

T.C.
CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT TEORİSİ PROGRAMI

KOBİ'LERİN REKABET GÜCÜ: 2008 SONRASI DÖNEMDE MANİSA OSB
ANALİZİ

HAZIRLAYAN
TUĞBA AY

DANIŞMAN
PROF. DR. CÜNEYT YENAL KESBİÇ

MANİSA-2015

TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI

Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 21/05/2015 tarih ve 14/9 sayılı toplantısında jürimiz tarafından Celal Bayar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği'nin 23. Maddesi gereğince Enstitümüz İktisat Anabilim Dalı İktisat Teorisi Yüksek Lisans Programı öğrencisi Tuğba AY'ın "**KOBİ'lerin Rekabet Gücü : 2008 Sonrası Dönemde Manisa OSB Analizi**" Konulu tezi incelenmiş ve aday 16/06/2015 tarihinde saat 13,30'da/de jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra **40**. dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin,

BAŞARILI olduğuna	<input checked="" type="checkbox"/>	OY BİRLİĞİ	<input checked="" type="checkbox"/>
DÜZELTME yapılmasına	* <input type="checkbox"/>	OY ÇOKLUĞU	<input type="checkbox"/>
RED edilmesine	** <input type="checkbox"/>	ile karar verilmiştir.	

* Bu halde adaya 3 ay süre verilir.

** Bu halde adayın tez konusu değiştirilir veya adayın isteği halinde tezsiz yüksek lisans programına geçişi sağlanır.

BAŞKAN

Prof. Dr. Cüneyt Yenal KESBİÇ

ÜYE

Prof. Dr. İbrahim EROL

ÜYE

Prof. Dr. Ali ÇİMAT

Evet **Hayır**

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

Tez, mutlaka basılmalıdır.

Tez, mevcut haliyle basılmalıdır.

Tez, gözden geçirildikten sonra basılmalıdır.

Tez, basımı gereksizdir.

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “**KOBİ’lerin Rekabet Gücü: 2008 Sonrası Dönemde Manisa OSB Analizi**” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

30.06.2015

Tuğba AY

ÖZET

Küreselleşen rekabet ortamında KOBİ'ler, işsizliğin azaltılması, yeni istihdam olanaklarının yaratılması, dengeli ekonomik ve sosyal kalkınmanın sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadırlar. Ayrıca, KOBİ'ler esnek yapıları sayesinde piyasalardaki hızlı değişimlere kolayca uyum sağlayabilmektedirler. Ancak, her geçen gün rekabet gücü yüksek, yeni rakiplerin küresel pazarlara girmeleri, KOBİ'leri, yapılarını sürekli kontrol etmeye ve iyileştirmeye zorlamaktadır. Küreselleşme, tüm dünyada işletmelerin, ticaret ve üretim yöntemlerinde büyük değişikliklere yol açmıştır. Üretim, teknoloji gibi alanlarda hızlı ve küresel boyuttaki tüm değişiklikler, işletmelerin yapılarını değiştirmiştir. Bu değişen yeni piyasalara uyum sağlayabilme ve değişiklik karşısında ayakta kalabilmek için, esnek bir yapıya sahip olan KOBİ'ler, yeni teknolojik gelişmelere ve AR-Ge'ye önem vermek, daha kaliteli ürünler üretmek ve müşterilerin istekleri doğrultusunda üretim yapmak zorunda kalmışlardır.

Bu yeni süreçte ortaya çıkan rekabet olgusu giderek önem kazanmıştır. KOBİ'ler, küresel piyasalarda çok daha fazla söz sahibi olabilmek ve rekabet güçlerini artırmak amacıyla, yoğun bir çaba içerisine girmişlerdir. KOBİ'lerin uluslararası piyasalarda paya sahip olabilmeleri için rekabet gücü belirleyicileri; ürün kalitesi, verimlilik, karlılık oranları, organizasyon ve yönetim yapıları, teknoloji düzeyleri gibi temel faktörlerdir. Bu temel etkenlerin dışında, rekabeti teşvik eden finansal ve hukuksal yapının varlığı, ülkenin doğal kaynakları ve doğal zenginlikleri gibi unsurlarda önem taşımaktadır. KOBİ'ler, büyük ölçekli işletmelere nazaran, esnek bir yapıya sahip olmaları ve müşteri taleplerine kolay cevap vererek üretim yapılarını yeniden şekillendirmeleri sayesinde, tüm konjonktür dalgalanmalarında ayakta kalabilmişlerdir.

Bu amaçla, çalışmada, öncelikle KOBİ ve rekabet gücü kavramlarına ilişkin literatür incelenmiş, daha sonra, Manisa Organize Sanayi Bölgesi(OSB)'deki KOBİ'lerin rekabet gücü anket yöntemiyle ölçülmeye çalışılmıştır. Ayrıca, rekabet gücünün artırılmasında önemli bir payı bulunan KOBİ'lerin, fırsatlar ve tehditler karşısındaki üstün ve zayıf yönleri SWOT analizi çerçevesinde belirlenmiş ve çeşitli çözüm önerileri verilmiştir. Manisa OSB'deki KOBİ'lerin rekabet gücü incelendiğinde, KOBİ'lerin çok fazla finansman, pazarlama ve rekabet sorunlarıyla karşılaştıkları gözlemlenmiştir.

ABSTRACT

In the globalized competitive environment, Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs), play important role to prove in creation of new employment opportunities, reducing unemployment, balanced economic and social development. In addition, SMEs can easily to accommodate to rapid changes in markets by means of flexible structures. However, with each passing day high-competitive level, SMEs is pushing to check and improve constantly due to the fact that new competitors enter the global market. Globalization, businesses all over the world has led to major changes in trade and production methods. All changes at global level in areas and in rapid such as production and technology, the structure of business has changed. In this context, to improve the competitiveness and survive technological developments, SMEs had to keep track of technological developments, pay importance on AR-GE, produce the better quality products and towards the costumers' demands to manufacture.

This new phenomenon arising in the process of competition has become increasingly important. Both businesses have a much greater say in global markets for both countries to increase their competitiveness in order to be engaged in intensive effort. Determinants of competitiveness of SMEs in order to have a share in international markets which are fundamental factors are product quality, productivity, profitability ratios, organizational and management structures and level of technologies. Outside of these basic factors, the presence of financial and legal structure that encourage competition, the country's natural resources and natural wealth are also important issues. Compared to large enterprises, thanks to have a flexible structure and easy answers to customers' requests by providing the reshaping of production structures, SMEs are able to survive in all business cycle.

For this aim in the study, first of all, conceptions of SMEs and competitiveness have been researched in literatures. And then, in Manisa Organized Industrial Zone (OIZ)'s SMEs was measured from method of the survey. Furthermore, opportunities and threats against the superior and weaknesses of SMEs which have an important role to increase the competitiveness were determined with SWOT analysis and were given various solutions. When examining the competitiveness of SMEs in Manisa OSB, It has been observed a lot of SMEs financial, marketing and competition issues.

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın hazırlanması aşamasında akademik bilgi ve tecrübelerini benimle paylaşan, katkı ve yorumlarıyla tezimin şekillenmesinde büyük emeği olan, tez danışmanım, Sayın Prof. Dr. Cüneyt Yenal KESBİÇ 'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Araştırmanın sürdürülmesi aşamasında bilgi ve deneyimlerinden yararlandığım Sayın Prof. Dr. İbrahim EROL 'a, Sayın Doç. Dr. Asena ALTIN GÜLOVA 'ya ve Sayın Yrd. Doç. Dr. M. Hakan YALÇINKAYA 'ya teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Çok değerli aileme ve hayatımın her aşamasında, sevgi, destek ve güveniyle yanımda olan eşim, Bedirhan Ay'a teşekkür ederim.

Ayrıca, tez çalışmam süresince, her türlü desteği sağlayan, değerli mesai arkadaşlarım, Arş. Gör. Özlem ZEYBEK 'e, Arş. Gör. Seher BAŞ 'a, Arş. Gör. Hülya TEMEL 'e ve Arş. Gör. Mehmet YİĞİT 'e teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	ii
ÖZET.....	iii
ÖNSÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiv
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

REKABET VE REKABET GÜCÜ

1.1 REKABET	2
1.1.1 Rekabet Teorisini Açıklamaya Çalışan İktisat Okulları	3
1.1.2.1 Klasik Okul Rekabet Yaklaşımı.....	3
1.1.2.2 Neoklasik Okul Rekabet Yaklaşımı	5
1.1.2.3 Avusturya Okulu Rekabet Yaklaşımı	5
1.2 REKABET GÜCÜ	6
1.2.1 Rekabet Gücü Tanımları.....	7
1.2.1.1 Firma Düzeyinde Rekabet Gücü	9
1.2.1.2 Endüstri Düzeyinde Rekabet Gücü	13
1.2.1.3 Küme Düzeyinde Rekabet Gücü.....	14
1.2.1.4 Ulusal (Uluslararası) Düzeyde Rekabet Gücü	16
1.2 REKABET GÜCÜNÜ BELİRLEYEN FAKTÖRLER.....	19
1.3.1 Geleneksel Yaklaşım ve Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler	19
1.3.2 Yeni Ekonomide Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler	20
1.3.2.1 Döviz Kuru ve Devalüasyon	23

1.3.2.2 Makro Ekonomik Ortam ve Makro Ekonomik Göstergeler	24
1.3.2.3 Bilgi ve Teknoloji	25
1.3.2.4 Beşeri Kaynaklar	27
1.3.2.5 Örgüt Kültürü ve Örgütsel Yapı.....	29
1.3.2.6 Kamusal Politikalar	31
1.3.2.7 Finansal Kaynaklar ve Mali Sektör.....	33
1.3.2.8 Kalite	34
1.3.2.9 Pazarlama	36
1.3.3 Porter'a Göre Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler	37
1.4 REKABET GÜCÜNÜN ÖLÇÜLMESİ	40
1.4.1 Ticari Performans ve Piyasa Payı Göstergeleri	42
1.4.1.1 Ticari Performans Ölçütü.....	42
1.4.1.2 Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi.....	43
1.4.2 Reel Döviz Kuru	46
1.4.3 Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları	48
1.4.4 Verimlilik ve Maliyet Göstergeleri.....	48
1.4.5 Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü'ne Göre Rekabet Gücü Göstergeleri.....	50
1.4.6 Dünya Ekonomik Forumu Göstergeleri.....	53
1.4.7 İngiltere Ticaret Ve Sanayi Departmanı Tarafından Geliştirilen Göstergeler	57

İKİNCİ BÖLÜM

KOBİ'LERİN EKONOMİK YAPI İÇERİSİNDEKİ ROLLERİ

2.1 KOBİ KAVRAMI	59
2.2 KOBİ TANIMLAMASININ GEREKLİLİĞİ VE KOBİ TANIMLAMASINDA KULLANILAN ÖLÇÜTLER	59
2.2.1 Nicel (Kantitatif) Ölçütler.....	60
2.2.2 Nitel (Kalitatif) Ölçütler	62
2.3 ÇEŞİTLİ ÜLKELERDE VE TÜRKİYE'DE KOBİ TANIMLARI	62
2.3.1 Amerika Birleşik Devletlerin (ABD)'de KOBİ Tanımı	63
2.3.2 Japonya'da KOBİ Tanımı.....	63
2.3.3 Avrupa Birliğinde KOBİ Tanımı.....	63
2.3.4 Bazı Avrupa Birliği Ülkelerinde KOBİ Tanımı	64
2.3.4.1 Almanya'da KOBİ Tanımı.....	64
2.3.4.2 Fransa'da KOBİ Tanımı.....	65
2.3.5 Türkiye'de KOBİ Tanımı	66
2.4 KOBİ'LERİN ÖZELLİKLERİ	68
2.4.1 KOBİ'lerin Avantajları	69
2.4.2 KOBİ'lerin Dezavantajları.....	71
2.5 KOBİ'LERİN EKONOMİK VE SOSYAL DENGELERDEKİ YERİ.....	71
2.5.1 KOBİ'lerin Ekonomi İçerisindeki Önemi.....	71
2.5.2 KOBİ'lerin Kalkınmaya Etkisi	75
2.5.3 Ekonomiye Dinamizm Kazandırma Aracı Olarak KOBİ'ler	76
2.5.4 KOBİ'lerin İstihdam Sağlama ve Yeni İş İmkânı Yaratma Etkileri.....	76
2.5.5 KOBİ'lerin Esneklik ve Yenilikleri Teşvik Etme Yetenekleri.....	78
2.5.6 Bölgesel Kalkınmayı Hızlandırmada KOBİ'lerin Etkisi	79

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

2008 SONRASI DÖNEMDE MANİSA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ (OSB)'NDE FAALİYET GÖSTEREN KOBİ'LERİN REKABET GÜCÜ ANALİZİ

3.1 MANİSA İLİNİN SOSYO-EKONOMİK ÖZELLİKLERİ.....	81
3.2 ARAŞTIRMANIN AMACI.....	84
3.3 ARAŞTIRMANIN KAPSAMI.....	84
3.4 ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ.....	84
3.5 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	85
3.6 ARAŞTIRMADA ELDE EDİLEN BULGULAR VE DEĞERLENDİRMELER	86
3.6.1 KOBİ'lerin Genel Özellikleri.....	86
3.6.1.1 KOBİ'lerin Hukuki Yapısı.....	86
3.6.1.2 KOBİ'lerin Kuruluş Yılları.....	87
3.6.1.3 KOBİ'lerin Faaliyet Alanları.....	88
3.6.1.4 KOBİ'lerin Kuruluş Yılları ve Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı.....	89
3.6.2 KOBİ'lerde İnsan Kaynakları.....	90
3.6.2.1 KOBİ'lerde İstihdam Edilen Personel Sayısı.....	90
3.6.2.3 KOBİ Sahibinin Eğitim Durumu.....	92
3.6.2.4 KOBİ'lerde İstihdam Edilen İdari Personelin Eğitim Durumu.....	93
3.6.2.5 KOBİ Sahiplerinin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı.....	94
3.6.3 KOBİ'lerin Üretim Yapısı.....	95
3.6.3.1 KOBİ'lerin Üretim Düzeylerini Etkileyen Unsurlar.....	95
3.6.3.2 KOBİ'lerin Kapasite Kullanım Oranları Dağılımı.....	97
3.6.3.3 KOBİ'lerin Üretimde Kullandıkları Markalar.....	98
3.6.3.4 KOBİ'lerin Hammadde Tedarikinde Karşılaştıkları Sorunlar.....	98
3.6.3.5 KOBİ'lerin Yan Sanayiden Aldığı Hammadde/Yarı Mamullerin Durumu	100

3.6.3.6 KOBİ'lerin Sahip Olduğu KOBİ Teşvik Belgeleri.....	100
3.6.3.7 KOBİ'lerin Yararlandığı Teşvik ve Destekler	102
3.6.4 KOBİ'lerin Finansman Durumu	102
3.6.4.1 KOBİ'lerin Finansman Araçları.....	102
3.6.4.2 KOBİ'lerin Finansman Sorunları.....	104
3.6.5 KOBİ'lerin Teknolojik Yapısı	106
3.6.6 KOBİ'lerin Piyasa ve Dış Ticaret Yapıları.....	107
3.6.6.1 KOBİ'lerin Ürünlerinin Rakip Firmalar Karşısındaki Durumları	107
3.6.6.2 KOBİ'lerin Sahip Olduğu Kalite Güvence Belgeleri	108
3.6.6.3 KOBİ'lerin Kalite Güvence Belgelerinin İmalat Sanayi Faaliyet Kollarına Göre Dağılımı.....	110
3.6.6.4 KOBİ'lerin Fiyatlama Politikası	110
3.6.6.5 KOBİ'lerin İhracat Eğilimi	111
3.6.6.6 KOBİ'lerdeki İhracat Eğiliminin İmalat Sanayi Faaliyet Kollarına Göre Dağılımı	112
3.6.6.7 KOBİ'lerin İhracat Yapmama Nedenleri	113
3.6.6.8 KOBİ'lerin İhracat Yapma Nedenleri	114
3.6.7 KOBİ'lerin Sorunları	115
3.6.8 2008 Sonrası Dönemde KOBİ'lerin Durumları.....	116
3.6.8.1 2008 Küresel Krizden Sonra KOBİ'lerin Durumu	117
3.6.8.2 KOBİ'lerin Küresel Krizden Etkilenme Şekli	117
3.6.8.3 KOBİ'lerin Krize Karşı Aldığı Önlemler	118
3.7 MANİSA OSB'DE FAALİYET GÖSTEREN KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELER İÇİN SWOT ANALİZİ	119
3.7.1 KOBİ'lerin Güçlü Yanları	120
3.7.2 KOBİ'lerin Zayıf Yanları	120
3.7.3 KOBİ'ler İçin Fırsatlar.....	121
3.7.4 KOBİ'ler İçin Tehditler	121

SONUÇ ve ÖNERİLER.....	123
KAYNAKÇA	127
EKLER.....	142

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1 : Rekabet Gücü Tanımları.....	8
Tablo 2 : Firmaların Yenilik Stratejileri ve Yetenekleri	12
Tablo 3: Firma, Endüstri ve Ulusal Düzeyde Rekabet Gücü Analizi	18
Tablo 4: Rekabet Gücü Göstergeleri ve Kavramları.....	41
Tablo 5: Rekabet Gücü Faktörlerinin Dağılımı	51
Tablo 6: IMD'ye Göre Dünya Rekabet Gücü Sıralaması	52
Tablo 7: Küresel Rekabet Endeksi Bileşenlerine Göre Türkiye'nin Durumu	55
Tablo 8: Türkiye'nin Küresel Rekabetçilik Endeksi.....	56
Tablo 9: Japonya'da KOBİ Tanımı.....	63
Tablo 10: AB KOBİ Tanımı	64
Tablo 11: Türkiye'deki KOBİ Tanımı.....	67
Tablo 12: Türkiye'deki Yeni KOBİ Tanımı	68
Tablo 13: Bazı Gelişmiş Ülke Ekonomilerinde KOBİ'ler.....	72
Tablo 14: Bazı Gelişmekte Olan Ülke Ekonomilerinde KOBİ'ler	73
Tablo 15: İSO Kriterlerine Göre Türkiye'deki 500 Büyük Tesis İçine Giren Manisa Sanayi Kuruluşları.....	83
Tablo 16 : KOBİ'lerin Hukuki Yapısı	87
Tablo 17: KOBİ'lerin Kuruluş Yılları.....	88
Tablo 18: KOBİ'lerin Temel Faaliyet Alanları.....	89
Tablo 19: KOBİ'lerin Kuruluş Yılları ve Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı.....	90
Tablo 20: KOBİ'lerde İstihdam Edilen Personel Sayısı	91
Tablo 21 : KOBİ'lerin İstihdam Edilen İdari Personel Sayısı	92
Tablo 22: KOBİ Sahibinin Eğitim Durumu	93
Tablo 23: KOBİ'lerdeki İdari Personelin Eğitim Durumu	94
Tablo 24: KOBİ Sahibinin Yaşı.....	95
Tablo 25: KOBİ'lerin Üretim Düzeylerini Etkileyen Unsurlar	96
Tablo 26: KOBİ'lerin Kapasite Kullanım Oranları	97
Tablo 27: KOBİ'lerin Üretimde Kullandıkları Markalar.....	98
Tablo 28: KOBİ'lerin Hammadde Tedarikinde Karşılaştıkları Sorunlar.....	99
Tablo 29: KOBİ'lerin Yan Sanayiden Aldığı Hammadde/Yarı Mamullerin Değerlendirilmesi.....	100

Tablo 30: KOBİ'lerin Sahip Olduğu KOBİ Teşvik Belgeleri	101
Tablo 31: KOBİ'lerin Yaralandığı Teşvik ve Destekler	102
Tablo 32: KOBİ'lerin Finansman Araçları	104
Tablo 33 : KOBİ'lerin Finansal Sorunları	105
Tablo 34: KOBİ'lerin Üretim Sırasında Kullandıkları Teknoloji.....	106
Tablo 35: KOBİ'lerin Ürünlerini Rakip Firmalar Karşısında Değerlendirmeleri	108
Tablo 36: KOBİ'lerin Sahip Olduğu Kalite Güvence Belgeleri	109
Tablo 37: KOBİ'lerin Kalite Güvence Belgelerinin İmalat Sanayi Faaliyet Kollarına Göre Dağılımı.....	110
Tablo 38: KOBİ'lerin Fiyatlama Politikası.....	111
Tablo 39: KOBİ'lerde İhracat Yapma Oranları	112
Tablo 40: KOBİ'lerdeki İhracat Eğiliminin İmalat Sanayi Faaliyet Kollarına Göre Dağılımı	113
Tablo 41: KOBİ'lerin İhracat Yapmasını Engelleleyen Faktörler.....	114
Tablo 42: KOBİ'lerin İhracat Yapma Nedenleri	115
Tablo 43: KOBİ'lerin En Önemli Sorunları.....	116
Tablo 44: Küresel Kriz Sonrasında KOBİ'lerin Durumu	117
Tablo 45: KOBİ'lerin Küresel Krizden Etkilenme Şekli.....	118
Tablo 46: KOBİ'lerin Krize Karşı Aldığı Önlemler	119
Tablo 47: KOBİ'ler İçin SWOT Analizi.....	122

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Endüstriyel Rekabet Gücü	14
Şekil 2: Rekabet Gücüne Eki Eden Firma Dışı Etkenler	21
Şekil 3: Rekabet Gücüne Eki Eden Firma Dışı Etkenler	22
Şekil 4: Kalite Rekabeti	35
Şekil 5: Porter 'in Rekabet Gücü Elması (Ulusal Rekabet Avantajının Belirleyicileri) .	39
Şekil 6: Küresel Rekabet Endeksinin Belirleyicileri.....	54
Şekil 7: KOBİ'lerin Hukuki Yapısı	87
Şekil 8: KOBİ'lerin Kuruluş Yılları.....	88
Şekil 9: KOBİ'lerin İstihdam Edilen Personel Sayısı	91
Şekil 10: KOBİ'lerin İstihdam Edilen İdari Personel Sayısı	92
Şekil 11: KOBİ Sahibinin Eğitim Durumu	93
Şekil 12: KOBİ'lerdeki İdari Personelin Eğitim Durumu.....	94
Şekil 13: KOBİ Sahibinin Yaşı	95
Şekil 14: KOBİ'lerin Üretim Düzeylerini Etkileyen Unsurlar	96
Şekil 15: KOBİ'lerin Kapasite Kullanım Oranları.....	97
Şekil 16: KOBİ'lerin Üretimde Kullandıkları Markalar	98
Şekil 17: KOBİ'lerin Hammadde Tedarikinde Karşılaştıkları Sorunlar.....	99
Şekil 18: KOBİ'lerin Sahip Olduğu KOBİ Teşvik Belgeleri.....	101
Şekil 19: KOBİ'lerin Yaralandığı Teşvik ve Destekler	102
Şekil 20: KOBİ'lerin Finansman Araçları	104
Şekil 21: KOBİ'lerin Finansal Sorunları	105
Şekil 22: KOBİ'lerin Üretim Sırasında Kullandıkları Teknolojinin Durumu	106
Şekil 23: KOBİ'lerin Sahip Olduğu Kalite Güvence Belgeleri	109
Şekil 24: KOBİ'lerin Fiyatlandırma Politikası.....	111
Şekil 25: KOBİ'lerde İhracat Yapma Oranları	112
Şekil 26: KOBİ'lerin İhracat Yapmasını Engelleyen Faktörler.....	114
Şekil 27: KOBİ'lerin İhracat Yapma Nedenleri.....	115
Şekil 28: KOBİ'lerin En Önemli Sorunları.....	116
Şekil 29: Küresel Kriz Sonrasında İşletmelerin Durumu.....	117
Şekil 30: KOBİ'lerin Küresel Krizden Etkilenme Şekli.....	118
Şekil 31: KOBİ'lerin Krize Karşı Aldığı Önlemler	119

KISALTMALAR LİSTESİ

- AB:** Avrupa Birliği
- ABD:** Amerika Birleşik Devletleri
- AR-GE:** Araştırma Geliştirme
- DTI:** Ticaret ve Sanayi Departmanı
- DTM:** Dış Ticaret Müsteşarlığı
- GCI:** Küresel Rekabet Endeksi
- IMD:** Uluslararası Yönetim Geliştirme Merkezi
- KOBİ:** Küçük ve Orta Ölçekli İşletme
- KOSGEB:** Küçük Ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme Ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
- MOSB:** Manisa Organize Sanayi Bölgesi
- NER:** Nominal Döviz Kuru
- OECD:** Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
- OSB:** Organize Sanayi Bölgesi
- RER:** Reel Döviz Kuru
- RCA:** Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük
- RMP:** Görelî İthalat Nüfuz Endeksi
- RXA:** Göreceli İhracat Avantajı Endeksi
- RTA:** Göreceli Ticaret Avantajı Endeksi
- SBA:** Küçük İşletmeler İdaresi
- SWOT:** Güçlü/Zayıf Yönler, Tehditler/Fırsatlar
- TPE:** Ticari Performans Endeksi
- TSE:** Türk Standartları Enstitüsü
- TOBB:** Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
- TOSYÖV:** Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticileri Vakfı
- TÜİK:** Türkiye İstatistik Kurumu
- WEF:** Dünya Ekonomik Forumu

GİRİŞ

Küreselleşmenin her geçen gün arttığı günümüzde işletmelerin büyük çoğunluğunu KOBİ'ler oluşturmaktadır. KOBİ'ler, büyük işletmelerin özünü oluşturarak, ekonomiye dinamizm kazandıran, istihdam sağlayarak yeni iş imkanı yaratan ve esnek yapıları sayesinde yeniliklere çabuk uyum sağlayabilen işletmeler olarak kabul edilmektedir. Bölgesel kalkınmanın sağlanmasında da önemli bir role sahip olan KOBİ'lerin küreselleşen piyasalarda rekabet gücünün artırılabilmesi için AR-GE'ye dayalı rekabetin geliştirilmesi, bu işletmelerin varlığı için son derece önemlidir. Aynı zamanda rekabet, günümüzün küresel dünyasında işletmelerin varlığını sürdürebilmesi için gerekli olan en önemli şarttır.

