11/2005 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Daha sonra Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik 04/11/2012 tarihli ve 28457 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Yönetmelik değişikliği kapsamında, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme (KOBİ) tanımı; 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 40 milyon Türk Lirasını aşmayan mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ve kısaca KOBİ olarak adlandırılan ekonomik birimleri, girişimleri şeklinde değiştirilmiştir.

KOBİ tanımı, 2018 yılında tekrar değişikliğe uğramıştır. 24 Haziran 2018 tarih 2018/11828 karar Resmi Gazete'de yayımlanarak Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin tanımında değişiklik yapılmasına dair yönetmelik yürürlüğe girmiştir. Yönetmelik kapsamında yapılan değişiklikler arasında, KOBİ tanımının kriterlerinden "Yıllık net satış hasılatı" ve "Mali bilanço" üst limiti 40 milyon TL'den 125 milyon TL'ye yükseltilerek, yıllık çalışan personel sayısı üst limiti 250 çalışan olarak korunmuştur. Yapılan düzenleme ile KOBİ tanımı, aşağıdaki şekilde yeniden belirlenmiştir (Kobi Bigi Sitesi, TOBB, 2018). Erişim Tarihi, 10.11.2018

- Mikro İşletmeler: Yıllık 10 kişiden az çalışanı istihdam eden ve yıllık mali bilançosu veya net satış hasılatından herhangi biri 3 milyon TL'yi aşmayan işletmeler, mikro işletme olarak tanımlanmaktadır. Daha önce 1 milyon TL. olan mali bilanço veya satış hasılatı üst limiti, 3 Milyon TL'ye yükseltilmiştir.

- Küçük İşletmeler: Yıllık 50 kişiden az çalışanı istihdam eden ve yıllık bilançosu veya yıllık satış hasılatından herhangi biri 25 milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler, küçük işletme olarak tanımlanmaktadır. Daha önceden 8 milyon TL olan mali bilanço veya satış hasılatı üst limiti, 25 Milyon TL'ye yükseltilmiştir.

- Orta Büyüklükteki İşletmeler: Yıllık 250 kişiden az çalışanı istihdam eden ve yıllık mali bilançosu veya satış hasılatından herhangi biri 125 milyon TL'yi aşmayan işletmeler, orta büyüklükte işletme olarak tanımlanmaktadır. Daha önceden 40 milyon

TL.olan mali bilanço veya satış hasılatı üst limiti, 125 Milyon TL'ye yükseltilmiştir (KOBİ Bilgi Sitesi, TOBB, 2018). Erişim Tarihi: 10.11.2018

1.1.1.2. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) KOBİ tanımında, çalışan sayısını temel kıstas olarak kabul etmektedir. Söz konusu tanıma göre, imalat sanayinde faaliyet gösteren

- 1–9 çalışanın bulunduğu işyerleri çok küçük ölçekli,
- 10–49 çalışanın bulunduğu işyerleri küçük ölçekli,
- 50–99 çalışanın bulunduğu işyerleri orta ve 100'den fazla çalışanın bulunduğu işyerleri ise büyük ölçekli işletmeler olarak kabul edilmektedir (Kurt, 2012: 3).

1.1.1.3. Türkiye Halk Bankası

Türkiye Halk Bankası, KOBİ'lerin büyüyüp güçlenmeleri, gelişen ekonomik koşullara uyum sağlamaları için finansal ve idari konularda danışmanlık hizmeti sunan kredi ve fon ihtiyaçlarını temin eden bir bankadır.

KOBİ'lerin tanımlanmasında firmalar tarafından istihdam edilen işçi sayısından çok onların cirolarını dikkate almaktadır. Buna göre, firmalar 0-15 milyon TL arasında ciroya sahipse KOBİ, cirosu 15-100 milyon TL arasında ise ticari ve cirosu 100 milyon TL üzerinde ise kurumsal olarak tanımlanmaktadır. Faaliyet alanı taahhüt sektörü olan firmalarda; cirosu 0-40 milyon TL arası ise KOBİ, 40-120 milyon TL arası ticari ve 120 milyon üzeri ciroya sahipse kurumsal olarak sınıflandırılmaktadır (Kahraman, 2012: 11). İstihdam ettikleri işçi sayısına göre ise 1-250 işçi çalıştıran işletmeler KOBİ olarak kabul edilmektedir (Bayülken ve Kütükoğlu, 2012: 3).

1.1.2. Avrupa Birliği'nde ve uluslar arası kurumlarda KOBİ tanımları

Avrupa Birliği'ne üye ülkelerde Türkiye'de olduğu gibi farklı tanımlar yapılmıştır. Kavram farklılığının giderilmesi için ortak bir tanım geliştirilmiştir.

AB, KOBİ tanımını ilk olarak 3 Nisan 1996 tarihli tasviye kararıyla duyurmuştur. Bunun ardından, 8 Mayıs 2003'de KOBİ tanımı yenilenerek 1 Ocak 2005 tarihli güncel tanım olarak yürürlüğe girmiştir (Koç, 2007: 4).

1.1.2.1. Avrupa Birliği'nde KOBİ tanımları

AB'de KOBİ'lerin kapsamı geniş ölçekli değerlendirilmektedir. Önceleri esnaf, sanatkâr ve KOBİ'lere ilişkin tek bir tanım bulunmamaktadır. Bu duruma gerekçe olarak ise yapılan tanımların sonucunda ortaya çıkabilecek ölçeğin; ülkenin ekonomik gücüne, ülke büyüklüğüne, yapılan işin özelliğine ve sektörün önemine göre bazen gerçek dışı sonuçlara yol açabilecek olması gösterilmiştir. Avrupa Birliği'nde bunun önüne geçebilmek adına tek bir tanım üzerinden yola çıkılmamıştır. Hatta, her ülkenin ve iş dalının özel yapısına uygun tanımlamalara başvurulmuştur. Ancak daha sonra karışıklığa neden olmaması için bazı kriterlere göre ortak bir tanım oluşturulmuştur. Avrupa ülkeleri tek tek değerlendirildiğinde işçi sayısının, büyüklüğün belirlenmesinde sıkça başvuru olan bir kriter olarak öne çıktığı görülmüştür

2003/361/EC sayılı tüzük çerçevesinde 1 Ocak 2005'te Avrupa Birliği'nde yürürlüğe giren KOBİ tanımına göre, çalışan kişi sayısı, işletmelerin yıllık bilanço veya ciro büyüklükleri ve bağımsızlık kriterleri kabul edilen ölçütlerdir. Bağımsızlık kriterine göre, bağımsız işletme sermayesinin ya da sahip olduğu hisse senetlerinin %25 veya daha fazlası başka işletmelerce üstlenilmemiş işletmedir (KOBİ Bilgi Sitesi-TOBB, <http://www.kobi.org.tr>). Erişim Tarihi: Erişim Tarihi, 10.11.2018

Tablo 1.2.'de, AB'nin KOBİ tanımı, işletmelerin çalışan sayısı, yıllık ciroları ve bilançoları çerçevesinde verilmektedir.

Tablo 1.2. Çalışan Sayısı, Yıllık Ciro veya Bilançoya Göre AB'de KOBİ Tanımı

Kriter	Çalışan Sayısı	Yıllık Ciro	Yıllık Bilanço Toplamı
Mikro Ölçekli	10'dan az	2 Milyon Euro'ya kadar	2 Milyon Euro'ya Kadar
Küçük Ölçekli	50'den az	10 Milyon Euro'ya kadar	10 Milyon Euro'ya kadar
Orta Ölçekli	250'den az	50 Milyon Euro'ya kadar	43 Milyon Euro'ya kadar

Kaynak: KOBİ Bilgi Sitesi-TOBB, <http://www.kobi.org.tr>. Erişim Tarihi: Erişim Tarihi, 10.11.2018

Buna göre, yıllık cirosu 50 milyon Euro'dan az olan ve/veya bilanço toplamı 43 milyon Euro'yu aşmayan, istihdam ettiği kişi sayısı 250'nin altında kalan işletmeler, KOBİ olarak tanımlanmıştır.

Çalışan sayısı bakımından Türkiye ile aynı ölçütler kullanılmaktadır. Yıllık ciro ve yıllık bilanço toplamı açısından farklılık göstermektedir.

KOBİ'lerin, AB'de istihdamın yaratılması, ekonomik büyüme ve refahın artırılmasında önemli bir yeri vardır. Avrupa İstatistik Kurumu (Eurostat) verilerine göre, 2014 yılında AB'de 20,796.192 adet KOBİ bulunmakta olup KOBİ'lerin tüm işletmeler içerisindeki oranı % 99'dur. AB'de KOBİ'ler istihdamın % 66'sına, katma değerine ise % 58'ine katkı sağlamaktadır. Avrupa Komisyonu'nun Avrupalı KOBİ'lerin "Uluslar arasılaşması" konulu raporuna göre, AB'deki KOBİ'lerin % 25'i ihracat yapmaktadır. 2015 yılında KOBİ'lerin payı % 99,8, istihdam oranı % 75,5 olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Avrupa Komisyonu, KOBİ'lerin büyümesi için en uygun ortamı yaratmak, AB tarafından oluşturulan tüm politikalarda KOBİ'lerin ihtiyaçlarını ön planda tutmak ve Devlet Başkanları ile Hükümetlere KOBİ vizyonu kazandırmak için Haziran 2008'de Küçük İşletmeler Yasasını (Small Business Act - SBA) hazırlamıştır (Kobi Bigi Sitesi, TOBB, 2018). Erişim Tarihi, 10.11.2018

1.1.2.1.1. İngiltere

İngiltere'de KOBİ'ler için resmi bir tanımı mevcut değildir. Diğer ülkelerde olduğu gibi İngiltere'de de imalat sanayinde çalışan kişi sayısına göre tanımlanmaktadır. Nitel ölçüt olarak ise, işletmenin sermaye piyasasındaki payı göz önünde bulundurulmaktadır. (Akgemci, 2001:6). İngiltere AB üyesi ülkelerle aynı standartlarda olmak aynı dili kullanmak ve topluluk programlarından faydalanmak için AB KOBİ tanımı kullanmaya başlanmıştır.

Tablo 1.3.'de, İngiltere'de çalışan sayısına göre KOBİ tanımı yer almaktadır.

Tablo 1.3. İngiltere'de KOBİ Tanımı

KOBİ Tanımı	Çalışan Sayısı
Mikro İşletme	1-9
Küçük İşletme	10-49
Orta İşletme	50-249
Büyük İşletme	250+

Kaynak : <http://esnaf.gtb.gov.tr>. Erişim Tarihi: 07.05.2017

İngiltere’de faaliyet gösteren işletmeler içinde KOBİ’lerin oranı % 99,9’ dur. 2012 yılında tüm işletmelerin cirosu yaklaşık 3,1 milyar sterlin olarak gerçekleşirken toplam ciroya KOBİ’lerin katkısı % 48 oranında olmuştur. Çalışan sayısı 1-9 arasında olan mikro işletmelerin sayısı 1 milyon civarındadır. 2012 yılı itibariyle yaklaşık 4,8 milyon işletme mevcuttur. <http://esnaf.gtb.gov.tr>. Erişim Tarihi: 07.05.2017

1.1.2.1.2. Almanya

AB’de yer alan bazı ülkelerin KOBİ tanımlarına bakıldığında; Almanya’da Küçük ve Orta ölçekli işletmelerin tanımının istihdam edilen işçi sayısı ve yıllık ciro ile belirlendiği görülmektedir.

Almanya’da KOBİ’lerin belirlenmesinde kullanılan bazı nitel ölçütler, dört ana grupta ele alınmaktadır: Bu ölçütler; girişimcinin işletmesiyle özdeşleşmesi, işletmenin sermaye piyasasında yer almaması, girişimcinin tüm sorumlulukları ve riskleri üstlenmesi ve bağımsızlıktır. Bu ölçütlerin yanı sıra nicel ölçüt olarak ise, işçi sayısına ek olarak yıllık satış tutarı da göz önünde bulundurulmaktadır (Akgemci, 2001: 10).

Tablo 1.4.’de, Almanya’da çalışan sayısı ve yıllık satış tutarına göre KOBİ sınıflandırması yer almaktadır

Tablo 1.4. Almanya’ da KOBİ Sınıflandırması

Sektör Tanımı	Çalışan Kişi Sayısı	Yıllık Satış Tutarı
Küçük Boy İşletme	< 9	< 1 Milyon Euro
Orta Boy İşletme	< 49	< 50 Milyon Euro
Büyük Boy İşletme	< 500	< 50 Milyon Euro

Kaynak: <http://esnaf.gtb.gov.tr>. Erişim Tarihi: 07.05.2017

Burada 9’dan az çalışanı bulunan küçük boy işletme, 49’dan az çalışanı bulunan işletmeler orta boy işletme, 500’den az çalışanı bulunan işletme büyük boy işletme olarak tanımlandığı görülmektedir. Yıllık satış hasılatı bir milyon 1 milyon euro’ya kadar olan işletmeler küçük işletme kapsamında sınıflandırılırken yıllık satış hasılatı

elli milyon euro'nun üzerinde olan işletmeler ise büyük boy işletme sınıfında yer almaktadır.

1.1.2.2. Uluslar arası kurumlarda KOBİ tanımları

KOBİ'ler günümüzde yürüttükleri faaliyetler gereği giderek uluslar arası hale gelmekte ve uluslar arası rekabet daha çetin hale gelmektedir (Jansson ve Sandberg, 2008: 65).

Ortak özellikler bulunmasına karşın KOBİ'lerin küresel bağlamda tek bir tanımı, söz konusu değildir. KOBİ'lere ilişkin birbirine yakın tanımlar olmakla beraber bir takım farklılıklar gözlenebilmektedir. Bu durum uluslar arası kurumların KOBİ tanımlarına göz atıldığında da görülmektedir. Nitekim OECD ve Dünya Bankası'nın KOBİ tanımları, bu kapsamda değerlendirilebilir.

1.1.2.2.1. OECD'nin KOBİ tanımı

OECD'nin tasnifinde, sadece işletmede çalışanların sayısı esas alınarak KOBİ tanımı geliştirilmiştir. Buna göre işletmeler; mikro, çok küçük, küçük, orta ölçekli olarak 4 grupta toplanmaktadır.

OECD'nin KOBİ tanımına göre, nicel kriterlerden çalışan sayısı, esas alınmaktadır. OECD tanımına göre 5'den az çalışanı olan işletmeler mikro ölçekli, 20'den daha az çalışana sahip olan işletmeler çok küçük, 20-99 çalışanı olan işletmeler küçük, 100-499 çalışanı olan işletmeler orta ölçekli işletmelerdir (Özdemir vd., 2006: 31).

1.1.2.2.2. Dünya bankası'nın KOBİ tanımı

Dünya Bankası (DB-World Bank), KOBİ'lerle ilgili kesin bir tanımlamaya sahip değildir. Ülkelerin ekonomik ve kurumsal yapılarına göre işletmeler küçük, orta ve büyük olarak sınıflandırılmaktadır. Söz konusu ayırmada, çalışan kişi sayısı ölçüt olarak dikkate alınmaktadır. Üretim sektöründe çalışan sayısı 50 kişiye kadar olan işletmeler, küçük işletmeler olarak nitelendirilirken, çalışan sayısı 50 ila 250 olan işletmeler ise orta büyüklükte işletme olarak kabul edilmektedir (Timurçin, 2010: 90).

DB tarafından yapılan araştırmalar, KOBİ'lerde bir kişilik istihdam yaratabilmek için harcanacak miktarın, büyük işletmelerde harcanan miktarın 1/3'ü kadar olduğunu göstermiştir. Bu bağlamda, sermayenin yetersizliğinin ve işsizliğin yaygın olduğu

Türkiye gibi ülkelerde, KOBİ'lerin sahip olduğu bu avantaj, onların ekonomideki önemini arttırmaktadır (Öztür, 2007: 29).

1.1.3. AB ve Türkiye'deki KOBİ'ler

Avrupa Birliğine üye ülkelerde Türkiye'de olduğu gibi farklı tanımlar yapılmıştır. Kavram farklılığını gidermek ve KOBİ envanteri oluşturabilmek için ortak bir tanım kabul edilmiştir, Avrupa Birliğinde yürürlüğe giren KOBİ tanımında Türkiye'de olduğu gibi çalışan kişi sayısı, yıllık ciro veya yıllık bilanço büyüklüğü ölçütleri kullanılmakla birlikte daha çok işçi sayısı kullanılmaktadır.

Tablo 1.5.'de AB ülkelerindeki KOBİ'lerin oranları, istihdam ve katma değer içindeki payları verilmiştir.

Tablo 1.5. Seçilmiş AB Ülkelerinde ve Türkiye'de KOBİ Oranları

	AB Ülkelerinde KOBİ'lerin Oranı (%)	İstihdamdaki Oranı (%)	Katma Değerdeki Oranı (%)
İngiltere	99,7	53,0	50,9
Belçika	99,8	70,1	62,2
Bukharistan	99,8	75,5	62,3
Çek Cumhuriyeti	99,9	69,8	56,0
Danimarka	99,7	65,0	62,5
Almanya	99,5	62,5	53,3
İsveç	99,8	65,4	58,8
Yunanistan	99,8	86,5	72,8
Polonya	99,8	68,9	50,1
Malta	99,8	79,3	74,9
Türkiye (2013)	99,8	74,2	52,8

Kaynak: Eurostat 2012, <http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index>.

Erişim Tarihi: 03.07.2019

Tablo 1.5. incelendiğinde, AB ülkelerinde KOBİ'lerin oranının ortalama % 99.8 oranında olduğu görülmektedir. KOBİ'lerin istihdama katkısı Yunanistan'da % 86.5,

Malta'da % 79,3, Polonya'da % 68,9, Almanya'da % 62,5, İngiltere'de % 53,0, Türkiye'de ise % 74,2 oranındadır.. İşletme ölçeğinin büyük olduğu gelişmiş ülkelerde istihdam oranının düşük olduğu görülmektedir. KOBİ'lerin katma değere katkısı da farklılık göstermektedir. En fazla istihdam yaratılan Yunanistan'da KOBİ'ler tarafından yaratılan katma değer % 72,8 oranındadır. KOBİ'lerin en fazla katma değer yarattığı AB ülkeleri, % 74,9 oranı ile Malta iken KOBİ'lerin katma değere katkısının en düşük olduğu ülkeler % 50,1 ile Polonya, % 50,9 ile İngiltere ve % 53,3 oranı ile Almanya olarak görülmektedir. Türkiye'de bu oranın % 52,8 ile düşük düzeyde olduğu görülmektedir.

Tablo 1.6. AB'de ve Türkiye'de KOBİ'ler

AB'de KOBİ'ler	Türkiye'de KOBİ'ler
Ortalama istihdam=6	Ortalama istihdam= 2-3
Yıllık devlet yardımı 1105 Paund,	Yıllık devlet yardımı 200 Paund
Finansal konularda işletmelerin % 70'inde bilgi eksikliği söz konusudur.	Finansal konularda işletmelerin % 90'ında bilgi eksikliği söz konusudur.
Kredi kullanımı ve temini açısından güçlü konumda	Kredi kullanımı ve temini açısından güçlü konumda
Modern finansal enstrümanları kullanabilme gücü yüksek	Modern finansal enstrümanları kullanabilme gücü düşük
Üniversite tarafından desteklenen teknolojik yatırımların payı %20	Desteklenme oranı düşük düzeyde
Kamusal araştırma ve geliştirme kurumları tarafından desteklenen KOBİ'lerin sahip olduğu teknolojik yatırımların payı % 25'dir.	Desteklenme oranı düşük düzeyde
İş hacmi (işletme başı) 780 000 Paund	İş hacmi (işletme başı) 200 000 Paund

Kaynak: <http://www.tek.org.tr>. Erişim Tarihi: 15.05.2017

Tablo 1.6.'da Türkiye ile AB üyesi ülkelerdeki KOBİ'ler nitelikleri açısından karşılaştırmaktadır, buna göre Türkiye'deki KOBİ'ler; ortalama istihdam, finansman, kurumsallık, kredibilite ve sahip olunan teknolojik yatırımlar açılarından AB ülkelerine göre daha geridedir. Üniversite tarafından ve kamu kurumları tarafından desteklenen KOBİ'lerin sahip olduğu teknolojik yatırımların payı AB ülkelerinde %20-%25 oranında iken Türkiye'de önemsiz düzeyde olduğu görülmektedir. Finansal

sorunların çözülerek teknolojik yatırım payları arttırılmalı ve uluslar arası rekabet gücünün kazanılması için KOBİ'lerin desteklenmesi gerekmektedir (Civan, 2012: 4).

Avrupa'daki ve Türkiye'deki KOBİ'ler karşılaştırıldığında, Türkiye'deki KOBİ'lerin Avrupa'daki emsallerine göre, daha düşük düzeyde yönetim ve teknolojik seviyesine sahip oldukları görülmektedir. Türkiye'deki KOBİ'lerin ciddi finansal sorunları olmasının yanı sıra, bu KOBİ'lerin bilgiye ulaşma, teknoloji, ekonomik istikrar ve nitelikli işgücüne sahip olma gibi konularda bir takım sorunlarının olduğu bilinmektedir

Artık stratejik birliktelik ve işbirlikçi ilişkiler, rakipler arasında ya da aynı endüstrideki firmalar arasında gerçekleşmektedir. KOBİ'lerde yeni teknolojiler ve ürünlerde görülen ortak rekabet, teknoloji çeşitliliğinin artmasına katkı sağlamakta ve rakip firmaların tamamlayıcı kaynaklarını birleştirmektedir. Dolayısıyla işbirliğine dayalı rekabet anlayışı, KOBİ'ler için küresel bağlamda büyük bir önem taşımaktadır (Gnyawali ve Park, 2009: 309).

KOBİ'ler ülkelerin ekonomik kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır. KOBİ'ler, yükselen performanslarına bağlı olarak ekonomik inovasyon ve büyümeyle birlikte ülkelerin uzun dönemli kalkınması açısından hayati derecede önemli görülmektedir. Ayrıca KOBİ'ler, sosyal ve ekonomik büyümede temel bir faktör olmanın yanında yoksulluğun azaltılması, istihdam alanı açması ve büyümenin hızlandırılmasında da kilit bir role sahiptir (Berisha-Namani, 2009: 1-3).

1.2. KOBİ'lerin Temel Sorunları

KOBİ'ler geniş ölçekli işletmelerden finansal, uzmanlaşma, personel kapasitesi açısından önemli ölçüde farklı karakteristik özellikler göstermektedir (Yapp ve Fairman, 2006: 42). Bölgesel ve ulusal çapta faaliyet göstermesinin yanı sıra küresel ekonomiye de etkileri söz konusu olan KOBİ'ler, bir takım temel sorunlarla karşı karşıya kalabilmektedir. Söz konusu sorunlar; Örgütlenme ve personel sorunları, pazarlama sorunları, finansman sorunları, Ar-Ge sorunları olarak sıralanabilir.

1.2.1. Örgütlenme ve personel sorunları

KOBİ'lerde genellikle profesyonel bir yöneticinin bulunmaması, işletme sahibi ile yöneticinin aynı kişi olması gibi nedenlerle işletme sahibinin hem yönetsel hem de

girişimcilik yetenek ve bilgisinin önemi, eğitim düzeyinin önemi giderek artmaktadır. İşletme sahibinin pazarlama, üretim ve finansman gibi işletme fonksiyonlarının yönetimini tek başına üstlenmesi veya çalışanlara yetki devrinin düşük tutulması, işletmenin performansını ve geleceğini tek başına işletme sahibinin yeteneğine, becerilerine bağlamaktadır.

KOBİ'ler, yönetim dışında sınırlı olan finansal kaynaklar dolayısıyla tecrübeli, eğitilmiş personel ve nitelikli elemanlar istihdam edemedikleri gibi hizmet içi eğitimlerle de mevcut işgücünün bilgi ve becerilerini geliştirme, yeni teknolojilere uyum sağlama ve işgücü verimliliğini arttırmada zorluklar yaşamaktadırlar. Nitekim fonksiyonel alanlarda çalışanların ve şirket yöneticilerinin bilgi ve becerilerini arttıramamaları ve mesleki formasyonlarını geliştirememeleri; KOBİ'lerin teknolojik ve ekonomik gelişmelerin dışında kalmalarına, kalite düşüklüğünün yanı sıra, standart, verim ve sürüm bakımından iç ve dış piyasalarda rekabet güçlerinin azalmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla, Türkiye'deki KOBİ'lerin sorunları daha çok çalışanların ve yöneticilerin nitelik sorununa dayanmaktadır (Özgül, 2005: 35-37).

1.2.2. Pazarlama sorunları

Ülkemizde pazarlama sadece satış odaklı düşünülmektedir. KOBİ'lerin uzman, deneyimli kişilerden oluşan bir pazarlama, satış bölümü genellikle yoktur (Müftüoğlu, 1991: 61) KOBİ'lerde şirket içinde pazarlama, satış departmanlarının ve satış stratejilerinin oluşturulmaması bazı sorunların da oluşmasına neden olmaktadır. Bu sorunlar Müftüoğlu'na göre (1991: 63); Yetersiz pazarlama anlayışı, yeterince pazar araştırması yapılmaması, pazarlama araçlarından yeterli düzeyde yararlanamamaktır. Gerek yeni kurulacak olan işletmelerin gerekse mevcut üretim kapasitelerini genişletmek için yatırım yapacak olan küçük işletmelerin piyasa analizi konusunda hassasiyetle durmaları, yatırıma girmeden önce hangi piyasalara, hangi müşteri gruplarına ve hangi ürün demetine hitap edeceklerine ilişkin stratejilerde kararlarını ayrıntılı bir piyasa araştırmasına dayandırmaları gerekmektedir. Ancak ülkemizde bu konuya gereken önem verilmemekte, yatırımların önemli bir bölümü başarısız olmakta ve var olan başarı potansiyeli de değerlendirilememektedir.

Dünya pazarlarından pay alabilmek için standartlara uygun mal ve hizmet üretilerek pazar araştırmasına dayalı bir pazarlama stratejisi oluşturulmalıdır. Türkiye'deki

KOBİ'lerde az gelişmiş bir pazarlama anlayışı mevcuttur. Mali kaynak yetersizliği ile birlikte yetişmiş pazarlama elemanı eksikliği ve uzman kişilerden oluşan pazarlama bölümünün olmayışı, yeterli pazar araştırması yapılamamasına neden olmaktadır. Bunun sonucunda da ihracat ve pazar payı azalmaktadır.

Söz konusu dezavantajların yanı sıra, KOBİ'lerin pazarlama avantajlarından da söz etmek mümkündür. Başlıca üstünlükler, pazarlama işlevlerine ek olarak doğrudan pazarlama, pahalı ve karmaşık satış örgütünün olmaması, kişisel müşteri ilişkileri, satış örgütünün olmaması, esnekliğin yüksek olması, satış giderlerinin azlığı, esnekliğin yüksek olması, müşterilerin özel arzu ve isteklerine cevap verebilme, küçük pazarlarda faaliyet gösterme yer almaktadır (Çelik ve Akgemci, 1998: 81-82).

1.2.3. Finansman sorunları

Büyük işletmelerde finansman bölümü yer almasına karşın KOBİ'lerde bulunmama sebebi, önemli bir maliyet içermesidir. Buna bağlı olarak finansal opsiyonlar ve kredi şartları, finansçıların ve finansal alanda uzmanların yoksunluğu nedeniyle yeterince değerlendirilememektedir. Alacaklar, stoklar, gelir ve giderler ile ilgili hesaplamalar ise düzenli olarak ele alınmaktadır.

KOBİ'lerin sorunları ile ilgili ilk akla gelen husus, öz sermayenin enflasyon nedeniyle erimesidir. KOBİ'ler, girdi fiyatlarının artışının maliyetleri yükseltmesine karşın bunu fiyatlarına yansıtamadıkları için, yetersiz olan öz sermayeleri zamanla erimektedir. Öz kaynak yetersizliği, KOBİ'lerin ortak özelliklerinden birisi olup, özellikle konjonktürel dalgalanmanın olduğu dönemlerde kendini daha çok hissettirmektedir. KOBİ'lerin sermaye yapılarındaki zayıflık, ilk olarak işletmelerin kuruluşu sırasında ortaya çıkmakla birlikte KOBİ'ler için süreklilik arz etmesinden dolayı işletmenin daha sonraki faaliyetlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu durum, dış kaynak sağlanmasında yaşanan güçlüklerle birleştiği zaman yüksek teknoloji ile çalışılmasını ve yeni yatırımların yapılmasını engellemektedir (Oktay ve Güney, 2002: 4).

KOBİ'lerin finansal konularda, finansal bilgi yetersizliğinden kaynaklanan modern finansman tekniklerini yeterince takip edilememesi, sermaye piyasasına girememe, kredi sağlamada ve teminat göstermede zorluklar yaşanması, işletme sahibinin kişisel varlıklarıyla sorumlu tutulması gibi dezavantajları bulunmaktadır. (Erol, 2010: 179).

KOBİ'ler finansman ihtiyacını öz sermayeleri ile karşılamakta, dış kaynak olarak da banka kredileri kullanmaktadırlar. Fon ihtiyaçlarını temin etmede kullanılan risk sermayesi, leasing, faktoring gibi yöntemlerin yeterince bilinmemesi ve uygulanmaması da KOBİ'lerin finansman sorununu arttırmaktadır.