Bu noktadan hareketle, gerçekleştirilen çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ilgili literatür incelenerek çalışmanın kapsamı çerçevesinde, rekabet kavramı ve rekabet kavramını açıklayan iktisat okulları, rekabet gücünün kavramsal boyutu ile birlikte rekabet gücünün ölçüm yöntemleri ve analizlerde kullanılan göstergeler ve değişkenler hakkında bilgi verilmiştir.

İkinci bölümde, KOBİ'lerle ilgili kavramsal çerçeve incelendikten sonra KOBİ'lerin avantaj ve dezavantajlarına değinilerek, ekonomik ve sosyal kalkınmaya olan katkıları vurgulanmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda, KOBİ'lerin ekonomiye dinamizm kazandırmadaki rolleri, istihdam sağlama ve yeni iş yaratmaya etkileri, esneklik ve yenilikleri teşvik etme yetenekleri ile bölgesel kalkınmayı hızlandırmadaki rolleri belirlenmiştir.

Üçüncü bölümde ise, Manisa ili Organize Sanayi Bölgesindeki KOBİ'lerin rekabet gücü anket yöntemiyle ölçülmeye çalışılmıştır. Anket çalışması ile ilgili veriler SPSS.22 paket programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Frekans dağılımına göre değerlendirilen cevaplar, yüzde yöntemi ile tablo haline getirilmiştir. Ayrıca, sorulara verilen cevaplar arasında çaprazlama yapılarak cevapların birbirleri arasındaki ilişkiler incelenmeye çalışılmıştır. Bununla birlikte, KOBİ'lerin güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya bulunduğu fırsat ve tehditler incelenerek, rekabet güçlerinin değerlendirilmesi amacıyla SWOT (Güçlü/Zayıf Yönler, Fırsatlar/Tehditler) analizi yapılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

REKABET VE REKABET GÜCÜ

Rekabet ve rekabet gücü kavramları, literatürde oldukça sık kullanılan, ancak tanımı konusunda kesin bir fikir birliğine varılamayan, çok boyutlu bir kavramlardır. Bu nedenle birinci bölümde, rekabet ve rekabet gücü kavramlarıyla ilgili literatür incelenerek, rekabet gücünün ölçüm yöntemleri ile analizlerde kullanılan gösterge ve değişkenlere hakkında bilgi verilmiştir.

1.1 REKABET

Rekabet kavramı literatürde oldukça sık olarak kullanılan ancak tanımı üzerinde kesin bir fikir birliğine varılamayan ve değişik ortamlarda farklı anlamlar yüklenen bir kavramdır. Türk Dil Kurumu tarafından yayınlanan sözlükte rekabet; “Aynı amacı güden kimseler arasındaki çekişme, yarışma ve yarış” şeklinde tanımlanmıştır. Ancak, işletmelerin hayatındaki ekonomik anlamı Maddala ve Miller’in ifade ettiği gibi, çok sayıda rakibin olduğu, fakat bunlardan ne üreticilerin ne de tüketicilerin bir araya gelerek fiyatı belirleyemedikleri, giriş ve çıkışın serbest, bilgi akışının tam, ürünün homojen olduğu kısacası fiyatın veri olduğu bir durumdur (Gürpınar, 2007, s. 10).

Günlük hayatta rekabet, belirli bir fayda sağlayabilmek amacıyla başkalarını geride bırakmaya çalışmak veya benzer konumda bulunan bireyler karşısında üstünlük sağlamak için yarışmaktır (Aktan & Vural, 2004a, s. 13). Ekonomistlere göre rekabet, serbest piyasa mekanizması içinde faaliyet göstermekte olan en az iki iktisadi birimin, fiyat veya fiyat dışında kalan çeşitli araçlar ile karlarını ve pazar payını artırmak amacıyla yarıştıkları stratejik etkileşimi içeren bir süreci ifade etmektedir. Başka bir deyişle, rekabet, bir işletmenin müşterilerinin isteklerini, diğer işletmelerden daha hızlı ve etkin olarak yerine getirmesi, yani, mal ve hizmetleri daha kaliteli ve ucuz olarak üretip pazara sunma yarışıdır (Bayramoğlu, 2004, s. 7).

Rekabet, en geniş anlamıyla, kıt bir şeyi paylaşmak veya bir ödül kazanmak amacıyla, belli kural ve kısıtlamalar çerçevesinde temel özgürlüklerin ve insan haklarının garanti altına alındığı ve hiçbir ayrıcalığın ve ayrımcılığın olmadığı bir

ortamda, birden fazla firma arasında gerçekleşen bir yarış olarak tanımlanabilir (Türkkan, 2014).

Tanımlardan anlaşılacağı üzere rekabet, bir yarıştır ve tek bir birimin olduğu bir ortamda rekabetten söz edilemeyeceği için, rekabet sürecinde birden fazla birimin olması gerekmektedir. Dolayısıyla, rekabetin olabilmesi için, rakiplerin rekabet sonunda elde etmek istedikleri bir amacın olması gerekmektedir. Ayrıca, bu amaca ulaşacak en az iki birimin ve bu birimlerin diğerlerine üstünlük sağlaması rekabet kavramı açısından önemlidir. Bütün bunların yanı sıra, iktisadi birimlerin faaliyetlerini etkin bir şekilde gerçekleştirebileceği adil bir ortamın olması da rekabet kavramının gereklerindedir.

Rekabetin iktisadi hayata yansımadaki temel amaç, iktisadi karar birimlerinin çıkarlarını maksimum seviyeye ulaştırmak olmuştur. Rekabet sürecine dahil olan iktisadi birim firma ise, rekabet sürecinden beklentisi, üretimini ve kazancını maksimize etmek; tüketici ise, tüketimini maksimize ederek elde edeceği en yüksek faydayı sağlamak; ülke ise, diğer ülkelerin sahip olduğu kaynaklardan daha fazlasını elde ederek küresel pazarlarda söz sahibi olabilmektir (Uysal, 1999, s. 29).

1.1.1 Rekabet Teorisini Açıklamaya Çalışan İktisat Okulları

Rekabet kavramı iktisat tarihinde her zaman önemli bir yere sahip olmuştur. Ancak, iktisatçılar, rekabet kavramının tanımlanması noktasında tam bir fikir birliğine sahip değildirler. Bu nedenle, aşağıda iktisat okullarının rekabet kavramına ilişkin bakış açıları ayrı ayrı ele alınarak, benzer ve farklı yönler vurgulanmaya çalışılmıştır.

1.1.2.1 Klasik Okul Rekabet Yaklaşımı

Klasik iktisatçılar, rekabet kavramının özünün belirgin olduğunu düşünmüşler ve pek üzerinde durmamışlardır. Ancak, rekabetin piyasa içerisinde yer aldığına ve varlığının sezgi yoluyla algılandığına değinmişlerdir. Klasik iktisadın en önemli düşünürleri arasında yer alan Adam Smith rekabeti, alıcılar ve satıcılar arasında yaşanan bir yarış olarak değerlendirmiş, bunun sebebi olarak da üretilen ve tüketilen mal miktarının sınırlı olmasını göstermiştir.

Serbest piyasanın güçlü bir savunucusu olan Smith, milletlerin zenginliğini ve doğal özgürlüğünü kapsayacak şekilde bir piyasa sistemini tanımlamıştır. Ona göre

serbest piyasa, iktisadi sürecin devamlılığında güçlü bir etkendir. İktisadi hayat için en iyi düzenleme, görünmez el aracılığı ile işleyen serbest piyasa sistemidir. Görünmez el; bireysel çekişmeleri, aşırı rekabeti ve rekabet altında kamusal malların teminini kontrol eden yani sistemin işleyişini sağlayan mekanizmadır. Smith'in doğal özgürlükten anladığı, serbest rekabeti engelleyen kısıtlamaların kaldırılmasıdır. Doğal özgürlüğün kendine ait kısıtı da adalettir. Ekonomik düzen ve zenginlik ideali, iktisadi aktörlerin kısıtlanmış kişisel çıkar, istek ve ihtiyaçlarına dayalı birlikte hareket etme güdüsüdür. Bu güdü, adaletin gerektirdiği kısıtlar ve en önemlisi kendi kendini kısıtlayan cimrilik ve ihtiyatla hareket ederek gerçekleşmektedir (Sarıöz, 2013, s. 128-129).

Adam Smith çoğu kez rekabet yerine özgürlük terimine yer vermiştir. Çünkü ekonomik birimlerin rekabet ederken kendi çıkarları doğrultusunda istediklerini yapma özgürlüğünün olduğunu düşünmüştür. Smith rekabeti bir "durum" olmaktan çok, dengeye ulaştıran dinamik bir süreç olarak ele almıştır. Bu bakış açısına göre, daha düşük fiyatla daha çok ürün satma yarışı, talebi arttıracaktır. Artan talep ve rekabet, üretimi etkileyerek pazarın büyümesine sebep olacak ve pazar büyüklüğü de, yeni teknolojilerin doğmasını sağlayan iş bölümünün oluşmasına; artan işbölümü, teknolojik yenilikler, üretimin yeniden artmasına neden olacaktır. Üretken sermayenin karlı sektörlere doğru akmasından dolayı, bir taraftan üretim ve istihdam artarken, diğer taraftan da endüstriler arası kar oranları eşit duruma gelecektir. Yani, Smith'e göre rekabet, doğal fiyatlar ile piyasa fiyatlarını eşitleyerek dengeyi gerçekleştirmektedir (Tokatlıoğlu, 1999, s. 10-11).

David Ricardo ise rekabeti rant teorisini açıklarken kullanmış ve Smith gibi dinamik bir süreç olarak değerlendirmiştir. Ricardo'ya göre, " ... eğer malların miktarını artıracak başka bir yol yoksa ve eğer rekabet sadece alıcılar arasında gerçekleşiyorsa, malın fiyatı monopol fiyatı olacaktır". Ancak, Ricardo, tarımsal arazilerin arzının sabit olmasının, bu üretim faktörünün tekeli bir fiyata sahip olmasını gerektirmediğini vurgulamıştır. Rantların, tekeli yapıdan kaynaklanmadığını, azalan getirilerin söz konusu olduğu tarımsal üretimdeki, farklı toprak verimliliklerinden kaynaklandığını ileri sürmüştür (Tokatlıoğlu, 1999, s. 12).

1.1.2.2 Neoklasik Okul Rekabet Yaklaşımı

Klasik iktisatçılar tarafından piyasa süreci olarak tanımlanan rekabet kavramı Neoklasik iktisatçılar tarafından piyasa yapısı olarak ele alınmıştır. Rekabetin piyasa yapısı olarak tanımlanması, yalnızca fiyat rekabetinin vurgulanmasına neden olmuştur. Bu yüzden, ürün ve üretim süreçlerindeki teknolojik değişiklikler ve yenilikler, rekabet sürecinden dışlanmış ve rekabet statik bir yapı olarak ele alınmıştır. Neoklasik bakış açısına göre, rekabeti belirleyen temel unsur piyasadaki firma sayısıdır. Piyasadaki firma sayısı sınırlı sayıda ise, aksak rekabet piyasasından söz edilir. Herhangi bir firmanın, tek başına, piyasa üzerinde etkili olmaması koşuluyla, piyasada çok sayıda firma varlığını devam ettirebiliyorsa tam rekabet geçerlidir. Tam rekabet şartlarının geçerli olduğu bir piyasada; fiyat veri olduğu için fiyat rekabeti, mallar homojen olduğu için kalite (mal farklılaştırılması) rekabeti, tüketiciler tam bilgiye sahip olduğu için, reklam yoluyla rekabetin oluşması mümkün olmamaktadır. Bu yapı nedeniyle gerçekte var olmayan tam rekabet piyasası yerine uygulamada gerçekleşme olasılığı yüksek olan 'uygulanabilir rekabet' anlayışı ortaya çıkmıştır (Aktan & Vural, 2004a, s. 21-22)

1.1.2.3 Avusturya Okulu Rekabet Yaklaşımı

Avusturya iktisat okuluna göre rekabet, bireyleri ekonomik anlamda özgürlüğe ulaştıran ve iktisadi tercihlerini gerçekleştirmeye olanak tanıyan *dinamik* bir süreçtir. Rekabetin ortaya çıkabilmesi için bir yandan, ekonomik birimlerin davranış ve kararlarında özgür olmaları gerekirken, diğer yandan da, bu özgürlüklerini kullanma irade ve isteğine de sahip olmalıdırlar. Bireylerin rekabet özgürlüğü varsa, girişimcilerin yeteneklerine bağlı olmak koşuluyla, daima iyi ekonomik sonuçlar elde edildiği varsayılabilir. Bu varsayım altında, rekabet sürecindeki özgürlük ne kadar artarsa, o ölçüde iyi ekonomik performans elde edilir. Ancak, özgürlük alanı başkalarının aleyhine genişletilemez. Bu nedenle, doğal tekel fiyatları gibi rekabeti engelleyen her türlü davranışın, rekabet hukuku yoluyla önlenmesi gerekir (Aktan & Vural, 2004a, s. 26).

Avusturya İktisat Okulu'nun görüşleri Hayek'in rekabet ile ilgili fikirlerine dayanır. Hayek'e göre, rekabet, kendiliğinden doğan düzenin işleyişini sağlar. Hayek, kendiliğinden doğan düzen olarak tanımladığı piyasaları bir keşif süreci olarak kabul eder. Piyasanın karmaşıklık düzeyini tam olarak kavrayamayan ve sınırlı tecrübeyle elde edilecek kısmi bilgiye sahip bireyler, piyasanın çevresini saran kuralları izleyerek,

sahip olduğu yetenek, beceri, bireysel ilgi ve öngörülerini ile karar verirler. Bu bağlamda, oluşturulan fikirlerin bir kısmı gerçekleşirken, bir kısmı da muhtemelen gerçekleşmeyecektir. Bireyler amaçlarını gerçekleştirmek için bilgi ve yöntemleri ise, rekabet sürecinde elde edeceklerdir (Öztürk, 2004, s. 99).

Schumpeter'de ise rekabet, girişimcilerin getirdikleri yeniliklerle birlikte, sektördeki mevcut firmalar arasında gerçekleşmektedir. Bu durum, rakip girişimcilerin de yeni kar imkânlarından yararlanmak amacıyla geçici tekeller yaratmalarına neden olur. Bu geçici tekeller girişimcilerin; (1) yenilikçi faaliyetlere fon aktarmalarına; (2) yeni ürünlerin piyasaya zarar vermesi sebebiyle ortaya çıkacak tepkilerin üstesinden gelebilmesine ve (3) yeni ürünlerin çok sayıdaki tanınmış müşterilere hızlı bir şekilde ulaşmasını sağlamak için daha geniş satış ağları oluşturmasına yardımcı olur. Tekel karlarının geçici bir süreliğine elde edilmesine ve eski mal ve hizmetlerin yenileriyle değiştirilmesine yol açan bu durum, Schumpeter tarafından “yaratıcı yıkım” olarak tanımlanmıştır (Nakamura, 2000, s. 19-20). Yaratıcı yıkım kavramına göre, verimlilik ve yatırım gücü yüksek olan yenilikçi girişimciler, rekabet sürecinde görece olarak, güçsüz durumda bulunan işletme ve sektörleri ortadan kaldırmaktadır. Yani, yenilik peşinde koşan girişimcinin, yenilik sürecinde başarı gösterecek geçici tekellere sahip olacağı ya da yenilik peşinde koşarken başkalarının sahip olduğu geçici tekelleri yıkacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda, Schumpeterci anlayış, rekabetçi sürecin, sürekli yenilik ve icatlar yapmak ve bu yenilik-icatların sayesinde meydana gelen geçici tekelleri yıkmaktan ibaret olduğunu ileri sürer. Ancak bu yıkım, daha üstün, kaliteli ve yeni ürün ile üretim süreçlerini ortaya çıkardığı için yaratıcı bir yıkımdır (Aktan & Vural, 2004a, s. 27).

1.2 REKABET GÜCÜ

Son yıllarda dünya ekonomisinde yaşanan küreselleşme olgusu çok hızlı değişimleri de beraberinde getirmiştir. Dünyanın en büyük ekonomik gücüne sahip ülkeler bu hızlı değişim karşısında rekabet gücünü arttırmak veya korumak için çaba harcamıştır. Her geçen gün hazırlıklı ve alt yapılarını kurmuş yeni rakiplerin küresel pazara girmeleri, daha önce oligopol halindeki piyasalarda oldukça rahat hareket eden gelişmiş ülkeleri, rekabetçi konumlarını koruyabilmek amacıyla, yeni teknolojilere ve AR-GE faaliyetlerine önem vererek, yapılarını sürekli kontrol etmeye, iyileştirmeye zorlamıştır (Çivi, 2001, s. 21).

Küresel ekonomi ve küresel rekabet “rekabet gücü” adı verilen bir performans göstergesini gündeme getirmiştir. Kapalı ekonomi döneminde sadece ülke içindeki firmalar arasında önem taşıyan rekabet gücü kavramı açık ekonomideki ülke içerisinde ve ülke dışında önemli bir başarı hedefi olmuştur. Sadece firmalar düzeyinde değil, endüstri düzeyinde ve ülkeler arasında da “rekabet gücü”, “rekabet üstünlüğü”, “rekabet edilebilirlik”, “rekabet yeteneği” gibi kavramlar çok sık gündeme gelmeye başlamıştır (Aktan & Vural, 2004b, s. 9).

Küreselleşmenin hız kazandığı dünyada, ekonomik üstünlük, ancak yüksek rekabet gücüne sahip olmakla mümkündür. Bir diğer ifadeyle, bir ülkenin ekonomik performansını gösteren, aslında o ülkenin rekabet gücüdür. Yoğun rekabet ortamında ayakta kalabilmek için ise, ülkelerin, yeni fikir ve uygulamaları benimsemeleri gerekmektedir (Kuşat, 2011, s. 117).

1.2.1 Rekabet Gücü Tanımları

Rekabet gücü, literatürde sıklıkla kullanılan, ancak tanımı hususunda kesin bir fikir birliğine varılamayan, her ortamda farklı anlamların yüklendiği çok boyutlu bir kavramdır. Rekabet gücü kavramı, ele alınmak istenen alana (firma, sanayi veya ülke), rekabet gücünü belirlemede kullanılan ölçütlere (mikro ya da makro düzey) göre farklı biçimlerde tanımlanabilmektedir. Genel olarak rekabet gücü, firmaların, endüstrinin, bölgenin, ülkenin ya da birliklerin (AB, NAFTA vb.) uluslararası rekabette göreceli olarak daha yüksek gelir ve istihdam seviyesindeki üretim gücünü göstermektedir. Başka bir ifadeyle, bir ülkenin, ürettiği ürünlerde, diğer ülkenin ürünleri ile kalite, fiyat, tasarım, güvenilirlik ve zamanında teslim gibi unsurlarda yarışabilir düzeyde olmasıdır (Demir, 2001, s. 46).

Rekabet gücüyle ilgili en popüler tanımlama Ekonomik Danışmanlar Kurulu Başkanı Laura D’Andrea Tyson tarafında yapılmıştır. Tyson’a göre rekabet gücü, insanların hem yükselen hem de sürdürülebilir bir yaşam standardına sahip iken uluslararası rekabette başarılı olabileceği mal ve hizmeti üretebilme yeteneği şeklinde tanımlanmıştır (Krugman, 1994, s. 31-32). Akademik araştırmalardaki rekabet gücü ile ilgili farklı tanımlar tablo 1 de gösterilmiştir.

Tablo 1 : Rekabet Gücü Tanımları

Yazarlar	Yıl	Rekabet Gücü Tanımları
Başkanın Endüstriyel Rekabet Komisyonu (ABD)	1985	Rekabet gücü ülkelerin serbest ve yerleşmiş piyasa koşullarında, bir yandan bireylerin reel gelirlerini arttırmaya çalışırken, diğer yandan, ürettiği ürün ve hizmetleri uluslararası pazarlara sunabilmesi ve başarılı olabilmesidir.
Scoot ve Lodge	1985	Ülkelerin kaynaklarından sağladıkları kazançlar artarken, uluslararası ticarete yönlendirebileceği ürün ve hizmetlerin üretilip, dağıtılmasıdır.
Hastasapoul,Kruman ve Summers	1988	Yaşam standartlarında kabul edilebilir artışlar sağlanırken, ülkenin dış ticaret bilançosunu dengeye getirebilme yeteneğidir.
Majestelerinin Hazinesi, İngiltere	1988	Ülkedeki işletmelerin dış piyasalarda başarılı bir şekilde rekabet edebilmesidir. Ayrıca, diğer ülkelerdeki piyasalarda elde etmiş olduğu pazar payı da rekabet gücü için önemli bir göstergedir.
Fagergerg	1988	Ülkenin temel ekonomik hedeflerini gerçekleştirmesi, özellikle dış ticaret bilançosunda problemler yaşamadan, gelir ve istihdam oranında büyümenin sağlanmasıdır.
Velloso	1991	Diğer dünya ülkelerinin sağlamış olduğu etkinlik standartlarının karşılanması, ülkenin uluslararası pazarlara olan katılım oranının artırılmasıdır.
Haque	1991	Ülkenin ihracat yeteneği, üretim kaynaklar ve doğal kaynakların etkin kullanılması ve ülkedeki yaşam standartlarının artırılmasını sağlayan verimlilik artışlarını kapsayan çok boyutlu bir kavramdır.
OECD	1992	Ülke içindeki reel gelir arştı sağlanırken, yabancı ülkelerdeki müşterilerin zevk ve beklentilerine uygun ürün üretebilme yeteneğidir.
UNICE	1993	Dışsal pozisyonunda bir kötüleşme yaşamadan, gelişmiş ülkelerin sağladığı göreceli yaşam standartlarında artışların sağlanması, hatta artırılması rekabet gücünün yüksekliğini ifade etmektedir.
Avrupa Birliği Komisyonu	1994	Ülkelerin, işletmelerin, endüstrilerin, bölgelerin sık rekabet ortamında, üretim faktörlerinin getirilerini arttırmaları, yüksek iş gücünü yaratabilmeleridir.

Kaynak: Çivi, E. (2001). Rekabet Gücü : Literatür araştırması. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, Yönetim ve Ekonomi*, 8 (2), s.24-25.

Uluslararası rekabet gücü, literatürde farklı şekillerde tanımlanmasına karşın, son yıllarda Porter'ın rekabetçi üstünlük kavramının benimsendiği gözlenmektedir.

Porter (1990) rekabet gücünü, ülkelerin mevcut kaynaklarını optimum kullanarak elde edebileceğini, bunun için de her ülkenin uzmanlaşabileceği alanları seçerek ve kurulacak endüstri kümeleriyle de (Porter, 1990, s. 77-90) (cluster) sinerji etkisi yaratarak, kaynakların en verimli şekilde kullanılması gerektiğini ileri sürmektedir.

Akademik araştırmalarda uluslararası rekabet gücü, mikro (firma ve endüstri) ve makro (ülke) bakış açısı ile tanımlanmıştır. Mikro düzeyli yaklaşımda, ülke içindeki işletmeler arasındaki rekabet ve bu rekabetin ulusal/uluslararası piyasalardaki etkileri incelenirken, makro yaklaşımda ülkenin uluslararası rekabetteki konumu üzerinde durulmuştur (Çivi, 2001, s. 22). Rekabet gücüne ilişkin, farklı düzeylerde yapılan tanımlamalara aşağıda yer verilmiştir.

1.2.1.1 Firma Düzeyinde Rekabet Gücü

Rekabet gücü kavramı en iyi ve kolay şekilde firma düzeyinde tanımlanabilir. En basit ifadeyle kar edemeyen bir firma rekabet de edemeyebilir. Rekabet edemeyen firmanın maliyetleri, piyasa fiyatının üzerinde gerçekleşir. Başka bir deyişle, firmanın kaynaklarının değerinin, ürettiği mal ve hizmetlerin değerini aşmasına neden olur. Bu nedenle kaynaklar yanlış tahsis edilir ve kişilerin varlıkları azalır (McFetridge, 1995, s. 3).

Firma düzeyinde rekabet gücü en yaygın olarak, firmaların ürünlerini, rakiplerinin fiyatlarına eşit ya da daha düşük bir fiyatla üretme ve satma yeteneği olarak tanımlanabilir. Firma düzeyiyle ilgili başka bir tanımlama da Porter'e aittir. Porter firma düzeyinde rekabet gücünü firma faaliyetlerini gruplandırarak açıklamıştır. Firmalar tarafından sürdürülen faaliyetleri "birincil faaliyetler" ve "destek faaliyetler" olarak iki grupta toplamıştır. Üretim, pazarlama, dağıtım ve satış sonrası hizmetler birincil faaliyetler olarak tanımlanırken, bu faaliyetlerin yürütülmesine yardımcı olan alt yapı hizmetleri ve başta teknoloji olmak üzere diğer üretim faktörlerinin temin edilmesi hizmetleri destek faaliyetler olarak tanımlanmıştır (Atik, 2005, s. 14-15) .

Kibritçioğlu; Balassa, Hirsch, Orłowski, Francis ve Krugman gibi iktisatçılar da rekabet gücü kavramını, firma düzeyinde tanımlamıştır: Yerli bir firmanın yurt dışı veya yurtiçi piyasada uluslararası rekabet gücüne sahip olması demek, yerli ve yabancı firmalara kıyasla, ürün fiyatı veya kalitesi, zamanında teslim ve satış sonrası servis gibi

fiyat-dışı unsurlar açısından rakiplerinden daha üstün olmasıdır. Yerli sektörün, yerli firmanınkinden farklı olarak, iç ve dış piyasada yerli bir rakibi olamayacağından, bu tanım, küçük bir sadeleştirme ile bir sektör içinde geçerli olacaktır (Erkekoğlu, 2008, s. 10).

Rekabetçi bir firma olmak, mevcut mal ve hizmetlerin fiyatlarını düşürerek, kalitesini artırarak veya yenilerini oluşturarak, iyi işleyen bir piyasa ortamında başarılı olmaktan geçmektedir. Bir firmanın rekabet gücü, kendi kaynakları (beşeri sermaye, fiziksel sermaye ve teknoloji düzeyi gibi); pazar gücü; rakiplerine ve diğer ekonomik birimlere karşı davranışları; değişen koşullara uyum yeteneği; yeni pazarlar yaratma yeteneği; büyük ölçüde devlet tarafından sağlanan, fiziki altyapı ve hükümet politikalarının kalitesini de içeren kurumsal ortam gibi faktörlerin bir fonksiyonudur (Asian Development Bank, 2003, s. 211).

Başka bir tanımlamaya göre, rekabet gücü “firmanın piyasada varlığını sürdürme ve fiyat, kar, getiri oranı ya da ürünlerinin kalitesi açısından istenen sonuçlara ulaşma kabiliyeti; mevcut piyasalarda üretim yapabilme ve yeni piyasalar yaratabilme kapasitesine sahip olmasıdır”(Asian Development Bank, 2003, s. 205).

Tam rekabetin geçerli olduğu bir piyasada, bir firmanın ortalama maliyeti, sunduğu ürünün piyasa fiyatının altında ise, söz konusu firmanın rekabet gücüne sahip olmadığı söylenebilir. Öte yandan, ürettiği ürünü ortalama maliyetlerinin üzerinde bir fiyata satabilse dahi, rakiplerinden daha yüksek bir ortalama maliyete sahip bir firma homojen ürünlerin üretildiği bir piyasada kar elde etmeyebilir. Çünkü firma etkin olamayacağı bir ölçekte faaliyet gösterdiğinde verimli değildir. Bu tip bir piyasada rakiplerine göre marjinal maliyetlerini asgari düzeye indiren bir firmanın karlılığı ve dolayısıyla pazar payı artar (Bakımlı, 2005, s. 11)

Yüksek karlılığı olan ve pazar payını arttıran bir firma rekabet gücüne sahip olmayabilir. Özellikle yurtiçi piyasasının çeşitli ticari engellerle korunması durumunda geçici rekabet gücü söz konusu olabilir. Oysaki ticari engellerin kalkması durumunda yerli firma yüksek karlılık düzeyini sürdürmeyebilir. Bunun belirlenebilmesi için potansiyel uluslararası rakiplerin maliyet yapısının yerli firma ile karşılaştırılması gereklidir. Firma düzeyinde rekabet gücünü belirleyen maliyet, karlılık, verimlilik ve pazar payı dışında farklı bir gösterge de firmanın piyasa değeridir. Firmanın maksimum

kar amacının yanı sıra uzun vadede varlığını sürdürme amacı göz önüne alındığında, firmanın piyasa değeri (uzun vadedeki karlılığı)'ne göre belirlenen net bugünkü değeri rekabet gücünün göstergesi olarak kabul edilir. Ancak bu gösterge de aslında firmanın gelecekteki göreceli karlılık, verimlilik ve ürün çekiciliği değişkenlerine bağlıdır (Dulupçu, 2001, s. 77).

Bu bakımdan firma düzeyinde rekabet gücünün belirleyicileri kısa ve uzun dönem bazında ele alınabilir. Kısa dönemde rekabet gücünü etkileyen faktörler, ürün fiyatı, kalite ve fonksiyonellik, piyasa payı, karlılık, aktiflerin getirisi ve hisse fiyatıdır. Mevcut ürünlerin etkinlik, maliyet ve kalite gibi açılardan geliştirilmesine yönelik bazı sınırlı yenilikler de bu faktörler arasına girebilir. Öte yandan, uzun dönemli rekabet gücü ise firmanın benzer firmalara kıyasla yeni ürünler üreterek uluslararası piyasalara girmek için, yeni teknolojiler geliştirmede ne kadar iyi performans sergilediğiyle ilgilidir (Bakımlı, 2005, s.12).

Firmaların rekabet güçlerini arttırmaları, firma düzeyinde sürekli yenilik yapımlarıyla mümkündür. Mevcut ürünleri daha gelişmiş ürünlerle değiştirmek ve üretim sürecinde değişiklikler yapmak firmaların rekabet güçlerini arttırmada önemlidir. Firmaların rekabet güçlerini arttırmada teknolojik işbirliği süreçlerine katılmaları tavsiye edilmektedir. Teknolojik işbirliği süreçleriyle anlatılmak istenen, firmaların Ar-Ge faaliyetlerinde üniversiteler vb. araştırma kurumları ile işbirliği içine girmeleri; lisans ve patent antlaşmaları yapmalarıdır (Atik, 2005, s. 16).

Firma düzeyinde rekabet gücü kavramını açıklarken Mytelka'nın yenilik stratejilerinden yararlanabiliriz. Tablo'2 de firmaların izleyebilecekleri yenilik stratejileri yer almaktadır. Buna göre, geç kalan firmalar "yetişme"; hızlı takipçi firmalar "geri kalmama"; lider firmalar ise "ilerleme" yenilik stratejilerini benimsemelidir.

Tablo 2 : Firmaların Yenilik Stratejileri ve Yetenekleri

Yenilik Stratejisi	Yakalamak Stratejisi (Geç Kalanlar)	Takip Etmek Stratejisi (Hızlı Takipçi)	İlerlemek Stratejisi (Lider)
Yetenekler	a) Problem çözücü yenilikler - Teknik bilgi ve neden üzerine odaklanma - Öğrenmeyi öğrenme b) Verimlilikte ve makine bakımında iyileşme c) Taklit iv)Adaptasyon	a)Çeşitlilikte artma, b)Kalitede iyileşme, c)Maliyetlerde azalma, d)Artan değişim,	a)Kapsamlı teknolojilerin yeniden bileşimi b)Var olan bilginin sınırlarını aşma,
Kritik Bilgi Girdileri	-Mühendislik ve yönetim yetenekleri: Üretim süreçlerinde, ürün taramada ve uyum yeteneklerinde geri bildirim	Mühendislik test etme, tasarlama ve pazarlama: Firma içinde tasarı ve üretimin birbirine bağlanması	Bilimsel araştırma ve laboratuvar modellerinin uygulanması. Firma içinde Ar-Ge ve pazarlamanın birbirine bağlanması
Politika Hedefleri	Teknoloji transferi, yayılma, tanıtım, eğitim	Teknolojinin geliştirilmesi, Ar-Ge ağı	Ev-içi araştırma, teknolojinin geliştirilmesi ve Ar-Ge ağı
Faydalı Ortaklık Bağlantıları	Çıraklık programları, verimlilik merkezleri, müşteriler, ekipman tedarikçileri ve araçlar	Mühendislik fakülteleri, danışmanlık firmaları, tasarım merkezleri, teknoloji enstitüleri, kullanıcılar	Araştırma enstitüleri, tüketiciler ve malzeme tedarikçileri ile uzun vadeli Ar-Ge işbirliği

Kaynak: Mytelka, L. (1999). *Competition, innovation and competitiveness in developing countries*. OECD, s.20.

Yetişme stratejisi, gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasındaki teknolojik açığı gidermek amacıyla uygulanmaktadır (Atik, 2005, s. 16). Bu strateji, “yetenekler” kriteri açısından öğrenme konusuna çok önem vermektedir. Firma öğrenme yeteneğini geliştirerek verimlilikte ve makine bakımında iyileştirmeler yapabilmektedir. Ayrıca yeni teknolojileri taklit ederek adaptasyonunu gerçekleştirebilmektedir. Kritik bilgi girdileri olarak, firmanın rakiplerine karşı yetişme politikası izlediği dönemde, geri bildirim çok önem verilmektedir. Politika hedefi

olarak da, firmalar teknoloji transferi ederek açığı kapatacak bu arada işgücünün eğitimi ve bilgi alış-verişi konularında işbirliği içinde olunacaktır.

Rakipleriyle aynı konumda olan firmalar geri kalmama stratejisi izlemeli ve lider firmaların hızlı takipçisi olmalıdır. Bu stratejide firmaların amacı ürün çeşidini ve kaliteyi arttırıp, maliyetleri düşürerek, tedrici değişim sağlamaktır. Bu stratejinin politika hedefinde yetişme stratejisinden farklı olarak teknoloji transferi yerine teknolojinin gelişmesine ve Ar-ge ağına önem verilmektedir. Ayrıca, mühendislik fakülteleri, danışman firmalar, dizayn merkezleri ve teknoloji enstitüleri ile faydalı ortaklık bağlantıları kurulmaktadır. İlerleme stratejisine sahip lider firmalar ise, yenilik ve ilerlemenin kaynağı olarak Ar-Ge ye çok önem vermektedirler.

Yukarıdaki açıklamalardan anlaşılacağı üzere, daha yüksek ar-ge giderine, daha fazla patente ve daha yeni ürünlere sahip olan yani daha yenilikçi olan firmalar, uluslararası piyasada daha fazla rekabet gücüne sahiptir. Ar-ge ittifakları, ortak girişim anlaşmaları, lisanslar, sözleşmeler ile aktif şekilde ilgilenen firmalar, yeni teknolojilere daha hızlı uyum sağlayarak rekabet gücü elde etmektedir. Yani, teknolojik gelişmenin hızlı takipçisi olan firmaların rekabet gücü, teknolojik gelişmeyi daha geriden takip eden firmalara göre daha fazladır (Kumar & Chadee, 2002, s. 8).

1.2.1.2 Endüstri Düzeyinde Rekabet Gücü

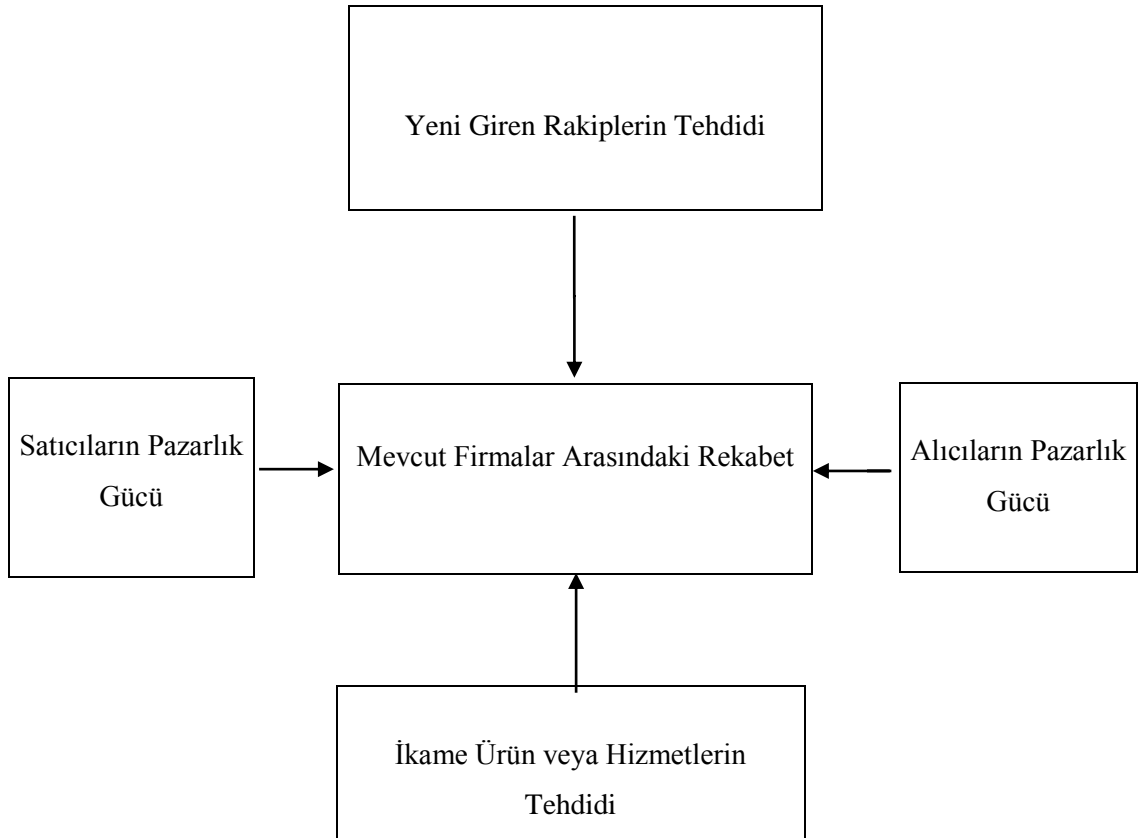
Endüstriyel rekabet gücü kavramını tanımlamak firma düzeyindeki tanıma göre daha zor ve belirsizdir. Yerel ya da bölgesel bir piyasadaki firmanın rekabet gücü, aynı piyasa veya bölgedeki rakipleriyle karşılaştırılabilirken, bir endüstrinin rekabet gücü, ticaretin söz konusu olduğu başka ülke veya bölgelerdeki endüstrilerin rekabet gücüyle karşılaştırılabilir. Bu bakış açısından hareketle, rekabetçi bir endüstri, bölgelerarası veya uluslararası düzeyde rekabetçi firmalara sahip endüstri olarak tanımlanabilir. Yani endüstriyel rekabet gücü, endüstrinin içinde bulunan büyük firmaların rekabet gücü analizi olarak değerlendirilebilir.

Endüstriyel rekabet gücü kavramında, verimlilik önemli bir yere sahiptir. Bryan'a göre (1994) endüstri düzeyinde rekabet gücü, bir endüstrinin rakiplerine eşit ya da onlardan daha üst düzeyde bir verimliliğe ulaşmasıdır. Markusen (1992), endüstriyel rekabet gücünü, bir endüstrinin rakiplerine eşit ya da onlardan daha yüksek bir

verimlilik düzeyine ve bu düzeyi sürdürme yeteneğine sahip olması, ya da rakiplerine kıyasla eşit ya da onlardan daha düşük maliyetle üretme ve satma yeteneğine sahip olması olarak tanımlamıştır (Atik, 2005, s. 18-19).

Porter (1990), bir endüstrideki rekabet düzeyini, endüstriye yeni giren rakip tehdidi, ikame ürünlerin tehdidi, alıcıların ve satıcıların pazarlık gücü ve endüstri içinde faaliyet gösteren firmalar arası rekabet olarak beş güce bağlayarak açıklamıştır.

Şekil 1: Endüstriyel Rekabet Gücü



Kaynak: Porter, M. (1980). *Competitive Strategy Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press,s.5.

1.2.1.3 Küme Düzeyinde Rekabet Gücü

Endüstri bazında küme oluşturularak, bölgesel rekabet gücünün incelenmesi, küme düzeyinde rekabet gücü kavramını ortaya çıkarmaktadır (Bakımlı,2005: 13). Marshall'ın bölgesel ekonomiler üzerine yaptığı "Endüstriyel Bölgeler ve Dışsal Ekonomiler (1890-1920)" isimli çalışması, kümelenme üzerine günümüz literatürünün hareket noktası olarak görülmektedir. Marshall'ın endüstriyel bölgeler olarak isimlendirdiği kavram, dışsal ölçek ekonomilerinin oluşturulmasında özel bölgelerde

benzer özelliklere sahip küçük firmaların yoğunlaşmasını ifade eden yerel endüstrilerin rolüne dikkat çekmektedir (Öcal & Uçar, 2011, s. 290-291).

Kümeler, genel olarak “ekonomik faaliyetlerin coğrafi ve sektörel yoğunlaşması” olarak tanımlanmaktadır (Schmitz, 1997, s. 5). Porter’a göre *kümeler, belirli bir alanda birbirleriyle bağlantılı ortak noktalar ve bütünleyici unsurlar ile ilişkilendirilmiş şirketler ile bunlara bağlı kurumların (üniversiteler, ticari birlikler, standartları belirleme ajansları, mesleki eğitim sağlayıcılar vb.) belli bir coğrafi alanda yoğunlaşmasıdır* (Porter, 1998, s. 78).

Yine Porter’ın "Clusters and the New Economics of Competition” (“Kümeler ve Yeni Rekabet Ekonomisi”) adlı eserinde özetlediği gibi:

“Coğrafi, kültürel ve kurumsal yakınlık, şirketlere özel erişim, daha yakın ilişkiler, daha iyi bilgi, güçlü teşvikler ve uzaktan yararlanmanın zor olduğu diğer avantajları sağlamaktadır. Dünya ekonomisi daha karmaşık, bilgi temelli ve dinamik hale geldikçe, bu daha doğru olmaktadır. Rekabet avantajı, uzaktaki rakiplerin kopyalayamayacağı bilgi birikimi, ilişkiler ve motivasyon gibi yerel unsurlarda saklıdır.”

Porter’a göre kümeler rekabet avantajını üç ana yoldan etkilemektedir (Porter, 1998, s. 80):

- İçinde kurulmuş olan şirketlerin verimliliği artırır.
- İşletmelerin verimliliğini yükselterek, yeni ürünlerin oluşmasını sağlar ve işletmeleri yenilikçi olmaya özendirir.
- Kendisini geliştiren ve güçlendiren yeni iş alanlarının ortaya çıkmasını teşvik eder.

Bu açıklamalardan anlaşılacağı üzere, kümelere yaşanan verimlilik artışları aşamalar halinde rekabet gücünü yaratır ve geliştirir. Firmalar arasında ileri, geri ve yatay bağlantılarla bölgesel düzeydeki rekabet gücü bölge içinde yaygınlık kazanır (Bakımlı, 2005, s. 13).

1.2.1.4 Ulusal (Uluslararası) Düzeyde Rekabet Gücü

Ulusal rekabet gücü, büyük ölçüde firmalardan kaynaklansa da rekabet gücünün sürekliliği dış çevre ile etkileşimi gerektiren, yenilik ve icatlara bağlıdır. Piyasa dışı etkileşimlerin büyük çoğunluğu ise kamu kaynaklıdır. Kamu müdahalelerinin ve ekonomi politikalarının temel amacı ekonomik refahın artırılmasıdır. Ekonomik refah ise kişi başına tüketim olanaklarının zaman içinde artması olarak tanımlanabilir. Bu nedenle uluslararası rekabet gücünün ulusal ekonomik refahın artması ile uyumlu olarak kişi başına milli gelir artışının sürdürülebilirliğini kapsayacak şekilde tanımlanması gerekmektedir. Bu anlamda Markusen ulusal rekabet gücünü şu şekilde tanımlamıştır: “Bir ülke serbest piyasa koşulları altında dış ticaretini dengede tutarak ticaret ortakları ile eşit bir reel milli gelir büyümesini sürdürebiliyorsa rekabet edebilen bir ülkedir” (Aktan & Vural, 2004b, s. 17).

Rekabet gücü kavramının ulusal düzeye taşınması beraberinde eleştirileri de getirmiştir. Krugman bu durumu üç ana başlıkta eleştirmektedir. Bunlardan birincisi, bir firma ile ülke arasında benzerlik kurmanın yanlışlığıdır. Örneğin, başarısız firma piyasadan çekilirken başarısız ülke için böyle bir durum söz konusu değildir. İkincisi, bir firmanın pazar payının artması diğer firmaları olumsuz yönde etkilerken, bir ülkenin başarısının diğer ülkeler için fırsat yaratabilmesidir. Üçüncüsü ise, tanımı daha net olan verimlilik kavramından uzaklaşmasıdır (Bekmez, 2008, s. 11).

OECD tanımına göre, ulusal rekabet gücü, serbest ve adil piyasa koşulları altında, uluslararası piyasanın testinden geçmiş ürünler üretebilmek, aynı zamanda halkın reel gelirini arttırmak ve sürdürmektir. Krugman ise, rekabet gücünü iş arayan herkesin iş bulabildiği bölge veya ülkelerin yaşam standartlarında ve reel gelirlerinde sürekli artış olarak tanımlamaktadır (Erkekoğlu, 2008, s. 22). Uluslararası Yönetim Geliştirme Derneği Dünya rekabet gücü yıllığında, (World Competitiveness Yearbook) ulusal rekabet gücü şu şekilde tanımlanmaktadır (Atik, 2005, s. 21):

“Bir ülkenin rekabet gücü, ülkenin firmaları için daha fazla değer yaratılmasını ve insanları için daha fazla refahın sürdürülmesini sağlayan bir çevrenin oluşturulması ve sürdürülmesi yeteneğidir” . Uluslararası Yönetim Geliştirme Derneğine göre, ulusal rekabet gücünün artırılmasında dört unsur etkileşim içindedir. Bunlar; kamunun

etkinliği, ekonomik performans, özel sektörün etkinliği ve alt yapısıdır. Bu unsurları taşıyan bir ülkenin ulusal rekabet gücü yüksek olacaktır.

Ülkelerin rekabet gücü Ar-Ge faaliyetlerinin gelişmişlik düzeyi ve verimliliği, çeşitli sektörlerin performansı, dış ticaret fazlası, yüksek teknolojiyi yapısında barındıran ürünler üretmesi, uzman ve yetişmiş iş gücünün bulunması gibi faktörlere de bağlıdır. Rekabet gücü incelenirken tüm bu göstergelerle birlikte diğer faktörlerin de göz önüne alınması gerekmektedir. Ülkenin dünyadaki konumunun belirlenmesinde önemli rol oynayan kriterler (demokratikleşme, vergi yapısı, insan hakları, eğitim kalitesi ve özgürlüğü vb.) birçok uluslararası enstitünün çalışma ve araştırmaları kapsamında ele alınmaktadır. Yukarıdaki açıklamalardan hareketle ulusal rekabet gücünün temel özellikleri aşağıdaki şekilde ifade edilebilir:

- Rekabet gücüne sahip olmanın asıl amacı, ülkedeki bireylerin yaşam kalitesini ve refahını artırmaktır. Bu artışlar ise, ticaret, yatırım ve üretim gibi faaliyetlere yeterli önem vermek ve ülkedeki tüm kurumlar arasında dayanışmanın sağlanması ile mümkün olmaktadır.
- Ürünlerin üretilip, piyasaya sürülmesi sırasında, rakip ülkeleri yakalayabilmek için ülkenin kendine has yetenek, özellik ve potansiyellerini kullanması gerekir.
- Ülkenin rekabet edebilme gücünün ölçülmesinde sayısız gösterge kullanılmaktadır (Uluslararası pazar payı, ülkenin ticaret bilançosu, istihdam, üretim vb.) (Çivi, 2001, s. 24-25). Tablo 3 de firma, endüstri ve ulusal rekabet gücü kavramları karşılaştırılmalı olarak özetlenmektedir:

Tablo 3: Firma, Endüstri ve Ulusal Düzeyde Rekabet Gücü Analizi

Rekabet Gücü Belirleyicileri	Firma	Endüstri	Ulusal
Kârlılık	En temel değişkendir	Göreceli önemi firma düzeyine göre azalır	Ulusal refah ön planda olduğu için belirli bir karlılık anlayışı yoktur
Verimlilik	Önemlidir	Genel olmaktan çıkar emek verimliliği ile bütünleşir. Ancak önemini kaybetmez	Kişi başına verimliliğe dönüşür
Maliyet	İşgücü bazında önemlidir	İşgücü bazında ancak rakip endüstrilerle karşılaştırma yapılarak değerlendirilir.	Göreceli olarak belirleyiciliğini yitirir
Pazar Payı	İkincil öneme sahiptir	Rekabet alanı/coğrafyası değiştiği için önemini korur	Önemini yitirir
Kişi Başına Verimlilik	Önemlidir	Önemlidir	Önemlidir
Dış Ticaret Performansı	Dikkate alınmaz	Dikkate alınır	Dikkate alınmanın ötesinde öneme sahiptir
Üretim Faktörü Stoku	Önemli değildir	Maliyete olan etkisinden dolayı dikkate alınır.	Önemlidir
Toplam Faktör Verimliliği	Önemlidir	Çok önemlidir	Çok önemlidir
Dış Ticaret Haddi	Dikkate alınmaz	Dikkate alınmakla birlikte merkezi konumda değildir	Önemlidir
Ürünün Teknoloji Yoğunluğu	Karlılık ön planda olduğu için dikkate alınmak zorunda değildir	Maliyetle karşılaştırılır	Önemlidir
Rekabetin sürdürülebilirliği	Firmanın yönetim felsefesine bağlıdır	Önemlidir	Çok önemlidir

Kaynak: Dulupçu, M. (2001). *Küresel Rekabet Gücü, Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım,s.91.