1.2.4. Araştırma-geliştirme (Ar-Ge) sorunları

Araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) olanaklarının kısıtlılığı önemli bir sorundur. KOBİ'ler, bu konuda büyük işletmelere göre daha fazla dezavantajlara sahiptir. Araştırma ve geliştirme, her şeyden önce uzmanlaşmış personelin ve bu konu için ayrılmış finansal kaynağın olması gerektirmektedir. KOBİ'ler, bu konuya ilişkin kaynak aktarımına öncelik veremeyecekleri gibi, bu iş için gerekli olan personeli istihdam edebilme olanaklarına da pek sahip değillerdir. Bunun sonucunda küçük işletmelerin rekabet gücü, Ar-Ge olanaklarına sahip olan işletmeler karşısında azalacaktır. Birkaç küçük işletmenin bir araya gelerek oluşturduğu ortak bir Ar-Ge merkezi, karşılaştıkları sorunların çözümünde etkin olabilir. Devlet, kendisine ait Ar-Ge merkezlerinin bazılarını belli bir ücret karşılığında KOBİ'lerin kullanımına açarak bu soruna bir miktar çözüm getirebilir (Türköz, 2008: 25-26).

Bir şirketin kendini yenileyebilmesi ve iç ve dış piyasalarda rekabet edebilmesi için Ar-Ge faaliyetlerine büyük önem vermeleri gerekmektedir. Ancak küçük işletmeler özellikle finansal nedenlerle Ar-Ge departmanını oluşturmakta zorlanmaktadırlar. "Türkiye'de, Ar-Ge faaliyetlerinin önemli bir bölümü büyük ölçekli işletmelerle sınırlıdır. Ülke sanayisinin %98'ini oluşturan KOBİ'lerin Ar-Ge faaliyetleri, istenilen düzeyin altındadır. Yukarıda belirtilen stratejik hedeflere ulaşmak için, piyasa koşulları ve uluslar arası anlaşmalar kapsamındaki yükümlülükler dahilinde, KOBİ'lerin Ar-Ge ve yenilik projeleri için farklılaştırılmış bir destek programı TÜBİTAK tarafından kurgulanmış ve uygulamaya alınmıştır. KOBİ Ar-Ge Başlangıç Destek Programı ile KOBİ'lerin bu sorunları aşabilmelerini sağlamak için yeni bir ürün üretilmesi, mevcut bir ürünün geliştirilmesi, ürün kalitesi veya standardının yükseltilmesi veya maliyet düşürücü nitelikte yeni tekniklerin geliştirilmesi konularında KOBİ'ler tarafından yürütülen 400.000 TL bütçe ve 18 ay süre ile sınırlı ilk iki projenin TÜBİTAK tarafından desteklenmesi amaçlanmıştır. Destek oranı, her dönem için sabit olup % 75'tir. Projelere program kapsamında sağlanacak desteklerle

KOBİ'lerin, teknoloji ve yenilik kapasitelerinin geliştirilerek daha rekabetçi olmaları, sistematik proje yapabilmeleri, katma değeri yüksek ürün geliştirebilmeleri, kurumsal araştırma teknoloji geliştirme kültürüne sahip olmaları, ulusal ve uluslar arası destek programlarında daha etkin yer almaları hedeflenmektedir" (<http://www.tubitak.gov.tr>, Erişim Tarihi: 11.11.2016).

Teknolojik gelişmeler, Ar-Ge ile ilgili sorunlar kapsamında önemli bir yere sahiptir. Türkiye'deki KOBİ'ler, değişen teknolojiler ve yenilikler karşısında yetersiz kalmakta ve bu konuda imkânları değerlendirememektedir. Yapılması gereken, uyum avantajlarını kullanarak büyük işletmelerin ürettikleri ürünleri değil, üretmediklerini yaparak onların giremediği piyasalara girmeye çalışmaktır (Çelik ve Akgemci, 1998: 88).

KOBİ'ler, performanslarıyla merkezi faaliyetlerde para ve zaman kaybı olmaksızın az miktardaki sorumluluğun üstesinden gelebilmekte ve inovasyona katkı sağlayabilmektedir (Gronum vd., 2012: 258).

1.3. KOBİ'lerin Güçlü ve Zayıf Yönleri

Ekonominin kalkınmasında ve rekabet gücünün artırılmasında tetikleyici bir güç olan KOBİ'lerin güçlü ve zayıf yönlerinin tespiti, işletmelerin geleceğe yönelik stratejiler oluşturmaları açısından önem teşkil etmektedir.

1.3.1. KOBİ'lerin güçlü yönleri

KOBİ'ler; pazarı yakından takip edebilmeleri, personeliyle daha yakın ilişkiler kurabilmeleri ve müşterilerin ihtiyaçlarını daha iyi bilmeleri nedeniyle pazarlama, hizmet ve üretim konularında büyük işletmelerden daha fazla bir esnekliğe sahiptir. Bu esneklik, KOBİ'lere dış çevrede meydana gelebilecek değişikliklere yerinde ve daha kısa sürede uyum sağlayabilme fırsatı verdiği için, birçok olumsuzluğu daha kısa bir sürede az bir zararla geçiştirebilmelerine olanak vermektedir.

Küçük işletmelerin büyük işletmeler karşısındaki güçlü yönleri ve ekonomiye katkıları, şu şekilde sıralanabilir (Dinçer ve Fidan, 1991: 71).

- Yeniliklere daha yatkın olmaları,
- Esnek bir yapıda oldukları için kolay uyum sağlama kabiliyetine sahip olmaları,

- Gelişmiş beşeri ilişkiler ve örgüt iklimine sahip olmaları,
 - Daha az girdiyle daha çok çıktı alabilmeleri,
 - Daha az eleman, personel ile çalışmaları ve bürokrasinin olması,
 - Üretimdeki boşlukları, çeşitli birimler arasında daha hızlı olarak doldurabilmeleri,
 - Büyük işletmelere gerekli olan temel malzemeleri daha çabuk üretebilmeleri Kişisel tasarrufların teşvik edilmesine yardımcı olmaları,
 - Bölgelerarası eşitsizliği ortadan kaldırarak kalkınmaya katkıda bulunmaları,
 - Rekabetin teşvik edilmesine yardımcı olmaları,
 - Çabuk karar verme ve rekabet fırsatı elde edilmesini sağlamaları,
 - Örgütlenme ve yapılanmalarının nispeten kolay gerçekleşmesi,
- Sonuç olarak KOBİ'ler sanayileşmenin öncü kuruluşları olmuştur, ayrıca KOBİ'ler (Yörük, 2011: 16).

- Az sermaye ile yatırım yapılabilir,
- Emek yoğun çalışmaları ile rekabetten daha az etkilenir,
- Gelir dağılımındaki dengesizliği düzenler,
- Emek yoğun teknoloji ile genelde düşük vasıflı eleman istihdam ederek işsizliği azaltmaktadırlar.

1.3.2. KOBİ'lerin zayıf yönleri

KOBİ'ler, yapısı itibarıyla birtakım zayıf yönleri bünyesinde barındırmaktadır. Bu zayıf yönleri, şu şekilde sıralamak mümkündür (Dinçer ve Fidan, 1991: 71).

- Olumsuz rekabet ortamından etkilenmeleri,
- Satış dalgalanmalarından etkilenmeleri,
- İşletme içi yapısal yetersizliklerinin bulunması,
- Kararların tek yönetici tarafından alınması,
- Mali açıdan gerekli olan kredileri temin etmede güçlük çekmeleri,
- Bağımsızlığını kaybetme ve batma riski taşımaları,

- Yönetim, üretim ve finans açısından yeterli olamamaları,
- Pazarlamaya sadece satış olarak bakılması,
- Teknolojiden yeterince faydalanamama,
- Finansal kaynaklardan, sermaye piyasası enstrümanlarından yeterince faydalanamaması
 - Yetkinin tek elde toplanmasından dolayı yetki devrinin söz konusu olmaması,
 - Katma değeri yüksek artı değer yaratacak ürün üretmemeye

Ayrıca KOBİ'ler, örgütlenme yetersizliği söz konusu olun özsermayeleri sınırlı oluşumlardır. Bu açıklamalara göre genel yönetim yetersizliği, işletmede mali danışman veya uzman istihdam edememe, olumsuz rekabet, sermaye yetersizliği, yetişmiş eleman sağlayamama, finansal planlama yetersizliği, pazarlama sorunları, öz sermayelerinin sınırlı olması KOBİ'lerin zayıf yönlerini oluşturmaktadır.

Ayrıca KOBİ'lerin zayıf bir yönü olarak öne çıkan bir diğer olumsuz özellik ise ortaklaşa öğrenme ve işbirliğine dayalı paylaşımcılığın içselleştirilmesine ilişkindir. Söz konusu problemin kaynağı, KOBİ'lerin geleneksel bireyci tutumlarıdır (Mezgár vd., 2000: 38).

1.4. KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi

KOBİ'ler; esnek üretim yapıları, yeni iş alanları açılmasındaki katkıları, esnek yapıları nedeniyle piyasa koşullarına hızlı uyum sağlama yetenekleri, bölgeler arasında dengeli büyümeye katkıları ve işsizliğin azaltılması gibi bir dizi olumlu özellikleri nedeniyle ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmasının temel taşları niteliğindedir.

Ekonomik ve sosyal yönleri olan KOBİ'lerin istihdam, katma değer, vergi gelirleri ve ihracat içindeki payları önemli düzeylere ulaşmıştır. Bu da KOBİ'lerin ülke ekonomisi açısından önemini göstermektedir.

TÜİK, 2017 yılı Girişim Özelliklerine Göre Dış Ticaret İstatistikleri verilerine göre, Türkiye'de KOBİ'ler ihracatın % 56,2'sini, ithalatın % 38,9'unu gerçekleştirmişlerdir. Sanayi sektöründe ihracat'ın % 30,1'i, Ticaret sektöründe ihracatın % 92'si ticaret sektöründe faaliyeti bulunan KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmiştir (TÜİK, 2018). Bu verilere göre KOBİ'lerin ihracatta önemli bir paya sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 1.7. İmalat Sanayinde KOBİ'lerin Teknoloji Düzeyi ve Büyüklük Grubuna Göre Payları

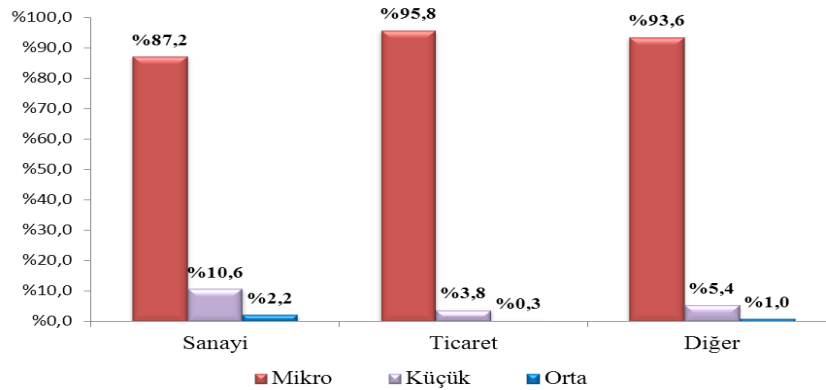
Teknoloji Düzeyi (%)

Büyüklük grubu	Yüksek teknoloji	Orta-Yüksek teknoloji	Orta-Düşük teknoloji	Düşük teknoloji
Toplam	0,3	9,1	30,9	59,6
1-9	0,2	8,3	31,1	60,4
20-49	0,9	17,6	28,4	53,0
50-249	1,5	17,4	31,4	49,7
KOBİ (1-249)	0,3	9,1	31,0	59,7
250 +	2,6	18,8	24,7	54,0

Kaynak: TÜİK, 2016, Erişim Tarihi, 26.12.2016

Tablo 1.7.'ye göre, KOBİ'lerin teknoloji düzeyinin büyüklük grubuna göre payları incelendiğinde, 1-9 çalışanı bulunan işletmelerin yüzde 60,4'ü düşük teknoloji, yüzde 31,1'i orta-düşük teknoloji, yüzde 8,3'ü orta-yüksek teknoloji, yüzde 0,2'si ileri teknoloji ile çalışmaktadırlar, 250 ve üzeri çalışanı bulunan işletmelerin yüzde 54,0'ü düşük teknoloji, yüzde 24,7'si orta-düşük teknoloji, yüzde 18,8'i orta yüksek teknoloji, yüzde 2,6'sı ise yüksek teknoloji ile çalışmaktadırlar. Küçük girişimlerde yüzde olarak düşük teknoloji ile çalışıldığı, ileri teknoloji kullanım oranının düşük olduğu,. Buna karşılık, 250 ve üzeri kişi çalışanı bulunan girişimlerde yüksek teknoloji kullanım oranının yüksek olduğu görülmektedir. KOBİ'lerde de yüksek teknoloji kullanım oranının düşük olduğu görülmektedir.

Şekil 1.1. Ana Sektörlere ve Ölçeklerine Göre KOBİ'ler, 2013



Kaynak: Kaynak: TÜİK, İş Kayıtlarına Göre Girişim Sayıları, 2013

Şekil 1.1.'e göre, mikro işletmelerin KOBİ'ler içindeki payı % 87,2, küçük işletmelerin payı, % 10,6, orta işletmelerin payı % 2,2 dir. Türkiye'de sanayi sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerin ölçeklerini büyütmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu veriler ışığında, KOBİ'lerin Türkiye ekonomisindeki rolünü belirgin şekilde ortaya koymaktadır. Buna karşın, KOBİ'lerin yüzleştikleri ve çözüm getirmesi gereken problemleri de içermektedir. KOBİ'lerin öncelikli sorununun öz kaynaklarının yetersiz olması ve kredi temininde karşılaştıkları güçlüklerden dolayı yaşanan finansal sorunlar olduğu söylenebilir.

KOBİ'ler, ekonomilerin temel dinamiklerini oluşturdukları için ekonomik ve sosyal hayat içerisindeki payları oldukça büyüktür. Ekonominin içinde bu kadar payı olan KOBİ'ler için gerekli desteklerin yapılması kaçınılmazdır. Türkiye'de KOBİ'lerin gelişmiş ülkelere göre toplam kredilerdeki, yatırımdaki ve ihracattaki paylarının çok düşük olmasından dolayı Türkiye'deki KOBİ'ler; üretim, finans ve pazarlama gibi konularda çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadır (Civan, 2012).

KOBİ'lerin, özellikle kredi ve teşviklerden yeterince yararlanamama, işletme öz sermayesinin yetersizliği nedeniyle üretim ve Ar-Ge konularında yatırım yeterli düzeyde olmayışı karşılaştıkları temel sorunları oluşturmaktadır (Güler, 2017: 44):

Türkiye ekonomisindeki işletmelerin yaklaşık % 99.8'ine karşılık gelen KOBİ'lere yönelik olarak birçok kurum ve kuruluş, destek ve teşvik sağlamaktadır. Bunlar arasında Halk Bankası, Ziraat Bankası, Garanti Bankası, İş Bankası gibi kamu bankaları ve özel bankalar, KOBİ'lere yatırım, finansman, fuarlara destek, ürün geliştirme, iş yeri kredisi gibi pek çok destek paketleri ile katkıda bulunmaktadır. Bankalar dışında ise TÜBİTAK, Eximbank, TOSYÖV, TOBB ve KOSGEB gibi pek çok önemli kurum ve kuruluşlar da KOBİ'lere destek ve teşvik sağlamaktadır. Bu katkılardan olumlu geri dönüşler almak için KOBİ'lerin iyi tanınması, talep ve gereksinimlerinin doğru bir şekilde saptanması, kısır proje ve programlardan ziyade geleceğe yönelik oluşumların ele alınması, yapılan yardımların titiz bir şekilde analiz edilmesi gerekmektedir (Çevik, 2018: 69).

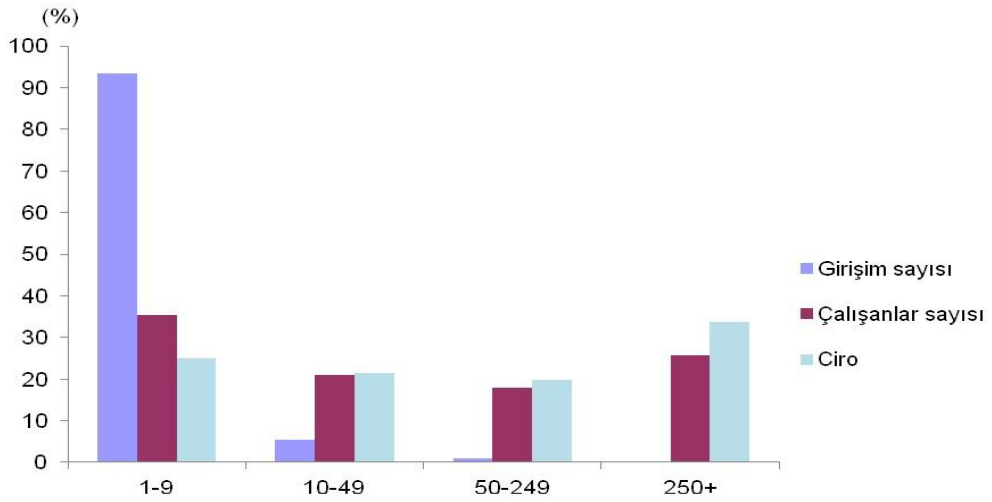
1.4.1. KOBİ'lerin istihdamdaki yeri

KOBİ'lerin istihdam alanları yaratmadaki rolleri önemlidir. KOBİ'ler emek yoğun üretimleri nedeniyle iş ve istihdam imkânı yaratmaktadırlar. KOBİ'ler, istihdam sağlayarak yeni iş imkanları yaratarak işsizliğin azaltılmasında büyük rol oynar ve gelir dağılımının adaletli dağılımına katkı sağlarlar.

Bilindiği üzere, bir ülkenin sanayileşmesi, sermayenin tabana yayılması, gelirin bölgeler arasında adil dağılımı, üretim ve istihdama katkı sağlama bakımlarından KOBİ'lerin yadsınamayacak bir önemi bulunmaktadır (Ay ve Talaşlı, 2007: 182).

KOBİ'ler; değişen piyasa koşullarına hızlı uyum yetenekleri, esnek üretim yapıları, bölgeler arasında dengeli büyüme, işsizliğin azaltılması ve yeni iş alanları açılmasındaki katkıları gibi bir dizi olumlu özellikleri nedeniyle, ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmasının temel taşlarıdır.

Şekil 1.2. Büyüklük Grubuna Göre Girişim Sayısı, İstihdam ve Ciro'nun Oransal Dağılımı, (2017)



Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, Erişim Tarihi,10.01.2019

Şekil 1.2.'ye göre, çalışan sayısı açısından yapılan tanımlamada 2017 yılında 1-9 kişi çalışan büyüklük grubu toplam girişim sayısının % 93,4'ünü, istihdamın % 35,3'ünü, cironun ise % 25,1'ini oluşturmaktadır. Çalışan kişi sayısı 10-49 olan büyüklük

grubundaki cironun payı % 21 iken, 250+ çalışan grubundaki payı % 25,8 olmuştur. 250+ çalışan gurubunda toplam cirodaki pay % 33,8 ile en yüksek orana ulaşmıştır.

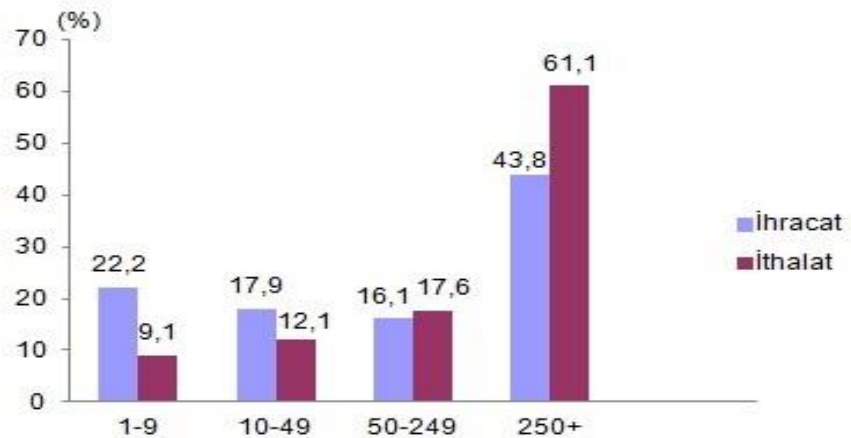
1.4.2. KOBİ'lerin ihracattaki yeri

1980 sonrası ihracatçı büyüme modelini benimseyen Türkiye, cari açığın krizlere yol açtığı ve halen önemini koruduğu 2000'li yıllarda da ihracat ve teşvik politikaları ile KOBİ'lerin ülke ekonomisine katkılarının artırılması hedeflenmiştir (Ay ve Talaşlı, 2007: 173).

Bilgi eksikliği, ürün ve kaynak yetersizliği, ihracatın önündeki en önemli engeli teşkil etmektedir. KOBİ'lerin toplam ihracat içindeki payları yıllar itibariyle değişiklik göstermekle birlikte yeterli düzeylere ulaşmamaktadır (Özbek, 2008: 50- 52).

(TÜİK) Girişim Özelliklerine Göre Dış Ticaret İstatistikleri verilerine göre, KOBİ'lerin 2016 yılında % 55,4 olan ihracattaki payı, 2017 yılında % 56,2'ye yükselmiştir, ithalatın da % 38,9'unu gerçekleştirmişlerdir. 2016 yılında İthalattaki payı % 40,6'dan, 2017 yılında % 39,9'a gerilemiştir. Sanayi sektöründe ihracat'ın % 30,1'i, Ticaret sektöründe ihracatın % 92'si ticaret sektöründe faaliyeti bulunan KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmiştir (TÜİK, 2018). Bu verilere göre KOBİ'lerin ihracatta önemli bir paya sahip olduğu görülmektedir.

Şekil 1.3. Çalışan Sayısına Göre Girişimlerin Dış Ticaretteki Payı, 2017



Kaynak: TÜİK, Girişim Özelliklerine Göre Dış Ticaret İstatistikleri, Erişim tarihi,03.07.2019

Şekil 1.3.'te verilen çalışan sayısına göre girişimlerin dış ticaretteki payı incelendiğinde, 2017 yılında ihracatta, 1-9 kişi çalışanı olan mikro ölçekli işletmelerin payının % 22,2 olduğu, 10-49 kişi çalışanı olan küçük ölçekli işletmelerin payının % 17,9, 50-249 kişi çalışanı olan orta ölçekli işletmelerin payının ise % 16,1 olduğu görülmektedir. Çalışan sayısı 250 ve üzeri olan büyük ölçekli işletmelerin payı ise % 43,8 olduğu görülmüştür.

2017 yılında ithalatta, 1-9 kişi çalışanı olan mikro ölçekli işletmelerin payının % 9,1, 10-49 kişi çalışanı olan küçük ölçekli işletmelerin payının % 12,1, 50-249 kişi çalışanı olan orta ölçekli işletmelerin payının ise % 16,1 olduğu görülmektedir. Çalışan sayısı 250 ve üzeri olan büyük ölçekli işletmelerin payının ise % 61,1 olduğu görülmektedir.

Tablo 1.8. Sektörlere ve Çalışan Sayısına Göre Dış Ticaret Payı, 2017 (%)

	Çalışan Sayısı			
	İhracat (%)		İthalat (%)	
NACE REV.2	1-249	250+	1-249	250+
Toplam	56,2	43,8	38,8	61,1
Sanayi	30,7	69,3	21,6	78,4
Ticaret	92,0	8,0	69,1	30,9
Diğer	60,0	39,6	29,2	70,3

NACE: Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatiki Sınıflandırması, Erişim Tarihi: 03.07.2019

Tablo 1.8.'de sektörlere ve çalışan sayısına göre dış ticaret payı verilmiştir. Sanayi sektörünün ihracatının % 69,3'ü 250+ kişi çalışan büyük ölçekli işletmeler tarafından gerçekleştirilmiştir. Ticaret sektörünün ihracatının % 92'si 1-249 kişi çalışanı olan küçük ve orta ölçekli işletmeler tarafından yapılmıştır. Sanayi sektörünün ithalatında 250+ kişi ve üzeri çalışan işletmelerin payı % 78,4 iken, ticaret sektörü tarafından yapılan ithalatın % 69,1'i 1-249 kişi çalışanı işletmeler tarafından gerçekleştirilmiştir. KOBİ'ler, büyük işletmelere göre daha fazla ihracat daha az ithalat yapmışlardır.

Gelişmekte olan ülkelerdeki KOBİ'ler, gelişmiş ülkelerdeki piyasalara girmeye teşebbüs ettiklerinde birçok engelle karşılaşmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde imalat firmalarından oluşan KOBİ'lerin ihracat pazarındaki problemleri çok boyutludur (Teskim ve Lutz, 2006: 277).

Söz konusu problemler, beş kategoride sınıflandırılabilir (Tesfom ve Lutz, 2006: 269).

- Şirket engelleri (Piyasa bilgisi, finansal kaynak, insan kaynağı),
- Ürün engelleri (Ürün kalitesi, Teknik uyum),
- Endüstri engelleri (Endüstri yapısı, rekabet),
- Piyasa engelleri (Müşteri engelleri, prosedüre ilişkin engeller),
- Makro anlamda çevre engelleri (Doğrudan ihracat engelleri, dolaylı ihracat engelleri).

Bu sınıflandırma, ihracata ilişkin sorunları anlamaya yönelik kapsamlı bir dayanak sunmakta ve gelişmekte olan ülkelerdeki ulusal ihracat desteği ile uygun piyasa stratejisinin belirlenmesi açısından yararlı olmaktadır (Tesfom ve Lutz, 2006: 277).

1.4.3. KOBİ'lerin bölgesel kalkınma üzerindeki etkileri

KOBİ'lerin ülkenin bütün bölgelerine dağılmış olmaları, bölgeler arasındaki eşitsizliği, bölgesel gelişmeyi, bölgeler arasında gelir dağılımındaki farklılığın azalmasını sağlamaktadır, kırsaldan şehirlere göçün azalmasına katkı sağlayarak sosyal barışın sağlanmasında önemli katkıları bulunmaktadır. Bölgesel kalkınmaya olumlu yönde etki etmektedir (Timurçin, 2010: 76).

Bölgesel kalkınmanın hedefi, bölgenin refah seviyesinin artırılması ve sürdürülebilirliğini sağlamaktır. KOBİ'lerin sosyal bakımdan toplum istikrarının sağlanmasındaki en önemli katkılarından biri, ekonomik canlılığa gelişmeye olan katkılarıdır, ülkedeki bölgeler arasındaki kalkınmışlık farklarını, bölgeler arasındaki dengesizliği azaltarak bölgesel kalkınmayı sağlamaya da yardımcı olmaktadır.

KOBİ'leri, günümüz dünyasının önemli aktörleri haline getiren özellikleri, piyasa koşullarında meydana gelen değişmelere hızlı uyum sağlayabilen esnek bir üretim yapısına sahip olmaları, emek yoğun çalışıyor olmaları, işsizliğin azaltılması ve yeni istihdam imkanları yaratılmasında oynadıkları rollerinin yanısıra dengeli ekonomik büyüme ve sosyal kalkınmanın sağlanmasında, sürdürülmesinde yaptıkları olumlu katkılarıdır. Türkiye ve dünya ekonomisinde KOBİ'ler, önemli krizlerden fazla etkilenmediklerinden dolayı ekonomide denge sağlamaktadırlar. KOBİ'ler yalnızca ekonomik hayatın değil, aynı zamanda sosyal hayatın da önemli bir parçasıdır. KOBİ'ler, belli bir bölgeye toplanmadıkları farklı alanlara dağıldıkları için bölgeler

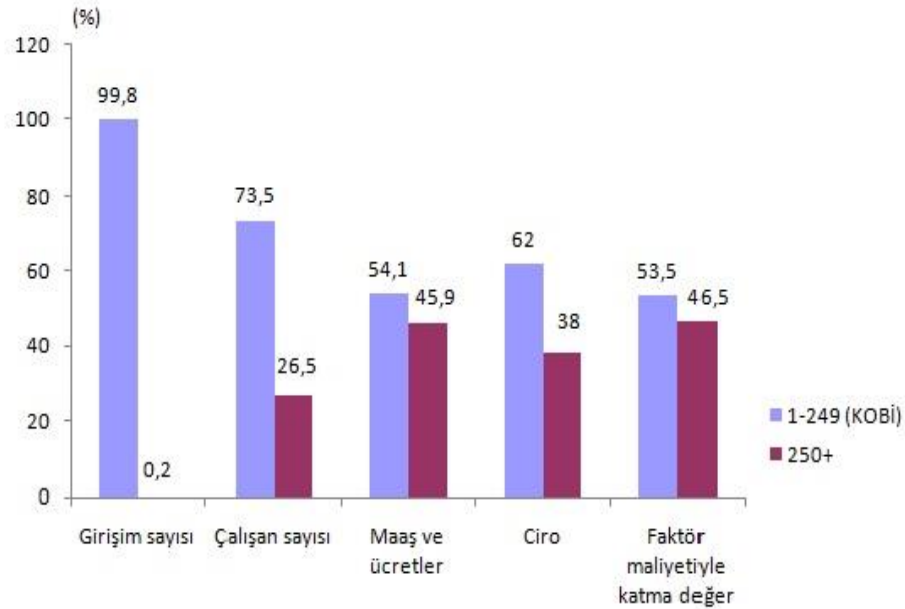
arasındaki gelişmişlik farklılıklarının giderilmesi, sermayenin tabana yayılması, yeni istihdam imkânlarının yaratılması, gelir dağılımında adaletin sağlanmasında da önemli bir araç niteliğindedirler (Yılmaz, 2004: 141- 179).