Tablo 3'e bakıldığında firma düzeyinde rekabet gücü açısından karlılık, maliyet ve verimlilik (kişi başına verimlilik ve toplam faktör verimliliği) önemli faktörlerdir. Endüstri açısından, kişi başına verimlilik, toplam faktör verimliliği, dış ticaret performansı, üretim faktörü stoku ve rekabetin sürdürülebilirliği önemlidir. Ulusal

düzeyde rekabet gücünde ise, rekabetin sürdürülebilirliği ve toplam faktör verimliliğinin ayrı bir öneme sahip olduğu görülmektedir.

1.2 REKABET GÜCÜNÜ BELİRLEYEN FAKTÖRLER

Rekabet gücünün ölçülebilmesi ve daha da önemlisi rekabet gücünün artırılması için nelerin yapılması gerektiğinin ortaya koyulabilmesi için öncelikle rekabet gücünü etkileyen faktörlerin ele alınması gerekmektedir. Rekabet gücü çok boyutlu bir kavram olduğundan bunu tek bir faktöre dayalı olarak açıklamak yeterli olmamakta, bununla birlikte kavramın tüm boyutları ile ele alınabilmesi için ilgili tüm faktörlerin belirlenmesi de oldukça kapsamlı bir araştırmayı gerekli kılmaktadır (Bakımlı, 2011, s. 15). Bu bağlamda, rekabet gücünü belirleyen faktörler; geleneksel ekonomi ve yeni ekonomi olmak üzere iki grupta ele alınmıştır.

1.3.1 Geleneksel Yaklaşım ve Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler

Rekabet gücü geleneksel yaklaşım açısından ele alındığında iktisatta mutlak üstünlük, karşılaştırmalı üstünlükler ve Heckscher-Ohlin-Samuelson modelleri olarak bilinen tezler ile açıklanmaktadır (Aktan & Vural, 2004b, s. 19)

Merkantilist düşünce tarzına göre, dünya serveti (altın ve değerli maden stoku) sabittir, dış ticaret yoluyla arttırılamaz ve ticaret yapan ülkelere birinin kazancı diğerinin kaybını (sıfır toplamlı oyun) oluşturur. Bu görüşe karşılık Adam Smith, toplam dünya servetinin sabit olmadığını ve bu nedenle dış ticaretten her iki tarafında kazançlı çıkacağını (pozitif toplamlı oyun) ileri sürmüştür. Adam Smith serbest ticaret ve uluslararası uzmanlaşmanın yararlarını Mutlak Üstünlük Teorisi (Theory of Absolute Advantages) ile açıklamıştır. Bu teoriye göre, bir ülke karşı ülkeye göre hangi malları daha düşük maliyetle üretiyorsa, o malların üretiminde uzmanlaşmalı ve bunları ihraç etmeli, pahalıya üretebildiklerini ise, ithal etmelidir (Seyidoğlu, 2003, s. 14-17).

Bu kuram, bir ülke eğer diğer ülkelere göre bütün üretim kollarında mutlak maliyetler yönünden avantajlı veya dezavantajlı ise ne olacağı konusunda eksiklikler taşımaktadır. Bu nedenle, Ricardo 1817 yılında Londra’da yayınladığı ünlü eseri “On the Principles of Political Economy and Taxation”da Adam Smith’den yaklaşık kırk yıl sonra Mutlak Üstünlük Teorisi’ne (Theory of Absolute Advantages) ilişkin analizleri geliştirerek “Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisini” ortaya atmıştır (Utkulu & İmer, 2009,

s. 5). Ricardo'ya göre, her hangi bir ülkenin diğerine kıyasla her iki malın üretiminde de mutlak dezavantaja sahip olması durumunda bile iki ülke arasında ticaret söz konusu olabilir ve her iki ülke de bu ticaretten yararlanabilir. Böyle bir durumda her iki malın üretiminde görece daha az etkin olan ülke, mutlak dezavantajı daha düşük olan ürünün üretiminde ve ihracatında uzmanlaşarak avantajlı duruma geçebilir (Aktan & Vural, 2004b, s. 19-20).

Zamanla karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin bazı eksikleri olduğu tespit edilmiş ve bunları gidermek üzere Ricardo'dan yaklaşık bir asır sonra Faktör Donatımı Teorisi (Factor Endowment Theory) ortaya atılmıştır. İsveçli iktisatçı Eli Heckscher'in 1919 yılında yayımlanan bir makalesine dayanan bu yeni teoriye "Faktör Oranları Teorisi" (Factor Proportions Theory) de denmektedir. Teori daha sonra 1930'larda Heckscher'in öğrencisi Bertil Ohlin tarafından geliştirilmiştir. Bu nedenle teoriye literatürde yaygın biçimde Heckscher-Ohlin (H-O) Teorisi denmektedir. Amerikalı ünlü iktisatçı Paul Samuelson da daha sonradan teoriye yeni katkılar getirdiği için Heckscher-Ohlin-Samuelson teorisi dendiği de görülmektedir (Utkulu & İmer, 2009, s. 5).

Ricardo teorisi karşılaştırmalı avantajların, karşılıklı ülkelerin teknoloji farklılıklarından doğduğunu farz ederken, H-O teorisi, karşılıklı ülkelerin teknolojilerinin aynı olduğunu ileri sürmektedir. Ayrıca, H-O teorisi, dış ticaretin temel nedeninin Ricardo Model'inde olduğu gibi ülkeler arasındaki teknoloji farklılıklarından dolayı değil, ülkeler arasındaki faktör donanımları farklılıklarından kaynaklandığını ifade etmektedir (Utkulu & İmer, 2009, s. 5).

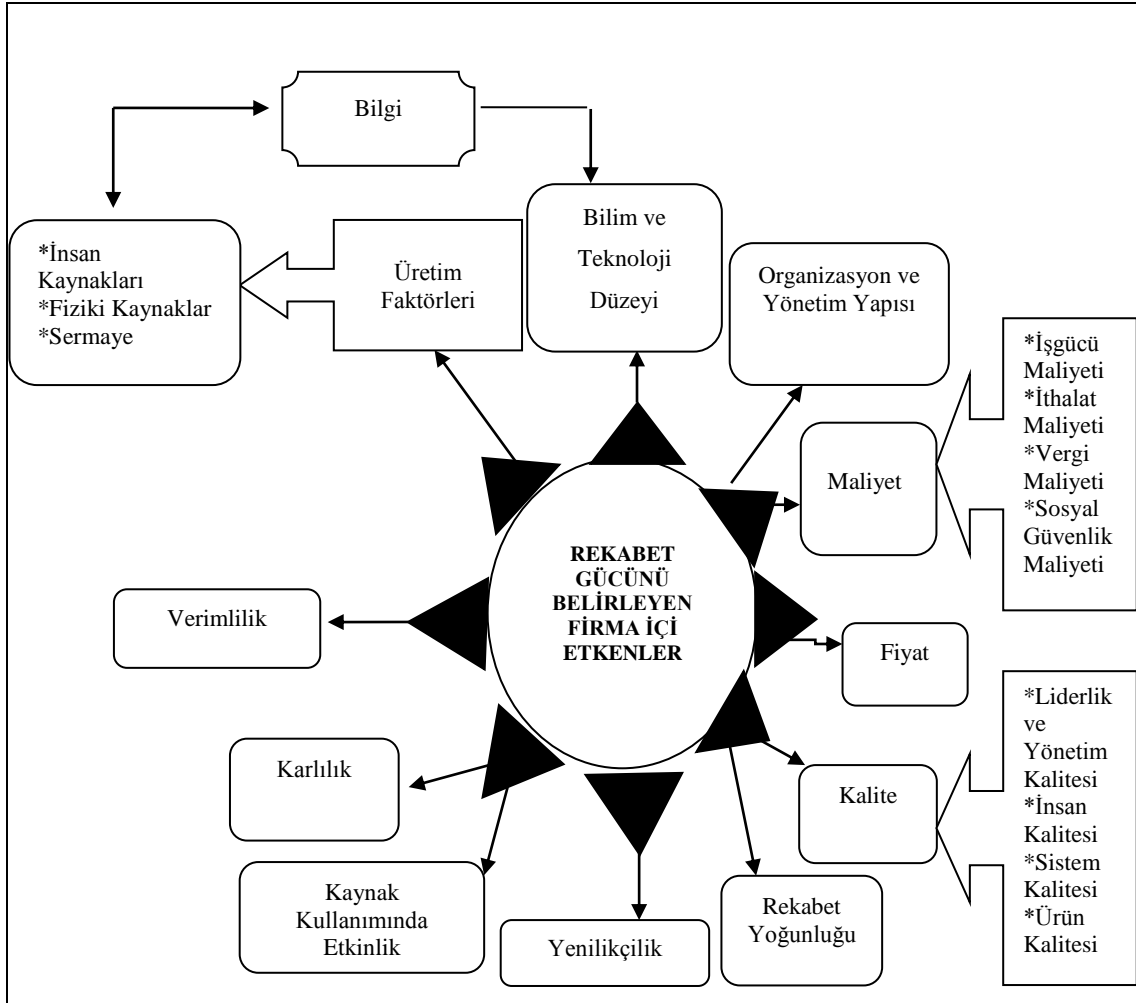
1.3.2 Yeni Ekonomide Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler

Yeni ekonomide rekabet gücünü belirleyen etkenler, firma içi etkenler ve firma dışı etkenler olarak ifade edilebilir. Firmaların rekabet gücünü belirleyen birden fazla etken mevcuttur. En başta bir firmanın ürettiği ürünün maliyetleri, fiyatı ve kalitesi o firmanın uluslararası düzeyde diğer firmalar karşısında rekabet gücünü ortaya koymaktadır. Ancak rekabet gücünü belirleyen başka etkenlerde bulunmaktadır.

Rekabet gücünün firma içi belirleyicileri arasında firmanın ürettiği ürünlerin kalitesi, maliyeti ve fiyatı önemlidir. Maliyetler arasında sermaye maliyeti, işgücü

maliyeti, ithal girdi maliyeti, vergi maliyeti, sosyal güvenlik maliyeti vb. faktörlerini dikkate almak gerekir. Bunun dışında verimlilik, karlılık, firmada kullanılan bilgi teknolojisi, organizasyon ve yönetim yapısı, kaynakların etkin kullanımı, yenilikçilik ve yaratıcılık gibi faktörler rekabet gücünü belirleyen firma içi diğer etkenlerdir (Aktan & Vural, 2004b, s. 28).

Şekil 2: Rekabet Gücüne Eki Eden Firma Dışı Etkenler



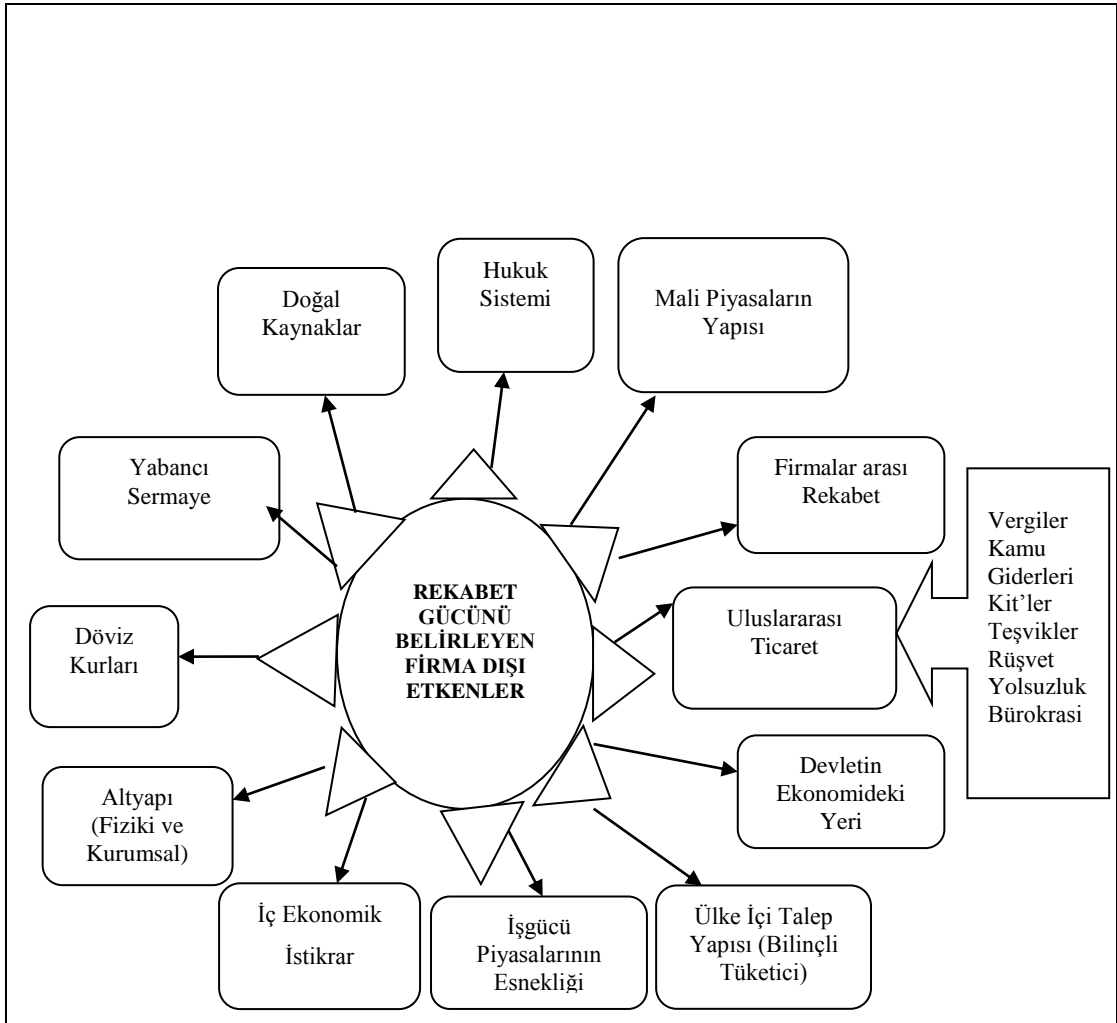
Kaynak: Aktan, C.C., & Vural, İ.Y. (2004b). *Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri*, *Rekabet Dizisi: 2*.

Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, Yayın No: 254,s.28.

Firma dışı etkenler makro düzeyde rekabet gücünün belirleyicileri olarak gösterilir. Makro düzeyde rekabet gücü, ülkenin kurumsal özelliklerine bağlıdır. İstikrarlı bir makroekonomik ortamı sağlamakta önemli olan araçlar, yetenekli işgücü yetiştiren eğitim sistemi, rekabeti teşvik eden finansal ve hukuksal yapı ile devlet ve işçi kuruluşları arasındaki ilişkileri içeren, teknolojinin yayılmasını kolaylaştırıcı kurumsal süreçlerdir. Rekabet gücünü belirleyen firma dışı etkenler arasında, öncelikli olarak

devletin ekonomideki yeri ve ekonomiye devlet tarafından yapılan müdahaleler önem taşımaktadır. Genel kabul gören bir gerçek de, piyasadaki firma sayısı ne kadar fazlaysa rekabetin o kadar yoğun olacaktır. Uluslararası rekabet gücünü belirleyen firma dışı etkenler arasında uluslararası ticaret sistemi, işgücü piyasalarındaki esneklik düzeyi, tüketicilerin bilinç düzeyi, ülke içi ekonomik istikrar, ülkenin doğal kaynakları ve doğal zenginlikleri, piyasadaki rekabet düzeyi, hukuk sistemi ve mali piyasaların gelişmişlik düzeyi gibi faktörler de önem taşımaktadır (Bakımlı, 2005, s. 17-18).

Şekil 3: Rekabet Gücüne Eki Eden Firma Dışı Etkenler



Kaynak: Aktan, C., & Vural, İ. (2004b). *Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri*, *Rekabet Dizisi: 2*. Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, Yayın No: 254, s.29.

Rekabet gücüne önemli ölçüde etki eden firma içi ve firma dışı faktörler aşağıda daha ayrıntılı bir şekilde açıklanmaya çalışılmıştır. Bu faktörlerin olumsuz etkilerini ortadan kaldırmayı başarabilen işletmelerin rekabet gücünü arttırabilecekleri düşünülmektedir.

1.3.2.1 Döviz Kuru ve Devalüasyon

Bir ülkenin döviz kuru, ulusal para biriminin yabancı paralar cinsinden değeridir. Döviz kurları, ihracat ürünlerinin fiyatlarını etkileyerek ülkelerin rekabet güçleri üzerinde belirleyici olmaktadır. Döviz kuru politikasıyla kurlarda meydana getirilecek olan değişmeler, dış piyasalarda ülkenin göreceli fiyat yapısını değiştirmektedir. Bu şekilde kur politikası yoluyla ihracat yapmak iç piyasaya göre daha karlı hale gelebilecek ve ihraç mallarının dış piyasalardaki fiyatlardan dolayı rekabet edebilme şansı artacaktır (Atik, 2005, s. 57).

Döviz kuru politikası, yerli paranın değerini yabancı para birimleri karşısında değerini düşürerek, ithalatı engellemek ve ihracatı teşvik etmek amacıyla kullanılabilir. Ayrıca döviz kuru politikası hem ithalat talebini hem de ithalatın finansmanı için kullanılan döviz etkileyerek, ithalat düzeyini de belirleyebilir. Böyle bir politika, özellikle esnek kur sisteminde, yerli paranın değeri yabancı para birimi karşısında düşük tutulduğunda, ithalatın azalmasına, ihracatın da artmasına yol açabilir. Yerli paranın yabancı para birimi karşısında değer kaybetmesi, uygun para ve maliye politikaları ile desteklendiği zaman, reel döviz kurunda bir düşüşe -ticarete konu olan mallara nispeten ticarete konu olmayan malların göreceli fiyatının artmasına – ve yurt içi fiyatlar genel düzeyinde bir artışa sebep olur (Omotunde, 1987, s. 18-19). Bu yüzden böyle bir politikanın başarısı ithal ve ihraç malları talebinin fiyat esnekliğinin yüksek olmasına ve anti-damping, misilleme, tarife ve kota gibi karşı tedbirlerin ticaret yapılan ülkeler tarafından uygulanıp uygulanmamasına bağlıdır (Aktan & Vural, 2004b, s. 31).

Milli para biriminin yabancı para birimleri karşısında değerinin düşürülmesi, kapasite kullanımının artması ve üretken kaynakların ithal-ikameci ve tamamen iç piyasaya yönelik mal üreten sektörlerden diğer sektörlerle transfer edilmesine yol açarak ihracatın artmasına neden olur. Devalüasyonun ilave yabancı sermaye girişine neden olması ya da yatırımların verimliliğini arttırması halinde sermaye stokunda oluşacak bir artış kapasiteyi de arttıracaktır. Devalüasyon, özellikle gelişmekte olan ülkelerde ihracatın artırılması amacıyla kullanılan geleneksel bir politika haline gelmesine rağmen, dış ticaret dengesinin sağlanmasında arzu edilmeyen bir araçtır. Yabancı malları daha pahalı hale getirirken yabancı piyasalarda yerli malların değerini azaltır. Bu durum ihracatın artması yönünde bir etki meydana getirirse de ihraç mallarının

fiyatının azalması pahasına meydana gelen bu etki yaşam standardını geriletir (Aktan & Vural, 2004b, s. 32).

Devalüasyonun kendisinden beklenen sonucu verebilmesi pek çok etkene bağlıdır. İlk olarak, devalüasyon yapan ülkenin mal ve hizmetlerine yönelik dış talebin fiyat esnekliğinin olması gerekmektedir. Aksi durumda, fiyat düşüşleri karşısında ülkenin mal ve hizmet ihracatında bir artış olmayacağı gibi döviz kazançları da azalacaktır. Devalüasyonun başarılı olabilmesi için diğer bir koşul, devalüasyondan sonra fiyatların artmasının engellenmesidir. Bu durum çoğu kez mümkün olmamaktadır. Bunun nedeni ithalata bağlı sektörlerin, üretimin devamı için ithalat harcamalarını azaltamamaları nedeni ile ithal ürün fiyatlarında yaşanan artışların, zamanla ekonominin bütün diğer sektörlerine ve ihraç malların fiyatlarına yansımalarıdır. Dolayısıyla da yabancılar yönünden sağlanan ucuzluk ortadan kalkmaktadır (Bekmez, 2008, s. 12-13).

1.3.2.2 Makro Ekonomik Ortam ve Makro Ekonomik Göstergeler

Makroekonomik ortam, bir ekonominin kapasitesinin artırılmasında, dış ticarete konu olan sektörlerin sağlıklı bir şekilde faaliyet göstermesinde ve ödemeler dengesinin sağlanmasında büyük bir etkiye sahip olduğu için, uluslararası rekabet gücü tartışmasında önemli bir rol oynar. Makroekonomik ortam, ekonominin içinde bulunduğu durum ve uygulanacak politikalar dizisini gösterir. Ekonominin içinde bulunduğu durum istikrarlı iken, büyüme politikalarına yönelik elverişli bir ortam olamayabilir. Bu yüzden uygulanan ekonomi politikalarının, öncelikle ekonomik istikrarın sağlanmasına yönelik olması daha sonra büyüme ve rekabetçilik politikalarının uzun vadeli problemler olarak ele alınması gerekir (Haque, 1995, s. 49).

Genel anlamda ülkelerin rekabet gücünü belirlemek için, ekonomik ve sosyal açıdan hangi düzeyde oldukları önemlidir. Kişi başına düşen GSYİH' daki istikrarlı artış, işsizlik oranının düşük seviyede tutulması, hane halkının harcanabilir gelir düzeyi ve aldığı sosyal yardım miktarı, bir bölgedeki ekonomik aktiviteyi göstermesi açısından belirleyici niteliktedir (Kotan, 2002, s. 5).

Rekabet gücünün artırılması orta ve uzun vadede ödemeler bilançosu dengesizliklerinin ortadan kaldırılabilmesinde son derece önemli bir faktördür. Bu sorunun iki temel nedeni olabilir: makro-ekonomik ortamın elverişsiz olması ya da

rakilere kıyasla üretim yapısındaki zayıflıklardır. Yatırımların büyüklüğü ve kalitesinin verimlilikte ve üretim yapısı üzerindeki etkisi dikkate alındığında makroekonomik ortamın önemi ortaya çıkar. Endüstriyel ülkelerde, rekabet gücünün artırılmasında verimlilik artışının yanı sıra sermaye-emek rasyosundaki artış ile tasarruflardaki artışın önemi büyüktür. Dolayısıyla, rekabet gücünün artırılması açısından elverişli bir makroekonomik ortamın oluşması için ekonomik istikrarın sağlanması ve sürdürülebilir bir iktisadi büyümenin gerçekleştirilebilmesi gereklidir (Aktan & Vural, 2004b, s. 35).

Fisher enflasyon ile ekonomik büyüme arasında negatif bir ilişki olduğunu ileri sürmektedir. Büyüme ve enflasyon arasındaki negatif ilişkiden dolayı, mutlak ve göreceli fiyat hareketlerindeki belirsizlik artar. Fisher'in regresyon sonuçları, enflasyon ile sermaye birikimi ve toplam faktör verimliliği arasında negatif ilişki olduğunu ortaya koyar. Bir vergi çeşidi olan enflasyon göreceli fiyatları değiştirerek, yatırımcılar için, gayrimenkul gibi tamamen yerli sektörleri, üretken sektörlerden daha cazip hale getirmektedir. Böylece yatırım oranları düşerse bile yatırımların yönünü değiştirebilir. Bu durum büyümenin yavaşlamasına, rekabet gücünün azalmasına neden olur. Bu bağlamda, yüksek enflasyon oranları rekabet gücünü zayıflatmakta, ödemeler dengesinde bozukluklar ortaya çıkarmakta ve ekonomik gelişmeyi durdurmaktadır (Haque, 1995, s. 55-56).

Makroekonomik politika ekonomik büyümeyi arttırmada ve ticarete konu olan sektörleri güçlendirmede önemli bir rol oynamaktadır, ama önemli olan öncelikle kısa vadede ekonomik istikrarın sağlanmasıdır. Rekabet gücünün artırılması amacıyla da, daha düşük bir enflasyon oranı, düşük faiz oranı ve kur istikrarının olması gerekmektedir.

1.3.2.3 Bilgi ve Teknoloji

Teknoloji kavramının sözlük anlamı "bilginin, sanayideki işlemlerde sistematik olarak uygulamaya alınması" olarak ifade edilmektedir. Geniş anlamda ise, teknoloji, AR-GE, üretim, pazarlama, satış ve satış sonrası hizmeti kapsayan bir sanayi sürecinin, etkin ve verimli bir biçimde gerçekleştirilmesi için kullanılacak bilgi ve becerilerin tümü olarak tanımlanmaktadır.

Teknolojinin insandan kaynaklanan her şeye güç yetirme arayışını ve dönüştürme gücünü Marx, Kapital'de şöyle ifade etmektedir: “Teknoloji insanın doğa ile baş etme tarzını sürdürmesi için gerekli üretim sürecini açığa vurur ve böylelikle aynı zamanda insanın toplumsal ilişkilerinin oluşum tarzını ve bu ilişkilerden kaynaklanan zihinsel kavrayışları ortaya koyar” (Kiper, 2005, s. 56).