KOBİ'lerin toplumsal ve sosyal yaşam üzerindeki etkileri her alanda hissedilmektedir. Bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarının azaltılmasında, mülkiyetin tabana yayılmasında, sanayinin hareketlenmesinde, sağlıklı kentleşmede ve demokratik yaşamın gelişmesinde oldukça önem taşımaktadırlar.

1.4.4. KOBİ'lerin katma değer yaratma üzerindeki yeri

KOBİ'lere yönelik strateji ve eylem planlarında geliştirilen temel strateji; KOBİ'lerin artı değer yaratımlarını yükselterek uluslar arası rekabet güçlerinin arttırılmasına dayanmaktadır. KOBİ'lerin teknoloji ve yenilik kapasitelerinin yenilenerek rekabet güçlerini, katma değeri yüksek ürün geliştirebilmelerini sağlamak amacıyla ulusal ve uluslar arası Ar-Ge destek programları hazırlanmakta ve KOBİ'lerin programlarda etkin yer almaları hedeflenmektedir.

Şekil 1.4. Büyüklük Grubuna Göre Temel Göstergeler, 2014



Kaynak: TÜİK, Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri, Erişim Tarihi: 17.07.2017

Şekil 1.4.'e göre, KOBİ'ler % 99,8'lik girişim sayısına sahiptirler, % 73,5 lik çalışan sayısı oranıyla ülkede istihdam sağlamadaki önemleri görülmektedir, faktör maliyetiyle katma yaratmadaki oran ise % 53,5 dir, yaratılan ciro oranı % 62 maaş ve ücretlerdeki oran ise % 54,1 ile yüksek bir orana sahip olmadıkları görülmektedir (TÜİK, 2016).

KOBİ'lerin yüksek katma değerli ürün/hizmet üretme gücünü geliştirmek ve ulusal ve uluslar arası rekabet güçlerini koruması, arttırması devletin ve tüm kurumların temel amaçları arasındadır (KOSGEB, 2015: 40).

1.4.5. KOBİ'lerin vergi gelirleri içindeki yeri

KOBİ'ler için hibe olanağı sağlayan kuruluşlar, ucuz finansman imkanı sağlayan kuruluşlar, vergi erteleme ve vergi muafiyeti mekanizmasını sağlayan yapılandırmaların oluşması, KOBİ'lere Ar-Ge ve inovasyon faaliyetleri için sağladıkları kredicilere teminat sağlayan fonların oluşturulması ve KOBİ'lerin danışmanlık hizmeti almaları için imkan sağlayacak finansman kuruluşlarının varlığı; son derece önem taşımaktadır (Çevik, 2018: 17).

KOBİ'lerin genel itibariyle muhasebe ve finans konusunda yetersizlikleri söz konusu olabilmektedir. İşletmelerin düzenli bir finans sistemine sahip olmaları üretim, finansman ve pazarlama gibi temel işletme fonksiyonlarının dengeli ve eksiksiz şekilde yerine getirmelerini sağlamaktadır. Ancak KOBİ'ler bu konuyu, göz ardı ederek sadece devlete karşı olan yükümlülüğün yerine getirilmesinin, vergi ödenmesinin yeterli olacağı şeklinde değerlendirebilmektedir. Muhasebe verilerinin incelenerek, uzun vadeli programlar yapılarak ilgili işletme için analizi gerçekleştirmediği ve muhasebeyle ilgili vergi ve diğer mevzuatlar yeterince izlenmediğinde, hatalar ortaya çıkmakta ve piyasa değişikliklerine zamanında önlem alınamadığı için uyum sağlanamamaktadır (Timurçin, 2010: 121).

Ayrıca KOBİ'ler lehine yapılan bazı düzenlemeler, rekabet gücünde arzu edilmeyen sonuçlar doğurabilmektedir. Özellikle küçük işletmelere uygulanan vergi indirimi ya da teşvikleri, bu işletmelerin büyümek yerine küçük kalmayı tercih etmelerine yol açabilmektedir. Böylece giderek büyüyen işletmeler yerine sürekli artan sayıda “vergi ölçüleri içerisindeki” küçük işletmeler türeyebilmektedir. Bu bağlamda belli sanayi ürünlerinin KOBİ'lere bırakıldığı ülkelerde, rekabet gücü ve teknolojik gelişmede

yeterince büyüemeyen küçük ve verimsiz işletmelerin doğuşuna tanıklık edilmektedir. Kendi içinde bir kısır döngü yaratan bu durum, ülkenin önemli bir ihracat kalemlerine etki ederek uluslar arası rekabette geri kalmasına yol açabilmektedir (Cem, 2010: 88-89).



İKİNCİ BÖLÜM

TEKNOLOJİK YENİLİKLERE İLİŞKİN TEORİK ÇERÇEVE

Dünya'daki gelişmişlik düzeyinde teknolojik gelişme, çok önemli bir yer tutmaktadır. Teknolojik gelişme göstererek teknolojik yenilik (inovasyon) temelli atılımlar gerçekleştiren ülkeler, günümüzde gelişmiş ülkeler arasında yer alırken teknolojik dönüşümü sağlayamayan ülkeler, gelişememe sorunuyla yüzleşmektedirler. Ekonomik kalkınmanın sağlam temeller üzerine inşa edilmesi ve toplumsal refahın iyileşme göstermesi, günümüzde teknolojik yeniliklerle mümkün olabilmektedir. Teknolojik gelişmenin süreklilik göstermesinde, başta devlet olmak üzere toplumun tüm katmanlarının teknolojiye bakışı ve teknolojiye yönelik hamleleri büyük önem taşımaktadır. Teknolojik gelişme sadece katma değer yaratmakla kalmamakta, aynı zamanda bilimsel düşüncüyü toplumsal yaşamın bir parçası haline getirmektedir. Bu bağlamda teknolojik faaliyetler, ülkelerin ekonomik kalkınma sürecinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla teknoloji kavramının, teknolojiye ilişkin yaklaşımların ve teknolojik yeniliklere ilişkin teorik çerçevenin ortaya konulması büyük öneme sahiptir.

2.1. Teknoloji Kavramı

Sanayi Devrimi'nden itibaren refah artışı ile sanayileşme kavramı ilişkilendirilmiştir. Sanayi Devrimi sonrası kitlesel üretim koşulları, yüksek bir refah seviyesine kavuşmanın koşulu olarak değerlendirilmiştir. Sanayi Devrimi ile başlayan ve emek yoğun üretim faaliyetlerinin hakim olduğu sanayileşme dönemi, üretim faaliyetlerinde teknolojinin hakim olmaya başladığı sürece kadar ağırlığını devam ettirmiştir. Günümüzde ise ülkeler yeni fabrika kurarak değil, yeni teknolojiler üreterek, geliştirerek ve transfer ederek gelişmişlik düzeyini arttırabilmektedir. Bu bağlamda coğrafik konumun yanı sıra eğitim sistemi de ülkelerin ekonomik ilerlemesinde belirleyici bir rol oynamaktadır.

Dünya'da yaşanan teknolojik dönüşümler, 20. yüzyılın ilk zamanlarından itibaren bütün alanlara nüfuz ederek belirgin şekilde hissedilmektedir. Ekonomik büyümeyi ve kalkınma hamlelerini gerçekleştirirken teknoloji üretmek, son derece önemlidir. Var olan teknolojileri geliştirmek ve teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilmek, ürün ve

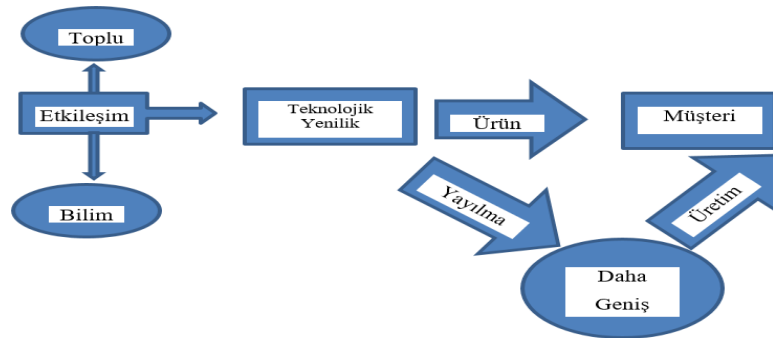
süreç yeniliklerini planlı bir şekilde uygulayabilmeyi mümkün kılmaktadır. Ayrıca makro düzeyde ulusal açıdan mikro düzeyde de işletmeler açısından teknolojik ilerlemelere şiddetle ihtiyaç duyulduğu bir gerçektir (Çetindamar ve Günsel, 2009: 5).

Teknoloji kelimesi, Yunan kökenli olup ‘techne’ ve ‘logos’ (logic) sözcüklerinin birleşmesinden oluşmuştur. ‘Techne’, anlamlandırma ya da anlam kazandırma manasına gelmektedir. Logos (logic) ise “bilgi, beceri, hüner, el işi ve zanaat” anlamlarını taşımaktadır. Buradan hareketle teknoloji; bilgiyi, beceriyi, hüneri, el işini veya zanaati anlamlı hale getirme şeklinde tanımlanmaktadır. Teknoloji kavramı için çoğunlukla iki temel ögesi bulunmaktadır. Birincisi fiziki nesnelere ve maddelerden oluşan teknolojinin donanımsal özelliğidir. İkincisi ise bilgi temelli teknolojinin yazılımsal özelliğidir (Carayannis vd. 2015: 2).

Bilgisayar donanım ve yazılım sistemlerindeki ilerlemeler ışığında bilgi ve iletişim teknolojilerinin büyük gelişme kaydetmesi, bilginin yayılmasını, kullanım alanını arttırarak ekonomideki ciddi değişimin kaynağı olmuştur. Tarım ve sanayi bağlamında iki önemli tarihsel aşama sonrası birçok araştırmacı, bilgi odaklı bir çağa ve bilgi temelli bir topluma işaret eden üçüncü aşamaya vurgu yapmaktadır. Bugünün dünyasında bilgi ve iletişim teknolojilerinin aldığı rol göz önüne alındığında teknolojinin kalkınma sürecine temel oluşturduğu kabul görmektedir (Oğuztürk ve Türkoğlu, 2004: 14-15).

Şekil 2.1.’de, bilim ve teknoloji politikalarında teknolojinin rolüne yönelik mantığı büyük ölçüde yansıtmaktadır.

Şekil 2.1. İnovasyon Öncülüğünde Büyümede Teknolojinin Rolü



Kaynak: Pani, 2016: 1625

Yenilik faaliyetlerine ve bilgi yaratmaya dayanan teknolojik gelişme kavramı, ekonomik büyümenin ana lokomotifini olup ekonomi bilminde yeni bir kavram değildir. Teknolojik gelişmeye verilen baskın rol, Karl Marx gibi klasik iktisatçılar ve 20. yüzyılda Schumpeter gibi önemli bilim insanları tarafından dikkate alınmıştır. Ekonomistler, uzun dönemde büyüme için teknolojik yenilik ve bilgi birikiminin taşıdığı büyük önemin daima farkında olmuşlardır (Soete ve Well, 1999: 4).

2.2. Teknolojiye İlişkin Yaklaşımlar

Teknoloji, Sanayi Devrimi'nin ardından ekonomik kalkınmadan ayrı olarak değerlendirilemeyen bir konu haline gelmiştir. Teknolojinin ekonomi üzerindeki etkisi ve oynadığı rol üzerine akademik camia, yeni fikirler eşliğinde teknolojiyi farklı perpektiflerle incelemiştir.

Teknolojinin ekonomideki rolü genel olarak Neoklasik, Marksist, Schumpeterci, Evrimci Yaklaşım açısından değerlendirilmiş ve teknolojiye ilişkin yaklaşımlara açıklık getirilmeye çalışılmıştır. Teknolojik yenilik sonucu elde edilen kar, diğer firmaların da bu teknolojiyi uygulamalarına yada yeni teknolojileri geliştirmelerine neden olacaktır, böylece firmaların rekabeti yenilik çabalarının artmasına, yeni yatırımların yeni iş imkanlarının yaratılmasıyla ekonomik refahın artmasına neden olmaktadır.

2.2.1. Neo-Klasik İktisatta Teknoloji

Neo-klasik iktisat, teknolojiyi dışsal bir faktör olarak yorumlayarak ekonomik büyümenin kaynağını sermaye birikimine bağlamaktadır. Neo-klasik yaklaşımda teknolojik gelişme ve ilerlemeler, uzun vadeli gelişmeyi yalnızca sonuç odaklı görmektedir. Bir başka ifadeyle, iki dönem arasında gerçekleşen ekonomik büyümede içsel faktörler olan işgücü ve sermaye tarafından açıklanamayan kısım, teknolojik ilerlemeyle ilişkilendirilmiştir. Buna karşın, bilgi birikimini arttıran unsur olan teknolojik gelişmenin nasıl ve hangi yollarla gün yüzüne çıktığına açıklık getirilememiştir (Akçomak, 2016: 5).

Neo-klasik iktisadi görüşe göre halihazırdaki teknikler, tarihsel bir bakış açısıyla ele alınarak teknolojinin zaman içerisindeki gelişimi ve ekonomiyle arasındaki konjonktürel bağlantılar, göz ardı edilmiştir. Ayrıca, üretim sürecinin sadece sermaye ve emek üzerinden açıklanmasına bağlı olarak ürünün özellikleri, nitelikli emek,

hammaddeyi tedarik olanakları gibi öteki etkenler göz ardı edilmiştir. Ekonomide tam rekabet geçerli olduğu için kararlı bir denge ve ürünlerin eşit olduğu kabul edilmektedir. Teknolojik gelişmenin ekonomiye katkısı üretimin az girdi ile gerçekleştirilmesine verimlilik artışına bağlanmıştır (Ansal, 2004: 40).

2.2.2. Marksist iktisat kuramında teknoloji

Karl Marx teknoloji kavramı için “insanın doğayla uğraşma biçimini, hayatını sürdürebilmesi için gerekli olan üretim sürecini gösterir ve böylece sosyal ilişkilerin oluşum biçimini ve bunlardan kaynaklanan düşünsel kavramları açığa vurur.” İfadelerini kullanmıştır. Marx’ın tarihsel analizini yaparken tarım ve sanayi toplumları şeklinde bir ayrıma giderek toprak ve küreği tarım toplumlarına ilişkilendirirken madenler ve fabrikaları, sanayi toplumuyla ilişkilendirmiştir. Marx’ın kurduğu bu ilişkiler ise üretim biçimini şekillendirmektedir. Marx’ın ileri sürdüğü görüşlerinde, teknoloji belirgin bir etkiye sahip olmasına rağmen teknolojinin önem derecesi, ekonomik faaliyetlerle olan bağlantı derecesine göre belirlenmektedir. Marx’a göre teknoloji, üretici konumunda bir güç olarak kabul görmektedir (Bakırtaş, 2014: 157).

Marx’ın üretici güçlerin büyümesini tanımlayarak anlaşılabilmesi için tarih iki aşamaya bölünerek teknolojinin rolü üzerinde durulmuştur (Bakırtaş, 2014: 158-159):

- *Birinci Aşama:* Feodal, ticaret odaklı, erken üretim odaklı dönemleri kapsar. Bu aşamada ekonomik değişme, öncelikle Smith’in iş bölümüne bağlıdır. Buna göre üretici güçler, artan işbölümü aracılığıyla gelişir. Teknoloji bu süreçte oldukça az hesaba katılır. En uygun işbölümünün belirlediği üretici güçlerin ne kadar geliştiği üzerinde durulmaktadır.

- *İkinci Aşama:* Teknoloji, tarihsel büyümenin ikinci aşamasında daha gözle görülür bir rol oynamaktadır. Bu aşama, endüstriyel kapitalizmin gelişmesini ve otomasyonu içerir. Marx bu aşamada, gelişmiş makinaların gerekli olduğunu belirtmesine karşın, teknolojiyi bunun bir kaynağı ya da nedeni olarak yorumlamamaktadır.

Marksist yaklaşım, teknolojinin ekonomik kalkınmaya olan etkilerini sınıf ilişkilerine dayandırmaktadır. Marx, üretim biçiminde kapitalizmin işleyişine yön veren ilkelerin analizinde teknolojiye merkezi bir önem atfetmektedir. Özellikle kapitalizm içerisinde emek faktörünün analizinde teknolojiyi belirleyici bir unsur olarak görmektedir. Yaratılan artı değer, üretim sürecinde aktörlerin göreceli konumlarına göre

şekilleneceğinden kapitalizmde emek faktörü, kâr odaklı bir üretim için bir rekabet alanı doğurmaktadır. Dolayısıyla sermaye sahibi, üretim sürecinde nihai olarak erişilen teknolojik olanaklara uygun teçhizatları ve fiziki unsurları tedarik etmekle kalmamakta aynı zamanda üretim araçlarından olan emek faktörü üzerinde tahakküm kuracak şekilde teknolojiyi kullanmayı arzulamaktadır. Sermayedarın, emek faktörü üzerinde bir kontrol mekanizması inşa etmeye çalıştığı buradan hareketle dile getirilebilir (Ansal, 2004: 43-44).

2.2.3. Schumpeterci yaklaşımda teknoloji

Teknolojik yeniliğin, ekonomik büyümedeki güçlü rolünü ilk vurgulayan isim Schumpeter yeni ürünlere dayanan rekabeti, mevcut ürünlerin fiyatları üzerindeki marjinal değişikliklerden çok daha önemli görmüştür. Schumpeterci yaklaşıma göre teknolojik yenilik, ekonomik kalkınmanın ve iktisadi dalgalanmaların ana nedenini oluşturmaktadır. Schumpeterci yaklaşımda, “zayıflayan sektörlerin yaratıcı yıkımı ile ortaya çıkabilen, ekonomideki yeni teknolojilerin ve yeni endüstrilerin oluşumunu içeren evrimsel bir süreç” söz konusudur. Ekonomik büyüme ve yapısal değişimlerle birlikte ele alınan teknolojik yeniliklerin var oluşunda yaratıcılık, öngörülemezlik ve risk unsuru büyük önem taşımaktadır (Ansal, 2004: 40).

Schumpeter; yeniliğin yeni bir pazar, yeni bir ürün, yeni üretim yöntemi ve yeni örgüt türleri şeklinde tanımlandığını savunmuştur (Asadi ve Kohan, 2011: 39). Ayrıca Schumpeter’in girişimciye atfettiği rolde yenilikçi ve lider pozisyonundadır (Lordkipanidze, vd., 2005: 788).

Schumpeter’in literatüre kazandırdığı yaratıcı yıkım kavramı; ekonomik bağlamda yeni üretim şekillerinin, çağın gerisinde kalanları değiştirmesi olarak açıklanmaktadır. Böylece ürün ve süreç yeniliği kesintisiz bir hal almaktadır. Schumpeter’in yeniliğe ve teknolojiye bakışına göre ekonomik kalkınma, sektörler arasında dengeli şekilde yayılarak ivme kazanan bir süreç değildir. Schumpeter’e göre modası geçmiş ürünler ve üretim yöntemlerinin yıkım yaşaması, teknolojik yenilikler sonrası kaçınılmaz bir durumdur. Schumpeter’in yaratıcı yıkımı, eşine rastlanılmayan bir süreç olarak tarihte önemli bir yer tutmaktadır. Kapitalizmde piyasayı kontrol edebilen belli işletmeler, ellerinde bulundurdukları bu hakimiyeti kendi menfaatlerine uygun şekilde kullanarak çıkar sağlayabilmektedir. Buradan hareketle yaratıcı yıkım söz konusu olmaktadır.

Çünkü yeni ürün, yeni arz, yeni organizasyon ve yeni teknoloji, yaratıcı yıkıma zemin hazırlamaktadır. Schumpeter'e göre "mevcut teknolojik yapı, yerini sürekli teknolojik yapıya bırakacak ve buna bağlı olarak da yeniliklere uyum sağlayamayan yapılar, firmalar ortadan kaybolurken, yerine yeni yapılar kurulacak ve yeni firmalar oluşacaktır." Schumpeter'e göre teknolojik yenilikleri eski firmalar değil, yeni firmalar gerçekleştirmektedir (Bakırtaş, 2014: 164-165).

Teknolojik yenilik (inovasyon), Schumpeter tarafından beş türde ele alınmıştır (Sledzik, 2013: 71):

- Yeni bir ürünün ya da zaten bilinen ürünün yeni çeşidinin piyasaya sürülmesi,
- Yeni bir üretim ya da yeni bir ürün satış yönteminin (endüstride henüz bulunmamış) uygulanması,
- Yeni pazarların açılması (endüstrinin henüz temsil edilmemiş kollarına ait pazar),
- Mamul yada yarı mamül malların arz edilmesinde yeni kaynaklar edinmek,
- Yeni endüstri yapıları (Tekel konumdakilerin yıkılması ya da yaratılması gibi)

Ayrıca Schumpeter, piyasaya girecek ürüne yönelik teknolojik yenilik sürecini icat, yenilik, yayılma ve taklit olmak üzere dört boyutta ele almaktadır (Sledzik, 2013: 71).

2.2.4. Evrimci kuramda teknoloji

Evrimci kuramı Teknolojiyle ilişkili hale getiren iki temel faktör bulunmaktadır. Bunlardan ilki, Schumpeter'in katkı sunduğu teorik katkılardır. İkincisi ise Neo-Klasik Yaklaşımın cevaplayamadığı işletmeler arasındaki teknolojik farklılıklardır. Evrimci Kuramda teknoloji, girdi-çıkıtı ilişkisine ingirgenmemektedir. Diğer bir deyişle, girdilerin çıktılara dönüştüğü fiziksel bir süreç şeklinde algılanmamaktadır. Evrimci Kuram'da teknik bilgilerin yanı sıra söz konusu bilginin hangi organizasyonda hangi yolla kullanıldığı da ele alınmaktadır. Evrimci Kuram, teknolojik yenilikleri ürüne ilişkin ve üretim sürecine dair gelişmelerle kısıtlamamaktadır. Evrimci Kuram'a göre teknolojik yenilikler; yönetim, bilgi, organizasyon, finans gibi konuları da bünyesinde barındırmaktadır. Buradan hareketle Evrimci Kuram, başta iktisat ve işletme olmak üzere birçok disipline etki etmiş ve sosyal bilimlerin işletmelere olan uzantısıyla disiplinlerarası bir boyut kazanmıştır (Ansal, 2004: 42).

1980'lerden itibaren geçen 20 yıllık süreçte Neo-Klasik akımın temel varsayımlarına karşı çıkan evrimci kuram, “yenilik” ve “ulusal yenilik sistemi” kavramlarıyla bilim, teknoloji ve yenilik politikasının odağını, piyasa başarısızlığı savından sistem başarısızlığı savına taşımıştır. Evrimci Kuramda, teknoloji içsel olarak ele alınmaktadır. Sermaye ve emekle birlikte teknoloji de, ekonomik büyümenin temel belirleyicileri arasındadır. Evrimci İktisatta temel mesele, üretim sürecinde işletmelerin teknolojiyi nasıl ortaya çıkardığı, hangi amaç için kullandığı ve nasıl değiştirdiğidir. Evrimci Kuram’a göre Ar-Ge ve yenilik arasındaki ilişki karmaşık bir yapı içermektedir. Her temel araştırmanın bir uygulama ile sonuçlanma zorunluluğu bulunmamaktadır. Bu bağlamda Ar-Ge projeleri, daima yeni bir ürün ya da süreç meydana getirmeyebilir. Ar-Ge çalışmaları ve teknolojik yenilik sürekli birbirlerinden beslenir halde bulunmaktadır (Akçomak, 2016).

İktisadi analizlerde ve teknolojiye bakışta evrimci kuram oldukça önemli perspektifler sunmaktadır. Toplum ve toplumu oluşturan kurumları aralıksız bir değişim geçiren yapılar olarak gören Evrimci Kuram, iktisatta ve teknolojide durağanlığı değil dinamizmi esas almaktadır. Diğer bir deyişle Evrimci Kuram, denge unsuruna değil hareket ilkesine dayanmaktadır. Evrimci Kuram, zaman ve mekan ilişkilerinin göz ardı edilerek ortaya çıkan evrensel yasaların geçerliliğini sorgulamaktadır (Ata, 2009: 35-36).

Özetle, evrimci kurama göre teknolojik yenilik sürecinin öne çıkan en önemli özelliği, bu sürecin belirsizlikler içermesidir. Teknolojik yeniliğe yönelik yürütülen Ar-Ge çalışmalarının sonuçları da tahmin edilemeyebilmekte ve Ar-Ge yatırımlarının başarılı olacağı da net değildir. Dolayısıyla evrimsel kuramda teknolojik değişim ve bilgi, ekonomik sistemde dışsal bir unsur değildir. Teknolojik değişimler, firmaların Ar-Ge çalışmaları için yaptıkları ve planladıkları yatırımlarla ortaya çıkmaktadır. Buna karşın, firmalar organizasyonel zayıflıklar nedeniyle makinaları ne kadar verimli kullanacağı belirsiz olan sosyal sistemlerdir. Firmalar sürekli doğrusal hareket etmemektedir (Ansal, 2004: 42).

Teknolojik gelişmenin ekonomi üzerindeki etkisi büyüme modelleri çerçevesinde incelenmiştir. Neoklasik büyüme modeli, ekonomik büyümenin kaynağını üretim faktörlerine bağlamaktadır. Teknolojik gelişme ve ilerlemeleri girdi çıktı ilişkisine

bağlamakta yalnızca sonuç odaklı görmektedir. Gelir artışının teknolojik ilerlemelerle değişimlerle mümkün olduğunu savunmaktadır. Ancak teknolojik değişme dışsal bir değişken olarak kabul edilmektedir. Karl Marx teknolojinin ekonomik kalkınmaya olan etkilerini sınıf ilişkisi içinde değerlendirmektedir. Schumpeterci yaklaşıma göre; yaratıcı yıkım ile ortaya çıkan yeni teknolojilerin, endüstrilerin oluşmasını sağlayan bir süreçtir. Bu süreç, teknolojik yenilik ekonomik büyümenin gelişmenin ana unsurudur. Evrimci kuramda ise teknolojik yenilik kısıtlanmamakta yönetim, bilgi ve finans gibi konuları da kapsamakta, teknolojik değişme içselleştirilmekte ve teknoloji ekonomik büyümenin temel belirleyicisi olarak kabul edilmektedir

2.3. Teknolojik Yenilik Kavramı ve Çeşitleri

Teknolojik yenilik kavramı, daha çok ürün ve üretim sürecindeki yenilikle ilişkilendirilmekle beraber mikro ölçekte firmaların makro ölçekte de ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır. Teknolojik yeniliğin kapasitesi, teknolojik yenilik yeteneği, teknolojik yenilik çeşitleri gibi birçok unsur teknolojik yeniliğe çok boyutlu ve sürdürülebilir bir yapı kazandırmaktadır. Bu bağlamda teknolojik yenilik kavramı ve teknolojik yenilik çeşitlerine açıklık getirerek sürdürülebilir bir büyüme doğrultusunda hedefler belirlemek, büyük önem taşımaktadır.

2.3.1. Teknolojik yenilik kavramı

İnovasyon, Latince “innovatio” kelimesinden türetilmiş olup, “yeni bir şey yaratmak” anlamına gelmektedir (Peters ve Pikkemaat, 2006). Teknolojik yenilik (inovasyon); ekonomik gelişmenin, verimliliğin ve uzun süreli performans artışının önemli sürükleyici gücüdür. Araştırmacılar ve konuyla ilgili çalışanlar, teknolojik yeniliğin gelişim sürecinin anlaşılmasına yoğun ilgi göstermişlerdir (Singh vd, 2015: 643).

Teknolojik yenilik; başarı, sürdürülebilir rekabet üstünlüğü ve firmaların varlığını devam ettirmesi için kilit rol oynayan faktörlerden birisidir. Teknolojik yenilik, yaratıcılığın mevcut durumunun daha iyi koşullara nasıl taşınacağı hakkındaki kesin bilgilere dayanmaktadır. Teknolojik yenilik, firma perspektifi açısından kalkınma, dönüşüm, düşüncelerin yeni kombinasyonlarla uygulanması, teknoloji, kapasite, kaynak ve yeni fikir ile davranışları geliştirecek amaçları içeren karmaşık bir süreç olarak algılanmaktadır. Teknolojik yenilikler; firmaların kazançlarını arttırma, üretim

ve dağıtım maliyetlerini azaltma ve müşterilerin ürünler için ödeme yapmasını ve isteğini arttıracak potansiyele sahiptir. Tarihte ve günümüzdeki yatırımlarda teknolojik yenilik sürecini sürükleyecek bilgi ve beceriler, birbirini tamamlayan bazı faktörlere bağlıdır. Bu faktörler çalışanların bilgi ve becerisi, Araştırma - Geliştirme faaliyetleri, yönetim metotları, firma kültürü ve içsel ve dışsal ağlardan oluşmaktadır (Tavassoli ve Karlsson, 2016: 631-650).