Günümüzde teknoloji, işletmelerin rekabet üstünlüğü elde etmelerinde, insan hayatını, uluslararası ekonomik ilişkileri ve toplumların sosyal refah düzeyini belirlemede en önemli faktörlerden biri haline gelmiştir. Teknoloji, “*insan ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ürün ve süreçlere bilginin uyarlanmasıdır*” şeklinde tanımlanarak bilginin önemi belirtilmektedir (Burgess, Tekin, & Güleş, 2000, s. 2).

Başka bir tanımlaya göre, teknoloji teknik bir bilgidir ve genellikle ürün veya süreç teknolojisi olarak ifade edilir. Süreç teknolojisi üretim süreçlerindeki teknoloji anlamına gelirken, ürün teknolojisi ise bilgi ve yenilikleri göstermektedir. Ürün ve süreç teknolojilerinin yanı sıra, işletme literatürü, örgütsel, sosyal ve beşeri kaynaklar ile bilgi ve becerileri gösteren yönetim teknolojisinin önemini vurgular. Ayrıca, son zamanlardaki elektrik teknolojisinin hızlı gelişimi, firmaların rekabet gücü üzerindeki bilgi ve iletişim teknolojisi etkisine dikkat çekmiştir (Kumar & Chadee, 2002, s. 5). Belirtilen şekilde tanımlanan teknolojinin önemi gün geçtikçe artmakta ve rekabet gücü göstergesi olarak teknoloji üretilip, üretilmemesi dikkate alınmaktadır.

Üretilen mal ve hizmetlerin miktar, kalite, çeşitliliğinin artması ve iş hayatında karşılaşılan fiziki güçlüklerin azalması teknolojik değişimin bir sonucudur. Yeni ürün ve üretim süreçleri açısından tercih olanaklarını arttıran teknolojik ilerleme beşeri ve ekonomik gelişimi de arttırmaktadır (Haque, 1995, s. 11). İşletmelerin verimliliğinin ve rekabet gücünün arttırılmasında, en güçlü olanı teknolojik değişim ve teknolojik ilerlemedir (Aktan & Vural, 2004b, s. 39).

Teknolojik gelişme, yenilikler yoluyla ilerleyen bir süreçtir. Ayrıca, iktisadi kalkınma ve büyüme içinde çok önemlidir. Yeni teknolojilerin çok kısa sürede geliştiği, pazar unsurlarının sürekli değiştiği, sürekli yeni ürünlerin ortaya çıktığı, rakiplerin her geçen gün arttığı, küresel rekabet ortamında faaliyet gösteren firmalar, sürekli olarak yeni arayışlara yönelmektedirler. Aynı zamanda, yönetim felsefesi ve değerlerinde,

amaç ve stratejilerinde, organizasyon yapısı ve süreçlerinde de pazar beklentilerine uygun yeni alternatif stratejiler geliştirmektedirler (Tanyeri & Fırat, 2005, s. 12).

Son yıllarda dünyada yaşanan sosyal ekonomik ve kültürel dönüşüm sürecinde teknolojinin önemi belirgin bir şekilde artmaktadır. Teknolojik bilgi yaratımı ve birikimi, bir yanda ekonomik büyüme ve rekabeti etkilerken diğer yandan da ekonomik gelişmenin yönünü belirleyerek yaşam kalitesinin iyileştirilmesinde de önemli bir rol oynamaktadır (Gökovalı, 2005, s. 143).

Ulusal rekabet gücünün, bilim temelini güçlendirilmesi ve Ar-Ge kapasitesinin artırılması ile elde edildiği şeklinde bir görüş söz konusudur. Ancak, bilim ve Ar-Ge olarak tespit edilen temel faaliyetler, sadece üretim faaliyetlerinin artırılması, karmaşık sistemlerin kullanımı ve gelişmiş donanım ile verimliliğin artırılmasını içerir. Ayrıca, dikkat edilmesi gereken bir başka nokta da, birçok sektörde, firmaların teknolojik çabalarının sadece bir kısmı, bilimsel ve Ar-Ge tesislerinde gerçekleştirilir (Bennett & Vaidya, 2001, s. 1). Bununla birlikte, firmalar, büyük miktarlarda Ar-Ge harcaması yapmalarına rağmen piyasanın ihtiyaçlarını karşılayacak ürünleri üretmede başarısız olabilirler. Bu nedenle, firma ve endüstri açısından asıl önemli olan, Ar-Ge harcama düzeyi değil, Ar-Ge faaliyetlerinin sonuçları olmaktadır (Buckley, Prescott, & Prescott, 1988, s. 189)

1.3.2.4 Beşeri Kaynaklar

Küresel rekabet ortamında, karşılaştırmalı ve hızlı bilgi aktarımında başarının anahtarı olan beşeri kaynaklar kısa ve uzun vadede firmalara rekabet avantajı sağlar. Üretimde gelişmiş makineleri kullanabilen, yeni fikirler ve yöntemler geliştirebilen, bilgi ve beceri sahibi emeği ifade eden beşeri sermaye stratejik bir role sahiptir, zira bugün iş gücüne yapılan yatırımlar, gelecekteki yenilik ve icatlar ile rekabet gücüne katkı sağlar (Mühleyer & Clarke, 1997, s. 4). Bu nedenle insan kaynakları yönetimi, sadece belirli bir rekabet stratejinin uygulanması açısından değil aynı zamanda stratejik yetenekler üretmedeki rolünün artmasından dolayı da daha değerli bir hale gelmiştir. İnsan kaynakları yönetimi, uzun vadede rakiplerine göre daha bilgili ve esnek firmalar yaratma potansiyeline ek olarak daha üst düzeyde bir koordinasyon ve işbirliği sergileme olanağına sahiptir. Bütün bunlar rekabet gücü üzerinde olumlu bir etki

yarattığı için, insan kaynaklarının oryantasyonu, eğitim ve öğretim çok önemlidir (Kumar & Chadee, 2002, s. 10).

Beşeri sermayenin, insanların araştırma yeteneğini geliştirdiği ve rekabet gücünün önemli kaynaklarından olan, teknolojinin verimliliğini artırdığı bilinen bir gerçektir. Böylece, uluslararası rekabet gücünü artırmada, beşeri sermayenin “stratejik” bir rolünün olduğunun söylenmesi yanlış olmayacaktır. Çünkü beşeri sermayeye yapılacak yatırımlar ile gelecekte elde edilecek yenilik ve icatlar, ülkenin rekabet gücünü artırılabilir. Bu kapsamda, ülkede sahip olunan beşeri kaynakların etkin yönetimi ve rekabeti artırmaya yönelik stratejilerin uygulanması çok önemli bir durumdur (Altay & Pazarlıoğlu, 2007, s. 101).

Beşeri kaynakların gelişmesi, bilgiye dayalı bir ekonominin getirilmesi, işgücü piyasasındaki yetenek uyuşmazlıklarının giderilmesi, sosyal ve ekonomik kalkınmayı teşvik ederek, ülkenin uluslararası rekabet ortamının oluşturulması için gerekli bir ön koşuldur. Böylelikle küreselleşmenin her geçen gün arttığı dünya ekonomisinde, bilgi ve çalışanların yetenekleri ulusların önemli bir rekabet silahı olacaktır. Üretim maliyetlerinin düşürülmesi, mal ve hizmetlerin katma değer seviyesi, küresel piyasalarda, rekabet eden bir ülkenin kapasitesine karar vermede önemli bir faktör olacaktır. Rekabet eden kurumlar, mal ve hizmetlerin üretim sürecine ve beşeri sistemlere yönelecekler. Böylece ülkeler, eğitim, öğretim ve beşeri sermayenin geliştirilmesiyle, elde edilen bilgi ve becerilerden daha fazla yararlanabileceklerdir (Afza & Nazır, 2007, s. 170).

Eğitim, öğretim ve beşeri sermayenin geliştirilmesine yönelik çabaların firmaların performansı üzerindeki etkisi de önemlidir. Eğitimli bir işgücü, teknolojinin benimsenmesini ve yayılmasını kolaylaştırır, yenilikler, daha gelişmiş bir ulusal sistemin ortaya çıkmasına neden olur ve Ar-Ge için gerekli teknolojik kapasiteye katkıda bulunur. Yöneticilerin tutum ve yetenekleri, yeni teknolojiler ve süreçlerin tanıtımı için çok önemli olmasına rağmen, bütün üretim faaliyetlerinde kalifiye olmayan işgücünün bile, ilköğretim ve ortaöğretim okullarında elde edilmesi gereken, okuma-yazama, basit matematik bilgileri ve disipline sahip olmaları gerekmektedir. Bu nedenlerden dolayı, firmaların günümüzde başarılı olabilmeleri, yeni teknolojilere erişip bu teknolojilerden yararlanabilmeleri için, eğitimli ve kalifiye işgücüne ve uygun yönetim kapasitesine sahip olmaları gerekmektedir. Dolayısıyla, beşeri sermayenin

geliştirilmesine odaklanan insan kaynakları programına sahip firmalar rakiplerine kıyasla daha rekabetçi olacaklardır (Kumar & Chadee, 2002, s. 11).

1.3.2.5 Örgüt Kültürü ve Örgütsel Yapı

Firmaların rekabet gücü ile örgütsel yapı arasında bir bağlantı söz konusudur. Örgütsel yapı birçok çalışmada firmanın sahip olduğu bir tür örgütsel sermaye olarak ele alınmıştır. Örgütsel sermaye, genişletilmiş veri tabanlarının ve kolayca erişilebilen bilgi teknolojisinin yardımıyla ulaşılan kurumsallaşmış bilgi olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca örgütsel sermaye, sosyal sermaye ve beşeri sermaye etkileşimlerinin bir sonucudur (Baron & Armstrong, 2007, s. 14). Firmanın örgütsel sermayesini oluşturan kültür, yapı, örgütsel öğrenme ve süreçleri gibi unsurlar rekabet avantajı elde etmede bir kaynak olabilmektedir (López, Salazar, Castro, & Sáez, 2006, s. 2).

Firmaların yapısı ve performansı üzerinde araştırma yapan Peters, yeniliklerin sürekli ön plana çıktığı küresel pazarlarda, kurallara bağlı, sabit yapılı, kitle üretimi yapan firmaların değil; esnek, çevreye çabuk uyum sağlayabilen işletmelerin rekabet avantajı elde edebileceğini vurgulamaktadır. Ayrıca iyi örgütlenmiş bir yönetim yapısının, hiyerarşik ve bürokratik yapının çok katı olduğu merkezleri bile doğrudan kontrol edebileceğini ifade etmektedir (Peters, 1988, s. 107).

Teknolojik bir ortamda, bilgi genellikle bir firmanın maddi sermayesinden daha önemli bir rol oynar. Ürün, üretim teknikleri, müşteriler ve tedarikçiler hakkındaki bilgiler firma açısından önemlidir, diğer yandan, değer zincirindeki farklı unsurları entegre etmek için, gerekli olan bilgi ve yeteneklerde çok önemlidir. Böyle bir bilgi geliştirme sistemi içinde, açık veya kodlanmış bilgilerle, açıkça ifade edilmeyen bilgiler arasında rekabet gücü üzerindeki etkileri bakımından bir ayırım yapılır. Yazılı olmayan, formüleştirilmesi, iletilmesi zor olan ve başkalarıyla paylaşılmak istenmeyen bilgiler, firmaların rekabet gücü açısından önemli bir kaynağını teşkil eder. Bilginin ve öğrenmenin önemi göz önüne alındığında, firmalar gittikçe artan diğer organizasyonlar (Tedarikçiler, Ar-Ge Kuruluşları ve Üniversiteler gibi) ile ittifaka girmekte ve özgün bilgilerden elde edilen yeniliklerden yararlanmak için ağlara katılmaktadırlar. Böylece, firmalar arası ağlar ve stratejik ittifaklar ortaya çıkmakta ve firmalara rekabet üstünlüğü sağlaması için fırsatlar sunulmaktadır (Kumar & Chadee, 2002, s. 14).

Güçlü bir organizasyon yapısı içinde, kalifiyeli işgücünün yönetimi daha iyi yapılabilir. Firmaların bu güçlü yapı altında çalışırken, kapsamlı bir eğitim planı oluşturması ve yönetimin güçlü olan çekirdeğini koruması daha kolay olacaktır. Ayrıca iyi bir organizasyon yapısı, firmaların örgüt içindeki değişikliklere karşı esnek olmasını ve personelin iyi bir şekilde eğitilmesini sağlar. Örgütsel yapı bilgi akışını düzenler ve değişen bilgiye firmalar daha kolay bir şekilde ulaşır. Yani iyi tanımlanmış bir hiyerarşi olduğunda, firmalar daha önemli kararlar alarak rekabet avantajı elde ederler.

Günümüzde örgüt kültürü, firmaların rekabet avantajı elde etmesinde önemli bir rol üstlenmiştir ve özellikle 1980'li yıllardan beri kârlılık, performans, etkinlik ve sürdürülebilir rekabet avantajı gibi birçok konularla ilişkili olarak yoğun bir şekilde incelenmiştir (Barney, 1986; Fiol, 1991, 2001; Marcoulides & Heck, 1993; Denison & Mishra, 1995; Oliver, 1997). Literatürde örgüt kültürünün tanımıyla ilgili ortak bir görüş söz konusu değildir. Barney, bunu “*Örgüt teorisinde çok az kavram örgüt kültürü kadar farklı ve rakip tanımlamalara sahiptir*” ifadesi ile vurgulamıştır (Barney, 1986, s. 657). Bu yüzden örgüt kültürüne ilişkin genel bir teori için hala bir fikir birliği bulunmamaktadır ve hatta firmaları birbirleri ile karşılaştırılabilecek şekilde örgüt kültürünün ölçülebileceği hakkındaki fikirlere de şüpheyile bakılmaktadır (Denison & Mishra, 1995, s. 205). Çeşitli örgüt kültürü tanımlarına baktığımızda:

Barney “*örgüt kültürünü, örgüt üyelerinin paylaştığı, inançlar, tutumlar, varsayımlar ve değerlerden oluşan karmaşık bir yapı*” olarak tanımlamaktadır (Barney, 1986, s. 657).

Schein örgüt kültürünü, “ bir grup ile dış adaptasyon ve iç entegrasyon sırasında belli problemleri çözerken öğrenilen, geçerli sayılabilecek kadar iyi işlemiş olan ve bu nedenle de yeni üyelere bu problemlerle ilgili algılama, düşünme ve hissetmenin doğru yolu olarak öğretilen paylaşılmış temel varsayımlar bütünü” olarak tanımlamıştır (Schein, 2010, s. 17). Bu bağlamda paylaşılan ortak değer, inanış ve davranışlara sahip olan güçlü kültürler, belirlenen örgüt stratejisini yürütme aşamasında, örgüt içinde ve çevresel ilişkilerinde davranış çabukluğu gösterdikleri için, rakiplerine göre daha rekabetçidirler.

1.3.2.6 Kamusal Politikalar

Son yıllarda hızlı bir sanayileşme süreci içine giren ve dış ticarete başarılı bir performans gösteren Doğu Asya ülkelerinin bu başarısında ihracat sektörünün büyüme ve gelişmesini teşvik eden bir ortam oluşturmayı amaçlayan politikalar yoluyla ihracata yönelik sektörleri destekleyen devletin rolü çok önemlidir. Devlet, işletmelerin karşı karşıya kalacağı riskleri azaltmak için fonksiyonel ya da seçici nitelikteki müdahalelerle makro-ekonomik ortamı iyileştirebilir, altyapıyı geliştirebilir ve firmaları yeniliklere teşvik edebilir (Aktan & Vural, 2004b, s. 49).

Devletin ekonomiye müdahalesi iki şekilde olmaktadır. Bunlardan ilki tüm ekonomiyi etkilemeyi amaçlayan ve firmaların üzerindeki etkisi nötr olan devletin fonksiyonel müdahaleleridir. Bunlara, altyapı yatırımlarının, eğitim ve sağlık hizmetlerinin geliştirilmesi örnek olarak gösterilebilir. İkincisi, belli bazı sektörler veya firmalar lehine olan, bu nedenle de ekonomi içindeki diğer sektörler veya firmalara karşı ayrımcılık yaratan devletin seçici müdahaleleridir. Belirli bir endüstri ya da firmalara tahsis edilen, ihracat teşvikleri, ithalat kısıtlamaları, kredi kolaylıkları ve Ar-Ge eğitimi gibi uygulamalar bu kategoride yer alabilir (Wint, 1998, s. 281).

Porter (1990) “Ulusların Rekabet Avantajı (The Competitive Advantage of Nations)” adlı eserinde ulusal rekabet gücüne ilişkin teorisini açıklarken, uluslararası rekabet gücünün gelişiminde devletin rolünün önemli fakat dolaylı olduğunu vurgulamaktadır. Porter’a göre, devletin yapması gereken firmaların, rekabet gücünü artırmaya çalışmak değil, elmas modelinin dört ana bileşenini oluşturan (faktör koşulları, talep koşulları, bağlantılı ve destekleyici endüstriler, firma stratejisi, firma yapısı ve rekabet) faktörler çerçevesinde gerekli koşulları sağlamaktır.

İktisadi kalkınma ve büyümenin sağlanması amacıyla, devletin dış ticarete müdahalesini gerektiren önemli nedenlerden birisi Alexander Hamilton ve Friedrich List tarafından geliştirilen “**bebek endüstri tezi**” (*infant industry argument*) dir. Bebek endüstri tezi, iktisadi kalkınma ve ulusal firmaların rakiplerine kıyasla rekabet gücünü artırmak için, devletin dış ticarete müdahale etmesi gerektiğini varsaymaktadır. Bu tez; ölçek ekonomileri, bilgi birikimi, tecrübe ve teknolojik üstünlük gibi nedenlerle rakiplerine karşı dezavantajlı konumda olan bir endüstrinin, ileride gelişip karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmasını sağlayacak optimum büyüklüğe veya optimum

üretim düzeyine ulaşmaya kadar, dış rekabete karşı korunmasını öngörür. Bebek endüstri tezinde, endüstrinin gelişmesinin her aşamasında, genellikle dışsal ekonomileri kapsayan bir öğrenme sürecinin olduğu varsayılır. Yeni endüstriler bu öğrenme süreci sayesinde, olumlu dışsal ekonomilerden ve optimum üretim hacmine yaklaştıkça pozitif içsel ekonomilerden faydalanarak, yabancı firmalarla rekabet edecek düzeye ulaşırlar (Ozansoy, 2009, s. 1).

Küreselleşen ekonomide ulusal yenilik sistemleri ve devletin sunduğu mal ve hizmetler firmaların ve genellikle de ulusal ekonominin rekabet gücünün ve inovasyonunun artırılmasında önemli bir role sahiptir. Ülkeler genellikle yollar, köprüler, liman tesisleri, ulaşım ağları, eğitim, öğretim, Ar-Ge ve sağlık hizmetlerinde kamu yatırımları aracılığıyla hem fiziki hem de sosyal nitelikteki altyapılara gayri safi milli hasılasından büyük bir pay ayırırlar. Gelişmiş bir altyapının oluşturulması firmaların rekabetinin artırılması için çok önemlidir. Tersine, zayıf altyapı yüksek verimsizlik düzeyleri ve yüksek maliyetler, yapıları ile ilişkili olarak yatırımları engellemektedir. Dolayısıyla, altyapıya yönelik kamu yatırımları, verimli ve düşük maliyetli ulaşım ve dağıtım ağı oluşturarak, firmaların rekabet gücü elde etmesine katkıda bulunmaktadır. Temel eğitimin(ilk ve orta öğretim) ve yeterli sağlık hizmetinin sağlanması, rekabet gücünün önemli bir unsuru olan sağlıklı ve eğitilmiş bir işgücünün oluşmasına yardımcı olur (Kumar & Chadee, 2002, s. 16). Ayrıca, küresel rekabet ortamına etkin bir şekilde katılmak isteyen hükümetlerin, piyasa sistemlerinin sağladığı tüm desteklerden yararlanabilmek için, özel sektör, sivil toplum örgütleri, uluslararası finans kurumları ve kamu yararı olan gruplar ile işbirliği içinde olması gerekir.

Sonuç olarak, hükümetin amacı yatırım, teknoloji ve bilgi birikimi yaratarak, uluslararası rekabet ortamında firmaların ayakta kalabilmesini sağlamaktır. Ayrıca, altyapının modern olması, eğitilmiş işgücünden yararlanılması, araştırma tesislerine yakın olunması, iyi kamu kurumunun ve yararlı bir sosyal ortamın sağlanması için uygun ortamı sağlamaktır (Tiirmaa-Klaar, 2005, s. 172).Açıklamalardan yola çıkarak küresel ekonomik ortamda ülkelerin rekabet edebilirliğini artırma sürecinde, hükümetlerin en önemli rolleri şu şekilde sıralanabilir (Rondinelli, 2002, s. 7):

- Daha önce devlet kontrolünde olan ülkelerde, merkezden planlanan ekonomilerde veya işlevsel olmayan ekonomik sistemlerde rekabet gücünü artırmak için kurumsal bir yapı oluşturmak,

- Makroekonomik reformları başlatmak ve devam ettirmek,
- Ekonomik işlemlerde yasal kurumları güçlendirmek,
- Kurumsal kalkınmayı destekleyen politikaları yasallaştırmak,
- Altyapı hizmeti sağlamak ve maliyetleri karşılamak,
- Ekonomik yönden zayıflamış olan sektörleri güçlendirmek,
- Sivil toplum örgütlerini desteklemek ve güçlendirmek.

1.3.2.7 Finansal Kaynaklar ve Mali Sektör

Özellikle son yıllarda uluslararası finansal piyasalarda yaşanan gelişmeler, daha çok finansal araç ve kurumlar üzerinde etkili olmuştur. 1990'lı yılların ortalarından itibaren finansal işletmeler arasında yaşanan dev entegrasyonlar, bu şirketleri sınırlar ötesine taşımıştır. Aslında dış ticaretteki fiyat ve miktar kontrollerinin kaldırılmasıyla sağlanan finansal serbestleşmenin bu gelişmedeki payı büyüktür. Uluslararası piyasalardaki giriş engellerinin kaldırılması, uluslararası bağların güçlenmesine ve finansal kurumların daha rekabetçi bir yapıya bürünmesine neden olmuştur (Karabıçak, 2009, s. 143).

Firmaların büyümesi, çeşitli operasyonları finanse edebilme yeteneğine ve sermayenin temin edildiği mali sektörün istikrarına bağlıdır. Bu nedenle bankacılık ve bankacılık dışı kurumları kapsayan iyi gelişmiş ve istikrarlı mali sektörlerden firmaların sermayeye erişmeleri, uluslararası piyasalarda rekabet avantajı elde etmede bir ön koşuldur. Yani kalkınma bankaları, risk sermayesi piyasaları ve hisse senedi piyasaları, firmaların genişleme ve çeşitlendirilmesi ve gerekli mali kaynakların harekete geçirilmesi için önemli mekanizmaları ortaya çıkarmaktadır. Ancak, bu kaynaklardan doğaları gereği büyük ve köklü firmalar yararlanmaktadır. Bu yüzden mali oluşumların etkinliğinin artırılması ve küçük firmalarında bu kaynaklardan yararlanabileceği hale getirilmesi ancak rekabet güçlerini artırmakla olur (Kumar & Chadee, 2002, s. 18). Yani, finansal sektördeki düşük maliyetler ve finansal aracılık, daha fazla ürün yeniliği, gelişmiş kalite, verimlilik, kurumların ve piyasaların teşvik politikaları, firmaların rekabet etme derecesi üzerinde etkili olmaktadır (Claessens, 2009, s. 6).

Kurumların mevcut yönetim yapısının güçlü olmaması, hem finansal piyasaların gelişimini hem de yabancı sermayenin ülkeye gelmesini engelleyerek, ekonomide sürdürülebilir büyümenin sağlanmasının önünde önemli bir engel olarak görülmektedir.

Firmaların kısa vadede işletme sermayesine, uzun vadede ise yeni yatırımlar için teknolojik yenilenmeye ihtiyaçları vardır. Bunun içinde hisse senedi piyasasının ve alternatif fonlanma mekanizmalarının geliştirilmesi, firmaların rekabet avantajı kazanmasında önemlidir (Erdönmez, 2003, s. 52).

1.3.2.8 Kalite

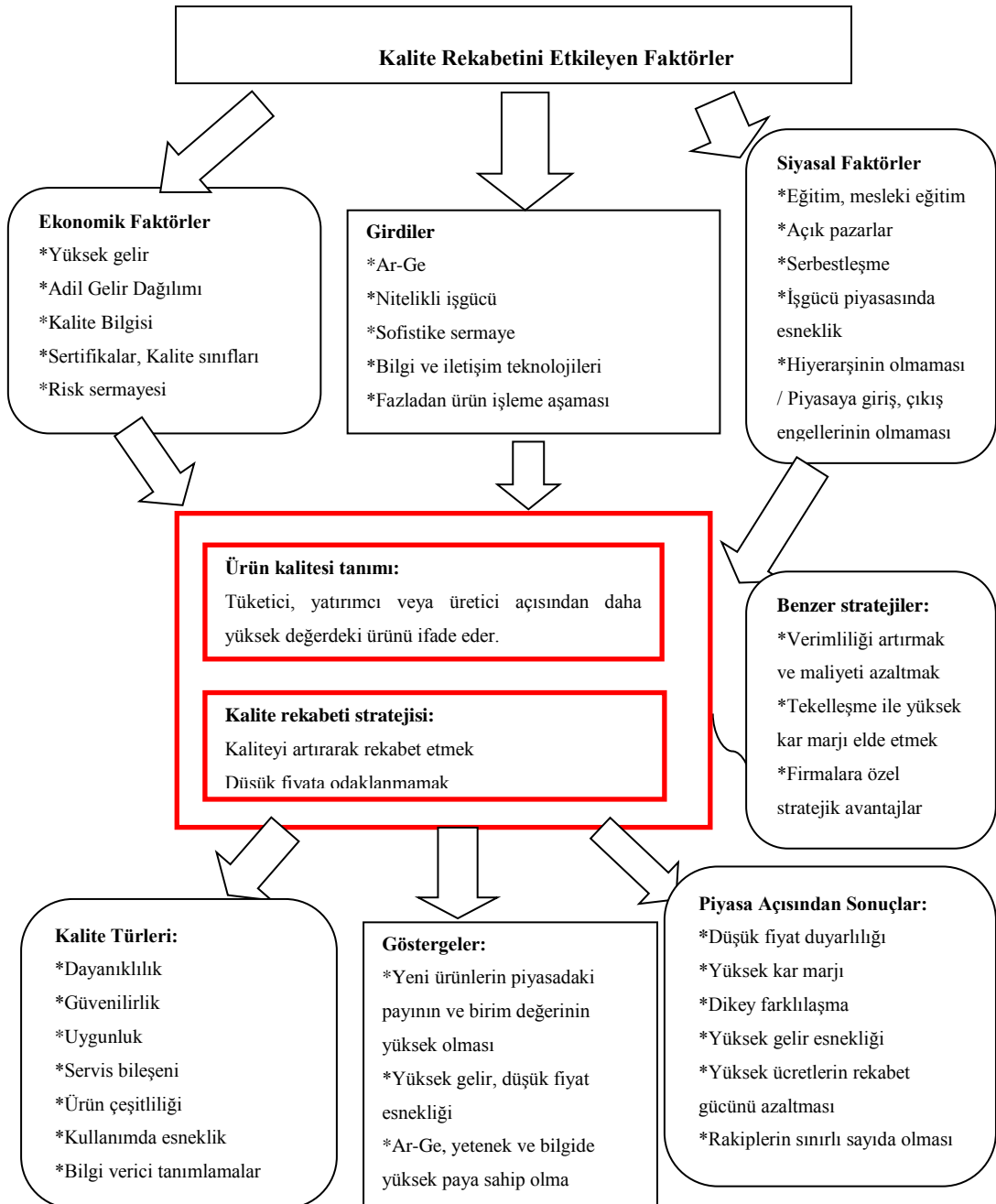
Kalite 1980 ve 90'lı yılların en önemli rekabet araçlarından birisi olmuştur. Ürün kalitesi karmaşık bir olgudur ve genel kabul gören bir tanımı mevcut değildir. Yüksek kaliteli ürün, alıcılar için değerli olan ve birden fazla özelliğe sahip olan üründür. Farklı kalitedeki ürünlerin piyasaya sunulması “ dikey ürün farklılaştırılması” olarak adlandırılır ve yüksek kaliteye sahip ürün üreten firmalar pazar payında kayba uğramadan yüksek bir fiyat elde ederek karlılıklarını artırır. Kaliteli ürünün sahip olduğu bu özelliklerden dolayı, tüketicinin ödeme isteği artar. Ödeme isteğini artıran özellikler ise kapasite, boyut, hız ve dayanıklılık gibi fiziksel olarak ölçülebilen veya tasarım, güvenilirlik, iyi niyet gibi maddi olmayan bir nitelikte de olabilir. Pazarlama da ürünün özellikleri hakkında bilgi vererek ve tüketicinin zevklerini değiştirerek ödeme isteğini artırabilir (Aiginger, 2001, s. 4).

Günümüzde ürettiğini satan işletmeler yerini, satabildiğini üreten işletmelere bırakmıştır. İşletmeler, kaliteye karlılıklarını artırmaktan çok, varlıklarını sürdürmek için gerek duymuşlardır (Erkekoğlu, 2008, s. 45). Bu yüzden rekabetçi, küresel dünya pazarlarında başarılı olabilmek için, rakip firma ve ülkeler bazında minimum düzeyde sahip olunan bir kalite güvence sisteminin geliştirilmesi gerekir. Bunun sağlanması için de, geleneksel üretim sistemlerinin terk edilerek, modern kalite düşüncesi ve yönetimi işletmelerde hakim kılınmalıdır. Çünkü artık günümüzde uluslararası piyasalarda birçok ülke kendi ülkesinin sınırları içine girecek olan ürünlerde çeşitli kalite güvence belgelerini şart koşturmaktadır (Doğan & Marangoz, 2002, s. 1).

Rekabet gücünü ve verimliliği artırmada önemli bir rol oynayan, toplam ekonomik verimlilik göstergeleri, yenilik ve gelişmiş insan kaynakları ulusal düzeyde kalite yönetiminin yaygınlaşmasına neden olur. Güvenilir, uluslararası kabul görmüş kalite sistemleri ticareti ve pazara erişimi kolaylaştırmak için teknik engelleri ortadan kaldırır. Ayrıca, kalite yönetim teknikleri, üretim zinciri boyunca esnek üretim sistemlerine ve kalite yeniliğine katkıda bulunur. Aynı zamanda, dış kaynaklı olmayan

temel yetkinlik faaliyetleri de, süreç odaklı kalite güvence programlarının kullanımını artırır. Kalite güvence programları ise, tedarikçiler ve müşterileri arasındaki yüksek maliyetleri azaltmayı amaçlar. Sonuç olarak, kalite yönetimi hem ürünün kalitesini artırır (tüketiciyi memnuniyeti) hem de maliyetleri düşürür (verimlilik). Böylece işletmeler, rakiplerine göre rekabet avantajı elde ederler (Schuurman, 1997, s. 12). Kaliteyi artıran yardımcı girdiler, ekonomik ve siyasal faktörler Şekil 3 de özetlenmiştir.

Şekil 4: Kalite Rekabeti



Kaynak: Aiginger, K. (2001). Europe's Position In Quality Competition. *Austrian Institute of Economic Research WIFO* (4), s.5.

1.3.2.9 Pazarlama

Pazarlama, genel anlamda, müşterilerin ve örgütlerin amaçlarını gerçekleştirmek için, mal ve hizmetlerin oluşturulmasını, fiyatlandırılmasını, dağıtımını ve satış aşamasını planlama ve uygulama sürecidir (Burnett, 2008, s. 4). Pazarlama özellikle ihraç edilen ürünlerin satışında önem taşımaktadır. İhracat yapan firmalar, reklam, sergi, tanıtım, teslim sonrası hizmetler gibi pazarlama faaliyetlerini yoğun şekilde kullanan rakipleriyle rekabet etmek zorundadırlar. Dış pazarlarda rekabet gücünü artırmak isteyen firmaların mutlaka iyi bir pazarlama departmanına sahip olmaları gerekmektedir. Aksi takdirde işletmeler, ürünleri kaliteli olsa bile bunları tanıtma fırsatına sahip olamayacaklardır (Atik, 2005, s. 61).

Artık günümüzde gelişmiş ülkelerdeki büyük ölçekli firmalar, karlarının çoğunu ülke dışındaki üretimlerinden ve pazarlama faaliyetlerinden elde etmektedirler. Gerek iç pazarda ve gerekse dış pazarlarda faaliyet gösteren işletmeler, rakiplerine nazaran çok daha fazla avantaj sağlayabilirler. Bu avantajlar, dolayısıyla işletmeleri, dış pazarlara yönelten başlıca etkenler şöyle ifade edilebilir (Aksu, 1993, s. 19):

- İç piyasadaki talebin azalması
- Çeşitli nedenlerden dolayı, işletmede atıl kapasite varsa, üretim arttırılarak, ihracat yoluyla satış ve karın artırılabilmesi
- Ülkemizde olduğu gibi, bazı ülkeler döviz girdisi sağlamak amacıyla, dış satımcılara vergi iadesi, ihracatı teşvik kredisi, vergi istisnası, gümrüksüz üretim faktörleri ithalatı ve benzeri teşvik imkânlarından faydalanmak,
- İç pazardaki rekabetten kurtularak, riski azaltmak,
- Dış pazarlarda, güçlü rakiplerin mamulleriyle rekabeti öğrenerek, iç pazarlarda daha güçlü hale gelmek,
- İç pazarlarda ömrünü tamamlamak üzere olan mamullerin ömrünü uzatmak,
- Dış pazarlardaki vergi ve diğer teşvik avantajlarından yararlanmak,
- Dış pazarlara açılarak, ihracat yapan veya dış ülkelerde üretim ve yatırım yapan işletmelerin, diğer işletmelere göre, politik olarak daha etkin hale gelmesi.

1.3.3 Porter'a Göre Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler

Porter, 1990 yılında yayınladığı “Ulusların Rekabet Avantajı” (Competitive Advantage of Nations) adlı kitabında bazı ulusların neden belirli endüstrilerde diğerlerine göre daha rekabetçi olduğu sorusuna yanıt vermeye çalışırken Elmas Modelini oluşturmuştur. Porter, geliştirdiği Elmas Model’iyle bir ülkenin belirli endüstrilerde başarılı ve diğerlerinde başarısız olmasının nedenlerini açıklamıştır. Buna göre ülkeler en verimli olduğu endüstri ve endüstriyel alanlarda başarıya ulaşmaktadır.

Bu modelde, ülkelerin rekabet gücünü etkileyen dört ana faktör belirlemiştir. Bu temel değişkenler elmasın köşelerini oluşturan faktör koşulları, talep koşulları, firmaların stratejisi, yapısı ve rekabeti ve ilgili ve destekleyici endüstrilerdir (Porter, 1990, s. 78).

Faktör Koşulları: Ülkenin belirli bir endüstride rekabet gücü kazanması için gerekli olan nitelikli işgücü ve alt yapı gibi üretim faktörlerinin düzeyini gösterir. Geleneksel ticaret teorileri faktör koşullarını doğal kaynaklar, işgücü ve sermaye (insan sermayesi dahil) olarak tanımlamıştır. Porter (1990) ise faktör koşullarını açıklarken, insan kaynakları, fiziki kaynaklar, bilgi kaynakları, sermaye kaynakları ve altyapı arasında ayırım yapmıştır. Ayrıca faktör koşullarını basit ve gelişmiş faktörler olarak ayırmıştır. Niteliksiz işgücü, hammaddeler, iklim koşulları ve su kaynakları gibi temel faktörler üretim sürecinde kullanılacak yeni yatırımlara ya çok az ihtiyaç duyarlar ya da hiç ihtiyaç duymazlar. Bunun yanında gelişmiş faktörler ise, Porter’e göre bir ülkenin sürdürülebilir rekabet avantajının temelini oluşturan özel faktörlerin yenilenmesi ve yeniden yatırımın yapılması yoluyla oluşturulmuştur. Yani ülkelerin, rekabetçi konumlarını sürdürebilmeleri için faktör şartlarını yenilemeleri gerekmektedir (Smit, 2010, s. 115).

Talep Koşulları: Endüstri içerisindeki ürün veya hizmetlere olan yurt içi talebi göstermektedir. Yerli tüketicilerin daha yeni ve gelişmiş ürünler talep ederek, firmaları, müşterilerin isteklerine uygun ürünler üretmeye ve değişiklikleri yakından takip etmeye zorlaması, işletmelere uluslararası piyasalarda rekabet avantajı kazandırmaktadır. Burada önemli olan yurt içi talebin büyüklüğü değil, kalitesidir. Yani, iç talep koşullarının kaliteli mallara yönelik olması, işletmelerin rekabet üstünlüğü elde

etmelerini sağlamaktadır. Bu nedenle, işletmelerin iç talep koşullarına büyük önem vermeleri gerekmektedir (Porter, 1990, s. 82).

İlgili ve Destekleyici Endüstriler: Uluslararası rekabet gücüne sahip olan, ilgili ve destekleyici endüstrilerin varlığını belirtir. Küresel anlamda başarılı bir sektör, ilgili bir başka sektörü de küresel başarıya taşıyabilmektedir. Örneğin, İtalya, sadece iyi bir deri ve ayakkabı sektörüne değil aynı zamanda iyi bir deri işleme makineleri sektörüne de sahiptir. Rekabetçi bir tedarikçi zinciri, sektöre ucuz ve yenilikçi girdi temini sağlayarak rekabet avantajı oluşturabilir. Yatay ve dikey ilişki içerisinde bulunan sektörlerle bilgi alışverişi beraberinde yenilikçilik ve fikir alışverişini de getirecektir (Bulu, Eraslan, & Kaya, 2006, s. 55).

Firmaların Stratejisi, Yapısı ve Rekabeti: Yerel rekabet yapısının yanı sıra, firmaların nasıl kurulduğu, organize edildiği ve yönetildiği koşulları içerir. Piyasadaki rekabet ortamı, firmaların gelişmesi ve yenilikler yapmaları konusunda yönlendirici olabilmektedir. Ayrıca rekabet yapısı, maliyetlerin azaltılmasında, hizmet kalitesinin artırılmasında ve yeni ürünlerin geliştirilmesinde baskı unsuru oluşturmaktadır. Firmaların yapısı, uyguladıkları stratejiler ve rekabet biçimleri ülkelerin özelliklerinden etkilenmektedir. Bu etkiler sonucunda oluşan farklılıklar ise sektörler arasında avantaj ya da dezavantaja dönüşebilmektedir (Akdağ, Mete, & Emhan, 2014, s. 331). Porter, rekabet gücünün belirleyicisi olarak ortaya koyduğu bu dört ana faktörün dışında ayrıca dışsal faktörler olarak iki değişkene daha değinmiştir (Koç & Özbozkurt, 2014, s. 89):

Devlet: Genel olarak işletmelerin uluslararası piyasalarda rekabet gücü elde etmelerinde devletin üzerine düşen görevler vardır. Talep görece ürünleri önceden tespit edip modellemek, geliştirilmiş standartlar ile işletmeleri performanslarını artırmak için cesaretlendirmek, özelleştirilmiş girdi üretimine odaklamak, bölgesel rekabeti engelleyecek doğrudan birliktelikleri (tekelleşme) kısıtlamaktır. Bu çerçevede, devletin rolünün Elmas Modelinin dört ana bileşenini destekler nitelikte olması gereklidir.

Şans: Savaş, doğal afet ya da pazar yapısının değişmesi gibi kontrol edilemeyen ve sektörü etkileyip rekabet ortamındaki pozisyonları değiştirebilen olaylar olarak görülmektedir. Bu değişim mevcut rekabetçi avantajların ortadan kalkmasına veya firmaların yeni koşullara uyum sağlayarak avantajların farklı alanlarda elde edilmesine yol açabilmektedir (Arıç, 2013, s. 93).

1.4 REKABET GÜCÜNÜN ÖLÇÜLMESİ

Yukarıda açıklandığı gibi, rekabet gücüne ilişkin tanımlamalar çok fazla değişiklik göstermekte ve ortak bir tanıma rastlanamamaktadır. Bu durum, rekabet gücünün ölçülmesine yönelik çeşitli problemlere de yol açmaktadır. Her tanımın dayandığı kriterler farklı olduğundan, doğal olarak ölçüm yöntemleri de farklı kriterlere göre belirlenmektedir. Bu bağlamda, ölçüm yöntemleri, makroekonomik yaklaşım, mikro ekonomik yaklaşım ve ticaret yaklaşımı şeklinde ifade edilmektedir (Wziatek-Kubiak, 2002, s. 2-3).

Makroekonomik yaklaşımda, ülke ekonomileri bütün olarak ele alınmakta ve bazı kriterlere göre değerlendirilmektedir. Ticaret ve finans alanlarında ülkenin dışa açıklığı, devlet bütçesi ve düzenlemelerinin rolü, finansal piyasalarının gelişmişlik derecesi, altyapı kalitesi, teknoloji kalitesi ve işletme yönetimlerinin kalitesi, işgücü piyasasının esnekliği, hukuki ve siyasi kurumların kalitesi bu kriterler arasındadır. Dünya Ekonomik Forumu tarafından oluşturulan rekabet gücü ölçüm endeksi makroekonomik yaklaşımın bir örneğidir (Wziatek-Kubiak, 2002, s. 2-3).

Mikro ekonomik yaklaşımda, ticari sektörler ve bunların alt dalları incelenmekte ve görelî fiyatlar, verimlilik, fiyat-maliyet marjları ve piyasa paylarına ilişkin veriler kullanılarak rekabet gücü göstergeleri oluşturulmaktadır. Görelî fiyatların düşüklüğü, verimliliğin yüksekliği, fiyat-maliyet marjlarının ve piyasa paylarının düşüklüğü rekabet gücünün yüksekliğini göstermektedir (Vergil & Yıldırım, 2006, s. 4).

Klasik dış ticaret teorilerine dayanan ticaret yaklaşımında ise dış ticaret performansı araştırma konusunu oluşturmaktadır. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (Revealed Comparative Advantages, RCA) endeksi Net İhracat Endeksi, İhracat Piyasa Payı Endeksi, İhracat Benzerlik Endeksi, Görelî İhracat Performansı yöntemleri de uluslararası rekabet gücünü ölçmede sıklıkla kullanılmaktadır (Vergil & Yıldırım, 2006, s. 4)

Rekabet gücünü ölçmek amacıyla; verimlilik, birim emek maliyeti, pazar payı, döviz kuru gibi mikro ve makro ölçütler elde edilmektedir. Bir bakış açısına göre,

makroekonomik rekabet gücünün yorumlanması, mikro ekonomik kavramın bir toplamıdır. Bu görüşe göre, bir ekonomi, eğer çok sayıda uluslararası rekabetçi girişim ve endüstrilere sahipse rekabetçi olarak kabul edilmektedir. Firma ve endüstri düzeyinde rekabet gücünü ölçen bazı göstergeler tablo 4’de gösterilmektedir (Adıgüzel, 2013, s. 7).

Tablo 4: Rekabet Gücü Göstergeleri ve Kavramları

Yazar veya Kuram	Ölçü Kriterleri veya Gösterge
Makro Konsept	
Lipschitz/McDonald(1991) Marsh,Tokarick (1994) IMF	Reel döviz kuru, reel efektif döviz kuru
Hatsopoulos,Krugman, Summers (1988)	Yükselen reel gelire birlikte dış ticaret dengesi
Markusen (1992)	Ücretsiz reel gelir artışı ve dengeli ticaret
Dollar/Wolff (1993)	Verimlilik
Fagerberg (1988)	Pazar payı artışı
Sharpe (1986)	Pazar payı
WEF/IMD(1995’den beri yıllık)	Dünya Rekabet Endeksi
Mikro Konsept	
Balassa (1965)	Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük
Bruno (1965)	Yurtiçi kaynak maliyeti
Durand/Giorno(1987), OECD	Kompozit, çok değişkenli
Helleiner (1989)	Fiyat rekabetçiliği
Hickman (1992)	Birim emek maliyeti
Jorgenson, Kuroda (1992)	Fiyat rekabetçiliği
Krugman, Hatsopoulos (1987)	Pazar payı ve değişimi
Mandeng (1991)	Pazar payı ve değişimi
Oral (1993)	Endüstri üstünlüğü birim maliyet
Porter (1990)	Kompozit, çok değişkenli
Siggel/Cockburn (1995)	Bütün birim maliyet
Swann/Taghavi (1992)	Fiyat/ürün niteliği
Turner/Gollub (1997)	Nispi birim emek maliyeti

Kaynak: Eckhard, S. (2007, July). International Competitiveness and Comparative Advantage: A Survey and a Proposal for Measurement. *CESifo Venice Summer Institute*,s.15-16.

Rekabet gücü performansını analiz etmeye ve ölçmeye yönelik en sık kullanılan göstergeler ise piyasa payı, reel döviz kuru ve yabancı sermaye yatırımları ile ilgili göstergelerdir. Diğer göstergelerde bu bölümde açıklanmaya çalışılacaktır (Frohberg & Hartmann, 1997, s. 7).

1.4.1 Ticari Performans ve Piyasa Payı Göstergeleri

Piyasa payı ve dış ticaret verilerine dayalı olarak rekabet gücünü ölçmek amacıyla çeşitli formüller elde edilmiştir. Genellikle uluslararası karşılaştırmalar için oluşturulan bu tip göstergeler, ülke içindeki farklı bölgelerin rekabet gücünü ölçmek amacıyla da kullanılabilir. Bu ölçütler tek bir ürün veya ürün grubu için hesaplanmakta ve daha çok dış ticaret bilgilerine dayanmaktadır. Bu grup altında ele alınan temel ölçütler; Ticari Performans Ölçütü ve Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi'dir (Frohberg & Hartmann, 1997, s. 7).

1.4.1.1 Ticari Performans Ölçütü

Ticari performans ile anlatılmak istenilen, toplam ithalata kıyasla toplam ihracat tutarı ve bunun zaman içindeki değişimidir. Ticari performans ulusal (Makro) düzeyde ve firma/ endüstri (Mikro) düzeyinde ele alınabilir. Ulusal düzeyde ticari performans dış ticaret dengesinin (ihracat/ithalat hacmi arasındaki ilişki) ölçümüdür. Bir ülkenin ticari performans endeksi (TPE) ise aşağıdaki şekilde ifade edilebilir (Aktan & Vural, 2004b, s. 65):

$$TPE_j = \frac{\sum_i^k X_i^j}{\sum_i^k M_i^j} \quad (1,1)$$

(1,1) nolu eşitlikte yer alan değişkenler şu şekilde açıklanabilir:

X_i^j = j ülkesinin i ürünündeki yıllık toplam ihracatı

M_i^j = j ülkesinin i ürünündeki yıllık toplam ithalatı

i = 1,2,..... k; k dünya ticaretinde ticarete konu olan malların sayısı

j = 1,2,.....n; n ticaret yapan ülkelerin sayısı

TPE>1 ise iyi bir ticaret performansı söz konusudur ve ilgili firma, endüstri ya da ülkenin rekabet gücü yüksektir.

1.4.1.2 Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi

Ticarete göre rekabet avantajını açıklamaya çalışan iki teori bulunmaktadır. İlki, Ricardonun karşılaştırmalı üstünlükler teorisidir ve rekabet üstünlüğünü ülkeler arasındaki emek verimliliği farklılıklarına dayandırır. Karşılaştırmalı üstünlükler teorisine göre, emek verimliliğindeki farklılıkların nedeni ülkeler arasındaki teknoloji farklılığıdır. İkinci ise, Heckscher-Ohlin teorisidir. Bu teoride, ülkelerin teknolojilerinin aynı olduğu kabul edilmekte ve ülkeler arasındaki faktör fiyatlarının farklılaşmasına yol açan maliyet farklarından rekabet üstünlüğü olarak söz edilmektedir. Görüldüğü gibi, her iki klasik dış ticaret teorisinde de, rekabet üstünlüğü göreceli fiyatların belirlenmesi üzerine kurulmuştur (Vergil & Yıldırım, 2006, s. 4).

Bir ülkenin hangi mallarda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu ölçmede kullanılan ölçütlerden biri Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (*Revealed Comparative Advantages – RCA*)’ dir. Bir ülkenin mal ya da sektör bazında ihracat yapısının ülkenin karşılaştırmalı üstünlüklerini, ithalat yapısının ise karşılaştırmalı dezavantajlarını yansıttığı AKÜ yaklaşımına göre; bir malın ticaret dengesinin pozitif olması durumunda o ülkenin o malın ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe, tersi durumda ise karşılaştırmalı dezavantaja (rekabet gücünden yoksunluğa) sahip olduğu söylenebilir (Bekmez, 2008, s. 17).

1.4.1.2.1 Liesner Endeksi

Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler düşüncesini ilk olarak Liesner (1958) ortaya atmış ve bu alanda ilk ampirik çalışmayı yapmıştır. Liesner çalışmasında İngiltere’nin Avrupa Ortak Pazarı karşısında rekabet gücünü ölçmeyi amaçlamıştır. Bu ölçümü yapabilmek için daha sonra Liesner Endeksi olarak adlandırılan bir formül geliştirmiştir:

$$RCA_L = X_{ij} / X_{nj} \quad (1,2)$$

“X” ihracatı, “i” esas alınan ülkeyi, “n” rekabet edilen ülkeyi, “j” ölçümü yapılan ürünü temsil etmektedir (Utkulu & Seymen, 2004, s. 8).

Liesner’e göre bir ürünün rekabet gücünün artışı, o ürünün ihracatında meydana gelen artış ile açıklanmaktadır (Liesner, 1958). Liesner tarafından geliştirilen ölçüm

yöntemi literatür açısından önemli olmasının dışında çeşitli problemleri sebebiyle sağlam sonuçlar vermemiş ve geçerlilik kazanamamıştır (Engin, 2013, s. 42).

1.4.1.2.2 Balassa Endeksi

İngiltere'nin ortak pazar ülkeleri ile rekabet gücünü karşılaştırmak için oluşturulmuş Liesner endeksi, Balassa (1965) tarafından işlevsel hale getirilmiştir. Ülkelerin mevcut ticaret verilerinden yararlanılarak karşılaştırmalı üstünlüğünü gösteren Balassa Endeksi, ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlüğün nedenine inmeden, görünen bir avantaj farkı olup olmadığını açıklamayı amaçlamaktadır (Erkan, 2012, s. 198). Balassa tarafından önerilen ölçüt, aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Balassa, 1965):

$$RCA_{ij} = (X_{ij} / X_{it}) / (X_{wj} / X_{wt}) = (X_{ij} / X_{wj}) / (X_{it} / X_{wt}) \quad (1,3)$$

X_{ij} = i ülkesinin j ürünündeki toplam ihracatı,

X_{it} = i ülkesinin toplam ihracatı

X_{wj} = Diğer ülkelerin j ürünündeki toplam ihracatı

X_{wt} = Diğer ülkelerin toplam ihracatı

Balassa tarafından geliştirilen bu formülde, bir endüstrideki ihracatın ülkenin toplam ihracatı içindeki payı, aynı endüstrinin toplam dünya ihracatı içindeki payına oranlanmaktadır (Gunawardana & Havrila, 2003, s. 108).