Son yıllarda teknolojik yenilik sistemlerine yönelik uygulamaların, literatürde hızlı bir artış gösterdiği görülmektedir. Teknolojik yenilik sistemi; aktörlerin ağları, kurallar ve belirli teknolojik alanlardaki teknolojik değişimin hızını ve yönünü etkileyen materyal yapıtlar olarak tanımlanmaktadır. Teknolojik yenilik sisteminin analizindeki amaç, yeni teknolojilerin yayılması ve geliştirilmesini destekleyen ya da engelleyen yapılar ve süreçler bağlamında belirli teknolojik alanların gelişmesini değerlendirmektir. Teknolojik yenilik sisteminde nihai hedef, bu gibi sistemlerin işleyişinde politika yapıcılar ve diğer aktörler için sorunlara çözüm getirecek çıkarımlar sağlamaktır. Teknolojik yenilik sisteminin yapısal öğeleri aktörler, ağlar, kurumlar ve altyapı olup bu öğelerin varlığının yanı sıra kapasiteleri de teknolojik yenilik sisteminin işleyişinde kritik öneme sahiptir (Reichardt, 2016: 11-21).

Ayrıca teknolojik yenilik yeteneği de, teknolojik yenilikler konusunda belirleyici bir unsurdur. Teknolojik yenilik yeteneği, birçok farklı kaynak içermekte olup oldukça karmaşık disiplinler arası ve doğrudan ölçülmesi mümkün olmayan bir kavramdır. Teknolojik yenilik, sadece teknolojik kapasiteye bağlı olmamasına karşın imalat, pazarlama, organizasyon, strateji planlaması, öğrenme ve kaynak tahsisi konularında teknolojik yenilik kapasitesine ihtiyaç duyulmaktadır (Razavi, 2016: 858). Bu çerçevede dört tip teknolojik yenilik yeteneği tanımlanmıştır (Yam vd. 2004: 1125):

1. Yeni ürünler geliştirerek piyasa gereksinimini karşılama yeteneği,
2. Uygun işlem teknolojisi kullanarak yeni ürünlerin imalatı yeteneği,
3. Yeni işlem teknolojisi ve yeni ürünleri piyasaya sürerek ve geliştirerek gelecekteki ihtiyaçları karşılama yeteneği,
4. Rakipler ve öngörülmeleyen koşulların yol açtığı beklenmedik teknolojik faaliyetlere karşılık verebilme yeteneği.

Bu yetenekler, firma ve şirket düzeyinde mevcut bulunmaktadır. Teknolojik yenilik yetenekleri, teknoloji, ürün, süreç, bilgi, deneyim ve organizasyon içeren bir tür kaynaktır. Teknolojik yenilik yeteneğinin geliştirilmesi, firmalara kazanç sağlamakta ve rekabet gücünü arttırmaktadır (Yam vd, 2004: 1124-1125).

Yeni teknoloji kullanımı ve yenilik yapabilmek uluslar arası rekabet gücünün ve “küresel ekonomi” içinde firmaların varlığının ve istihdam yaratabilmesinin temel unsuru olarak görülmektedir (Taymaz, 1997: 2).

2.3.2. Teknolojik yenilik çeşitleri

Firmanın içinde ve dışında sahip olduğu varlıklarını kullanarak piyasa isteklerine uygun yeni ürün hizmet üretmek yada bu süreçte uygulanacak yeni yöntemleri içermektedir Teknolojik yenilik, çok çeşitli uygulama alanlarına sahip olmasına karşın Oslo kılavuzunda teknolojik yenilik türlerinden söz edilmektedir. Bunlar; ürün yeniliği, organizasyonel yenilik, süreç yeniliği, pazarlama yeniliği olmak üzere dörde ayrılmaktadır.

2.3.2.1. Ürün yeniliği

Bir ürün yeniliği, “mevcut özellikleri veya öngörülen kullanımlarına göre yeni ya da önemli derecede iyileştirilmiş bir mal veya hizmetin ortaya konulmasıdır. Bu; teknik özelliklerde, bileşenler ve malzemelerde, birleştirilmiş yazılımda, kullanıcıya kolaylığında ve diğer işlevsel özelliklerinde önemli derecede iyileştirmeleri içermektedir” (OECD ve EU, 2005: 52). İyileştirme ile vurgulanmak istenen, özellikle fonksiyonel ve teknik özelliklerdir.

2.3.2.2. Organizasyonel yenilik

Organizasyonel yenilik, firmanın içindeki eğitim çalışmalarını, bilgi paylaşımlarını geliştirmeyi, iyileştirmeyi ve firma dışındaki kişi ve kurumlarla kurduğu ilişkilerdeki yenilikleri kapsamaktadır. Ürün ve hizmetlerin üretiminde yeni yolları, yeni tasarımları ifade eder.

Organizasyonel yenilik, firmaların ticari olarak yaptığı faaliyetlerinde, ticari organizasyonlarında dış ülkelerle olan ilişkilerinde yeni bir organizasyonel yöntem uygulanmasıdır (OECD ve EU, 2005: 55). Firmanın üretim, pazarlama, araştırma ve finans departmanlarının, bilgi paylaşımının ve bilgiye erişiminin sağlanması,

iyileştirilmesi amacıyla yurt içinde ve dışında ilk kez oluşturulan çalışma ekiplerinin ilk kez oluşturulan araştırma kurumları ile ilk kez işbirliği içinde olunması, üretim için dış kaynaklardan yararlanma, organizasyonel yenilik örnekleri arasındadır (Kılıç ve Keklik, 2012: 99).

2.3.2.3. Süreç yeniliği

Süreç yeniliği, bir ürünün veya hizmetin ortaya çıkarılmasında ürünün veya hizmetin sunulmuş yönteminde yapılan değişimleri kapsar. Süreç yeniliği, ürünün kalite veya maliyetindeki meydana gelen değişimler hariç kullanıcılar tarafından görülmeyebilir. Yeni bir üretim yöntemi olarak ifade edilebilir (Sabuncu, 2014:107-108).

Ürün ve hizmet üretiminde yeni tasarımları, yeni yolları ifade eder. Bu yenilik, “aynı zamanda yeni uygulanan teknikler, teçhizat veya yazılımlarda önemli değişiklikleri de kapsamaktadır” (OECD ve EU, 2005: 53). Burada iyileştirmeler teknik, ekipman veya yazılımda değişikliğe işaret etmektedir. Süreç yeniliğine örnek olarak Ulaşımında GPS takip ekipmanlarının kullanılması, yeni bir rezervasyon sisteminin turizm şirketleri tarafından kullanılması, Barkod veya RFID çiplerinin (Pasif Radyo Frekans Teşhis çipleri) kullanılması verilebilir (Kılıç ve Keklik, 2012: 98-99).

Uluslar arası rekabet, teknolojik değişimin istihdam üzerindeki etkisini belirleyen unsurlardandır. Firmaların yapılan süreç yeniliği sonucunda uluslar arası piyasalarda paylarını arttırmaları, üretim ve istihdamda da bir artış sağlayacaktır (Taymaz, 1997: 9).

2.3.2.4. Pazarlama yeniliği

Değişen pazar şartları pazarlamayı önemli konuma getirmiştir. Pazarlama yeniliği, satışları arttırmak amacıyla ürünün pazarda konumlandırılmasında, tanıtımında, tasarımında, fiyatlandırılmasında, sunumunda, ambalajlanmasında ve yeni pazarlar yaratılmasında yapılan yenilikleri kapsamaktadır.

Pazarlama yeniliği, “ürün tasarımı veya ambalajlaması, ürün konumlandırması, ürün tanıtımı (promosyonu) veya fiyatlandırmasında önemli değişiklikleri kapsayan yeni bir pazarlama yöntemidir” (OECD ve EU, 2005: 53). Var olan bir ürünün yeni bir paketle, ambalajla satışa sunulması, dekore edilmiş odalarda ürünlerinin görülmesini sağlayan temalara göre tasarlanmış mobilya satış odalarında ürünlerini sunmaları veya

televizyon dizilerinde ürünlerinin gösterilmesi, pazarlama yeniliğine örnek olarak verilebilir (Kılıç ve Keklik, 2012: 99).

2.4. KOBİ'lerde Teknolojik Yeniliği Etkileyen Faktörler

KOBİ'lerde teknolojik yeniliği etkileyen çok sayıda faktör bulunmaktadır. Bunlardan başlıcaları içsel ve dışsal faktörler, yönetim yapısı, finansman yapısı, Ar-Ge faaliyetleridir. Ayrıca teknolojik yeniliği engelleyen faktörler de söz konusudur.

2.4.1. İçsel ve dışsal faktörler

Teknolojik yenilik faaliyetlerini etkileyen faktörler arasında içsel ve dışsal olmak üzere ikili ayrıma gidilmektedir. İçsel faktörler, "İşletmelerin uyguladığı politikalar ve işletmenin karakteristiği" olarak ifade edilmektedir. Dışsal faktörler ise "İşletmenin faydalanabileceği dışsal etkenler" olarak tanımlanmıştır. Yenilikçiliği belirleyen önemli faktörlerden biri işletmenin bünyesinde bulunan alanında uzmanlaşmış bilim adamları, mühendisler ve liderlik vasıflarını barındıran donanımlı yöneticilerin varlığıdır. Teknolojik yeniliğe yönelik atılan adımlarda, geleceğe yönelik teknoloji politikası araçlarının kullanımı ve planlama çalışmalarının da önemli bir unsur olduğu bilinmektedir. Ayrıca KOBİ'lerin uyguladığı strateji ve işletmenin organizasyon yapısı, bu kapsamda önem taşımaktadır. Dış faktörler ise üç gruba ayrılabilir. Bunlardan ilki, diğer firmalarla ortaklıklardır. İkincisi, bilgi merkezleri ile olan bağlantılardır. Üçüncüsü ise finansal kaynaklara ve desteklere erişim sağlanmasıdır. İşletmeler, maliyetlerini düşürerek riskini azaltmak için işbirliğine gidebilmektedir. Bu bağlamda firmalar arası ortaklıklar ve tedarikçilerle müşteriler arasında yapılacak işbirliği yoluyla ürün ve hizmetlerin tasarımlarında yenilikler ve verimlilik artışı söz konusu olmaktadır. Tedarikçilerle ve müşterilerle yapılan işbirlikleri, hiç kuşkusuz KOBİ'lerin yenilikçilik seviyesini olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca teknolojik yenilik seviyesine etki eden bir başka faktör de bilimsel çalışma yapan kurumlarla olan ilişkilere (Yülek ve Daş, 2016: 560-561).

2.4.2. Yönetim yapısı

İnovasyon yönetimine ilişkin birçok çalışmada ortaya çıkan anahtar faktörlerin bir özeti, maddeler halinde sunulmuştur (Yam vd., 2004: 1125).

- İyi iç ve dış iletişim,
- İnovasyonu şirket çapında bir görev olarak ele almak,
- Dikkatli planlama ve proje kontrol prosedürleri uygulamak,
- Geliştirme çalışmalarında verimlilik ve kaliteli üretim,
- Güçlü pazar yönelimi,
- Müşterilere iyi teknik servis sağlamak,
- Yüksek kalite yönetimi.

Birçok çalışma, teknolojik yeniliğin KOBİ'lerin rekabetçiliğini arttırarak olumlu etkiler getirebileceğini göstermiştir. Şimdiye kadar, yeniliklerin nasıl daha iyi yönetilebileceği konusunda sanayiciler, akademisyenler ve hükümetlerden artan bir ilgi söz konusudur (Yam vd. 2004: 1123-1124).

2.4.3. Finansman yapısı

Yeni inovasyonlarla ilgili başarısızlık, bir KOBİ'nin inovasyon yörüngesini değiştirmesine yol açacaktır. Çünkü artan belirsizliklerini telafi etmek için yeni inovasyonlar, daha uzun zaman ve daha geniş bir vizyon gerektiren büyük bir ön yatırıma ihtiyaç duymaktadır. Olumsuz geri bildirim, yeni inovasyonlara yapılan ön yatırımların artması ihtimalini düşük kılmaktadır. Buna karşın, artarak devam eden inovasyon girişimlerinden kaynaklanan başarısızlığa dayalı çıkarımların, daha güçlü ve daha sağlam olma eğiliminde olduğu ve KOBİ'lerin başarısızlık olduğunda daha ısrarcı bir tavır sergilemesi gerekmektedir (Maslach, 2016: 714-716). Dolayısıyla finansman ve altyapısını tesis eden KOBİ'ler, inovasyon stratejilerine uygun bir bütçe planı hazırlayabilmelidir.

2.4.4. Ar-Ge faaliyetleri

Kullanılmakta olan Ar-Ge desteklerinin teorik çerçevesi Neo-Klasik iktisada dayanmaktadır. Ar-Ge harcamalarının, yatırımlarının arttırılmasının sağlanması için Ar-Ge desteklerine önem verilmektedir. Finansal destekler yoluyla işletmeler Ar-Ge faaliyetlerine yönelirken teknolojik gelişmelerini arttıracaklardır. Böylece toplum için optimum fayda yolunda ilerleme kaydedilmiş olacaktır (Akçomak, 2016: s.5).

Küresel rekabetin doruk noktasına taşındığı günümüzde hızlı gelişim ve büyüme gösteren KOBİ'lerin, Ar-Ge faaliyetlerine ağırlık veren yenilikçi işletmeler olduğu görülmektedir. Ar-Ge faaliyetlerine ağırlık verilmesinin, pazar payı ile ilgisinin bulunduğu yadsınamaz boyutlardadır. Yaşanan köklü değişimler ve küresel rekabet şartları, KOBİ'leri yenilikçiliği zorunlu kılmaktadır. Buradan hareketle Ar-Ge faaliyetleri, KOBİ'ler için vazgeçilmez bir faaliyet olup stratejik öneme sahiptir. Ar-Ge'ye yönelik bazı tanımlara aşağıda yer verilmiştir

Ar-Ge, “işletmelerde yeni ürün ve üretim süreçlerinin ortaya çıkarılmasına yönelik sistemli ve yaratıcı çalışmalardır.”

• Ar-Ge, “bilim ve teknolojinin gelişmesini sağlayacak yeni bilgileri elde etmek veya mevcut bilgilerle yeni malzeme, ürün ve araçlar üretmek, yazılım üretimi dâhil olmak üzere yeni sistem, süreç ve hizmetler oluşturmak veya mevcut olanları geliştirmek amacı ile yapılan düzenli çalışmalardır”.

• Ar-Ge, bilimsel bilgiye yönelik ürün ve süreç yeniliğine organize edilmiş çabalardır (Zerenler vd. 2007: 656-657).

Oslo Kılavuzu'na göre, Ar-Ge çalışmaları, işletmelerin yenilik faaliyetlerinden birisi olarak belirtilmektedir. OECD tarafından yayınlanan Frascati Klavuzu'na göre de Ar-Ge; “insan, kültür ve toplumun bilgisinden oluşan bilgi dağarcığının artırılması ve bu dağarcığın yeni uygulamalar tasarlanmak üzere kullanılması için sistematik temelde yürütülen yaratıcı çalışmalardır.” Ar-Ge harcamaları, işletmedeki teknolojik yenilik faaliyetlerine yönelik çabaların seviyesini ortaya koyan en yaygın ölçütler arasında yer almaktadır (Yülek ve Daş, 2016: 557).

Ar-Ge faaliyetlerinin temel amacı, durmadan değişim gösteren bir çevrede ayakta durmaya çalışan işletmelerin, söz konusu değişime uyum sağlayarak büyümelerine katkı sağlamak ve ekonomik canlılıklarında devamlılık oluşturmaktır. Bu çerçevede Ar-Ge faaliyetlerinin amaçlarından bazıları, şu şekilde sıralanabilir (Zerenler vd 2007: 658):

- Yeni süreçleri ve ürünleri geliştirmek,
- Var olan ürün ve malzemeler için yeni kullanım alanları geliştirmek,
- Yeni üretim teknikleri bulmak veya mevcut üretim tekniklerini geliştirmek,
- Rakip işletmelerin gelişmelerini takip ederek rekabet gücünü korumak,

- İşletmede verimlilik artışını sağlamak,
- Üretim maliyetlerinin düşürülmesini sağlamak,
- İşveren-işçi ilişkilerinin geliştirilmesini sağlamak,
- Bilgilerin yönetime zamanında ve doğru bir şekilde ulaşmasını sağlayacak yönetim bilişim sisteminin kurulmasını sağlamaktır.

Endüstriyel yapıların gelişmesi, küresel normların değişmesi, tüketici zevk ve tercihlerinin farklılaşması gibi unsurlar, KOBİ'ler açısından takip edilmesi zorlu süreçlere yol açmaktadır. KOBİ'lerin sadece bazıları, Ar-Ge eylemlerine yönelerek teknolojik verilere ulaşabilmekte, uygulamalı araştırma gerçekleştirebilmekte ve bilgiler anlamlı hale getirebilmektedir. Özellikle küçük işletmeler, pazar payını arttırmak ve yenilikçi stratejiler izlemek için Ar-Ge departmanı kurmayı düşünse de, ilgili departmana ilişkin program ve bütçe oluşturmak önemli bir sorun olarak öne çıkmaktadır (Atay, 2013: 165). Ar-Ge harcamaları mevcut kaynakların kullanımını etkin hale getirerek teknolojik yenilikler üretebilmeyi sağlayan bir yatırım mekanizması olarak düşünülebilir. Bu yatırımın en önemli girdisi ise bilgidir. Bilgi temelli yatırımlar, teknolojik yeniliklere zemin oluşturmaktadır.

2.5. KOBİ'lerde Teknolojik Yeniliği Engelleyen Faktörler

Teknolojik yenilikleri uygulamak çeşitli zorluklar içermektedir. Teknolojik yeniliklere yönelik engellerin saptanması bu bağlamda öncelik taşımaktadır. Söz konusu engellerin belirlenerek sınıflandırılması, teknolojik yenilik çalışmalarında büyük önem taşımaktadır. KOBİ'lerin yapılarına göre karşılaşılan engeller farklılık gösterebilmektedir. KOBİ'lerin teknolojik yenilik konusunda karşılaştığı bazı engeller, şu şekilde sıralanabilir (Örücü vd. 2011: 65):

- Yeterli fonların bulunmaması,
- Yeniliğin yüksek risk taşıması,
- Teknolojik olarak know-how eksikliği,
- Ulaşılması zor ya da pahalı teknolojilerin olması,
- Nitelikli, uzman personel eksikliği,
- Yeniliğe yeterli zaman ayıramama,
- Yeniliğe yeterince ihtiyaç duyulmaması,
- Yenilikleri pazarlayamamak ya da ticarete dönüştürememek,

- Müşterilerin talep baskısı,
- Müşteri ihtiyaçlarının gizliliği.

Buradan hareketle, yeni teknolojilere yatırım yapabilecek kaynaklardan yoksun olan KOBİ'lere finansman sağlayacak finans sektörüne yönelik kurumsal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi büyük öneme sahiptir. KOBİ'leri bilgi üreten işletmeler konumuna taşıyacak adımların özenle atılması, ekonomik büyümenin uzun vadeye yayılmasına olanak tanıyacaktır.

2.6. Teknoloji Politikasının Amaç ve Araçları

Teknoloji politikası, “devletin teknolojik değişim sürecini etkilemek amacıyla ekonomiye müdahalesini içeren politikalar bütünüdür.” Diğer bir deyişle, devlet verimlilik artışı ve ekonomik etkinlik gibi amaçlarla teknolojik değişim sürecine, teknolojik değişimin yönüne ve hızına müdahalede bulunmaktadır (Yıldırım, 2004).

Literatür incelendiğinde misyon odaklı teknoloji politikası ve yayılma odaklı teknoloji politikası olmak üzere iki tür teknoloji politikası mevcut olduğu görülmektedir. Misyon odaklı teknoloji politikasını temsil eden ülkeler başta ABD, İngiltere ve Fransa olup misyon odaklı teknoloji politikası, daha çok askeri amaçlı teknolojilere dayanmaktadır. Yayılma odaklı teknoloji politikaları temsil eden ülkeler ise başta Almanya ve Japonya olup söz konusu teknoloji politikası ise sivil tüketime yönelik mal ve hizmetlerin karşılanmasına öncelik vermektedir. Bu iki teknoloji politikasının zaman zaman birbirine yakınsadığı ve iç içe geçtiği görülebilmektedir. Dolayısıyla ülkeleri izlediği teknoloji politikasına göre mutlak bir ayrıma tabi tutmak mümkün olamamaktadır (Seyrek ve Sarıkaya, 2008: 54-55).

Teknolojik yenilik, ekonomik büyümede kilit rol oynayan bir faktör olarak firmaların rekabet gücü üstünlüğüne kaynak oluşturmaktadır. Çoğu hükümet, ekonomik büyümede teknolojik yeniliğin oynadığı rolün farkındalığına sahiptir. Buradan hareketle hükümetler, araştırma ve geliştirmeyi özendirici faaliyetleri teşvik eden, becerili çalışanların eğitimini destekleyici programları uygulayan ve bilgi paylaşımını ve bilginin yayılmasını teşvik eden organizasyonlar yapan politikalar tasarlamaktadır. Teknolojik yenilik faaliyetlerinin sonuçları ve belirleyicilerinin bulunması, politika yapımcıların en önemli amaçlarından birisidir (Cozzarin vd, 2016: 1).

Devletler, teknolojik yenilik faaliyetlerine yönelik beklentileri karşılamak amacıyla çeşitli araçlara başvurmaktadır. Tablo 2.1.'de genel olarak teknoloji politikası amaçlarına ulaşmak için kullanılan teknolojik politika araçları gösterilmiştir.

Tablo 2.1. Teknolojik Politika Araçları

Politika Aracı	Örnekler
Devlet Girişimi	Yeni sanayilerin kurulması ve devletin yeni teknolojilerin kullanımına öncülük etmeleri. Devlet endüstrileri tarafından yapılan yenilik
Bilimsel ve Teknik	Araştırma laboratuvarlarının, araştırma kurumlarının, bilgili toplulukların desteklenmesi
Eğitim	Teknik eğitim, çıraklık (staj) plan ve projeleri. Genel eğitimi
Enformasyon	Kütüphaneler, irtibat hizmetleri, danışmanlık hizmetleri, enformasyon ağları
Finansal	Krediler, finansal paylaşım anlaşmaları, cihazların, binaların veya hizmetlerin tedariki, hibeler, kredi garantileri
Vergileme	Vergi muafiyetleri, vergi afları, dolaylı ve bordro üzerinden vergileme, yeni vergi programları
Yasalar ve Düzenlemeler	Çevre ve sağlık ile ilgili düzenlemeler
Politik	Bölgesel politika, devlet konsültasyonları, yenilik yapanların ödüllendirilmesi veya onurlandırılması
Tedarik Politikası	Ar-Ge anlaşmaları, merkezi veya yerel idarenin satın alımları ve anlaşmaları
Devlet Hizmetleri	Devlet binaları, sağlık hizmetlerinde satın alımlar, bakım, denetim ve yenilik, inşaat
Ticari	Ticaret anlaşmaları, tarifeler, kambiyo düzenlemeleri

Kaynak: Durgun ve Aslan, 2013

Teknoloji politikalarının gerekliliği bağlamında ileri sürülen en güçlü sav, piyasanın yetersizliği ve etkinsizliğidir. Teknolojik değişim sürecine ilişkin faaliyetler, piyasa koşullarına bırakıldığında zaman zaman arzu edilen sonuçlar doğurmamaktadır (Yıldırım, 2004).

Yeni teknoloji kullanımı ve yenilik yapabilmek uluslar arası rekabet gücünün ve “küresel ekonomi” içinde firmaların varlığının ve istihdam yaratabilmesinin temel unsuru olarak görülmektedir (Taymaz, 1997: 2).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KOBİ'LERİN REKABET GÜCÜNÜN ARTTIRILMASINDA TEKNOLOJİK YENİLİĞİN ROLÜ

KOBİ'lerin rekabet gücünün arttırılmasında, teknolojik gelişmeler ve inovasyon günümüzde oldukça önemli hale gelmiştir. KOBİ'lerin sürdürülebilir bir yapı içerisinde kalıcı olarak var olabilmesi, teknolojik yenilikleri kullanabilmesine bağlı olarak şekillenmektedir. Üçüncü bölümde, rekabet kavramı ve rekabet gücüne ilişkin teorik çerçeve incelenmektedir. Bu bağlamda öncelikle rekabet gücünün kavramsal çerçevesi ve literatürüne yer verildikten sonra rekabet gücü yaklaşımları ve aşamaları açısından ele alınmaktadır. Ardından KOBİ'lerin rekabet gücü üzerinde durularak KOBİ'lerin rekabet gücünün arttırılmasında teknolojik yeniliğin rolü değerlendirilmektedir. Son olarak KOBİ'lerin rekabet gücünün arttırılmasında teknolojik yeniliğin rolüne ilişkin SWOT analizi gerçekleştirilmiştir.

3.1. Rekabet Kavramı ve Yaklaşımları

Rekabet kavramı, firmaların piyasaya hakim olmak, üstünlük sağlamak amacıyla yaptıkları etkinliklerin bütünüdür. Günümüzde bütün şiddetiyle yaşanan rekabet işletmelerin sürekliliklerini sağlamak, ürün kalitesini yükseltmek, maliyetleri azaltarak kar marjlarını arttırarak varlıklarını devam ettirebilme mücadelesidir.

3.1.1. Rekabet kavramı

Rekabet kavramı, genel anlamda uzun zamandır uygulanan ekonomik sistem olan Kapitalizmin önem verdiği konular arasında yer almaktadır. Ayrıca Taylorizm ve Fordist Üretim Biçimi'yle ilişkili olarak yönetim biliminin kapsamı içerisinde yer almaktadır. Günümüzde kamusal örgütlenmelerin çok uluslu şirketler tarafından şekillendirildiği görülmektedir. Buradan hareketle, devletin organizasyonlarına yön veren şirketler, pazar paylarını genişletmek adına rekabet savaşları çıkarabilmektedir (Çelik, 2011: 7).

Schumpeterci anlayışa göre; rekabetçi süreç yeni ürünlerin icadı ile geçici tekelleri tahrip eden bir süreçtir, eski yapının yıkılarak yenisinin oluştuğunu ancak bu yeni

yapının daha kaliteli ve yeni ürünlerin ortaya çıkmasına neden olduğu için yaratıcı bir yıkımdır.

Rekabet, firmaların yenilikçi olmasını ve sahip oldukları teknolojilerini geliştirerek yeni teknolojiler geliştirmeye zorlamaktadır. Böylece yeni şirketlerin kurulması sağlanmakta, Ar-Ge faaliyetleri artmakta, yeni ürünlerin ve hizmetlerin geliştirilmesine sebep olmaktadır. Firmaların çoğunluğu, benzer alanlarda faaliyet gösterdiği için işgücü firmalar arasında geçiş yapabilmektedir. Böylece bilgi firmalar arasında aktarılmakta, rekabet ve dolayısıyla büyüme artmaya devam etmekte ve söz konusu büyüme, kümenin dikey entegrasyonunu arttırmakta ya da sektörün yatay entegrasyonuna yol açmaktadır. Dikey entegrasyonun artması; üretim maliyetinin azalmasına, iş bölümünün daha uzmanlaşmış hale gelmesine, firmaların güçlenmesine ve yeni pazarlara girmeleri anlamına gelmektedir. Yatay entegrasyon ise, ürün çeşitliliğinin artmasına, bir sektörde geliştirilen yeni teknoloji ve becerilerin farklı sektörlerdeki ilişkili sanayilere uygulanmasına, risklerin ve belirsizliklerin azaltılarak piyasa değerinin artırılmasını sağlamaktadır. (Elçi, vd. 2008: 43).

Rekabet yoluyla tüketicilerin satın alımlarını düşük fiyat, yüksek kalite, seçim özgürlüğü ve teknolojik olanaklarla en iyi koşullarda yapması güvenceye alınmaktadır. Rekabet, ekonomide tekeli önlemekte ve girişimi teşvik etmektedir.

3.1.2. Rekabet çeşitleri ve yaklaşımları

Piyasa, alıcı ve satıcıların karşı karşıya geldikleri yerdir. Rekabete uygun olmayan piyasada rekabet kurallarının işlemezden söz edilemez. Rekabetin etkin bir şekilde oluşması piyasanın yapısına ve koşullarına bağlıdır. Piyasa koşullarına göre farklı kriterler dikkate alınarak çeşitli rekabet sınıflandırmaları yapılması mümkündür.

İktisat teorisinde altı kategorili bir sapma sıralaması yapılmaktadır. Bu sıralamaya göre, (Timurçin, 2010: 16).

- Saf monopol (Tekel): Rakibi olmayan, pazar payı %100 olan işletilmektedir.
- Hakim işletme: Alanında rakibi olmayan, pazar payı %40'ın dan fazla olan işletmelerdir.

- Sıkı oligopol: Az sayıda birbirleriyle etkileşim içinde bulunan aralarında anlaşma yapmaları söz konusu olan işletmelerin oluşturduğu ve rekabetin koşullarının gerçekleşmediği oligopoldür.
- Gevşek oligopol: Aralarında anlaşma yapmaları söz konusu olmayan, rekabet koşullarının gerçekleştiği oligopoldür.
- Monopollü rekabet: “Karşılıklı etkileşim içinde olmayan çok sayıda işletmenin ürün farklılaştırması yoluyla piyasanın negatif eğimli bir talep eğrisine sahip olması durumunda ortaya çıkan rekabet biçimidir.”
- Tam rekabet: Alıcı ve satıcılar tek başlarına fiyatı, piyasayı etkileyemezler, önceden belirlenmiş fiyatı kabul etmek zorundadırlar. Piyasada çok sayıda alıcı ve satıcı vardır. Piyasaya giriş çıkışlar serbestir.