Yukarıdaki formüle göre, RCA değerinin 1'den büyük olması durumunda ilgili ülkenin j ürün grubunda açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu kabul edilmektedir. Tersisi durumda ise, ilgili ülkenin, söz konusu ürünün üretiminde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığı düşünülmektedir (Yeats, 1985, s. 61).

Bununla birlikte RCA'yı sadece ülkenin kendi ihracat ve ithalat verilerine dayanarak, yani tamamen kendi ticaret performansına bağlı olarak ölçen yaklaşımlar da bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi Eşitlik 1,3'de gösterilmektedir (Goedegebuure & Tulder, 2004, s. 8):

$$RCA_i = \frac{X_i / m_i}{X_t / m_t} \quad (1.4)$$

Şekilde RCA_i endüstrinin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısını gösterirken X_i endüstrinin ihracatını, m_i ithalatını, X_t ülkenin toplam ihracatını, m_t ise ülkenin toplam ithalatını temsil etmektedir. Şüphesiz burada endüstri bazında tanımlanan eşitlik, ürün veya ürün grubu cinsinden de ifade edilebilmektedir. Buna benzer bir RCA endeksi eşitlik 1,4'de gösterilmektedir (Utkulu & Seymen, 2004, s. 9):

$$RCA = (X_{ij} - M_{ij}) / (X_{ij} + M_{ij}) \quad (1,5)$$

Bir grup mal ithal edilirken, i ülkesinin j ürünü ihracatı sıfır ise endeks “-1” değerini alacaktır yani ülke rekabet avantajına sahip değildir. Diğer taraftan bir grup mal ihraç edilirken, i ülkesinin j ürünü ithalatı sıfır ise endeks “+1” değerini alacaktır yani ülke rekabet avantajına sahiptir. Böylelikle endeks diğerlerinden farklı olarak “-1” ile “+1” arasında değişen değerler alacaktır.

1.4.1.2.3 Vollrath Endeksi

Leisner ve Balassa'nın karşılaştırmalı üstünlük ölçümleri ürün ve ülke bazında sınırlandırılmıştır. Gelişmiş ülkelere odaklanılmış, düşük ya da orta gelirli ülkeler ve tarımsal ürünler ölçüme katılmamıştır. (Bekmez, Türkiye Avrupa Birliği Sektörel Rekabet Analizleri, 2008, s. 19) Bu eksiklikleri gidermek amacıyla Vollrath (1991) bir ülkenin global arenadaki açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün ölçülmesine yönelik olarak alternatif üç endeks önermiştir (Frohberg & Hartmann, 1997, s. 7-9; Vollrath, 1991, s. 275).

Göreceli İhracat Avantajı Endeksi (RXA); Endeks, belirli bir üründe herhangi bir ülkenin dünya pazarlarında sahip olduğu ihracat payının, diğer bütün mallarda dünya ihracatında sahip olduğu paya oranı olarak ifade edilebilir. RXA Endeksi şu şekilde hesaplanabilir:

$$RXA_{ij} = (X_{ij} / \sum_{l,l \neq j} X_{il}) / (\sum_{k,k \neq i} X_{kj} / \sum_{k,k \neq i} \sum_{l,l \neq j} X_{kl}) \quad (1,6)$$

X= İhracat, i ve k = ürün kategorileri, j ve l ülkeler

Endeks değerinin 1'den büyük çıkması, ilgili ürün kategorisinde ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğuna; 1'in altındaki değerler ise karşılaştırmalı dezavantaja işaret eder.

Görelî İthalat Nüfuz Endeksi (RMP); Görelî ithalat nüfuz endeksi görelî ihracat avantajı endeksine benzer. Aralarındaki fark ihracat yerine ithalatın denklemde yer alması ve tersine yorum yapılmasıdır. Yani birin üstündeki her değer karşılaştırmalı dezavantajı gösterirken altındaki değerler ise karşılaştırmalı üstünlüğü simgelemektedir.

$$RMP_{ij} = (M_{ij} / \sum_{l,l \neq j} M_{il}) / (\sum_{k,k \neq i} M_{kj} / \sum_{k,k \neq i} \sum_{l,l \neq j} M_{kl}) \quad (1,7)$$

Göreceli Ticaret Avantajı Endeksi (RTA); İlk olarak Scott ve Vollrath (1992) tarafından kullanılan görelî ticaret avantajı endeksi (The Relative Trade Advantage Index – RTA), diğer endekslere göre daha karmaşıktır ve görelî ihracat avantajı endeksi ile görelî ithalat nüfuz endeksi arasındaki farka eşittir. Bu endeks ile ortaya çıkan pozitif bir değer karşılaştırmalı üstünlüğe, olumsuz bir değer ise karşılaştırmalı dezavantaja eşittir.

$$RTA_{ij} = RXA_{ij} - RMP_{ij} \quad (1,8)$$

1.4.2 Reel Döviz Kuru

Yabancı ülkelerde üretilen malların yurtiçinde üretilen mallar cinsinden görelî fiyatını yansıtan reel döviz kuru (Real Exchange Rate – RER) yaygın olarak kullanılan rekabet gücü göstergelerinden biridir ve genellikle ülke düzeyinde rekabet gücünün ölçülmesinde kullanılmaktadır. Bununla birlikte sektörel analizlerde de kullanılabilir (Bakımlı, 2011, s. 19).

Reel döviz kuru (RER)¹, dış ticarete konu olan malların fiyat endeksinin p^T dış ticarete konu olmayan malların fiyat endeksine P^{NT} oranı olarak tanımlanmaktadır (K.Frohberg & Hartmann, 1997, s. 9).

$$RER = \frac{p^T}{P^{NT}} \quad (1,9)$$

Dış ticarete konu olmayan malların fiyatlarını istatistiklerde bulabilmek zor olduğundan dolayı, reel döviz kuru, yabancı ülke fiyat endeksinin yurt içi fiyat endeksine oranı olarak ifade edilir. Bu yöntemi uygulamanın bir başka yolu da nominal döviz kurunu satın alma gücü paritesine (PPP) oranlamaktır. Daha sık kullanılan başka

¹ Reel döviz kurundaki bir artış, iktisadi birimlerin rekabet gücünü azaltırken; reel döviz kurundaki azalış ise rekabet gücünü azaltmaktadır.

bir alternatif yöntem de, yabancı tüketici fiyat endeksinin yerli tüketici fiyat endeksine oranını, nominal döviz kuru veya GSYİH fiyat deflatörü ile çarpmaktır (K.Frohberg & Hartmann, 1997, s. 9).

$$RER = \frac{NER}{PPP} = NER \frac{P^F}{P^D} \quad (1,10)$$

NER, yabancı paranın yerli para cinsinden değerini ifade eden nominal döviz kurudur. P^F ve P^D ise yabancı ve yerli fiyat deflatörlerini ifade eder.

Dışa açık bir ekonomide, bir ülke uluslararası pazarlarda birden fazla ülke ile rekabet ve ticaret ilişkisi içerisinde olduğundan, reel kur yaygın olarak reel efektif döviz kuru şeklinde ifade edilmektedir. Reel efektif döviz kurunun hesaplanmasında, hesaplama hangi ülkelerin dahil edileceği, bu ülkelerin endeks içerisindeki ağırlıklarının nasıl tespit edileceği ve hangi endekslerin kullanılacağı gibi tercihler önem kazanmaktadır. Başka bir deyişle, tek para birimi için hesaplanmış reel döviz kurunun, rekabeti kısıtlı ölçüde yansıtması nedeniyle, birden fazla döviz kurundaki hareketin, görece fiyatlarla deflate edilerek hesaplandığı reel efektif döviz kuru önerilmektedir. (Eşiyok, 2010, s. 22).

RER uluslararası rekabeti ölçmek için sıkça kullanılmasına rağmen, ülkeler arasındaki reel döviz kuru farklılıklarını yorumlamak oldukça zordur. Bu durum, uluslararası rekabet gücü değişikliğinin bir nedeni olabilir. Dış ticaret teorisine göre, cari işlemler dengesindeki gelişmeler, diğer faktörler sabitken nominal ve reel anlamda yerli paranın değer kazanmasına neden olacaktır. Ancak böyle bir değişiklik işletmelerin iç ve dış pazarda paylarını artırmalarıyla elde edilir. Reel döviz kurundaki değerlenmenin derecesi, uluslararası rekabet gücünün ne ölçüde arttığını gösterir. Son zamanlardaki gelişmeler, reel döviz kurundaki değişimlerin, kısa ve orta vadede, reel ekonominin temel koşullarındaki değişikliklerden çok, sermaye hareketleri ve bunun nominal döviz kurları üzerindeki etkisinden kaynaklandığını ortaya koymuştur. Böylece, reel döviz kurundaki değişimler ve uluslararası rekabet gücü arasında bir nedensellik ilişkisi kurmak için, ilk olarak döviz kuru hareketlerinin kaynakları hakkında bilgi almak gereklidir (K.Frohberg & Hartmann, 1997, s. 10).

1.4.3 Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları

Doğrudan yabancı sermaye yatırımı, bir firmanın üretimini, faaliyette bulunduğu ülkenin sınırları ötesine taşımak amacıyla, yabancı ülkelerde üretim tesisi kurması ya da mevcut üretim tesislerini satın alması, şeklinde tanımlanmaktadır (Seyidoğlu, 2003, s. 718). Başka bir tanımlamada ise, bir ülkedeki bir firmayı satın almak ya da yeni kurulan bir firmaya kuruluş sermayesi sağlamak ya da mevcut bir firmanın sermayesini arttırmak yoluyla, yabancı bir ülkede bulunan firmalar tarafından diğer bir ülkede bulunan firmalara yapılan ve kendisiyle birlikte işletmecilik bilgisi, teknoloji ve yatırımcının kontrol yetkisini de beraberinde getiren yatırım, yabancı sermaye yatırımı olarak da ifade edilmektedir (Karluk, 2001, s. 100).

Ticari engelleri ortadan kaldırmanın bir yolu, diğer ülkelerde doğrudan yatırım yapmaktır. Bu bağlamda, doğrudan yabancı sermaye yatırımları ihracatı ikame etme yeteneğine sahiptir. Bir ülkenin yabancı ülkelerdeki yatırımı yüksek düzeyde olması da rekabet gücünün göstergelerinden biri olarak kabul edilmektedir (Frohberg & Hartmann, 1997, s. 10).

Doğrudan yabancı sermaye yatırımında bulunan bir ülke, uluslararası rekabet koşullarının gerektirdiği fiyat, maliyet ve kalitede, mal ve hizmetleri kârlı bir şekilde yurtdışında üretme, dağıtma ve satma olanaklarına sahip olduğu için rekabet gücü elde edebilmektedir. Aynı zamanda, ev sahibi bir ülkenin rakiplerine kıyasla avantajlı üretim koşullarına ve ticaret için elverişli bir ortama sahip olması, rekabet gücü açısından çok önemlidir. Ancak, bu şekildeki büyük miktardaki yatırımlar ihracat yoluyla ulaşılamayan piyasaların dışa açılması amacıyla yapılıyorsa, yatırımda bulunan ülkenin rekabet gücü göstergesi olur, aksi takdirde rekabet gücü avantajı doğrudan yabancı yatırımları çeken ülke ya da bölgelere ait olur. Bu çerçevede, hangi nedenin geçerli olduğunu belirlemek çok zordur. Bu nedenle, doğrudan yabancı sermaye yatırımları rekabet gücünün ölçülmesinde yaygın olarak kullanılan bir gösterge değildir (Aktan & Vural, 2004b, s. 69).

1.4.4 Verimlilik ve Maliyet Göstergeleri

Verimlilik ve maliyet bütün rekabet gücü tanımlarında kullanılan kavramlar olmakla birlikte daha çok sektör ve endüstri bazında kullanılan göstergelerdir.

Markusen'e göre bir endüstrinin toplam verimliliği rakiplerinden daha yüksek veya eşit düzeyde ise o endüstri rekabet edebilmektedir. Diğer yandan yine bir endüstri rakiplerine göre daha düşük veya eşit bir maliyet düzeyine ulaşırsa rekabet gücüne sahip olmaktadır (Mcfetridge, 1995, s. 11).

Endüstri düzeyinde, birim emek maliyeti ve göreceli birim emek maliyeti endeksi uzun bir süre güvenilir rekabet gücü göstergeleri olarak kullanılmıştır. 1980'lerde birçok ekonomist uluslararası rekabet gücünün birim endüstriyel girdi maliyeti ve ücret maliyetinden oluşan ihraç fiyatları tarafından belirlendiğini iddia etmiş ve kendi politika önerilerini oluşturmuştur. Bu yaklaşım, uluslararası rekabet gücünün belirlenmesinde, ücret maliyetlerinin ve emeğin verimliliğinin ölçülmesi gerektiği ve devalüasyonların uluslararası rekabet gücünü artırmada etkili bir yol olduğu fikrini kabule neden olmuştur. Oysa Japonya ve Almanya'da bir taraftan göreceli birim emek maliyetleri artarken; diğer taraftan, her iki ülkenin de dünya piyasalarındaki payları yükselmiştir (Mcfetridge, 1995, s. 14). Bu nedenle, emek maliyetlerinin yanı sıra sermaye maliyetlerini de içeren daha kapsamlı bir birim maliyet ölçümü önerilmektedir. Ortalama emek verimliliği, bir birim emek girdisi başına üretilen reel katma değer ile ölçülmektedir.

$$AP_L = Q/L \quad (1,11)$$

Q = İlgili yıldaki toplam ulusal çıktı miktarı ve L= İlgili yıldaki istihdam edilen toplam iş gücü miktarı.

Emeğin marjinal verimliliği, emek miktarındaki bir birimlik değişimin, toplam çıktı miktarında meydana getirdiği değişimdir.

$$MP_L = \Delta Q / \Delta L \quad (1,12)$$

ΔQ = İlgili yıldaki toplam ulusal çıktı miktarındaki değişmeyi ve ΔL = İlgili yıldaki istihdam edilen toplam iş gücü miktarındaki değişmeyi göstermektedir.

Bir ülkenin birim emek maliyetleri diğer ülkelere göre; emek verimliliğinin daha az artması, ücret düzeyinin daha hızla artması ve milli para biriminin değer kazanması gibi sebeplerle artabilir. Birim Emek Maliyetleri, uluslararası farklılıkların zayıf bir

göstergesi olarak karşılaştırmalarda kullanılsa da, görelî birim emek maliyetleri, bir endüstrinin karşılaştığı rekabet problemlerini daha kolay ortaya koyabilir. Milli paranın değeri lenmesi yurtiçindeki tasarrufların az olmasından kaynaklandığından dolayı, görelî birim emek maliyetlerdeki bir yükseliş, kaynakların, ihracatı ya da ithal rekabetçi endüstriler yerine merkezi hükümeti ya da yurtiçi tüketimi desteklemekte kullanıldığını gösterir. Döviz kurundaki bir değeri artışı ihracata olan yabancı talep artışından kaynaklanabilir. Bu nedenle, görelî birim emek maliyetinde döviz kurlarındaki bir değerişmeye bağı olarak meydana gelen bir değerişme karşılaştırmalı üstünlüklerde bir kaymaya işaret edebilir. Birim maliyetlerdeki görelî bir artış, ücretlerdeki artıştan ya da döviz kurunun değeri lenmesinden kaynaklansa da, sürdürülebildiği ölçüde, arzu edilebilir (Mcfetridge, 1995, s. 13).

Bazı ekonomistler, rekabet gücünü belirlemede, emek maliyetleri yerine daha kapsamlı bir yaklaşım olan yurt içi kaynak maliyetlerini tercih etmektedirler. Bu yaklaşımda, ihracat yaparak döviz kazanmanın kaynak maliyeti, ithal ikamesi yoluyla döviz tasarrufu sağlamanın kaynak maliyeti ile karşılaştırılmaktadır (Töre, 1995, s. 38).

Yurt içi kaynak maliyeti yaklaşımında rekabet gücünü belirlemek için sektörlerin yurt-içi kaynak maliyetlerinin zaman içindeki seyrine bakılmaktadır. Yurt-içi kaynak maliyeti zaman içinde artan sektörlerin, rekabet gücünün düşük; yurt-içi kaynak maliyeti azalan sektörlerin, rekabet gücünün yüksek olduğu kabul edilmektedir (Türker, 2009, s. 286).

1.4.5 Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü'ne Göre Rekabet Gücü Göstergeleri

Merkezi İsviçre'nin Lozan kentinde bulunan, Uluslararası Yönetim Geliştirme Merkezi (IMD), Dünya Rekabet Yıllığı (World Competitiveness Yearbook) adıyla 1989 yılından beri dünyanın en kapsamlı faaliyet raporu olarak yayımlanmaktadır. Bu rapor 300'den fazla kriter temelinde 60 ülkenin rekabet gücünü karşılaştırarak dünyanın en ünlü çalışması olmuştur. IMD her yıl yayımladığı bu raporda ülkelerin işletmelerine rekabet güçlerini sürdürmelerine imkan veren ortamı oluşturabilme kabiliyetini ve derecesini ölçmektedir (IMD, 1989).

IMD'ye göre, bir ekonominin rekabet gücü GSYİH ve verimliliğe indirgenemez. Çünkü işletmeler, politik, sosyal ve kültürel boyutlarla da baş etmek durumundadırlar. Bu nedenle ülkelerin, işletmelerin rekabet gücünü artırmak adına, işletmelere etkin bir yapıya sahip, kurumlarla ve politikalarla desteklenmiş bir ortam sağlaması gerekmektedir (Rosselet & McCauley, 2007, s. 20).

Tablo 5 de, 2015 yılı IMD kuruluşunun endeksleri ele alındığında, 61 ülkenin rekabet gücünün, 4 ana kriter (ülkenin ekonomik performansı, hükümetin etkinliği, iş etkinliği ve altyapı), 20 alt faktör ve toplamda ise 342 kritere bağlı olarak kapsamlı bir şekilde değerlendirilme yapıldığı görülmektedir (IMD, 2015, s. 1).

Tablo 5: Rekabet Gücü Faktörlerinin Dağılımı

Ekonomik Performans (84 Kriter)	Hükümetin Etkinliği (71 Kriter)	İş Etkinliği (71 Kriter)	Alt Yapı (116 Kriter)
Yurt İçi Ekonomi	Kamu Maliyesi	Verimlilik	Temel Altyapı
Uluslararası Ticaret	Maliye Politikası	İşgücü Piyasası	Teknolojik Altyapı
Uluslararası Yatırım	Kurumsal Çerçeve	Maliye	Bilimsel Altyapı
Fiyatlar	İş Mevzuatı	Yönetim Uygulamaları	Sağlık ve Çevre
İstihdam	Toplumsal Çerçeve	Tutumlar ve Değerler	Eğitim

Kaynak: Rosselet, S., & McCauley. (2007). Methodology and Principles of Analysys. *IMD World Competitiveness Yearbook*, s.20.

Tablo 5'de görüldüğü gibi, ülke ekonomisi ile ilgili makroekonomik bir değerlendirme yapmayı amaçlayan ölçütler; yurtiçi ekonomik durum, uluslararası ticaret, uluslararası yatırımlar, istihdam ve fiyatlar gibi başlıklar altında toplanabilecek 84 kriterden meydana geliyor. Hükümet politikalarının rekabet gücü ölçütleri; kamu maliyesi, maliye politikası, kurumsal çerçeve, iş kanunu, toplumsal çerçeveyi gösteren 71 kriterden oluşuyor. İşletmelerin ne ölçüde yenilikçi, kârlı ve sorumlu bir şekilde çalıştığını belirleyen ölçütler; üretkenlik ve verimlilik, işgücü piyasaları, finans, yönetim uygulamaları, tutum ve değerler olmak üzere 71 kriterden meydana geliyor. Bilimsel ve insan kaynakları altyapısının işletmelerin ihtiyaçlarını ne ölçüde karşıladığını belirlemeye çalışan ölçütler; temel altyapı, teknolojik altyapı, bilimsel altyapı, sağlık ve çevre, eğitim olmak üzere 116 kriterden elde ediliyor (IMD, 2015, s. 1).

Tablo 6: IMD'ye Göre Dünya Rekabet Gücü Sıralaması

Ülke	Sıra		Ülke	Sıra	
	2013	2014		2013	2014
ABD	1	1	Şili	30	31
İsviçre	2	2	Kazakistan	34	32
Singapur	5	3	Çek Cumhuriyeti	35	33
Hong Kong(Çin)	3	4	Litvanya	31	34
İsveç	4	5	Letonya	41	35
Almanya	9	6	Polonya	33	36
Kanada	7	7	Endonezya	39	37
Birleşik Arap Emirlikleri	8	8	Rusya	42	38
Danimarka	12	9	İspanya	45	39
Norveç	6	10	Türkiye	37	40
Luxemburg	13	11	Meksika	32	41
Malezya	15	12	Filipinler	38	42
Tayvan	11	13	Portekiz	46	43
Hollanda	14	14	Hindistan	40	44
İrlanda	17	15	Slovak Cumhuriyeti	47	45
İngiltere	18	16	İtalya	44	46
Avustralya	16	17	Romanya	55	47
Finlandiya	20	18	Macaristan	50	48
Katar	10	19	Ukrayna	49	49
Yeni Zelanda	25	20	Peru	43	50
Japonya	24	21	Kolombiya	48	51
Avusturya	23	22	Güney Afrika	53	52
Çin Halk cumhuriyeti	21	23	Ürdün	56	53
İsrail	19	24	Brezilya	51	54
İzlanda	29	25	Slovenya	52	55
Kore	22	26	Bulgaristan	57	56
Fransa	28	27	Yunanistan	54	57
Belçika	26	28	Arjantin	59	58
Tayland	27	29	Hırvatistan	58	59
Estonya	36	30	Venezuela	60	60

Kaynak: IMD. (2014). *Overall Ranking and Competitiveness Factors*. IMD World Competitiveness Center.

Tablo 6’da, Uluslararası Yönetim Geliştirme Merkezi (International Institute for Management Development-IMD) tarafından 2014 yılında yayınlanan Dünya Rekabet Gücü Araştırması (The World Competitiveness Yearbook)'na göre toplam 60 gelişmiş ve gelişmekte olan ülke arasında rekabet gücü sıralaması verilmiştir (IMD, 2014, s. 22). IMD’den yapılan açıklamada, dünyada rekabet gücü en yüksek ülkenin ABD olduğu; bu sonucun teknolojik inovasyon gücüne, mali sektördeki toparlanmaya ve şirketlerin başarısına dayandığı bildirilmiştir. ABD’yi sırasıyla; İsviçre, Singapur, Hong Kong, İsveç, Almanya ve Kanada izledi. Türkiye’nin ise rekabet gücü en yüksek ülkeler sıralamasında 40. sıraya gerilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, rekabet gücünün “altın kurallarının” sanayi, çeşitlilik, ihracat, altyapıya yatırım, eğitim, KOBİ’leri destekleme, mali disiplin ve her şeyin üzerinde toplumsal uyum olduğu belirtilmiştir (TİSK, 2013).