3.2. Rekabet Gücünün Kavramsal Çerçevesi

Araştırmacı ve bilim insanlarının rekabet gücüne farklı bakış açılarıyla yaklaşımları ve konuyu çok boyutlu incelemeleri, rekabet gücünün disiplinlerarası olarak değerlendirilmesi sonucunu doğurmuştur. Literatürde rekabet gücünün çok yönlü ele alınması ve günümüzde halen tartışılan bir kavram olmasının temeli, farklı disiplinler tarafından yorumlanmasına bağlanabilir.

OECD’ye göre, bölgesel rekabet gücünün artırılması, küresel ekonomik ve siyasi büyümenin gerçekleşmesini sağlamaktadır. Küresel pazarda başarılı olabilmek için bölgelerin sahip oldukları potansiyellerini, yaratıcı güçlerini ortaya çıkarmaları büyük önem taşımaktadır (Elçi, vd. 2008: 39).

Rekabet gücü çeşitli görüşler sunularak devamlı olarak gündemde tutulan bir kavram olmasına karşın, üzerinde fikir birliği sağlanan tek bir tanımı bulunmamaktadır. Çeşitli zaman dilimlerinde konuya açıklık getirmek için yapılan rekabet gücü tanımları, şu şekilde özetlenebilir:

- Scoot ve Lodge’e göre rekabet gücü, ülke kaynaklarından elde edilen kazançları artarken uluslar arası ticarete sunabilecekleri ürün ve hizmetleri üretebilme, pazarlayabilme ve dağıtabilme gücüdür.
- Hastasapoulos, Krugman ve Summers (1988)’e göre rekabet gücü, yaşam kalitesinde artışlar olurken, ülkenin dış ticaret bilançosunun dengeye getirilebilme özelliği şeklinde tanımlanır.

- Fagerberg (1988)'e göre rekabet gücü, ülkenin dış ticaret bilançosunda sorunlar olmadan, ülkenin büyüme hedeflerinin gerçekleştirilmesidir.
- Velloso (1991)'e göre rekabet gücü, diğer dünya ülkelerinin sağlamış olduğu standartlara ulaşılması, uluslar arası pazarlardaki katılım payının artırılması demektir.
- OECD (1992)'e göre rekabet gücü, yabancı ülkelerdeki talebe uygun ürün üretebilme ve aynı zamanda ülkenin reel gelirinin artışını sağlayabilme özelliğidir.
- AB Komisyonu (1994)'na göre rekabet gücü, sıkı rekabet ortamında ülkelerin, firmaların üretim faktörlerinin getirilerini arttırabilmeleridir.

Rekabet gücü kavramı; firma-endüstri (mikro) ve ülke (makro) düzeyde olmak üzere farklı şekillerde tanımlanmıştır. Mikro düzeyli yaklaşımda firmalar arası rekabet, makro düzeyli yaklaşımda ise ülkenin uluslar arası rekabetteki yeri ele alınmıştır (Çivi, 2001: 21).

3.3. Rekabet Gücü Yaklaşımları

Rekabet gücü literatür'ü incelendiğinde, rekabet gücünü açıklayan geleneksel yaklaşımların yerini M.E. Porter'ın yaklaşımının aldığı görülmektedir. Rekabet Gücü Yaklaşımları, iktisatçıların yön verdiği Klasik Rekabet Gücü yaklaşımları ve rekabetçi üstünlüğü öne çıkaran Porter'ın uluslar arası rekabet gücüne açıklık getiren yaklaşımı olmak üzere iki kategoride değerlendirilebilir.

Rekabet Gücü Yaklaşımları; Klasik Rekabet Gücü, İşletme Odaklı Yaklaşım, Porter'in Rekabet Gücü Yaklaşımı, Bilgi Temelli Yaklaşım, Rekabetçi Üstünlük ve Bağlantılı Yaklaşım ve Porter'in Rekabet Üstünlüğü Oluşturmada Beş Güç Modeli olmak üzere sınıflandırılabilir.

Klasik Rekabet Gücü Yaklaşımın'da uluslar arası ticarete rekabet gücünün elde edilmesi ve faktor verimliliği maliyet farklılıkları üzerinden açıklanmaktadır. Adam Smith maliyetler üzerinden mutlak üstünlükten bahsederken, David Ricardo ise Smith'in modelinin eksik kısımlarını geliştirerek rekabetin karşılaştırmalı olarak üstünlük sağlayabileceğini savunmuştur. Rorter rekabet gücüne neden olan faktörleri, bir bütün olarak değerlendirmiştir (Gökmenoğlu vd. 2012: 6-7).

3.3.1. Klasik rekabet gücü yaklaşımları

Rekabet gücüyle ilgili klasik görüşlerin temeli, Richard Cantillon'a kadar uzanmaktadır (Gürkan ve Ayaş, 2004: 5). Cantillon girişimcinin önemine vurgu yapmıştır.

Rekabet gücünü açıklayan diğer bir iktisatçı Adam Smith'e göre faaliyetlerin coğrafi dağılımı, işbölümü ve uzmanlaşma rekabet gücünü etkilemektedir. Ekonomik faaliyetlerin kuruluş yerinin seçimi hammadde ve enerji kaynaklarının varlığı, kaynakların belirli yerlerde yoğunlaşması gibi faktörlerin yanı sıra coğrafi konum ve ulaşım imkanları da rekabet gücünün belirlenmesinde önemlidir.

Smith; malın değerinin, o mal için sarf edilen veya satın alabileceği emek miktarı olduğunu ifade eder. Mutlak Üstünlük Teorisi ile de her ülkenin daha avantajlı, mutlak olarak daha üstün olduğu düşük maliyetle ürettiği ürünün üretiminde uzmanlaşması gerektiğini yüksek maliyetle ürettiği diğer ürünleri ise başka ülkelere alarak her iki ülke içinde karlı bir ticaretin gerçekleşeceğini ileri sürmektedir. Maliyet kavramı emek faktörünü içermektedir emeği veriminden bahsedilmektedir. Bu teori eğer bir ülke bütün üretim alanlarında mutlak üstünlüğe, avantaja sahip ise ne olacağı konusunda eksiklik taşımaktadır. Bu durum David Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi ile açıklanmaktadır. Ülkeler mutlak değil nispi olarak avantajlı olduğu ürünü üretmelidir. Ricardo'ya göre her ülke üretim faktörlerinin dağılımı ve doğal etkenler açısından farklıdır. Ricardo teorisi, her ürün için yalnızca bir ülkenin ideal olarak belirlediği kuruluş yeri olması gerektiğini ortaya koyarak üretimin uluslar arasındaki dağılımına vurgu yapmıştır (Dinler, 2012: 10).

3.3.2. İşletme odaklı yaklaşım

İşletme odaklı yaklaşımda işletmenin sahip olduğu güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi için içsel kaynakların analizi yapılmaktadır. Son zamanlarda yapılan çalışmalar genellikle işletmenin içsel analizine odaklanmaktadır. Bu analizde, yetenekler ile kaynaklar arasındaki farklılığın işletme tarafından revize edilmesi ve korunması öne çıkmaktadır. İşletmeler için gerekli olan kaynaklar piyasada kazanılabilir. Yetenekler ise işletmenin bilgi ve beceri yaratmasına yönelik olarak kullandığı kaynakların bir sonucudur. Bu bağlamda kaynak tabanlı görüşü, kaynaklar ve yeteneklerin işletmenin etkisiyle sürekli değiştiğini vurgular (Timuçin, 2010: 195).

3.3.3. Porter'in rekabet gücü yaklaşımı

Porter, rekabet gücü ile ilgili en kapsamlı çalışmaları yapmıştır. Porter'ın Rekabet Gücü Modeli, rekabet gücüne neden olan unsurları bütüncül bir çerçevede ele almıştır. Bu yaklaşımda, rekabet gücü işletme düzeyinde değerlendirilmekte ve “ işletmelerin uluslar arası piyasaların sınavından geçebilen mal ve hizmet üretme yeteneği olarak tanımlamaktadırlar. İşletmelerin öncelikle rekabetçi unsurları ortaya koymaları gerekmektedir. Beşeri ve fiziki kaynaklar olarak adlandırılan nedenler, işletmeye görece durumları ölçüsünde üstünlük sağlar (Ayaş, 2002: 2-3).

Porter, rekabet gücü analizinin endüstriyel yapının analizi ile birlikte incelenmesi gerektiğini belirtir. Ekonomiye yönelik oluşturulan devlet politikalarının temel hedefinin, iş gücü, sermaye, alt yapı gibi ülke kaynaklarının yüksek verimliliğe sahip ve verimlilik artışını yakalamış endüstriler arasında dağıtılmasının olduğunu ifade eder (Çivi, vd. 2008:7)

Beşeri sermaye yetenekleri; girişimcilik ve yönetim yeteneği ve çalışanların becerilerini kapsamakta ve rekabet gücü, davranışsal boyutta ele alınmaktadır. Örgüt yeteneğinin gelişmesi, kişisel bilgi ve becerilerin geliştirilmesi bağlamında işletmelerin uzun dönemli rekabet gücünü ve verimlilik artışlarını sağlayan önemli bir unsurdur (Mann vd.1999: 127).

3.3.3.1. Elmas modeli

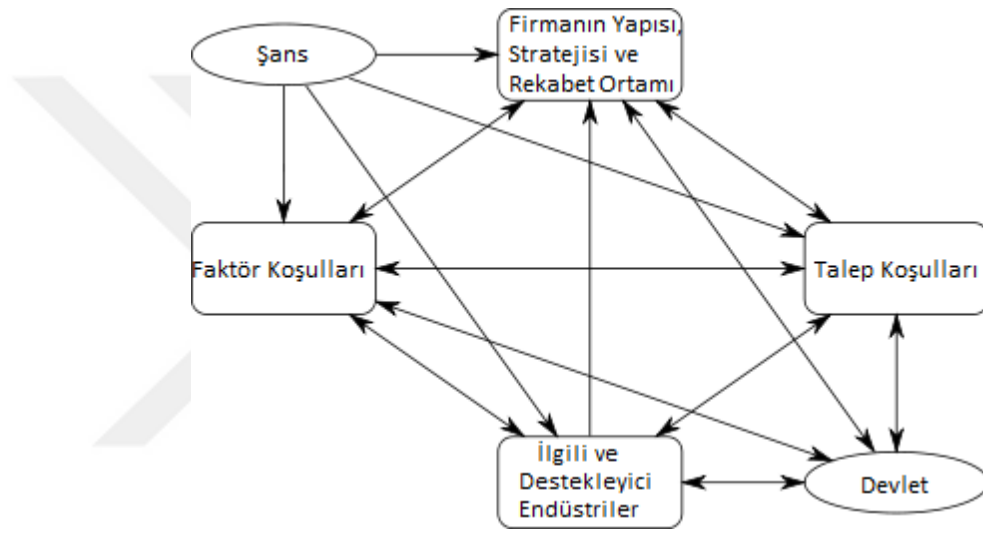
Porter'a göre rekabet gücünün firma ve sektör düzeyinde analizinde dört temel faktörün incelenmesi gerekmektedir. Elmas modelini geliştiren Porter, bu çerçevede on farklı ülkede başarı kümeleri ve rekabetçi üstünlüğü endüstrilerdeki dinamik süreçleri analiz etmiştir (Erenler vd. 2012: 4). Söz konusu ülkeler ABD, Almanya, İsviçre, İsveç, Danimarka, İtalya, Japonya, Güney Kore, Singapur ve İngiltere'dir. Porter, kaynak yetersizliğinden dolayı sınırladığı çalışmasını uluslar arası ticarete sanayileşme hamleleri ile dikkat çeken ülkeleri çalışmasına dahil etmiştir (Arıç, 2013: 91).

Elmas Modeli'nde, elmasın dört köşesini oluşturan rekabet gücünü belirleyen dört faktörden söz edilmektedir. Bunlar; faktör koşulları, talep koşulları, destekleyici endüstriler, firmaların yapısı, stratejisi ve firmalar arasındaki rekabet ortamıdır. Bu

analiz, firmaların kuruluşu, organizasyonu ve yönetimi hakkında bilgi edinmemizi sağlar, rekabetin yapısı firmaların rekabet üstünlüğünü de etkiler. (Porter, 1990: 78)

Ayrıca Porter yaklaşımında rekabet gücüne destek olarak iki dışsal belirleyicisi bulunmaktadır. Bunlar, devlet ve şans faktörüdür (Porter, 1990: 73). Tek başlarına belirleyici olmayan şans ve devlet faktörleri, dört faktörü etkilemektedirler (Porter, 1990: 127).

Şekil 3.1. Porter'in Elmas Modeli



Kaynak: Porter, 1990: 127

• **Faktör koşulları:** Rekabet gücünün elde edilmesi açısından nitelikli işgücü, alt yapı ve doğal kaynaklar önem taşımaktadır. (Porter, 1990: 71). Üretim sürecinin girdilerini oluşturan sermaye, bilgi, işgücü ve altyapı yatırımları rekabet gücünü etkileyen üretim faktörleri arasında bulunmaktadır (Porter, 1990: 74).

Porter, temel faktörler ve gelişmiş faktörler olmak üzere faktör koşullarını ikiye ayırmıştır. Rekabet avantajı elde etmede gelişmiş faktörlerin kullanılmasını önemine dikkat çekmiştir. Temel faktörler basit teknoloji gerektiren geleneksel tarıma dayalı sektörlerde kullanılırken, gelişmiş faktörler ileri teknoloji gerektiren, nitelikli işgücü ve modern alt yapı gerektirmektedir (Arslan ve Şahin, 2016, s. 4).

• **Talep Koşulları:** Talep koşulları, sunulan hizmete olan talebin çeşitliliğini ifade eder. Küreselleşmenin ve ulaşım teknolojisindeki gelişmelerin sonucunda yeni hizmet

sektörleri ortaya çıkmaksına mevcut sektörlerin yenilenmesine yol açmaktadır. Talep koşulları da bu sürecin yönlendiricisi durumundadırlar (Porter, 1998: 258). Endüstrilerde üretilen mal ve hizmetlere olan yerel talep ve yerel tüketiciler, rekabet gücünü arttırmada önemli bir işleve sahiptir. “Burada ele alınan yerel pazarın büyüklüğü değil yerel talebin kalitesidir”. Gelişmiş ürünler talep eden bilinçli tüketiciler, endüstrileri bu talepleri yerine getirmesi için yenilikçiliğe sevk ederler (Gökmenoğlu vd, 2012: 13). Böylece talep, uluslar arası sahnede yüksek kalitede ürünleri ön plana çıkararak rekabetçi üstünlükte pay sahibi olabilmekte ve sürdürülebilir bir rekabet sağlayabilmektedir. Bu bakımdan Porter, rekabet gücünün artırılmasını tetikleyen yerel talep koşullarının, ürün kalitesinin artışı sağlayarak firmalara ivme kazandıracığı konusuna önem vermektedir. (Porter, 1990: 89). Dolayısıyla talebin niteliği ve müşterilerin seçiciliği, rekabet sürecinde kritik bir öneme sahiptir (Erenler vd. 2012: 4).

• **İlgili ve Destekleyici Endüstriler:** Rekabet gücünü destekleyecek yan endüstrilerin olması, rekabet gücüne sahip yerel endüstrilerin varlığı, ülkenin yoğunlaştığı endüstrilerle bağlantılı olup rekabetçi üstünlükde önemli bir belirleyicidir. Ana endüstri ile bağlantılı yerel endüstriler, ana endüstriye maliyet-etkin, hızlı ve öncelikli girdi temin ederek avantaj sağlayabilmektedir (Gökmenoğlu vd, 2012: 13). Nitekim Porter kümelenmeyi, belirli alanlarda hem rekabet eden hem de işbirliği içerisinde olan şirketlerin, uzmanlaşmış tedarikçilerin, hizmet temin edenlerin, ilişkili endüstrilerdeki firmaların ve ilgili kurumların coğrafi yoğunlaşmaları olarak tanımlar (Sungur ve Keskin, 2009: 115). Kümelenme bakımından üç temel özellik, ön plana çıkmaktadır. İlki, firmaların kümelenmeyle birbirleriyle üretim sistemi dahilinde yatay ve dikey olarak ilişki halinde bulunmasıdır. İkincisi, firmaların aynı coğrafyada yerel ölçekte kurulmuş olmasıdır. Firmaların birbirine yakın olmaları, karşılıklı bilgi akışını kolaylaştırarak yenilikçiliği teşvik etmektedir. Üçüncüsü, kümelenmenin gerçekleşmesi için sadece fiziki yakınlık yeterli olmamakta, kümelenmenin verimlilik ve yenilikçilik sağlaması gerekmektedir (Tutar vd, 2011: 96-97). İlgili ve destekleyici endüstriler, rekabet gücünün geliştirilmesi ve sürdürülebilir olması yönünde etkilere sahiptir. Tedarikçi endüstrilerin ve birbirini tamamlayıcı nitelikte ilgili sektörlerin varlığı, rekabetçi üstünlük sağlamada kritik öneme sahiptir (Porter, 1990: 100). Bu

çerçevede önsel ve gerisel bağlantıların dikkate alınması, etkin sonuçlara ulaşma noktasında önemlidir.

• **Firmanın Yapısı, Stratejisi ve Rekabet Koşulları:** Firmaların organizasyon yapıları, stratejileri ve hedefleri ülkeler arasında çeşitli farklılıklar gösterebilmektedir. Firmaların örgütsel yapıları, yönetim şekli, yenilikçilik kapasiteleri ve içinde buldukları rekabet yapısı, rekabet gücünü belirlemede öne çıkmaktadır. Dolayısıyla uluslar arası başarı sağlamak adına mevcut rekabet yapısı, yenilikçi süreçlerde çok önemli bir rol oynamaktadır (Porter, 1990: 107-108). Rekabet gücünün geliştirilmesi noktasında değer zincirinin yeniden yapılandırılması zor ve maliyetlidir. Buna karşın, firmaların önceki strateji ve yatırımlarına bağlı etkilerden sıyrılıp düşük maliyetli yeni stratejiler benimsemesi gerekir (Porter, 1990: 52). Ülkenin rekabet yapısı, piyasanın tam rekabetçi yada dışa açık olması durumu, uluslar arası rekabet gücü üzerinde belirleyici olmaktadır. Piyasadaki rakiplerin durumu, diğer firmaların gelişmesi ve yenilik yapma çabaları konusunda belirleyici olmaktadır. Rakipler maliyetlerin azaltılmasında, hizmet kalitesinin artırılmasında, yeni ürünlerin geliştirilmesinde baskı unsuru oluşturmaktadır (Alsaç, 2010: 20). Ayrıca piyasa yapısı, koşullara göre farklılık gösterebilmektedir. Üretim koşullarının belirleyici olduğu piyasalarda oligopolcü yapı, bölgeyi geliştirirken talep koşullarının belirleyici olduğu piyasalarda rekabetçi yapıya sahip bölgelerin rekabet gücü gelişmektedir (Gürkan ve Ayaş, 2004: 14).

Elmas Modeli'nde, faktör koşulları ile ilgili ve destekleyici endüstriler, firmaların kaynaklarının güçlendirmesini sağlarken, talep koşulları, firmanın yapısı, stratejisi ve rekabet koşulları ise mevcut piyasada rekabet gücünü arttırmada önemli bir işleve sahiptirler. (Grant, 1991: 545).

Uluslar arası ticarete rekabet gücü yaklaşımları genel olarak olarak değerlendirildiğinde Richard Cantillon, Adam Smith ve David Ricardo'nun modellerinin klasik iktisat temelli olduğu görülmektedir. Klasik Rekabet Gücü Yaklaşımında emeğin verimliliği ve coğrafi özellikler üzerinden rekabet üstünlüğü sağlanacağı açıklanmış, ancak rekabeti oluşturan diğer unsurları dikkate almamıştır. Porter'ın rekabet gücü yaklaşımında rekabeti oluşturan faktörleri, sadece üretim faktörleri olarak değil diğer unsurları faktörleri de teorisine dahil etmiştir.

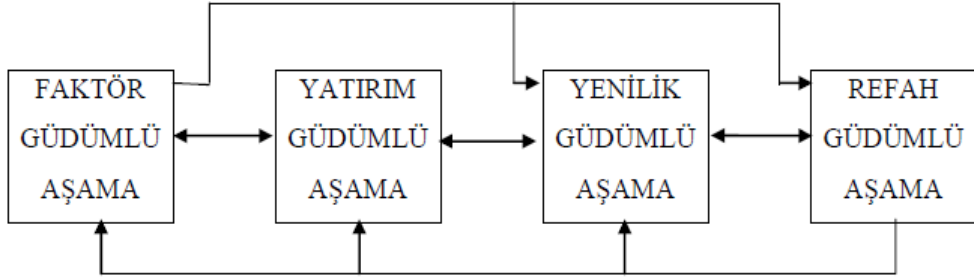
Mutlak Üstünlük Teorisi ve Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi'nde maliyeti belirleyen Emek-Değer Teorisi kapsamında emektir. Ricardo ve Karl Marx'da Smith'den etkilenmiş emeğin, ürünün fiyatını, değerini, maliyetini belirleyeceğini belirtmişlerdir.

Porter uluslar arası rekabet gücü üzerinde sadece faktör koşullarının etkili olmadığını diğer faktörlerin de etkisini açıklamıştır.

3.3.3.2. Rekabet gücünün gelişme aşamaları

Porter'a göre rekabet gücünü gösteren gelişmeler, dört aşamada ele alınmaktadır. Bu aşamalar; faktör güdümlü gelişme aşaması, yatırım güdümlü gelişme aşaması, yenilik güdümlü gelişme aşaması ve refah güdümlü gelişme aşaması şeklinde sıralanmaktadır (Porter, 1990: 563).

Şekil 3.2. Rekabet Gücünün Gelişme Aşamaları



Kaynak: Porter, 1990: 563

Rekabet gücünün gelişme aşamaları, ülkelerin geçmek zorunda oldukları ve birbirleriyle ilişkili aşamalardır (Porter, 1990: 545).

- Faktör Güdümlü Gelişme Aşaması: Faktör güdümlü gelişme aşamasında olan ülkeler, dünyadaki ekonomik gelişmelere karşı hassas ve duyarlıdır. Bol miktarda doğal kaynaklara sahip olmak, uzun dönemde kişi başına düşen geliri arttırıcı bir rol oynamaktadır. Ancak, sürdürülebilir büyüme açısından yetersizliğin gözlemlendiği aşamadır. Faktör güdümlü gelişme aşamasındaki ülkelerin, atılım yaparak yatırım güdümlü gelişme aşamasına geçmesi gerekir (Porter, 1990: 548). Bu aşamada üretim, temel faktörlerle ve daha çok doğal kaynaklara bağlı olarak gerçekleşir. Ürünler ucuz

emeğe dayalı, yarı nitelikli ya da niteliksiz emek tarafından üretilmektedir. Ülkeler; uluslar arası ekonomik dalgalanmalara, talebe ve fiyatlara karşı duyarlıdır. Faktör üstünlüğüne sahip olan ülkeler, diğer ülkeler karşısındaki faktör üstünlüklerini kaybetme riskini her zaman taşımaktadır. Faktör güdümlü aşamayı geçme yolunda hem beşeri hem de fiziki sermaye önemli faktörlerdir (Uysal, 2000: 8). Faktör güdümlü gelişme aşamasında ülkelerin rekabet gücünü, sahip oldukları faktör donatımı belirlemektedir. Arap ülkelerinin zenginliği, faktör donatımından kaynaklanan gelişme sürecine örnek olarak gösterilebilir (Gürkan ve Ayaş, 2004: 16).

- Yatırım Güdümlü Gelişme Aşaması: Yatırım güdümlü gelişme aşamasında rekabetçi üstünlük, ülkelerin ve firmaların istekli ve yetenekli olmasına bağlıdır. Bu çerçevede, firmaların yatırıma yönelik girişkenlikleri üst derecede olmalıdır. Rekabet gücü, firmaların küresel pazarlarda uygun en iyi teknolojiyi kullanmasına göre şekillenmektedir. Firmalar; yatırımlar, lisans anlaşmaları ve şirket birleşmeleriyle çok uluslu hale gelerek bu süreçte rekabet avantajı sağlanabilmektedir (Porter, 1990: 548). Bu aşamada teknolojik süreç modern olmasına karşın yenilik hızı, arkasında küresel liderlerin olduğu yabancı tedarikçilere bağlı olarak gerçekleşir. Yatırım güdümlü gelişme aşaması, daha çok sermaye yatırımları ve ölçek ekonomileriyle açıklanabilen bir süreçtir (Porter, 1990: 551).

- Yenilik Güdümlü Gelişme Aşaması: Yatırım güdümlü gelişme aşamasının tamamlanmasıyla yeniliklerin egemen olduğu yenilik güdümlü gelişme aşamasına geçilmektedir. Bu aşamada ülkeler, diğer ülkelerdeki mevcut teknolojiyi kullanmak ve geliştirmenin yanında kendileri de yeni teknolojiler üretip geliştirmektedir. Böylece ülkeler üretim, teknoloji, pazarlama ve birçok alanda rekabet gücünü arttırarak pazar paylarını genişletmektedir. Firmalar, sürekli yenilik arayışı içinde hareket etmeye başlamaktadır (Porter, 1990: 554).

- Refah Güdümlü Gelişme Aşaması: Refah güdümlü gelişme aşaması, rekabet gücünün diğer gelişme aşamalarının aksine artan bir ivmeye değil azalan bir ivmeye sahiptir. Bu aşamanın sürükleyici gücü, zaten ulaşılmış olan refah seviyesidir. Dolayısıyla refah güdümlü gelişme aşamasında firmalar, uluslar arası endüstrilerde rekabetçi üstünlüklerini kaybetmeye başlamaktadır. Çünkü son aşama, refah güdümlü gelişme aşamasıdır (Porter, 1990: 556).

İlk üç aşama, bir ülkedeki rekabet gücünün gelişmesinin artan bir seyir izlediğini açıklamaktadır. Refah güdümlü gelişme aşamasında ise refah gücünün istenilen seviyeye ulaşılmasından sonra rekabet gücünün gerilemesi söz konusudur. Dolayısıyla ilk 3 aşama gelişme dönemi, dördüncü aşama ise gerileme dönemi olarak ifade edilebilir (Porter, 1990: 546).

3.3.4. Bilgi temelli yaklaşım

Robert Reich (1990-1991)'ın geliştirdiği bu model, Porter'ın küresel rekabet gücünü belirlemede ulusal nitelikleri ön plana çıkarmasını eleştirmektedir. Reich görüşünü günümüzde iktisadi kalkınmanın yeni bir üretim faktörü olan bilgiye dayandırmaktadır. Bilgiye ve yüksek teknolojiye dayalı çalışan endüstrilerde önemli olanın; pazardan elde edilen karlılıktan çok halkın yaşam şartlarının iyileştirilmesi, bölgeler arası işgücü geçişleriyle bilgi düzeyinin yükseltilerek kişisel refah düzeyinin artırılmasıdır (Dulupcu, 2001: 108).

3.3.5. Rekabetçi üstünlük ve bağlantılı yaklaşım

Pankaj Ghemawat, rekabetçi üstünlük analizinden bağlantı fikrinin analizine geçiş yaparken, değişime odaklanma gereksiniminin önemini belirtmiştir. Kaynak oluşturma süreci yerine bağlantı kavramının yada yeni kaynaklar, yeni yetenekler ortaya çıkarmanın önemine değinmiştir. Alınan yatırım kararları rekabetçi üstünlüğü sağlamaktadır. Önerdiği analiz fayda- maliyet analizidir. Rekabetçi üstünlüğün sürdürülebilmesinde esneklik önem arz etmektedir. Ghemawat'ın analizi esneklik ve mekanizmanın süre durumuyla ilişkilendirilmesi açısından önemlidir (Timurçin, 2010: 196).

3.3.6. M.E. Porter'in rekabet üstünlüğü oluşturmada beş güç modeli

Porter, rekabet stratejileri konusunda en etkili isimlerden birisi olarak kabul edilmiştir. Porter'in beş güç modeli, işlemenin gireceği pazardaki rekabetçi ortamdaki güçlerin sektörleri nasıl etkileyeceğini açıklamak için kullandığı bir modeldir. Porter'a göre; endüstri karlılığı, rekabet üstünlüğü sonucu oluşmakta olup, ürünlerin piyasada ne kadar beğenildiğinin yada hangi teknoloji kullanılarak üretildiğinin bir işlevi olarak görülmemekte aksine, endüstri yapısının bir işlevi olarak görülmektedir. Endüstride yaşanacak yapısal bir değişim, beş rekabet gücünün görece etkinliğini değiştirebilir ve dolayısıyla endüstrinin karlılığını etkileyebilir. Bu nedenle rekabet

stratejisi, doğru endüstrinin seçilmesini ve bu endüstrideki rekabet gücü öğelerinin rakiplerden daha iyi analiz edilmesini sağlamaktadır (Timurcin, 2010: 19).

Porter'a göre endüstri karlılığını belirleyen beş rekabet gücü ögesi; ikame ürünler, piyasaya yeni girecek firmalar, rakipler, tedarikçiler ve alıcılardır.

Bu beş güç modelinde iki önemli tehdit söz konusudur. Birincisi ikame ürünler ve bir diğeri ise sektöre yeni girme ihtimali olan işletmelerin oluşturduğu tehdittir. Bu iki tehdit, işletmelerin pazar payını etkileyebileceği için stratejik analiz yapılırken dikkate alınması gerekmektedir. Tedarikçilerin ve alıcıların pazarlık gücü de, işletmelerin alacakları stratejik kararları etkileme özelliği olan rekabet gücü öğeleridir. Rakipler arasındaki rekabet daha çok fiyat ve ürün farklılaştırma şeklinde gerçekleşmektedir (Karacaoğlu, 2009: 167).

3.4. Uluslar arası Rekabet Gücü

Uluslar arası rekabet gücünü düzenli olarak ölçen kurumlardan biri olan Dünya Ekonomi Forumu (WEF), günümüzde 142 ülke için ölçüm yapmaktadır. 2011-2012 Dünya Rekabet Gücü Raporunda WEF'in rekabet gücünü ölçmekte kullandığı Küresel Rekabet Gücü Endeksi, üç temel gruba bölünmüş on iki unsurdan oluşturulmuştur. Her bir unsur ya büyük uluslar arası kaynaklardan ya da WEF'in düzenlediği Yönetici Fikir Anketi'nden (Executive Opinion Survey) derlenen göstergelerden oluşmaktadır (World Economic Forum, 2011: 4, 10).

Dünya Ekonomik Forumu (WEF), rekabet edebilirlikle ilgili analizini Küresel Rekabet Endeksine dayandırmaktadır. Bu endeks, ulusal rekabet edebilirliğin mikroekonomik ve makroekonomik temellerini ölçen kapsamlı bir araç niteliği taşımaktadır.

WEF, Küresel Rekabet Endeksi (4.0) 2018 çalışmasını, dört alt endeks başlığı altında toplamış ve 12 bileşenden oluşturmuştur. Bu alt başlıklar çevrenin (ortam) etkinleştirilmesi, beşeri sermaye, piyasalar ve yenilik ekosistemidir. Tablo 3.1.'de Küresel Rekabet Endeksi'ne ve alt bileşenlerine yer verilmektedir.

Tablo 3.1. Küresel Rekabet Gücü Endeksi (4.0), 2018

Çevrenin Etkinleştirilmesi	Beşeri Sermaye	Piyasalar	Yenilik Ekosistemi
- Kurumlar - Altyapı - Bilgi ve İletişim Teknolojisinin Benimsenmesi - Makroekonomik İstikrar	- Sağlık - Beceri	- Mal Piyasası - Emek Piyasası - Finansal Sistem - Piyasa Hacmi	- İş Dinamizmi - Yenilik Kapasitesi

Kaynak: WEF, Erişim Tarihi: 15.05.2018

2018 yılı için 140 ülkeyi kapsayan Küresel Rekabet Gücü Endeksi'ne 4.0'ın getirilmesi, bir dönüm noktasını oluşturmaktadır. Küresel Rekabet Gücü Endeksi 4.0'ın oluşumu, Dördüncü Endüstri Devrimi'nin gelişi ile ulusal ekonomilerin işleyişinde yeni temel değişikliklerin ortaya çıkmasıyla yönlendirilmiştir. Yeni endeks, Dördüncü Endüstri Devrimi döneminde ortaya çıkan bir dizi üretkenlik ve uzun vadeli büyüme setine ışık tutmaktadır. Politika yapıcılar ve diğer paydaşlar için ekonomik stratejilerin şekillendirilmesine ve ilerlemenin izlenmesine yardımcı olacak, çok ihtiyaç duyulan bir pusula görevi sağlamaktadır.

Tablo 3.2. Küresel Rekabet Gücü Endeksi 4.0'da Türkiye'nin Sıralaması, 2018

Küresel Rekabet Gücü Endeksi 4.0 Bileşeni	140 Ülke Arasında Türkiye'nin Sıralaması
Kurumlar	71
Altyapı	50
Bilgi ve İletişim Teknolojisinin Benimsenmesi	71
Makroekonomik İstikrar	116
Sağlık	48
Beceri	77
Mal Piyasası	76
Emek Piyasası	111
Finansal Sistem	65
Piyasa Hacmi	13
İş Dinamizmi	76
Yenilik Kapasitesi	47
Genel Skor	61

Kaynak: WEF, Erişim Tarihi: 15.05.2018

140 ülke arasında Türkiye'nin elde ettiği dereceler, Tablo 3.2.'de gösterilmektedir.

Tablo 3.2.'de görüldüğü üzere, Küresel Rekabet Endeksi 4.0 sıralamasında Türkiye 61. sırada yer almaktadır. Türkiye'nin sıralamasının düşük olduğu görülmektedir özellikle emek piyasası etkinliğinin artırılması gerekmektedir.

3.5. Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü

Sürdürülebilir rekabet üstünlüğü kavramı rekabet üstünlüğü kavramıyla yakından ilgili ve onu bütünleyen bir kavramdır. Sürdürülebilir rekabet üstünlüğü kavramı, ilk defa Porter (1985) tarafından kullanılmıştır.

Porter'a (1985) göre; sürdürülebilirliğin sağlanması için işletmenin stratejisini, rakipleri tarafından taklit edilmesini zorlaştıran bazı engeller koyması şeklinde olmalıdır. Bu konulan engeller asla sürekli değildir, aşılabılır bu nedenle işletmelerin bu engelleri sürekli yenilemesi gerekir. Rakiplerin piyasadaki taklitçiliğini güçleştiren, dolayısıyla üstünlüğün sürdürülebilirliğini sağlayan üç koşul vardır.

- Üstünlüğün kaynağı (üstünlüğün kaynakları sürdürülebilirlik açısından hiyerarşiktir, genel olarak maliyet üstünlüğü, farklılaştırma üstünlüğünden daha az sürdürülebilirdir),
- Üstünlük sağlanan kaynaklarının sayısı (üstünlük sayısı ne kadar arttırılırsa sürdürülebilirlik de o oranda artar),
- Sürdürülebilir olmanın en önemli özelliği, sürekli geliştirme ve yenilenir olmaktır. (yeni ürünler yaratılmadıkça, üstünlük sağlanan ürünler taklit edilecektir).

Porter (1985), endüstri ortalamasının üzerinde bir performans göstermek için izlenebilecek genel rekabet stratejilerini açıklarken, “uzun dönemde ortalamanın üzerinde performansın temeli, sürdürülebilir rekabet üstünlüğüdür” diyerek “sürdürülebilirliği” açıkça uzun dönem kavramına bağlamaktadır.

3.6. KOBİ'lerin Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler

Elmas modeline göre; rekabet sürecinde başarının belirleyicisi dört temel koşul bulunmaktadır bunlar faktör koşulları, talep koşulları, firmanın yapısı ve ilgili ve destekleyici firmalardır. Ayrıca dışsal belirleyici olarak devlet ve şans faktöründe bulunmaktadır. Ekonomiye dinamizm kazandırarak ülkenin yaşam standartlarının ve

refahının artmasına katkı sağlayacak olan KOBİ'lerin rekabet gücünü etkileyen faktörlerin belirlenmesi son derece önem taşımaktadır.

İşletmelerde rekabet gücünü belirleyen çok sayıda kriter vardır. Bu kriterler kesin olarak belirlenmemekle birlikte; nitelikli işgücü, kalite ve standartlara uygunluk, Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) ve teknolojik yenilik, maliyet, pazar payı, verimlilik-yenilikçilik ve üretimde esneklik şekilde sıralanabilir.

3.6.1. Nitelikli işgücü

Rekabet ortamında işletmelerin varlığını devam ettirebilmesi için nitelikli, yeterli bilgi donanımına sahip, teknolojik gelişmeleri takip edebilen işgücünü istihdam etmeleri önem taşımaktadır.

Ulusal teknolojik yetenek birikiminin ve teknolojik öğrenmenin sağlanmasında nitelikli işgücü ve beşeri sermaye birikimi önem taşımaktadır. Devletlere, teknolojik gelişmenin sağlanması için gerekli olan nitelikli işgücü ihtiyacının ve işgücü verimliliğinde artışın sağlanmasında önemli görevler düşmektedir. Mesleki ve teknik uygulamalı eğitim programlarının uygulanması, eğitim kalitesinin artırılarak yeterli bilgi ve beceriye sahip diğer ülkelerle rekabet edebilecek düzeyde nitelikli işgücünün yetiştirilmesi gerekmektedir (Tiryakioğlu, 2016: 19). Buradan hareketle kümelenme faaliyetleri de nitelikli işgücü açısından önem taşımaktadır. Kümelenme, KOBİ'lere yönelik olarak nitelikli işgücü havuzunu, uzmanlaşmış girdi ve hizmet tedarikçilerine ulaşımı ve yeni bilginin hızlı yayımını sağlayabilmektedir (Akdeve, 2008: 115).

Günümüzde artan rekabet ortamında toplam üretim maliyetleri içerisinde vasıfsız işgücü maliyeti azalmaktadır (Bağcı, 2017: 15). Günümüzde işletmelerde ücret düşüklüğünden kaynaklanan rekabet gücü bir avantaj olarak yeterli olmamaktadır. Rekabet avantajını düşük işçilik ücretlerinden ziyade nitelikli ve eğitilmiş işgücü sağlamaktadır

Nitelikli bilgi ve beceriye sahip olan, yabancı dil bilen eleman istihdam edemeyen firmalar özellikle dış pazarlara açılma konusunda sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Nitelikli elemanların istihdam edilmesi ürün kalitesini ve satışları arttırarak rekabet gücü elde edilmesinde etkili olacaktır (Doğan vd. 2003:120).

3.6.2. Kalite ve standartlara uygunluk

Uluslar arası kalite standartlarına uygun ürün ya da hizmet geliştiren işletmeler, iç pazarda olduğu gibi dış pazarlarda da rekabet güçlerini koruyabilmektedir. Sürdürülebilir rekabet gücüne ulaşmak isteyen işletmeler, özellikle uluslar arası piyasalarda terazinin fiyat kefesinden çok kalite kefesine önem vermeleri gerektiğini idrak etmelidirler. Çünkü uluslar arası standartları benimsemiş işletmeler, dünya piyasalarında rakipleriyle eşit düzeyde rekabet edebilme ve müşteri beklentilerini karşılayabilme imkanını elde edebilecektir (Bağcı, 2007: 14).

3.6.3. Araştırma-geliştirme (Ar-Ge) ve teknolojik yenilik

Yenilikçi işletme kimliğinin sürekliliği, yenilikçiliğin gerektirdiği bir rekabet stratejisine ve bu stratejiyi uygulamaya geçirecek yönetsel anlayışa gerek vardır. Bu sürecin sürdürülebilir olması için Ar-Ge harcamalarının payının artırılması gerekmektedir (Altuntuğ, 2008: 369). Özellikle imalat sanayindeki Ar-Ge, endüstriyel rekabet açısından çoğu ülkede önemli unsurlardan biri olarak göz önünde bulundurulmaktadır (Srithanpong, 2014: 10)

Ulusal ve uluslar arası pazarlarda rekabet üstünlüğü sağlamak ve bunu devam ettirmek isteyen işletmelerin, rakiplerine göre daha kısa sürede daha kaliteli ürünü üretebilecek uygun teknolojiyi seçmeleri gerekmektedir. İşletmenin icatlarda bulunma yeteneği, teknolojik donanımı düşük ise; rekabet gücü yüksek ürünler üretebilmek için yüksek teknolojiye sahip firma ve ülkelerden teknoloji transferi yapmak zorunda kalacaktır (Bağcı, 2007: 15). Bu bağlamda Ar-Ge faaliyetlerine ve teknolojik gelişmeye ayrılan pay oldukça önem taşımaktadır.

Kalkınma eksenlerinden biri olarak ülkenin rekabet gücünün artırılması ve AB rekabet ortamına uyum sağlanabilmesi için KOBİ'lerin yapısal araç olarak Ar-Ge harcamalarına ve inovasyona odaklanması bir gerekliliktir (Özbek, 2008: 52).

Küreselleşmenin bir sonucu olarak piyasaya sürekli yeni ürünler sunulmaktadır, bu koşullarda rekabet gücünü etkileyen en önemli faktör, Ar-Ge yatırımları olmaktadır.

Son zamanlarda birçok araştırma, teknolojik yenilik yeteneklerini ve bunların firmaların imalat sanayi alanındaki rekabet performansı üzerindeki etkilerini incelemiştir (Razavi vd. 2016: 855).

Teknolojik alt yapısını çağın koşullarına göre revize eden, teknolojik yenilikleri, gelişmeleri takip eden toplumlar daha üst uygarlık düzeyine ulaşmayı başarmışlardır (Altuntuğ, 2007: 27). Teknolojik bir inovasyon sistemi, belirli bir teknolojik alanda teknolojik değişimin hızını ve yönünü yansıtan aktörler, kurallar ve maddi eserler ağı olarak tanımlanabilir (Reichardt vd. 2016: 12).

Tablo 3.3. Teknolojik Yenilik Sistemlerinin Yedi Anahtar Sistem Fonksiyonlarının Açıklamaları

Fonksiyon numarası	Fonksiyonun ismi	Açıklama
F1	Girişimciler tarafından deneme ve üretim	Girişimciler, iyi işleyen bir inovasyon sistemi için çok önemlidir. Girişimcinin rolü, yeni iş fırsatları oluşturmak için bilgi, ağ ve pazar potansiyelini somut eylemlere dönüştürmektir.
F2	Bilgi geliştirme	Öğrenme mekanizmaları, bilginin temel bir kaynak olduğu herhangi bir inovasyon sürecinin merkezindedir. Bu nedenle, bilgi geliştirme inovasyon sistemlerinin çok önemli bir parçasıdır.
F3	Bilgi değişimi	Sistemdeki aktörler arasında ilgili bilgi alışverişi, öğrenme süreçlerini geliştirmek için esastır.
F4	Araştırma kılavuzu	Teknolojik beklentilere, belirgin kullanıcı talebine ve toplumsal söylemlere dayanan yeni teknoloji için net bir gelişim hedefine neden olan süreçler, kaynakların doğru dağılımını mümkün kılmaktadır.
F5	Pazar oluşumu	Bu fonksiyon yeni teknoloji için bir pazarın yaratılması anlamına gelir. Gelişmelerin ilk aşamalarında bu küçük bir niş pazar olabilir, ancak daha sonra daha düşük bir pazarda girişimcilerin taşınması için maliyet azaltma ve teşviklerin kolaylaştırılması gerekmektedir.
F6	Kaynak mobilizasyonu	Finansal, insani ve fiziksel kaynaklar, inovasyon sistemindeki tüm faaliyetler için gerekli temel girdilerdir.
F7	Meşruiyet yaratılması	Yapılan yenilikler, belirsizlik içermektedir. Aktörlerin yeni teknolojiye bağlı kalmaları ve yatırım yapmaları için belirli bir meşruiyet düzeyi gerekmektedir.

Kaynak: Reichardt, 2016: 12

Yenilik, başarının, sürdürülebilir rekabet avantajının ve firmaların hayatta kalmasının kilit faktörlerinden biridir. Yenilikçilik, yeni bir bakış açısıyla firma kârını artırma, üretim ve dağıtım maliyetlerini azaltma, ürünlerin ödemesi ve satın alınmasında müşterinin istekliliğini artırma potansiyeline sahip yeni bir fikir veya davranış geliştirme hedefi ile yeni bilgi, teknoloji, yetenek ve kaynak kombinasyonlarının geliştirilmesi, dönüştürülmesi ve uygulanmasını içeren karmaşık bir süreç olarak düşünülebilir (Tavassoli ve Karlsson, 2016: 633).

3.6.4. Maliyetler

Toplam maliyet stratejisi ile düşük maliyetle üretim gerçekleştirerek rekabet üstünlüğü sağlanmak amaçlanmaktadır. Kalite fiyat dengesini kurmak gerekmektedir. Bu strateji ile işletme maliyetleri azaltmak için firma içi kontrollerini, çalışanlar üzerindeki denetimini attırabilir, pazarlama maliyetlerini azaltma yönünde kararlar alması gerekebilir (Timurçin, 2010: 21-22).

İnovasyon, günümüzde akademik dünyada sıkça bahsedilen ortak bir kelimedir. Hatta iş dünyasında, inovasyon kelimesi oldukça fazla tekrarlanmaktadır. KOBİ'lere maliyet avantajı yaratmada öncü rol oynayan inovasyonun gelişimi olmadan işletmelerin ayakta kalamayacağı, bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır (Putthiwanit, 2016: 2).

İşletmelerin performanslarını arttırması ve pazarda rekabet edebilmesi için belirli bir maliyet düzeyinde faaliyet göstermeleri gerekmektedir. Bunun için, üretim maliyetlerini azaltacak yaklaşımlar, uygulamalar oluşturulmalıdır. Azalan maliyetlerle elde edilen fiyat avantajı pazarda işletmeleri daha güçlü hale getirmiş olacaktır (Kayabaşı, 2007: 30).

Rekabet, firmalara fiyat düşürmesi yönünde baskılar oluşturmaktadır. Yüksek kalite düşük fiyat dengesi kurulması gerekmektedir. Fiyat yönünden rekabetin sağlanması maliyet düşürmek kadar önemli bir faktördür.

3.6.5. Pazar payı

Günümüzde dinamik iş ortamı, firmaların rakiplerinden daha hızlı bir şekilde yeni teknolojiler geliştirme ve ticarileştirme yeteneklerini geliştirmelerini ve ayrıca rekabet avantajını güçlendirmek için inovasyon sürecini ve iç inovasyonun yayılmasını

kolaylaştırmaktadır. Böyle bir ortamda yenilikçilik yapılamaması, iş durgunluğuna yol açmaktadır (Razavi vd. 2016: 856).

Profesyonellik ile yenilik arasındaki ilişki önem taşımaktadır. Profesyonellik, kendine güveni ve statükonun ötesine geçme taahhüdünü arttırırken yenilikçilik, üstün rekabet gücü için temel bir kaynak olmaktadır. Mevcut kurumsal ortamın karmaşıklığı ve dinamizmi, rekabet avantajlarına ulaşmada gerekli olan her iki temel faktör hakkında derinlemesine bir bilgi gerektirmektedir (Diéguez-Soto vd. 2016: 332).

3.6.6. Verimlilik ve yenilikçilik

Verimlilik katma değer, artı değer yaratabilme olarak tanımlanabilir. Kaynakları sabit tutarak çıktıyı arttırmak veya çıktının sabit tutularak kullanılan kaynakların, maliyetlerin azaltılması, verimliliğin göstergeleridir. Verimlilik artışı, birçok etkene bağlıdır. Üretim süreci öncesinde yapılan planlamalar, üretim aşamasında kullanılan teknolojiler, Ar-Ge faaliyetleri sonucu yeni yöntemlerin uygulanması, ürün çeşitliliğindeki değişiklikler, yönetim ve örgüt yapısındaki değişmeler, nitelikli işgücü kullanımı birim başına daha az maliyetli girdi sağlayarak verimlilik artışına yardımcı olabilirler (Ervural, 2005: 46).

Günümüzde hızla değişen piyasa şartları, istek ve ihtiyaçlardaki farklılıklara bağı olarak gelişen rekabet ortamında şirketler ayakta kalabilmek için ürünlerini, üretim teknolojilerini ve pazarlama anlayışlarını sürekli piyasa koşullarına uygun olarak yenilemek, geliştirmek zorundadırlar. Bu gelişme ve yenilenme işlemi, inovasyon olarak adlandırılmaktadır. İngilizce’de “innovation” sözcüğü karşılığında kullanılan ve Türkçe’de “yenilik” anlamına gelen inovasyon, ticari başarıya sahip olsun veya olmasın her türlü yeni eylemi ifade etmektedir (Bağcı, 2007: 16).

İhracat performansı, çoğu zaman rekabetçilikte hayati öneme sahip olarak görülmektedir. KOBİ’lerin başarısı ve büyümesi, ihracat performansının belirleyici etkenlerinin iyi anlaşılmasına güçlü bir şekilde bağlıdır. Yenilik de uluslar arası ticaretin arkasında tetikleyici bir güç olarak görülmektedir (Hwang vd, 2015: 947). KOBİ’lerin mevcut geleneksel ürün ve hizmet anlayışlarıyla rekabet edememesi sonucunda yeniliğe önem verdiği söylenebilir.

İnovasyon çalışmalarının çoğu, genellikle sunulan tüm ürün ve hizmetlerin ve bunların yaratılma ve teslim edilme biçimlerinin elden geçirilmesi olarak tanımlanan teknolojik yeniliğe odaklanmıştır (Diéguez-Soto vd. 2016: 333).

Yeni teknik ve araçlarla üretim yapılarak farklı yada farklılaştırılmış ürün geliştirilmesiyle rekabet avantajı kazanılabilir.

3.6.7. Üretimde esneklik

Esnek üretimde, üretim sisteminin esnekliği önemli rol oynamaktadır. Hızı ve kolaylığı ifade eden tezgah esnekliği, üretim aşamasındaki değişiklikler ve yönetimin karar verme hızı, üretimin amacına kısa sürede ulaşabilmesi için önem taşımaktadır. KOBİ'ler büyük işletmelerin seri üretim hızlarına esnek yapıları sayesinde karşı koyabilmektedirler. Birim maliyetlerini, seri üretim yapan büyük işletmeler kadar düşürmeleri kolay olmadığı için rekabet edebilmelerinin bir diğer yolu da; kişiye özel üretim yapabilmeleriyle mümkün olmaktadır (Timurçin, 2010: 39).

3.7. Ulusal Yenilik Sistemi Kapsamında KOBİ'lerin Rekabet Gücünün Arttırılması

İnovasyonda Sistem Yaklaşımı, 1841 yılında ekonomist Friedrich List tarafından ortaya konulan 'Ulusal Politik Ekonomi Sistemi'ne dayanmaktadır. Daha sonra 1985 yılında Lundvall'ın çalışmasında "Yenilik Sistemi" olarak ele alınan kavram, 1987'de Japon ekonomisinin başarısını inceleyen ekonomist Christopher Freeman tarafından "Ulusal Yenilik Sistemi" olarak adlandırılmıştır. Yenilik Sistemi kavramı, bir ülkede inovasyonun, kamu ve özel sektör kurumları, üniversiteler, araştırma kuruluşları gibi farklı kurumların birlikte oluşturduğu ilişkiler ve etkileşim sayesinde gerçekleşmektedir. (Elçi, vd. 2008: 35).

3.7.1. Rekabet stratejilerinin uygulanması ve yenilik stratejilerinin oluşturulması

Bilim ve teknoloji, yüzyıllar boyunca insanlığın ilgisini çeken bir konu olmuştur. Rekabet stratejilerinin hayata geçirilmesi ve yenilik stratejilerinin oluşturulması da bu ilginin sonucunda ortaya çıkmıştır.

Teknolojinin gelişmesi, müşteri taleplerinde değişikliklere yol açmıştır. Bu durumda ise küresel rekabet ortamında yaşamlarını sürdürmek isteyen KOBİ'ler, müşteri gereksinimlerini ihmal edemeyecek konuma gelmişlerdir (Örücü vd, 2011: 59).

Doğru bir inovasyon stratejisi, sürdürülebilir rekabet avantajı için firmalara yardımcı olmaktadır (Tavassoli ve Karlsson, 2016: 631). Yenilik KOBİ'ler açısından verimlilik ve karlılığı arttırıcı yönde etkiye sahip olup yeni pazarların tesisi yoluyla mevcut pazarın büyütülmesine katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla yenilik, rekabet gücü bağlamında çok önemli bir işleve sahiptir. KOBİ'ler, yenilik faaliyetlerinde başarıyı yakalamaları için yeniliği teşvik eden bir örgüt kültürüne gereksinim duymaktadır. Yenilik çalışmalarında etkin sonuçlara bağlı geri dönüşler alabilmek, sürecin yönetiminden bağımsız olmayıp geliştirilen ürünün pazarın rekabetçi yapısına uygunluğu büyük önem taşımaktadır (Satı ve Işık, 2011: 541). İşletmeler açısından yenilik, rekabet avantajını belirleyen bir unsur olmasından dolayı KOBİ'ler, yenilik stratejisini merkezine alırsa diğer işletmelere karşı rekabet avantajı sağlayabileceklerdir.

3.7.2. AB'de KOBİ'lerin rekabet gücünü arttırmaya yönelik destekler

1990'ların ortalarından itibaren geliştirilen ve uygulamaya konulan bölgesel yenilik stratejileri, Avrupa Birliği'ndeki ulusal yenilik sistemlerinin Amerika Birleşik Devletleri'yle rekabet edecek düzeyde yenilik üretmedikleri gerçeğine dayanmaktadır (Elçi, vd. 2008: 41).

Günümüzde teknoloji, inovasyon yoluyla önemli bir rekabet aracı olarak kullanılmakta ve teknolojik rekabet ekonomik refahın, büyümenin itici unsurları arasında bulunmaktadır. Ar-Ge harcamaları, patent sayıları ve bilimsel yayınların sayısı gibi göstergeler de ulusal bilim ve teknoloji performans göstergeleri arasındadır. Bu göstergelerde gerçekleşen performans, ekonomilerin teknolojik rekabet gücünü ve gelişmişlik seviyesini hiç kuşkusuz doğrudan etkilemektedir. (Çelik, 2011: 2) İyi işleyen bir Ar-Ge sisteminin varlığı, ekonomik gelişimi sağlayarak ülkelere rekabet gücü kazandırmaktadır (Başkılıç, 2006: 68).

3.7.3. Türkiye'de KOBİ'lerin rekabet gücünü arttırmaya yönelik Ar-Ge destekleri

Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) faaliyetlerinin, ülkenin ekonomik, sosyal kalkınmasında, ürettiği katma değerde ve rekabet gücünün arttırılmasında önemli bir yeri vardır. Bu öneminde dolayı destek politikaları geliştirilmiştir.

1963 yılında TÜBİTAK'ın (Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu) kurulması bakımından önemlidir. 1980 yılına gelindiğinde ise iktisadi sistemde meydana gelen değişiklik sonucu ekonomi, korumacılıktan dışa açılmaya başlamış ve ithal ikameci politikalar terk edilerek dışa açık ekonomi politikaları kabul edilmiştir (Seyrek ve Sarıkaya, 2008: 72). Bu gelişmeler sonucunda teknoloji politikalarından ilk defa IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (1979-1983) bahsedilmiş, “teknoloji politikalarının sanayi, istihdam ve yatırım politikalarıyla birlikte bir bütün olarak ele alınması ve belli sektörlerin kendi teknolojilerini üretecek biçimde geliştirilmesi” öngörülmüştür. Teknoloji temelli söz konusu sorunlara rağmen önemli kurumların açılması, bu döneme tekabül etmektedir. 1982 yılında YÖK'ün kurulması ve 1983 yılında Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun (BTYK) kurulması, söz konusu dönemde önemli gelişmeler olmuştur. (Siso, 2008: 100) Son dönemlere bakıldığında Bilim ve Teknoloji alanında ulusal ya da uluslar arası düzeyde faaliyet gösteren birçok oluşum gözlemlenmektedir. Bu süreçte gözlenen en olumlu gelişmeler, dünyada giderek hakim olmaya başlayan bilgiye dayalı ekonomi sistemleri için gerekli enformasyon altyapısı ile gerekli kurum ve kuruluşların kurulması olmuştur. Ar-Ge çalışmalarını özendirmek ve desteklemek için Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (1991) ve TÜBİTAK bünyesinde Teknoloji İzleme ve Değerlendirme Başkanlığı (1995), sınai ve fikri haklar için Türkiye Patent Enstitüsü (1994), mal ve hizmet ticaretinin akreditasyon ve belgelendirme hizmetleri için Türkiye Akreditasyon Konseyi (TÜRKA-1999), bu kurumlardan bazılarıdır (Kiper, 2009: 80).

Tarihsel süreç içerisinde Türkiye'de spesifik bir KOBİ politikası geliştirilmiş ve SEGEM (Sanayi Eğitim ve Geliştirme Merkezi) ve KÜSGET (Küçük Sanayi Geliştirme Teşkilatı) olarak iki yapı kurulmuştur. 1990 yılında bu iki kurum, bu politikaların uygulanmasında ana otorite olarak tanımlanan KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) şemsiyesi altında birleştirilmiştir. Dünya Bankası ve UNIDO gibi uluslar arası örgütler, 1970 ve 1980'li yıllarda endüstriyel taşeronluğun desteklenmesi çağrısında bulunmuştur. Ayrıca, KOBİ politikalarının formülasyonu ve uygulanmasında sorumlu birçok kamu kurumu bulunmaktadır. DPT (Devlet Planlama Teşkilatı), KOBİ politikalarını kapsayan uzun vadeli kalkınma planlarının ve yıllık programların hazırlanmasından sorumludur. DPT, Kalkınma Planlarının hazırlanması sürecinde ilgili kamu ve özel kurum ve

kuruluşların fikirlerini alır, KOBİ'ler için makro politikaları belirler ve bu politikaların uygulanmasında etkinliğin artırılması amacıyla kamu ve özel kurumlar arasındaki koordinasyonu sağlar. Öbür taraftan, Hazine Müsteşarlığı ve Dış Ticaret Müsteşarlığı da KOBİ'ler için teşvik programlarını uygulayan kurumlar arasındadır. KOBİ politikalarının uygulanmasında özel sektör temsilcileri olarak TOBB (Türkiye Odalar Borsalar Birliği) ve TESK (Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu) da önemli rol oynamaktadır. Ayrıca, KOBİ'ler kredi ve garantilerin sağlanması konusunda Halkbank, TESKOMB (Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri) ve Kredi Garanti Fonu önemli katkılar sağlamaktadır. Ar-Ge, standardizasyon ve kalite geliştirme konularında TÜBİTAK (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu), TTGV (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı), TSE (Türkiye Standartlar Enstitüsü), Türk Patent Enstitüsü ve Türk Akreditasyon Kurumu çeşitli sorumluluklar üstlenmiş ve faaliyetler yerine getirmektedirler (Akdeve, 2008: 107). DPT, faaliyetlerini günümüzde Kalkınma Bakanlığı olarak yürütmekte ve Rekabet Kurumu da, serbest piyasa mekanizmasına dayalı ekonomi anlayışının vazgeçilmez bir unsurudur.

3.7.4. KOBİ'lerin rekabet gücünün artırılmasında teknolojik yeniliklerin önemi

Yenilik, süreç içinde yapılan faaliyetlerin bütünüdür. Yenilik süreci, belli departmanlarla değil tüm departmanların bu süreçte dahil edilmesiyle gerçekleştirilmelidir. Değişen pazar ihtiyaçlarına bağlı olarak oluşan rekabet sonucunda endüstrinin yapısında görülen birçok radikal değişimin gerçekleşebilmesinde yeniliğin rolü önemlidir. Yenilik, piyasa koşullarına ve rekabet araçlarının değişiminde etkili olmasının yanı sıra rekabet stratejilerinin başarıya ulaşmasında da işletmeler için stratejik bir öneme sahiptir.

KOBİ'lerin rekabet stratejilerini, yenilikçiliğin geliştirilmesi yönünde oluşturmaları bir zorunluluktur. Müşterilerin özel taleplerini karşılamak amacıyla kişiye özel ürünler üretebilmek rekabet ortamında avantaj sağlamaktadır. Tüketicilerin ihtiyaçlarını önceden tespit etmek ve onlara farklı bir ürün ve hizmet yelpazesi sunmak, üretim ve tasarım yöntemlerinde farklılaşmaya neden olacaktır. Yeni ürün ve hizmet tasarımı dayalı rekabet koşulları üretim, hizmet, farklı ürün ve teslimat konularının önemini arttırmaktadır. Bütün bunlar, KOBİ'lerin uluslar arası rekabet avantajı elde etmesinde

ürünlerinde ve süreçlerinde yenilik yapmanın zorunlu olduğunu göstermektedir (Akgemci vd. 2005: 144-145).

KOBİ'lerin rekabet güçlerini arttırmak ve devamlılıklarını sağlamak için yenilik yapmaları gerekmektedir. Bu amaçla; bir yandan maliyetlerin azaltılması, ürün ve hizmet çeşitliliğine gidilmesi, diğer bir yandan ürün/hizmetlerin kalitesinin artırılması şarttır. Yenilik fikirlerini ortaya çıkaran unsurlar, bu zorunluluklardan kaynaklanmaktadır. Bu şekilde yeni pazarlar oluşturmak ve pazar paylarını arttırmak mümkün olabilecektir. (Özdol, 2010: 34). Kuczmarski, rekabette yeniliğin iki kilit rolü olduğunu savunmaktadır. Bu roller, rekabet üstünlüğünün korunması ile hissedar, çalışan ve müşteri tatmini şeklinde sıralanabilir (Kuczmarski, 1996: 31-32).

Yeniliklerin KOBİ'lere sağlayacağı en önemli getiri, gelecekte işletmenin hayatta kalmasını mümkün kılacak rekabet üstünlüğünü sağlaması olacaktır. Kalıcı olmayı, sadık bir müşteri kitlesine sahip olmayı ama bir yandan bunları yaparken diğer yandan da verimliliği ve karlılığı arttırmayı hedefleyen bir KOBİ için yenilikçi düşünmek ve uygulamak şarttır. İnovasyonun en büyük göstergesi, "rekabet" kavramıdır. KOBİ'ler için günümüz piyasalarında rekabet oldukça çetin ve eskisine oranla farklı yaşanırken, "farklılık" olması gerekir (Siso, 2008: 25).

KOBİ'ler rekabet güçlerini arttırmak için ürün geliştirme yönünde yeni teknolojiler, yeni üretim ve pazarlama yöntemleri kullanarak Ar-Ge faaliyetleri yapmak durumundadırlar. Dolayısıyla rekabetçi piyasa ekonomisinin işlerlik kazanmasında KOBİ'ler, önemli yere sahiptirler. Rekabetin ulusal pazarlardan uluslar arası pazarlara taşındığı günümüzde rekabet gücü sadece fazla ürün satmak değil gelir, istihdam ve refah düzeyini arttırarak uluslar arası pazarda yer alabilmektir.

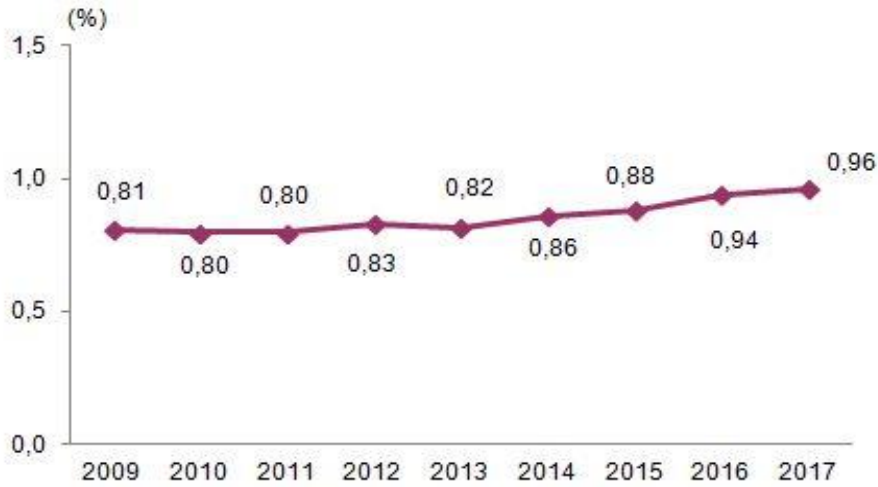
3.7.5. Türkiye'de ve AB'de KOBİ'lerin teknoloji ve rekabet gücü açısından karşılaştırılması

Türkiye'nin bilim ve teknoloji alanında ilerlemesi ve teknolojiye dayalı bir büyüme gerçekleştirmesi, KOBİ'lerin yeni ürün ve hizmetler sunabilme gücüne bağlıdır. Uluslar arası düzeyde rekabet gücü elde etmek ancak kurumsal yapılanmalar ile bilim ve teknoloji politikalarının, Ar-Ge faaliyetlerinin, bilgiye dayalı çalışmaların sonucunda yeni teknolojiler üretmek ile mümkün olabilecektir.

Yenilik kapasitesine ait göstergeler başta Ar-Ge faaliyetleri, bilimsel çalışmalar, yayımlar, araştırmacı sayıları, teknolojik değişimler olarak kabul edilmekte ve bu çalışmalardan elde edilen veriler, tüm dünyada başta OECD ve UNESCO gibi uluslar arası kuruluşlar ve çevrelerce derlenmekte, değerlendirilmekte ve analizlerde kullanılmaktadır. (Tunç, 2008: 37).

KOBİ'lerin dünyadaki işletmeler içindeki payı, % 95' dir. KOBİ'lerin tüm işletmeler içindeki oranı ülkeler açısından incelendiğinde, ABD'de tüm işletmelerin % 97.2'sini, Japonya'da % 99.4'ünü, Almanya'da % 99'unu, Fransa'da % 99'unu, Güney Kore'de % 98.8'ini, Hindistan'da % 98.6'sını, İtalya'da % 98'ini, İngiltere'de % 96'sını, Türkiye'de ise % 99.2'sini KOBİ'ler oluşturmaktadır. Bu veriler. KOBİ'lerin tüm dünya genelindeki işletmeler içinde önemli bir orana sahip olduklarını göstermektedir (Türkoğlu ve Çelikkaya, 2011: 3).

Şekil 3.3. Ar-Ge Harcamalarının GSYH İçindeki Payı, 2009-2017



Kaynak: TÜİK, www.tuik.gov.tr. Erişim Tarihi: 17.10.2018

Şekil 3.3.'de, Türkiye'de Ar-Ge harcamasının Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH) içindeki payının kamu teşvikleri sayesinde 2014 yılından itibaren artış gösterdiği, 2014 yılında % 0,86 iken, 2015 yılında % 0,88'e, 2016 yılında % 0,94 iken 2017 yılında % 0,96'ya yükseldiği görülmektedir.

2016 yılında Almanya’da GSYH içinde Ar-Ge harcamalarının payı %2,9, Amerika’da %2,8, Japonya’da %3,3, Kore’de %4.2 olmuştur. Bu ülkelerle Türkiye karşılaştırıldığında Türkiye’nin yeterli seviyede olmadığı görülmektedir (Kılıç ve Alkan, 2018: 44).

Gümrük Birliği ile başlayan ve Avrupa Birliği’ne üyelik süreci ile devam eden uluslar arası entegrasyon sürecini geliştirmek için Türkiye, çeşitli programlar ve orta ile uzun vadeli ekonomik stratejiler organize etmektedir. KOBİ’lerin ülke ekonomisindeki önemli pozisyonundan dolayı, KOBİ’ler bu ekonomi politikalarından doğrudan veya dolaylı olarak etkilenmektedir. KOBİ’leri geliştirmek Türkiye için bir kalkınma politikası olmaktadır. Çünkü istihdam için artan talep ancak KOBİ’lerin kapasitesinin geliştirilmesiyle mümkün olabilir. OECD tarafından yapılan çalışmaya göre, bu süreç 1960 yılında girilmiş ve 1980’li yıllarda ülke ekonomisinin serbestleşmesi ile güçlendirilmiştir (Akdeve, 2008: 106-107).

Tablo 3.4.’de seçilmiş bazı ülkelerde ve Türkiye’de KOBİ’lerin Ar-Ge harcamalarından aldıkları paylar gösterilmektedir.

Tablo 3.4. KOBİ’lerin Ar-Ge Harcamalarından Aldıkları Pay (2013)

Ülke	KOBİ Payı (%)
İspanya	50,2
Türkiye	35,7
Polonya	29,2
Kore	23,1
Fransa	22,1
ABD	16,8
Almanya	11,0
Japonya	6,5

Kaynak: Avrupa’da Bilim, Teknoloji ve İnovasyon 2013 Raporu; TÜİK, Ar-Ge Faaliyetleri Araştırması, 2013

KOBİ’lerin Ar-Ge harcamalarından aldıkları paylar; İspanya’da % 50,2, Polonya’da % 29,2, Kore’de % 23,1, Fransa’da % 22,1, ABD’de % 16,8, Almanya’da % 11,0,

Japonya’da % 6,5 oranındadır. Türkiye’nin diğer ülkelerle karşılaştırıldığında % 35,7 oranıyla nispeten yüksek bir paya sahip olduğu görülmektedir.

Türkiye’de uluslar arası rekabet gücü ve sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın elde edilmesi, teknolojik yenilik alanında Ar-Ge faaliyetlerine yönelik politikaların ve teknolojilerin geliştirilmesi ve uygulanması ile sağlanabilir.

3.8. Araştırmanın Amaç ve Kapsamı

Bu çalışmanın amacı, KOBİ’lerin uluslar arası pazarlarda daha etkin olmaları ve rekabet avantajı elde etmeleri için ön koşul olan teknolojik yeniliklere uyum sağlama güçlerinin artırılması için strateji oluşturmalarına yardımcı olmaktır.

Çalışmanın, KOBİ’lerin karşılaşacakları sorunların belirlenmesine ve rekabet sürecinde firmaların rekabet gücünü etkileyecek avantaj ve dezavantajların tespit edilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu amaçla, SWOT analizi gerçekleştirilerek durum analizi yapılmıştır. Türkiye’deki KOBİ’lerin mevcut durumu ve geleceğe yönelik neler yapılması gerekliliği konusunda öneriler geliştirilmiştir.

3.9. Araştırmanın Hipotezi

Çalışmanın hipotezi, KOBİ’lerin yaptığı teknolojik yenilikler rekabetçi üstünlüğü artırır. Teşvik politikaları yoluyla ülkeler, ekonomik kalkınmada kilit rol oynayan KOBİ’lerin teknolojik yenilik yaratma kapasitelerini arttırarak rekabet güçlerini de arttırabilmektedir.

3.10. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, yöntem olarak SWOT analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu konuda yazılmış gerek yerli gerekse yabancı literatür çerçevesinde makaleler, kitaplar ve tezlerden yararlanılarak SWOT analizi gerçekleştirilmiştir.

3.11. KOBİ’lerin Rekabet Gücünün Arttırılmasında Teknolojik Yeniliğin Rolü’ne Yönelik SWOT analizi

SWOT analizi, firmanın güçlü ve zayıf yönleri ile karşılaştığı fırsat ve tehditleri ortaya çıkarması açısından “mevcut durum analizi”, geleceği görme, tahmin etme açısından da “gelecek durum analizi” olarak tanımlanır (Aktan, 2007).

SWOT analizi ile firmalar, iç yapısında sahip olduğu güçlü ve zayıf yönlerini görerek dış tehditler karşısında güçlü olduğu yönleri, fırsatları kullanarak tehlikeleri ortadan kaldıracak önlemler alabilir, zayıf yönlerini geliştirerek teknolojik gelişmelere uyum sağlayarak uluslar arası rekabet gücü elde edebilirler.

Bu çalışmada amaç; Türkiye’de KOBİ’lerin güçlü ve zayıf yönleriyle karşı karşıya bulunduğu fırsat ve tehditlerin belirlenerek karşılaşılabilecek sorunların önceden saptanmasına ve gerekli stratejinin oluşturulmasına yardımcı olmaktır. Bu unsurlar arasında uygun stratejilerin oluşturulması, sürdürülebilir rekabet gücü için önemli katkılar sağlayacaktır.

3.11.1. SWOT analizine ilişkin genel çerçeve

SWOT analizi, dört özelliğin baş harflerinden oluşur. Bunlar arasında Güçlü (Strengths) ve Zayıf (Weakness) yönler, Fırsatlar (Opportunities) ve Tehditler (Threats) yer almaktadır. İşletme veya kişilerin bir konuda karar verme sürecinde karşı karşıya bulunduğu güçlü ve zayıf yönlerinin fırsatların ve tehditlerin detaylı bütün olarak ele alınarak irdelenmesinde SWOT analizinden yararlanılabilir (Akpınar vd, 2011: 34-35).

SWOT analizi ile firmalar, güçlü ve zayıf yönlerini görerek fırsatlardan yararlanmalarını tehditler karşısında önlem almalarını ve pazar paylarını arttırarak rekabet gücü elde etmelerini sağlayabilirler.

SWOT analizi, bir organizasyonun iç ve dış durumunun analizini içeren geniş çaplı durum değerlendirmesine olanak veren stratejik analiz tekniğidir. İçsel ve dışsal duruma göre farklı stratejiler uygulanır. Yönetim, Ar-Ge, satış ve pazarlamadaki avantajlar ve fırsatlardan yararlanılarak güçlü konuma gelinebilir (Aktan, 2007). SWOT analizi, organizasyonun iç ve dış çevresinin değerlendirilmesini bir diğer ifadeyle çevresel faktörlerin olumlu ve olumsuz yönleriyle incelenmesini içermektedir (Çekerol ve Kurnaz 2011: 53).

İşletmenin rekabet gücü elde etmesi için iç ve dış durum analizinin yapılarak, güçlü ve zayıf yönlerin saptanması, dışardan gelen fırsatlar ve tehditlere karşı strateji oluşturması gerekmektedir. SWOT analizi işletmelere güçlü yönler ile fırsatlardan yararlanarak tehditlere karşı önlem alarak zayıf yönlerin etkisini en aza indirecek stratejiler geliştirmeye yardımcı olacaktır.

3.11.2. SWOT analizi

Genel çerçevesi çizilen KOBİ'lerin teknolojik yeniliğe dayalı sürdürülebilir rekabet stratejileri açısından iç faktörler olan güçlü (strengths) ve zayıf (weakness) yönleri ile dış faktörler olan fırsatlar (opportunities) ve tehditleri (threats) sistematik bir analiz ile ele almaktadır. Bu çerçevede KOBİ'lerin rekabet gücünün arttırılmasında, teknolojik yeniliğin rolüne yönelik SWOT analizi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 3.5. KOBİ'lerin Rekabet Gücünün Arttırılmasında Teknolojik Yeniliğin Rolü'ne Yönelik SWOT analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
<ul style="list-style-type: none">• Örgütlenme ve yapılanmanın nispeten kolay gerçekleşmesi,• KOBİ'lerde paydaşlar arasındaki yüz yüze iletişimin ve etkileşimin yoğunluğu,• Büyük sermayeli şirketlere göre KOBİ'lerin düşük maliyet avantajına sahip olması,• KOBİ'lerin faaliyet alanlarında yerelliğin avantajını kullanması,• Değişim ve yeniliklere esnek yapıları nedeniyle hızlı uyum sağlayabilmeleri,• Ekonomik kizlere karşı daha az duyarlı olması,• Yönetim kadrosunun azlığı hızlı karar vermelerini sağlamaktadır,• Düşük sermaye ile kurulabilmeleri ve faaliyetlerini sürdürebilmeleri,• Az sermaye ve az girdi ile yatırım yapabilmeleri,• Emek yoğun çalışmaları ile rekabetten daha az etkilenmeleri,• İşletme içinde iletişimin hızlı ve kolay olması, bürokrasinin azlığı,• Bireysel tasarrufları arttırmaları,• Teknolojiye yatkın olmaları,• Müşterilerle iletişim kolaylığı, taleplere hızlı cevap verebilmeleri,• Bölgesel kalkınmayı sağlaması, bölgeler arası eşitsizliği azaltması,• Emek yoğun çalışarak istihdam sağlamaları,• Dar pazar niş'lerine girebilmeleri.	<ul style="list-style-type: none">• Aile işletmesi olan KOBİ'lerin profesyonellikten uzak yapısı ve düşük yenilikçilik kapasitesi,• Rekabet gücünü arttıran teknolojik yeniliklerden yeterince yararlanamama,• KOBİ'lerin küçük ölçekli ve yerel olmasından hareketle toplumla iç içe olmasına karşın, bilimsel gelişmeleri ve teknolojik yenilikleri yakalayacak kültürel ve fiziki altyapıdan yoksun olması,• Geleneksel bireyci tutumun zayıf iş birliği ve sınırlı paylaşımcılığa yol açması.• Nitelikli ve eğitimli, işgücüne yeterince sahip olamaması,• Teknoloji ve Ar-Ge harcamaları için yeterince yatırım yapılmaması,• Karar alma sürecinde tek yöneticiye bağımlı olmaları,• Pazarlama, satış, tanıtım stratejilerinin olmaması,• Özsermaye yetersizliği,• Finansal kaynaklardan, sermaye piyasası enstrümanlarından yeterince faydalanamaması, kredi oranlarının yüksek olması, teminat sorunu,• Yetkinin tek elde toplanması yetki devrinin söz konusu olmaması,• Profesyonel yönetim tarzının olmayışı, kararların tek kişi tarafından alınması,• Organizasyon, örgütlenme yetersizliği, kurumsallaşamama• Pazarlama, satış, finansal planlama departmanlarının olmayışı,

Tablo 3.5. KOBİ'lerin Rekabet Gücünün Arttırılmasında Teknolojik Yeniliğin Rolü'ne Yönelik SWOT analizi (**devam**)

Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none">• Küçük ve orta ölçekliliğin paydaşlarla etkin iletişim sağlaması ve ağ bağlantılarını güçlendirmesi,• İnovasyonun gerçekleştiği alanların sayısının ve türlerinin hızla artması,• Rekabet gücü ve teknolojik yeniliklerin yayılmasında etkili bir faktör olan yönetişimin, KOBİ'lerin doğasına uygun olması,• Mikro ölçekli olması nedeniyle kâr hacmindeki sınırlı bir artışın kazançlarında yüzdelik olarak önemli bir artış doğurması,• Devlet tarafından ayrıca çeşitli kurum ve kuruluşlarca sağlanan kredilerle desteklenmeleri danışmanlık hizmetlerinin verilmesi,• Pazara giriş engellerinin azalması.• Yeni pazarlama, satış yöntemlerinin geliştirilmesi,	<ul style="list-style-type: none">• Rekabet gücünü arttırmak için girişilen teknolojik yatırımların yüksek risk taşıması,• Çağın teknolojik gereksinimlerini karşılayamadıkları takdirde yaratıcı yıkıma maruz kalma tehlikesi,• KOBİ'lerin teknolojik yatırımlara yaptığı yatırımın karşılığını, yetersiz talepten dolayı alamaması,• KOBİ'lerin sadece satışa odaklanarak orta ve uzun vadeli inovatif yatırımları ihmal edebilmesi,• Yasal düzenlemelerle getirilen çeşitli engeller,• Ani gelişen ekonomik dalgalanmalar, belirsizlikler, krizler,• İşgücü ve girdi maliyetlerindeki artışlar• Rakip firmaların pazara girmesi,• Dış ülkere olan mamül ve yarı mamül bağımlılığının artması,

Bu çalışmada yapılan SWOT analizinde, işletmenin güçlü olduğu yönler kullanılarak tehditlerin ortadan kaldırılması ya da azaltılması sağlanmalı, fırsatlardan yararlanılarak zayıf yönlerin güçlendirilmesi gerekmektedir.

Rekabet ortamında KOBİ'lerin fırsat ve tehditler karşısında üstün ve zayıf yönleri SWOT analizi ile tanımlanmakta, bu süreçte yenilik faaliyetlerinin stratejik önemi değerlendirilmeye çalışılmaktadır.

KOBİ'lerde organizasyon ve örgütlenmede görülen yetersizlikler, özsermayelerin yetersiz oluşu, yüksek maliyetli kredi kullanımı, finansman planlama sıkıntısı nedeniyle teknoloji ve Ar-Ge yatırımlarının yapılamaması, yeterli pazar araştırması yapılamaması, yeni pazarlara açılmama, nitelikli eleman istihdam edememe gibi nedenlerle güçsüzleşen, zayıf kalan KOBİ'ler; benzer faaliyet alanlarındaki KOBİ'lerle birleşerek yeni pazarlar oluşturabilirler. Bu şekilde rekabet güçlerini artırma stratejisi ile zayıf yönlerini ve tehditleri fırsata dönüştürebilirler.

Aynı şekilde teknolojik gelişmelere yatkın olmaları, büyük işletmelere göre Ar-Ge faaliyetlerindeki başarı oranlarının yüksek olması, rekabet güçlerini arttırmak için bir fırsat yaratmaktadır. Rekabet şansı yaratan ürün çeşitliliğinin ve kalitesinin artması teknolojik yeniliklerle mümkün olacaktır.

Genel olarak KOBİ'lerin rekabet gücünü arttırmak amacıyla teknoloji ile kurduğu ilişki; girişimcilik, risk alma, kolektif bilinç ve motivasyon gibi rekabet edebilmeyle ilgili özelliklere doğrudan etki etmektedir. Ayrıca bu ilişkinin sosyo-ekonomik iş kültürüyle de birbirine bağlı bir ilişkisi mevcuttur.

KOBİ'lerde organizasyonda yetersizlikler görülmekte olup özsermayelerin sınırlı oluşu, teknolojik alanlarda finansman sıkıntısına yol açabilmektedir. Buna bağlı olarak da zorlu rekabet koşullarında finansal planlama yetersizliği, pazarlama sorunları, uzman eleman temin edememe ve yükümlülük arttıran vergi kanunları KOBİ'lerin etkinliğini güçleştirmektedir. Ayrıca güçlü iş birliğinden yoksun kalması ve paylaşımcılığın kısıtlı olması, sorun yaratan bireyci ve çıkarıcı tutumlar olarak öne çıkmaktadır.

KOBİ'lerin güçlü yönleri teknolojik yeniliklerin rekabet aracı olarak kullanılmasını sağlarken, yapılan yenilikler zayıf yönlerinin etkisini azaltarak rekabetçi üstünlük elde edilmesine yardımcı olacaktır.

Firmaların varlıklarını sürdürmek ve uluslar arası düzeyde rekabet gücü elde edebilmek için sektörlerin yapısal özelliklerini araştırarak, gerekli strateji oluşturmaları ve yapısal düzenlemeleri yapmaları gerekmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Günümüzde dünyanın en büyük entegre tesislerini kurma girişimleri, popülaritesini kaybetmektedir. Alternatif olarak küçük ve orta ölçekli işletmeciliği temel alan ve girişimcilik potansiyelinin harekete geçirilebileceği ekonomik gelişme modelleri, uygulanmaya çalışılmaktadır. Gerek ileri sanayileşmiş ülkeler gerekse uluslar arası örgütler, reel istihdam yaratmalarından dolayı KOBİ'leri, işsizliğe karşı çözüm önerisi olarak düşünmektedir.

AB ve Türkiye'deki KOBİ'lerin karşılaştırılması durumunda Türkiye'deki KOBİ'lerin istihdam, finansman ve teknolojik yatırım açısından AB ülkelerinin gerisinde olduğu görülmektedir.

Esnek yapılarından dolayı teknolojik gelişmelere ve yeniliklere hızlı uyum sağlayarak rekabet gücü üstünlüğü sağlayan ve ülke ekonomisinde önemli bir yere sahip olan KOBİ'lerin örgütlenme, personel, pazarlama, finansman ve Ar-Ge gibi sorunları bulunmaktadır. Bu sorunların en önemlisi olarak da finansman sorunudur. Sermaye yapılarının yetersiz olması, yeterince dış kaynak, kredi kullanamama, finansal departmanlarının olmaması; KOBİ'lerin zayıf yönlerinde de belirttiğimiz gibi teknoloji ve Ar-Ge harcamalarına yeterince yatırım yapılamayarak rekabet güçlerinin azalmasına neden olmaktadır. Devlet tarafından finansal destek sağlayacak teknolojik bilimsel odaklı politikalar geliştirilmelidir. Ekonomik etkinliğini ve rekabet güçlerini yükseltmek, kredi desteği sağlayarak, krediye ulaşımını kolaylaştırmak, ekonomiye katkılarını arttırmak amacıyla kurulmuş olan KOSGEB ve KOBİ politikalarının uygulanmasında katkıları olan kurumlar arasında TÜBİTAK, DPT, TOBB, TESK. TTGV, DPT ve Halkbank yer almaktadır.

KOBİ politikalarının uygulanması sonucu rekabet avantajı sağlayarak küreselleşme sürecinde ortaya çıkan müşteri taleplerindeki değişime uygun ürün ve hizmetler üretebileceklerdir. Uluslar arası rekabet gücünün artırılması için teknolojik yeniliğe ilişkin destekleyici ve teşvik edici önlemlerin alınması gereklidir.

KOBİ'lerin sorunlarını çözebilmeleri ve sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamaları için rekabet stratejilerinin oluşturmaları gerekir. Porter'a (2000: 43) göre "bir sektörde rekabet avantajı sağlayabilmek ve başarılı bir konum elde etmek" için işletmenin sektöre yeni girecek firmalar, sektördeki mevcut rakipler, ikame ürünler, alıcılar ve tedarikçilerden oluşan beş rekabet gücü ile başa çıkabilmesi gerekir.

Teknolojik yenilik kavramı, sürdürülebilir rekabet üstünlüğü için kilit rol oynamaktadır. KOBİ'lerin teknoloji düzeyinin büyüklük grubuna göre payları incelendiğinde, küçük işletmelerin yüzde olarak düşük teknoloji ile çalıştığı, ileri teknoloji kullanımının düşük olduğu görülmektedir.

Teknolojik altyapıya uygun finansman kaynaklarının yaratılması ve uzun vadeye yayılan öngörülebilir yatırımların gerçekleştirilmesi gerekmektedir. İşletme yapısının Ar-Ge ve inovasyona elverişli hale getirilerek teknolojik yeniliklere uygun kültürel bir iklimin KOBİ'lerde yerleşmesi gerekmektedir.

Teknolojik ilerlemenin ekonomi üzerindeki etkileri, teknolojik yeniliklerin neden gerekli olduğu teknolojik yaklaşımlar çerçevesinde incelenmiştir. Klasik yaklaşımda rekabet gücünü, maliyet farklılıkları üzerinden açıklamaya çalışmaktadır. Neoklasik yaklaşım da teknolojik gelişme dışsaldır, yenilik ekonomik büyümeyi sağlayan önemli bir faktördür. Karl Marx ise teknolojinin ekonomik kalkınmaya olan etkilerini sınıf ilişkisi içinde değerlendirmektedir. Evrimci kuramda ise teknolojik yenilik kısıtlanmamakta yönetim, bilgi ve finans gibi konularıda kapsamakta, teknoloji ekonomik büyümenin temel belirleyicisi olarak kabul edilmektedir. Schumpeter "yaratıcı yıkım" kavramı ile ortaya çıkan yeni teknolojilerin ve yeni endüstrilerin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini vurgulamıştır. Bu süreçte teknolojik yenilik, ekonomik büyümenin ve gelişmenin ana unsurudur.

Firmaların elde ettiği karı korumak ve yeni firmaların piyasaya girmek için yaptığı teknolojik yenilik çabaları, rekabeti ekonomik büyümenin, refahın temel belirleyicisi haline getirmiştir.

İktisadi gelişmeyi sağlayan en önemli unsur olan teknolojik gelişme, istihdamı da uzun dönemde etkileyen faktörlerden biridir.

KOBİ'lerde rekabet gücünün artırılması için teknolojik yeniliğe ilişkin öneriler, şu şekilde sıralanabilir:

- Konjonktürel gelişmelere bağlı olarak KOBİ'leri satış dalgalanmalarından koruyacak önlemlerin alınması,
- Zorlu piyasa koşulları ve acımasız rekabet ortamının KOBİ'ler üzerindeki etkisini minimize edecek güvencelerin verilmesi,
- KOBİ'lerde karar verme sürecinde kişilere değil sisteme bağlı planlı bir yapının oluşturulması,
- İç ve dış koşullara karşı duyarlılığı fazla olan KOBİ'lerin bağımsızlığını kaybetme batma riskini bertaraf edebilmesi için kurumsallaşmaya öncelik vermesi,
- İşletme yapısının Ar-Ge ve inovasyona elverişli hale getirilerek teknolojik yeniliklere uygun kültürel bir iklimin KOBİ'lerde yerleşmesi,
- Büyük ölçekli işletmelere göre avantajlı oldukları düşük maliyet avantajını anlamlı hale getirebilmeleri için teknolojik altyapıya uygun finansman kaynaklarının yaratılması ve uzun vadeye yayılan öngörülebilir yatırımları gerçekleştirmeleri,
- Pazarlama stratejisi olarak satışa odaklanmanın yanı sıra ileriye dönük bir perspektif geliştirilerek orta ve uzun vadeli planlamaların yapılması,
- Üretim, yönetim, muhasebe ve pazarlama konularında eşgüdümlü hareket edilmesi.

Her geçen gün daha fazla önem kazanan inovasyon, zorlu piyasa koşullarında işletmeler arasındaki yoğun rekabet ortamında bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır. İşletmelerin piyasadaki mücadeleleri, yeni projeler geliştirerek yenilikçi ürün ve hizmetler meydana getirmekle mümkün olmaktadır. Ayrıca mevcut ürünlerin, yenilikçi fikirlerle pazar payını arttırmak da etkin bir rekabetçi strateji olarak görülmektedir. Bu bağlamda, büyük ölçekli işletmelerin var olan potansiyellerine rağmen KOBİ'lerin daha esnek ve daha hızlı manevra kabiliyetine sahip işletmeler olduğu söylenebilir. Değişimlere çabuk adapte olabilen ve yeniliklere daha hızlı uyum sağlayabilen KOBİ'ler, piyasada kalıcı olabilmek için yeniliklere açık politikaları benimsemektedir. KOBİ'ler zaman zaman büyük çaplı projeler üretmede çekimser kalma riski taşısa da yenilikçi politikalar yoluyla girişimci özelliklerini geliştirerek yüksek bir pazar payına sahip olabilmektedir. KOBİ'lerin rekabet gücünü arttırmasında inovasyonun gerekliliği sonucu yaratıcı fikirler ve inovatif

uygulamaların artan önemi, rekabetçi üstünlük sağlamada göz ardı edilemez bir rol oynamaktadır.

KOBİ'lerin rekabet gücü incelendiğinde, Dünya Ekonomik Forumu (WEF), Küresel Rekabet Endeksine göre 2018 yılında Türkiye 140 ülke arasında 61. sırada yer almaktadır. Buna göre Türkiye'nin rekabet gücü ve inovasyon düzeyinde istenilen düzeye ulaşamadığı görülmektedir. Ülkemizde Ar-Ge harcamalarının GSMH içindeki payının, 2014 yılından itibaren artış gösterdiği ancak bu oranın, yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir.

KOBİ'lerin, Ar-Ge ve inovasyon yatırımlarına yeterince yatırım yapamadıkları görülmektedir. Bu zayıf yönleri rekabet güçlerini azaltmaktadır. Ancak bir araya gelerek işbirliği içinde ortak bir Ar-Ge merkezi oluşturabilir ve sorunlarının çözümünde ortak hareket ederek rekabet gücü elde edebilirler. Ar-Ge yatırımlarına ayrılan bütçe arttırılmalı ve teknoloji yoğun yatırım faaliyetleri desteklenmelidir. Çünkü inovasyonun temelinde Ar-Ge bulunmaktadır.

Değişen piyasa koşullarına uyum, ancak iyi bir planlama ile mümkün olabilir. Bu konu uluslar arası rekabet açısından önem taşımaktadır. Bunun için piyasanın sahip olduğu değerlerin analizinin yapılması gereklidir. Bu çalışmada; iyi bir planlama için gerekli olan KOBİ'lerin güçlü ve zayıf yönleri ile KOBİ'lere yönelik tehdit ve fırsatlar belirlenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmada yöntem olarak SWOT analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu konuda yapılmış gerek yerli gerekse yabancı literatür çerçevesinde makaleler, kitaplar, tezlerden yararlanılarak SWOT analizi gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada SWOT analizi yöntemi kullanılmıştır. SWOT analizinden elde edilen bulgulara göre; ucuz işgücü, emek yoğun çalışma sonucu istihdam yaratmak, bölgesel kalkınmayı sağlayarak refah artışına katkıda bulunmak, esnek yapıları nedeniyle teknolojik değişikliklere ve ekonomik dalgalanmalara uyum sağlama gücü; KOBİ'lerin sahip olduğu önemli güçlü yönler arasındadır. Teknoloji ve Ar-Ge harcamaları için yeterli yatırımın yapılamaması, öz sermaye yetersizliği, finansman sorunları da zayıf yönlerini oluşturmaktadır. Bu bulgular çerçevesinde rakiplerin güçlü ve zayıf yönlerine de ilişkin bilgiler toplanarak firmanın sahip olduğu özelliklerle birlikte ele alınarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Teşvik politikalarının, KOBİ'lerin teknolojik yenilik kapasitelerinin ve böylece rekabet güçlerinin arttırılmasına yönelik olarak uygulanması büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda teknolojik yenilik kapasitesini ve rekabet gücünü arttıran KOBİ'ler zayıf yönlerini azaltıp güçlü yönlerini arttırabilecek ve tehditleri fırsatlara çevirme olanağı sağlayabileceklerdir.



KAYNAKÇA

Abor, J. ve Adjasi, Charles K.D. (2007). Corporate Governance and The Small and Medium Enterprises Sector: Theory and Implications. *Corporate Governance*, 7 (2), ss. 111-122.

Akçomak, İ.S. (2016). Bilim, Teknoloji ve Yenilik Politikalarının Kuramsal Çerçevesi”, Editörler: Erkan Erdil, M. Teoman Pamukçu, I. Semih Akçomak ve Murad Tiryakioğlu, *Bilim, Teknoloji ve Yenilik: Kavramlar, Kuramlar ve Politika*, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları, 16(5). ss. 509-528.

Akdeve, E. (2008). Sanayi Kümelerinde Yenilik, İşletmelerarası İlişkiler ve Yakınlıklar

Akğemci, T. (2001). *KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler*, Ankara: KOSGEB Yayınları.

Akğemci, T. Ögüt, A. ve Tosun, M.A. (2005). Küresel Rekabetin Sunduğu Fırsatlar ve Tehditler Bağlamında KOBİ'lerde Stratejik Yenilik Yönetimi: SWOT analizine Dayalı Kuramsal Bir Değerlendirme. *S.Ü. İ.İ.B.F. Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, ss. 139-156.

Akpınar, R. Taşcı, K. ve Özsan, M.E. (2011). *Teoride ve Uygulamada Bölgesel Kalkınma Politikaları*, 1.Baskı, Bursa: Ekin Yayınevi.

Aktan, C. C. (2007), Stratejik Yönetim ve SWOT analiz, <http://www.canaktan.org/yonetim/stratejik-yonetim/swot.htm> (15.12.2018).

Alsaç, F. (2010), Bölgesel Gelişme Aracı Olarak Kümelenme Yaklaşımı ve Türkiye İçin Kümelenme Destek Modeli Önerisi, , Planlama Uzmanlığı Tezi, *DPT Uzmanlık Tezleri* Ankara.

Altaş, S., (2012). KOBİ Tanımı ve Kriterleri Değişti, Dünya Gazetesi, <http://www.dunya.com/kobi-tanimi-ve-kriterleri-degisti-171037h.htm>, Erişim Tarihi: 10.10.2015

Altuntuğ, N. (2007) Küresel Rekabet Ortamında Ayırt Edici ve Sürdürülebilir Üstünlükler Bağlamında Temel Yetenek Tabanlı Stratejiler ve Bir Uygulama, Doktora Tezi, *Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.*

Ansal, H. (2004). Geçmiş ve Gelecekte Ekonomik Gelişmede Teknolojinin Rolü. Teknoloji, *Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği*, 50. Yıl Yayını, Ankara.

Antony, J. Kumar, M. ve Madu, C. N., (2005). Six Sigma in Small - and Medium - Sized UK Manufacturing Enterprises - Some Empirical Observations. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22 (8), ss. 860-874.

Arıç, K. H. (2013). Yeni Bir Dış Ticaret Teorisi Olarak Porter'ın Rekabetçi Üstünlükler Teorisinin Yapısı. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (5), ss. 81-97.

Armağan, A., (2008). Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği Anlaşmasının Türkiye'deki KOBİ'lerin Rekabet Gücü Üzerine Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, *Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.*

Arslan, İ. K. ve Şahin. Ş. (2016). Kümelenmenin Kobi'lerin İhracat Performasına Etkisi: Kuyumcukent'te Bir Uygulama. Dış Ticaret Enstitüsü Working Paper Series, s. 4.

Asadi, A. ve Kohan, M.F.Z. (2011). The Role of Entrepreneurship on Ecotourism Development. *International Conference on Sociality and Economics Development*, Singapore, ss. 38-42.

Ata, A. Y. (2009). Kurumsal İktisat Çerçevesinde Yolsuzluğun Fırsat ve Motivasyonları: AB Ülkeleri Üzerine Bir İnceleme, Doktora Tezi, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.*

Atay, O. (2013). KOBİ'lerde Araştırma ve Geliştirmenin Verimliliğe Etkisi ve Bir Uygulama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (47), ss. 161-170

Ay, H.M. ve Talaşlı, E. (2007). Türkiye'de KOBİ'lerin İhracattaki Yeri ve Karşılaştıkları Sorunlar. *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi*, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı, ss. 173-184.

Ayaş, N. (2002). Bölgesel Rekabet Gücünün Geliştirilmesinde Verimliliğin Rolü. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 9, ss. 1-24.

Bağcı, I. (2007). Rekabet Gücü Kriterlerinin Markalaşma ile İlişkisi ve Gaziantep Hazır Giyim İşletmelerinde Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, *Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Gaziantep.

Bakırtaş, T. (2014). *Dünya 'da ve Türkiye 'de Ekonomik Kalkınma – Küresel Kalkınma Odaklı Sorunlar, Yeni Model Arayışları*, Ankara: Nobel Yayınevi.

Başkılıç, E. (2006). Türkiye'nin Uluslar arası Rekabet Gücü; Bazı AB Ülkeler Kıyaslaması, Yüksek Lisans Tezi, *Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Adana.

Bayülgen, Y. Kütükoğlu, C. (2012). *Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri (KOBİ'ler)*, 4. Baskı, Ankara Makina Mühendisleri Odası.

Berisha-Namani, M. (2009). "The Role of Information Technology in Small and Medium Sized Enterprises in Kosova", *Fulbright Academy Conference*.

Bilim, Teknoloji ve İnovasyon 2013 Raporu, *Ticari Kesim Ar-Ge Harcamalarından KOBİ'lerin Aldıkları Pay*, Avrupa'da TÜİK, Ar-Ge Faaliyetleri Araştırması 2013.

Carayannis, E.G., E.T. Samara ve Y.L. Bakouros (2015). *Innovation and Entrepreneurship: Theory, Policy and Practice*. Cham: Springer International Publishing.

Cem, Ö. (2010). Elektronik Ticaret ve KOBİ'lerin Rekabet Gücü, Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Gebze.

Civan, M. (2012). Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Teşvik ve Finansmanı, Türkiye Ekonomi Kurumu Tartışma Metni, <http://www.tek.org.tr>. Erişim Tarihi: 03.05.2017

Commission of the European Communities (2005). The Activities of the European Union for Small and Medium- Sized Enterprises (SMEs) - SME Envoy Report, *Commission Staff Working Paper*, ftp://ftp.cordis.europa.eu/pub/incubators/docs/sme_envoy_report_2005_en.pdf, Erişim Tarihi: 12.19.2014

Cozzarin, B.P. K. Weonseek ve B. Koo (2016). Does Organizational Innovation Moderate Technical Innovation Directly or Indirectly. *Economics of Innovation and New Technology*.

Çekerol, G. Ve Kurnaz, N. (2011). Küresel Kriz Ekseninde Lojistik Sektörü ve Rekabet Analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25/2011, s. 35.

Çelik, A. ve Akgemci, T. (1998). *Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler*, Ankara: Nobel Yayınevi.

Çelik, İ. (2011). Kıtık ve Rekabet: Rekabetin Negatif Sonuçları. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25 (1), ss. 1-12.

Çetindamar, D. ve Günsel, A. (2009). Teknolojik Yetenek Kapasitesinin Değerlendirilmesi: Nedir ve Nasıl Uygulanır? TÜSİAD – Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu, İstanbul.

Çevik, E. (2018). KOBİ'lerin Rekabet Gücünde İnovasyonun Rolü, Yüksek Lisans Tezi, *İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.

Çivi, E. (2001). Rekabet Gücü: Literatür Araştırması. *Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi*, 8 (2), ss. 21-38.

Çivi, E. Erol ,İ. İnandı, T. Erol,E.D. (2008). Uluslar arası Rekabet Gücüne Farklı Bakışlar, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:4, Sayı:1, ss. 1-22.

Diéguez-Soto, J. García-Pérez-de-Lema, D. Duréndez, A. ve Ruiz-Palomo, D. (2016). Technological, Management, and Persistent Innovation in Small and Medium Family Firms: The Influence of Professionalism. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, (33), ss. 332-346.

Dinçer, Ö. ve Fidan, Y. (1991). *İşletme Yönetimine Giriş*, İstanbul: Beta Yayıncılık.

Dinler, Z. (2012). *Bölgesel İktisat*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Doğan, Ö.İ. Marangoz, M. Topoyan, M. (2003). İşletmelerin İç ve Dış Pazarda Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler ve Bir Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 5, Sayı 2(1), ss.114-138.

Dulupçu, Murat Ali (2001). Küresel Rekabet Gücü: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme. Nobel Yayın Dağıtım. Ankara.

- Durgun, Ö. ve Aslan, Ö. (2013). Bilgi Ekonomisi ve Teknoloji Politikaları: Genel Bir Değerlendirme. *Journal of Yasar University*, 30 (8), ss.5123-5142.
- Elçi, Ş., Karataylı, İ. ve Karaata, S. (2008). *Bölgesel İnovasyon Merkezleri: Türkiye İçin Bir Model Önerisi*, İstanbul: TÜSİAD Yayınları.
- Erenler, G.Alüftekin, N., Yüksel, Ö., Taş, A. ve Bayraktar, F. (2012). “Denizli Tekstil Hazırgiyim Sektörü Bölgesel Yoğunlaşma (Kümelenme) Göstergeleri”, *Endüstri Mühendisliği Dergisi*, Cilt: 23, Sayı: 2, ss. 2-27.
- Erol, M. (2010). Ekonomik Kriz ve KOBİ'ler. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5 (1), ss.165-181.
- Ervural, S. (2006). Küçük ve Orta Boy İşletmelerde Rekabet Gücü Üzerine Bir Araştırma ve Eskişehir Mobilya Sektöründe Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Endüstrisi*, Eskişehir.
- Esnaflık ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü, (2014), Kobi Destekleri Ülke İncelemeleri (Almanya, İngiltere ve Belçika). ss. 1-150.
- Fagerberg, J. (1988). International Competitiveness. *The Economic Journal*, Haziran, no:98.
- Gnyawali, D. R. ve Park, B.J. (2009). Co-opetition and Technological Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises: A Multilevel Conceptual Model. *Journal of Small Business Management*, 47 (3), ss.308-330.
- Gökmenoğlu, S.M., Akal, M. ve. Altunışık, R. (2012), Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler. *Rekabet Dergisi*, 13 (4), s. 3-43.
- Grant, Robert M. (1991), Porter's Competitive Advantage of Nations: An Assessment. *Strategic Management Journal*, 12 (7), ss.535-548.
- Gronum, S. Verreyne, M.L. ve Kastle, T. (2012). “The Role of Networks in Small and Medium-Sized Enterprise Innovation and Firm Performance”, *Journal of Small Business Management*, 50 (2), ss. 257-282.
- Güler, P. (2017). Türkiye’de KOBİ'lere Sağlanan Finansal Destek Programları ve KOSGEB Destekleri, Yüksek Lisans Tezi, *İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.

Gürkan, Ö. ve Ayaş, N. (2004). *Denizli Tekstil Kümesinde Bölgesel Rekabet Gücünün Belirleyenleri*, Muğla Üniversitesi Yayınları.

Hatsopoulos, G., Krugman, P. ve Summers, L. (1988). U.S. Competitiveness: Beyond the Trade Deficit. *Science*, Temmuz, no:241.

<http://www.tek.org.tr>. Erişim Tarihi: 15.05.2017

<http://digitalarchive.maastrichtuniversity.nl/fedora/objects/guid:3553b053-4443-4dd7-9b8f-ca96f6a43bba/datastreams/ASSET1/content> , Erişim Tarihi: 20.12.2016

<http://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php>, Erişim tarihi: 03.07.2019

<http://esnaf.gtb.gov.tr>. Erişim Tarihi: 07.05.2017

<http://kosgeb.gov.tr/Pages/UI.aspx?ref=606>, Erişim Tarihi: 12.12.2014

<http://www.tubitak.gov.tr> Erişim Tarihi: 11.11.2016

Hudson, Mel; Smart, Andi ve Bourne, Mike (2001). Theory and Practice in SME Performance Measurement Systems. *International Journal of Operations & Production Management*, 21 (8), ss. 1096-1115.

Hwang, Yun-Seop; Mun-Ho Hwang ve Xiaoxu Dong (2015). The Relationships Among Firm Size, Innovation Type, and Export Performance With Regard to Time Spans. *Emerging Markets Finance & Trade*, (51), ss.947-962.

Jansson, H. ve Sandberg, S. (2008). Internationalization of small and medium sized enterprises in the Baltic Sea Region. *Journal of International Management*,(14),ss.65.-77.

Kahraman, S. (2012). KOBİ'lerin Sorunları ve Çözüm Önerileri: Bursa Alan Araştırması, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü* ,Balıkesir.

Karacaoğlu, K. (2009). Rekabet Üstünlüğünü Etkileyen Unsurların Yapısal Eşitlik Modeli İle Belirlenmesi: İSO 500 Büyük Sanayi İşletmesi Örneği, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 34, ss. 165-187.

Kayabaşı, A. (2007). İşletmelerin Rekabet Gününün Geliştirilmesinde Lojistik Faaliyetlerin Performansının Artırılması: Üretim İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi, *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İzmir.

Kılıç, R. ve B. Keklik (2012). KOBİ'lerde Genel Firma Özelliklerinin İnovasyon Uygulamalarına Etkisi: Balıkesir İlinde Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (39), ss. 93-118.

Kılıç, S. ve Alkan R. M. (2018). Dördüncü Sanayi Devrimi Endüstri 4. 0 : Dünya ve Türkiye Değerlendirmeleri, *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(3), ss. 29-49.

Kiper, M. (2009). Üretim Ekonomisi İçin Sanayi ve Teknoloji Politikaları, Ulusal Sanayici ve İş Adamları Derneği (USİAD), İstanbul.

KOBİ Bilgi Sitesi-TOBB, (2018). <http://www.kobi.org.tr/>, Erişim Tarihi: 10.11.2018.

Koç, T. (2007). Avrupa Birliği ve Türkiye'de Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Finansmanı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.

Kurt, F. (2012). Kobi'ler ve İhracat: Geliştirmeler ve Sorunlar, Yüksek Lisans Tezi, Ahmet Yesevi Üniversitesi, Kazakistan.

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik, Resmi Gazete, 4 Kasım 2012, sayı 28457. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/1104-11.htm>, Erişim Tarihi: 03.02.2015

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik, Resmi Gazete, 24 Haziran 2018, sayı, 1828. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/20180624.htm>. Erişim Tarihi: 04.02.2019

Lordkipanidze, M. Brezet, H. ve Backman, M. (2005). The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development. *Journal of Cleaner Production*, 13, ss.787-798.

Mann, T. Theresa, L. ve Chan, K.F. (1999). The Competitiveness of Small and Medium Size Enterprises: A conceptualization with focus on Entrepreneurial Competencies. *Journal of Business Venturing*, Sayı: 17.

Maslach, D. (2016). Change and Persistence with Failed Technological Innovation. *Strategic Management Journal*, (37), ss.714-723.

Mezgár, I. Kovacs, G. L. ve Paganelli, P. (2000). Co-operative Production Planning for Small- and Medium-Sized Enterprises. *International Journal of Production Economics*, (64), ss.37-48.

Müftüoğlu, T. (1991). Türkiye' de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: Sorunlar ve Öneriler. Ankara: Sevinç Yayınevi.

Müslümov, A., (2002). *21. Yüzyılda Türkiye'de KOBİ'ler - Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri*, İstanbul: Literatür Yayıncılık.

OECD ve EU. (2005). *Oslo Kılavuzu (Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler)*, 3. Baskı, Ankara: TÜBİTAK.

Oğuztürk, B.S. ve Türkoğlu M. (2004). Yenilik ve Yenilik Modelleri. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, 3 (1), ss.14-20.

Oktay, E. ve Güney, A. (2002). “Türkiye'de KOBİ'lerin Finansman Sorunu ve Çözüm Önerileri, *Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyumu*, Doğu Akdeniz Üniversitesi, K.K.T.C.

Organize Sanayi Bölgesinde Uygulama: Ankara 1. Organize Sanayi Bölgesi. Doktora Tezi, *Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü* Ankara.

Örücü, E. R. Kılıç ve A. Savaş (2011). KOBİ'lerde İnovasyon Stratejileri ve İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktörler: Bir Uygulama. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12 (1), ss.58-73.

Özbek, Z. (2008). KOBİ'lerin Türk Ekonomisine Etkileri. *Uluslar arası Ekonomik Sorunlar*, (31), ss. 49-57.

Özdemir, S. Ersöz, H.Y. ve Sarıoğlu, İ. (2006). *İşsizlik Sorununun Çözümünde KOBİ'lerin Desteklenmesi*, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.

Özgül, E. (2005). KOBİ'lerin Büyüme Stratejisi Alternatifi Olarak Özel Marka Uygulamalarının Dağıtım Kanalı İlişkisi Yaklaşımıyla Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma, Doktora Tezi, *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İzmir.

Öztürk, Ö., (2007), İstihdam Konusunda KOBİ'lerin Önemi ve KOBİ Alanında Eğitim İstihdam İlişkisi Açısından Kamu İstihdam Kurumunun Rolü, İŞKUR Yayını, Ankara.

Peters, M. ve Pikkemaat, B. (2006). "Towards Measurement of Innovation - A Pilot Study in the Small and Medium Sized Hotel Industry". In M. Peters & B. Pikkemaat (Eds.), *Innovation in Hospitality and Tourism*, New York: Routledge, ss.89-112.

Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*, New York: Macmillan.

Porter, M.E. (2000). Location, Competition and Local Clusters in A Global Economy. *Economic Development Quarterly*, Cilt: 14, Sayı: 1. ss. 15-34.

Putthiwani, C. (2016). "An Analysis of Joseph Schumpeter's Life, Concept of Innovation, and Application for Estonia", *BASEES Annual Conference*, Fitzwilliam College, University of Cambridge.

Razavi, S.M.H., Nargesi, G.R., Hajihoseini, H. ve Akbari, M. (2016). The Impact of Technological Innovation Capabilities on Competitive Performance of Iranian ICT Firms. *Iranian Journal of Management Studies (IJMS)*, 9 (4), ss.855-882.

Reichardt, K. S.O. Negro, K.S. Rogge ve M.P. Hekkert (2016). Analyzing Interdependencies Between Policy Mixes and Technological Innovation Systems: The Case of Offshore Wind in Germany. *Technological Forecasting & Social Change*, (106) ss.11-21.

Satı, Z.E. ve Işık, Ö. (2011). İnovasyon ve Stratejik Yönetim Sinerjisi: Stratejik İnovasyon. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (2), ss. 538-559.

Scout, B.R. ve Lodge, C. (1985). *US Competitiveness in the World Economy*, Boston: Harvard Business School Press.

Seyrek, İ. ve M. Sarıkaya (2008). Teknoloji Politikaları ve Türkiye: Bir İnceleme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (15), ss. 53-79.

Singh R. L. Mathiassen ve A. Misra (2015). Organizational Path Constitution in Technological Innovation: Evidence From Rural Telehealth. *MIS Quarterly*, 39 (3), ss.643.-665.

Siso, Ş. (2008). Kalkınmanın ve Rekabetin İtici Gücü Olarak Teknoloji Politikalarının Önemi ve Türkiye'de Uygulanabilirliği. Yüksek Lisans Tezi, *Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.

Sledzik, K. (2013). Knowledge Based Economy in a Neo-Schumpeterian Point of View. *Equilibrium, Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 8 (4), ss. 67-77.

Soete, L. ve Weel, B. (1999). Schumpeter and the Knowledge-Based Economy: On Technology and Competition Policy.

Srithanpong, Thanapol (2014). Innovation, R&D and Productivity: Evidence from Thai Manufacturing. *International Journal of Economic Sciences and Applied Research*, 7 (3), ss.103-132.

Sungur, O ve Keskin. H., (2009), Coğrafi Yakınlık Hala Önemli mi? Yerel İnovasyon Modellerinden Çok-Yerelli Bilgi Dinamiklerine Dönüşüm. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1 (2), ss. 107-131.

Tavassoli, S. ve C. Karlsson (2016). Innovation Strategies and Firm Performance: Simple or Complex Strategies?. *Economics of Innovation and New Technology*, 25 (7), ss.631-650.

Taymaz, E. (1997). Türkiye imalat sanayiinde teknolojik değişme ve istihdam, Ankara, . <http://www.inovasyon.org/pdf/et.mm.istihdam.pdf>

Tesfom, G. ve Lutz, C. (2006). A Classification of Export Marketing Problems of Small and Medium Sized Manufacturing Firms in Developing Countries. *International Journal of Emerging Markets*, 1 (3), ss. 269-281.

Timurçin, D. (2010). Türkiye’de KOBİ’lerin Rekabet Gücü ve Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Kümelenmenin Etkisi, Doktora Tezi, *İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.

TOBB – Türkiye Odalar ve Borsa Birliği (2018). KOBİ Bilgi Sitesi,

Tunç, H. (2008). Bir Yenilik Göstergesi Olarak Patent ve Türkiye Patent Performansı, Yüksek Lisans Tezi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Isparta.

Tutar, F. Tutar, E. ve Eren, M.V. (2011). Bölgesel/Yerel Ekonomik Kalkınmanın Popülerleşen Yeni Aktörü: Kümelenme. *Akdeniz Üniversitesi Uluslar arası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 3 (2), ss. 94-116.

Türköz, P. (2008). KOBİ'lerin Finansman Sorunları ve Bankaların KOBİ'lere Yaklaşımı: Isparta Alan Araştırması, Yüksek Lisans Tezi, *Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.*

Uysal, D. (2000). Teknolojik Gelişim ve Global Rekabet Üzerine Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 6, ss.5-15.

WEF (World Economic Forum) (2011). The Global Competitiveness Report 2011-2012, http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf, Erişim Tarihi: 16.05.2018.

World Economic Forum (2018). *The Global Competitiveness Report*, İsviçre, Erişim Tarihi: 15.05.2018.

Yam, R.C.M., J.C. Guan, K.F. Pun ve E.P.Y. Tang (2004). An Audit of Technological Innovation Capabilities in Chinese Firms: Some Empirical Findings in Beijing, China. *Research Policy*, (33), ss.1123–1140.

Yapp, C. ve Fairman, R. (2006). Factors Affecting Food Safety Compliance Within Small and Medium-Sized Enterprises: Implications for Regulatory and Enforcement Strategies. *Food Control*, (17), ss.42-51.

Yıldırım, H. (2004). Teknoloji Politikası ve Finlandiya Örneği, *İŞ, GÜÇ Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Cilt:6, Sayı:2

Yılmaz, B. (2004). KOBİ'lerin Toplumda Üstlendikleri Roller Bakımından Analizi. *Ankara: Dış Ticaret Dergisi*, DTM Yayını, Sayı:30, ss.141–179.

Yörük, F. (2011). KOBİ'lerde İnsan Kaynakları Yönetimi, Tezsiz Yüksek Lisans Bitirme Projesi, , *Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.*

Yülek, M. ve Daş. G.S. (2016). KOBİ'lerin Yenilikçilik Kapasitelerini Geliştirecek Desteklerin Tasarımına Yönelik Kavramsal Bir Model Önerisi: Yenilikçilik Profillerine Dayalı Bir Yaklaşım. *Ege Akademik Bakış*, 16 (3), ss.555-572.

Zerenler, M. Türker N. ve Şahin, E. (2007). Küresel Teknoloji, Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) ve Yenilik İlişkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (17), ss. 653-667.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı: YASEMİN IŞIK
Doğum Yeri: EMET / KÜTAHYA
Doğum Tarihi: 10.03.1968
Medeni Hali: Bekar

EĞİTİM VE AKADEMİK BİLGİLER

Lise : Polatlı Lisesi / Ankara
Lisans : Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi / İktisat Bölümü

Yabancı Dil: İngilizce

MESLEKİ BİLGİLER

Meslek: Serbest Muhasebeci Mali Müşavir