1.4.6 Dünya Ekonomik Forumu Göstergeleri

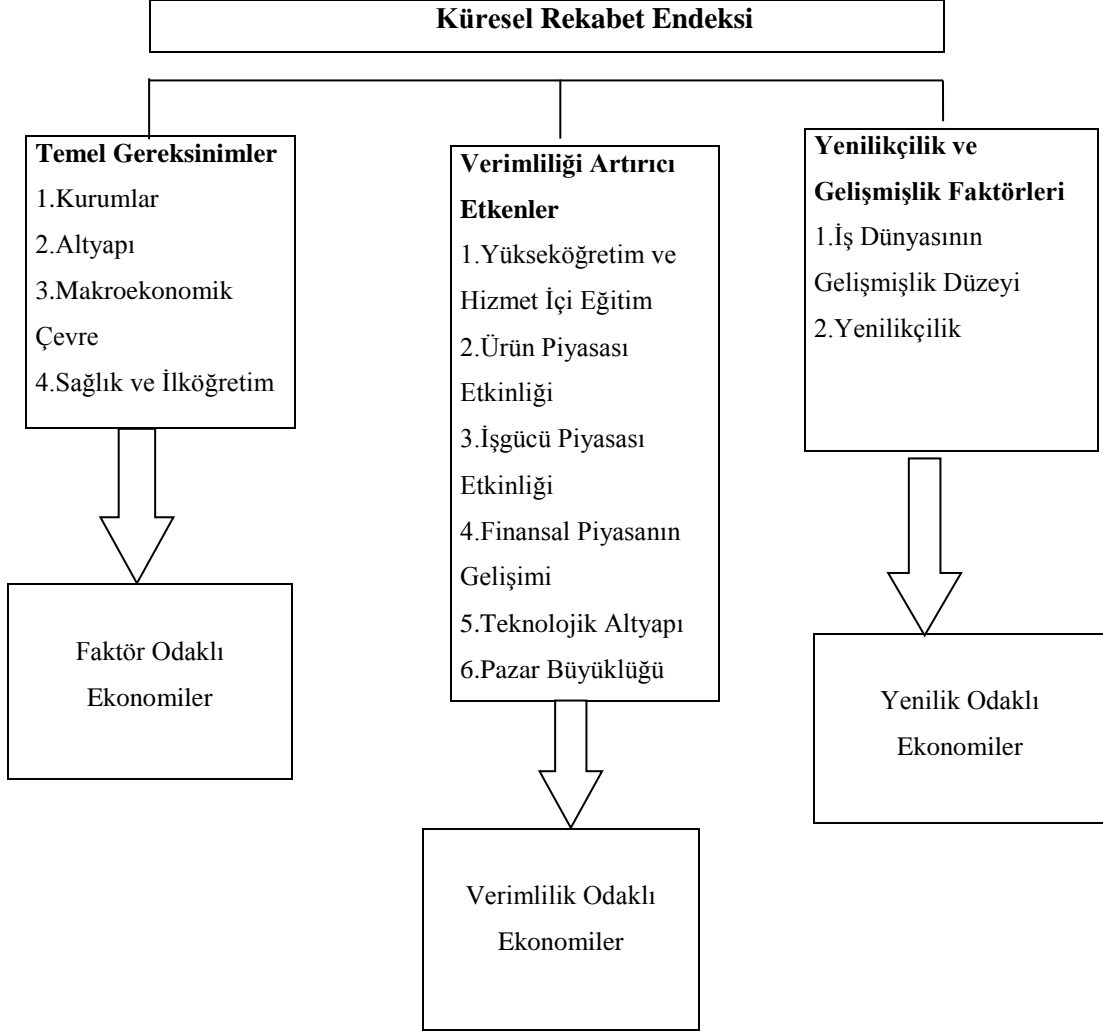
Merkezi İsviçre'nin Cenevre kentinde bulunan Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum – WEF) 1979 yılından itibaren, her yıl Global Rekabet Raporu (Global Competitiveness Report) adı altında bir rapor yayınlamaktadır. Bu raporda “Global Rekabet Endeksi” adı verilen bir endeks yardımıyla ülkelerin küresel rekabet gücü tahmin edilmektedir. Söz konusu araştırmada “Rekabet Gücü”, bir ülkenin ürettiği ürünlerin dünya pazarlarındaki payı olarak değil, o ülkede sürdürülebilir büyümeyi sağlayacak olan kurumların, politikaların ve üretim faktörlerinin tümünü kapsayan verimlilik düzeyi olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca, rekabet gücü ülkenin gelecek 5–10 yıl içerisindeki büyüme potansiyelini göstermektedir (Kırankabeş, 2006, s. 238).

Dünya Ekonomik Forumu, verimliliğin bir ülkedeki refahını arttırmada çok önemli bir etken olduğunu göz önünde bulundurarak, bu alanda ülkelerin rekabet düzeyini niceliksel olarak ölçebilmek için 2001 yılından bu yana Sachc ve McArthur'un geliştirdiği, verimliliğin makroekonomik belirleyicileriyle oluşturulan Büyüme Rekabet Endeksini ve verimliliğin mikro ekonomik unsurlarına dayanarak hazırlanan İş Rekabet Endeksini (Business Competitiveness Index-BCI) kullanmaktaydı. Şirketlerin başarılı olması, kamu kuruluşlarının etkinliğine, eğitim sisteminin mükemmelliğine ve makroekonomik istikrara bağlı olduğu için rekabet gücünün mikro ve makro belirleyicilerinin birbirinden ayrılmaması gerekmektedir. Ancak, bu kriterlerin, tek başlarına bir ülkede refah artışını sağlamada yeterli olmadıkları, şirketlerin verimli yöntem ve süreçler kullanarak mal ve hizmet şeklinde yeni değerler yaratmalarına bağlı olduğu düşüncesinden yola çıkarak Sala-i Martin ve Artadi, 2004'te Küresel Rekabet Endeksi (GCI)'ni tasarlamıştır (Ulusoy, Öz, Karaata, Ararat, Yurtoğlu, & Yeğenoğlu, 2006, s. 36).

Verimliliğin nedenlerini daha etkin bir biçimde ortaya koymak amacıyla 2005 yılında küresel rekabet endeksi yenilenmiştir. Dünya Ekonomik Forumu (WEF) tarafından geliştirilen yeni Küresel Rekabetçilik Endeksi (Global Competitiveness Index) çok sayıda parametreyi dikkate alarak ülkeler arasında bir sıralama yapmayı önermektedir. Buradaki asıl gaye, ülkelerin verimlilik düzeyini belirleyen etmenleri ortaya koyup, o ülkenin güçlü ve zayıf yanlarını ortaya koymak ve politika yapıcılara yol gösterebilmektir. Dünya Ekonomik Forumu ülkelerin kalkınmışlık düzeylerini üç

kategoriye ayırmaktadır. Bu kategoriler ve rekabet gücüne dair bileşenlerle arasındaki ilişki Şekil 6’da gösterilmiştir (Ulengin, Ekici, & Karaata, 2012, s. 19).

Şekil 6: Küresel Rekabet Endeksinin Belirleyicileri



Kaynak: Schwab, K., & Sala-i-Martin, X. (2013-2014). *The Global Competitiveness Report*. Full Data Edition, s. 9.

Dünya Ekonomik Forumu araştırmayı yaparken uluslararası rakamsal göstergeler ve yönetici görüşü anketi olmak üzere iki tür veriden yararlanmaktadır. Araştırma, küresel rekabet endeksinin 12 bileşenini çerçeveleyen toplam 13 bölümden oluşmuştur. Anket çalışması içinde bulunan sorular 1 ile 7 arasında bir puan verilecek biçimde yapılanmıştır. Bu anketlerde “1” en kötü notu, “7” ise en iyi notu temsil etmektedir ve anket çalışması farklı ülkelerden 150’nin üzerinde ortak kurum aracılığıyla gerçekleştirilmiştir (Ulengin, Ekici, & Karaata, 2012, s. 21).

Tablo 7: Küresel Rekabet Endeksi Bileşenlerine Göre Türkiye'nin Durumu

Rekabetçilik Endeksi Bileşeni	148 Ülke Arasında Türkiye Sıralaması 2013	144 Ülke Arasında Türkiye Sıralaması 2014
Kurumsal Yapı	56	64
Pazar Büyüklüğü	16	16
Sağlık ve İlköğretim	59	69
Makroekonomik İstikrar	76	58
Yükseköğretim ve Hizmet İçi Eğitim	65	50
Ürün Piyasalarının Etkinliği	43	38
İş Dünyasının Gelişmişlik Düzeyi	43	43
Finansal Piyasaların Gelişmişliği	51	58
İnovasyon	50	56
İşgücü Piyasalarının Etkinliği	130	131
Altyapı	49	51
Teknolojik Altyapı	58	53

Kaynak: REF. (2015). *Dünya Ekonomik Forumu - Küresel Rekabet Raporu 2014-2015*. TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu- REF.

Tablo 7'deki rapor, Dünya Ekonomik Forumu'nun-WEF (2014) raporunu temel alarak, Türkiye'nin küresel kapsamda rekabet gücünün değerlendirilmesine yönelik olarak hazırlanmıştır. Türkiye açısından bir önceki yıla göre en önemli iyileşmeler, makroekonomik istikrar, yükseköğretim ve hizmet içi eğitim, ürün piyasalarının etkinliği ve teknolojik altyapı bileşenlerinde görülmektedir

Türkiye, 2014-2015 dönemi Küresel Rekabetçilik Endeksi'nin içinde bulunan 12 bileşen arasında en iyi performansı, 16. sırada yer aldığı Pazar Büyüklüğü kaleminde göstermektedir. İç ve Dış Pazar Büyüklüğü Türkiye'nin güçlü olduğu alanlar arasında yer almaktadır. Bu bağlamda, büyük piyasalar KOBİ'lerin, ölçek ekonomisinden istifade etmesine izin vermektedir. Ayrıca, piyasanın büyüklüğü işletmelerin üretkenliğini ve rekabet gücünü de etkilemektedir.

Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum) 2014-2015 Küresel Rekabet Gücü Raporu sonuçlarını kamuoyuna açıklamıştır. Rekabet gücü sıralamasında 2014 yılında dikkate alınan 144 ülke arasında İsviçre yeniden ilk sırayı almıştır. İkincilik ve üçüncülük ise sırasıyla Singapur ve ABD arasında paylaşılmış. Rekabet gücünde ilk 45 sırayı paylaşan ülkeler ve rekabet gücü sıralamasında konumları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. 2014-2015 dönemi Küresel Rekabetçilik Endeksi

hesaplamalarına göre Türkiye, 144 ülke arasında 45. sıradadır. Türkiye bir önceki yıl 148 ülke arasında 44.sırada yer almıştır (Tablo8).

Tablo 8: Türkiye'nin Küresel Rekabetçilik Endeksi

İlk 45 Ülke	148 Ülke Arasında Türkiye Sıralaması 2013	144 Ülke Arasında Türkiye Sıralaması 2014
İsviçre	1	1
Singapur	2	2
ABD	5	3
Finlandiya	3	4
Almanya	4	5
Japonya	9	6
Hong-Kong	7	7
Hollanda	8	8
İngiltere	10	9
İsveç	6	10
Norveç	11	11
Birleşik Arap Emirlikleri	19	12
Danimarka	15	13
Tayvan, Çin	12	14
Kanada	14	15
Katar	13	16
Yeni Zelanda	18	17
Belçika	17	18
Lüksemburg	22	19
Malezya	24	20
Avusturya	16	21
Avustralya	21	22
Fransa	23	23
Sudi Arabistan	20	24
İrlanda	28	25
Kore	25	26
İsrail	27	27
Çin	29	28
Estonya	32	29
İzlanda	31	30
Tayland	37	31
Porto Riko	30	32
Şili	34	33
Endonezya	38	34
İspanya	35	35
Portekiz	51	36
Çek Cumhuriyeti	46	37
Azerbaycan	39	38
Moritus	45	39
Kuveyt	36	40
Litvanya	48	41
Letonya	52	42
Polonya	42	43
Bahreyn	43	44
Türkiye	44	45

Kaynak: Schwab, K., & Xavier, S.-i.-M. (2014). *The Global Competitiveness Report 2014-2015*. World Economic Forum,s.13.

1.4.7 İngiltere Ticaret Ve Sanayi Departmanı Tarafından Geliştirilen Göstergeler

İngiltere Ticaret ve Sanayi Departmanı (Department of Trade and Industry), İngiltere'nin ticaret ortakları karşısında ekonomik performansını ve rekabet gücünü göstermek amacıyla rekabet gücü göstergeleri raporu yayınlanmaktadır. Bu rapor ilk defa 1999'da "Rekabet Gücü Göstergeleri" olarak yayınlanmıştır. 2001'de ikinci baskısı yayınlandıktan sonra ismi daha kapsamlı hale gelerek "Verimlilik ve Rekabet Gücü Endeksi" olmuştur (İnal, 2003, s. 10-11). Ancak her yıl sürekli olarak yenilenmekte ve G-7 ülkeleri ile İngiltere'nin rekabet gücü karşılaştırılmaktadır. Yapılan analizler sonucunda hem hükümete politikalar ve öncelikler konusunda bilgi sunulmakta hem de ekonominin güçlü ve zayıf yönleri ortaya konularak özel sektöre temel alanlarda verimliliği artıracak önerilerde bulunmaktadır (Erkekoğlu, 2008, s. 63). İngiliz Ticaret ve Sanayi Departmanı tarafından belirlenen rekabet gücü göstergeleri, iş çevresi, kaynaklar, inovasyon süreci ve sonuçlar olarak dört grupta toplanmıştır (Türker, 2009, s. 287):

➤ İş çevresi

İş çevresi açısından rekabet gücü göstergeleri; ticari ve yabancı yatırımlara açıklık, işveren-işçi ilişkisi, kurumsal ve siyasi bir ortamın varlığı, makroekonomik istikrar, mal ve hizmetlerin fiyatları ile işgücünün yaşam kalitesidir (DTI, 2003, s. 11).

➤ Kaynaklar

Rekabet gücü açısından bir ülkenin sahip olduğu kaynakları göstermek amacıyla kullanılan değişkenlerden bazıları şunlardır: şirketlerin özsermayeleri, E-ticaret durumları, mesleki beceri seviyeleri, eğitim düzeyleri ile işletmelere yapılan kamu yatırımlarıdır (DTI, 2003, s. 28).

➤ İnovasyon Süreci

İnovasyon süreci bakımından rekabet gücü göstergelerinden en önemlileri şunlardır: İşletmelerin yenilik ve AR-GE için yaptıkları harcamalar, yenilik için sağlanan bilgi kaynakları, alınan patentler, yeni ürün geliştiren firmaların oranı, yeni üretilen mal ve hizmetlerin oranı, firmalar arasındaki teknolojik ittifaklar, üniversite ve sanayi işbirlikleri ile işletmelerin risk alma durumlarıdır (DTI, 2003, s. 52).

➤ **Sonuçlar**

Sonuçlar kısmındaki rekabet gücü göstergelerinden bazıları ise, kişi başına düşen GSYİH, işgücü verimliliği, istihdam oranı ve bilgiye dayalı endüstrilerdeki üretimin payıdır (DTI, 2003, s. 71). Daha sonra Ticaret ve Sanayi Departmanı (DTI) tarafından yenilenen raporlarda rekabet gücü göstergeleri yatırım, yenilik, beceriler, girişimcilik ve rekabet olmak üzere beş verimlilik faktörü olarak düzenlenmiştir (DTI, 2005, s. 2).

İKİNCİ BÖLÜM

KOBİ'LERİN EKONOMİK YAPI İÇERİSİNDEKİ ROLLERİ

Yerel ve ulusal ekonomilerin küçük ama çok sayıda işletmelerinden meydana gelen KOBİ'ler, müşteri taleplerine duyarlılık, yeniliklere ve değişime açıklık, rekabetin yaşatılması, krizler karşısında esneklik gibi önemli avantajlara sahiptir (Eroğlu, 2001, s. 77). Bu nedenle bu tür işletmelerin tanımlanması ve gerekli sınıflandırmaların yapılması gerekmektedir. Bu bağlamda bu bölümde KOBİ'lerle ilgili kavramsal çerçeve incelendikten sonra, KOBİ'lerin avantaj ve dezavantajlarına değinilerek ekonomik ve sosyal kalkınmadaki yerleri ve önemlerinden bahsedilmiştir.

2.1 KOBİ KAVRAMI

KOBİ'ler, büyük işletmelerin özünü oluşturarak, ülke ekonomileri için hayati öneme sahip, ekonomiye dinamizm kazandıran ve o ekonominin ölçütü olan işletmelerdir. Ayrıca, KOBİ'ler büyük işletmelerin ürettiği mal ve hizmetleri üreterek onları rekabet ortamına çekmekte, aynı zamanda da, büyük işletmelerin kullandıkları mamul ve yarı mamul girdilerini üreterek onların girişimini tamamlamaktadırlar. Bu sayede, KOBİ'ler ekonomide bir yan sanayi oluşturarak, büyük işletmelerle işbölümü ve zaman zamanda işbirliği yaparak ortak bir hayat kurmaktadır. Ekonomiye olan bu katkılarından dolayı da ekonominin vazgeçilmez bir unsuru, hatta dinamosu olarak görülmektedirler (Çağlar & Savsar, 2005, s. 97).

2.2 KOBİ TANIMLAMASININ GEREKLİLİĞİ VE KOBİ TANIMLAMASINDA KULLANILAN ÖLÇÜTLER

KOBİ'ler, tüm dünyada olduğu gibi, Türkiye ekonomisinin de dinamik ve sürükleyici unsurlarından biri olup, ülkemizin sosyo-ekonomik açısından gelişmesi ve kalkınması için büyük bir öneme sahiptirler. Genel olarak KOBİ'ler, az sermaye kullanarak faaliyetlerini sürdüren, daha çok el emeği ve düşük düzeyde yönetim giderleri ile çalışan, hızlı karar verme yeteneğine sahip olan ve ucuz bir üretim gerçekleştiren iktisadi teşebbüsler olarak nitelendirilmektedir (Uludağ & Serin, 1991, s. 14).

KOBİ'ler için yapılan tanımlar bakıldığında, hemen hemen her ülke ve her kuruluşun farklı tanımlamalarda buldukları ve tanımlardaki sınırların, genelde, ülke ekonomilerinin büyüklüğüne bağlı olarak değiştiği görülmektedir (Uludağ & Serin, 1991, s. 14).

Literatürde, tam olarak fikir birliğine varılmış bir KOBİ tanımı bulunmamaktadır. Bu çerçevede, ülkelerin ekonomik yapıları değiştikçe KOBİ'leri belirleyen ölçütler değişmekte ve bu ekonomik yapılarıyla bağlantılı olarak farklı ölçütler kullanılabilir.

Değişik amaçlarla KOBİ'lerin tanımlanmasında çok değişik kriterler kullanılmaktadır. Bazı araştırmalarda işyeri ölçeklerinin belirlenmesinde üretim hacmi, katma değer, ciro gibi değişik göstergeler ele alınmaktadır. Ayrıca, işyeri büyüklüğünü belirlemek için işyerinde istihdam edilen işçi sayısı da önemli bir gösterge olarak kullanılmaktadır (Ekin, 1999, s. 140). KOBİ tanımını belirleyen çeşitli ölçütler aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Akgemci, 2001, s. 7):

- Zaman,
- Sanayileşme düzeyi,
- Pazarın büyüklüğü,
- Kullanılan teknoloji,
- Faaliyette bulunan işkolu,
- Kullanılan üretim tekniği,
- Üretilen malın özellikleridir.

KOBİ'lerin belirlenmesi literatürde genellikle bir işletme büyüklüğü konusu olarak ele alınmıştır. İşletme büyüklüğü ise, bir işletmenin iktisadi faaliyet hacmi ve kapasitesi olarak tanımlanmaktadır. Bu faaliyet hacminin veya işletme büyüklüğünün ölçülmesi de belirli ölçütlere göre belirlenmektedir (Müftüoğlu, 2007, s. 45). Bu ölçütler nicel ve nitel olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

2.2.1 Nicel (Kantitatif) Ölçütler

Nicel ölçütler, firma ile ilgili, rakamlarla ifade edilebilen değerleri göstermektedir. Dünyada KOBİ'lerin nasıl tanımlandığına bakıldığında, her ülkenin kendi ulusal mevzuatında, daha çok nicel esaslara dayalı ölçütlerle tanımlamaya gittiği

görülmektedir. Bunun nedeni ise, niceliksel kriterlerin daha kolay ölçülebilmesi ve objektif sonuçlar vermesidir. Ancak KOBİ'lerin esas itibarıyla nitel bir olgu olduğu da unutulmamalıdır (Özdemir, 2013, s. 462).

KOBİ'lerin nicel tanımı, devlet tarafından bu işletmelere yönelik çeşitli teşvik politikalarının uygulanmasında, idari veya bürokratik bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Devlet bu tür politikaların uygulanmasında tarafsızlığını ve objektifliğini koruyabilmek için nicel ölçütlere gereksinim duymaktadır. Çünkü nicel ölçütlerle KOBİ'lerin kesin çizgilerle sınıflandırılması mümkün olmaktadır. Böylece hangi işletmelerin devletlerin hangi teşvik önlemlerinden yararlanabileceği ve hangi işletmelerin bu uygulamanın kapsamı dışında bırakılacağı objektif bir esasa dayandırılabilir. Bu şekilde nicel sınırlandırmaların bilimsel bir gerekçesi bulunmamaktadır. Ancak söz konusu yaklaşımın devlet politikalarının uygulanabilirliği açısından taşıdığı önemden dolayı nicel bir tanımlamaya ihtiyaç duyulmaktadır (Müftüoğlu & Durukan, 2004, s. 75). Genellikle KOBİ tanımlamasında kullanılan nicel ölçütler:

- İşletmede istihdam edilen personel sayısı,
- Makine sayısı
- İşgücünün toplam çalışma süresi,
- Ücret toplamı veya işgücü maliyeti toplamı,
- Yıllık kar oranı,
- Sabit varlıkların değeri ve miktarı,
- Üretim hacmi,
- Enerji kullanımı,
- Malzeme maliyeti,
- Kullanılan alan ve hacim,
- Sipariş sayısı,
- İş istasyonu sayısı,
- Sipariş değeri,
- Yıllık amortisman tutarı,
- Net pazar payı,
- Ciro (Satış hasılatı),
- Vardiya sayısı,

- Katma değer,
- Ödenen vergi tutarı,
- Makine parkı,
- Kullanılan malzeme miktarı,
- Kapasite kullanım değerleri, olarak sıralayabiliriz.

2.2.2 Nitel (Kalitatif) Ölçütler

İşletme büyüklüğünün ve özellikle de KOBİ kavramının belirlenmesinde ve tanımlanmasında nicel ölçütler yanında nitel ölçütlerin de kullanılması gerekmektedir. Literatürde KOBİ'lerin tanımlanmasında kullanılabileceği belirtilen nitel ölçütlerden bazıları şunlardır:

- İşletme sahibinin (girişimcinin) işletmede fiilen çalışıyor olması,
- Risk üstlenme ve sorumluluğun girişimciye ait olması,
- İşletme sahipliği ve yöneticiliğin aynı kişide ve/veya kişilerde toplanması,
- Sermayenin sınırlı olması ve finansal yetersizlik,
- İşbölümü ve uzmanlaşma derecesinin düşüklüğü,
- Yönetim tekniklerinin uygulanamaması ve yetersizliği,
- İşletmenin sahip olduğu pazar payının azlığı,
- İşletmenin satış ve satın almadaki pazarlık gücünün olmaması,
- İşletme yöneticisinin ve özellikle çalışanların aynı bölgeden olması,
- İşletme içi iletişimin daha güçlü ve samimi olması,
- Aile bireylerinin işletmede fiilen çalışması ve potansiyel katkılarının değerlendirilmesidir. Bu kriterlerin sayısının daha da arttırılabilmesine rağmen genelde ortak bir tanımlamaya gidilmesinde tek başına hiçbir kriter yeterli olmamaktadır (Koçel, 1993, s. 8-9).

2.3 ÇEŞİTLİ ÜLKELERDE VE TÜRKİYE'DE KOBİ TANIMLARI

KOBİ 'lerle ilgili olarak dünya ülkelerinde ve Türkiye'de ortak bir tanım birliği yoktur. Dünyanın çeşitli ülkelerinde tanımlamalar yapılırken genel olarak istihdam edilen kişi sayısı temel alınmasına karşılık, bazı ülkelerde ayrıca, yıllık net satış tutarı ve işletmelerin mali bilançosu gibi kriterler de kullanılmaktadır.

2.3.1 Amerika Birleşik Devletlerin (ABD)'de KOBİ Tanımı

A.B.D' de KOBİ tanımı, istihdam edilen işçi sayısı ve yıllık satış tutarına göre yapılmaktadır. ABD' de küçük işletmelere her türlü bilgi ve finansman desteği veren federal bir kuruluş olan Büyüklük Standartları Bürosu (Small Business Administration-SBA) tanımlamasına göre, küçük işletme kriteri olarak imalat sanayinde personel sayısı (500-1500 kişi), toptancı kuruluşlarında personel sayısı ve yıllık satış gelirleri (500' e kadar personel ve 25 Milyon Dolar Satış), perakendeciler ve hizmet işletmeleri için de yıllık satış gelirleri (3-13 Milyon Dolar) ele alınmaktadır (Akgemci, 2001, s. 12).

2.3.2 Japonya'da KOBİ Tanımı

Japonya'da KOBİ'ler tanımlanırken, istihdam edilen işçi sayısı ve sermaye miktarları dikkate alınmıştır. Ölçeğe göre ayrıntılı bir tanımda, imalat sanayi sektöründe; 5'den az işçi istihdam eden işletmeler mikro ölçekli işletme, 20'den az işçi istihdam eden işletmeler çok küçük ölçekli işletme, 20 ile 299 işçi istihdam eden işletmeler ise KOBİ olarak kabul edilmektedir. Ayrıca, imalat sanayindeki KOBİ'lerin sermaye miktarı, 100 Milyon Yen'den fazla olmamalıdır. Aşağıdaki tabloda, Japonya'da sektör bazında KOBİ'lerin tanımları gösterilmektedir:

Tablo 9: Japonya'da KOBİ Tanımı

Sektör	Çalışan Kişi Sayısı	Sermaye Miktarı
İmalat Sanayi	300 Kişiye Kadar	100 milyon Yen' e Kadar
Ticaret	100 Kişiye Kadar	30 milyon Yen' e Kadar
Hizmetler	50 Kişiye Kadar	10 milyon Yen' e Kadar

Kaynak: Akgemci, T. (2001). *KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler*. Ankara: KOSGEB, s.12.

2.3.3 Avrupa Birliğinde KOBİ Tanımı

Türkiye'nin AB'ye katılım müzakerelerinin ve uyum çalışmalarının gündemde olması sebebiyle, AB'nin KOBİ tanımı, diğer ülke ve kuruluşlara göre daha önem kazanmaktadır. KOBİ'lerin rekabet gücünün geliştirilmesi amacıyla, Avrupa Birliği tarafından verilen destekten yararlanabilmek ve ortaklaşa yürütülecek projelere katılmak isteyen işletmelerin, AB tanımına uygun olması gerekmektedir. AB tanımı, üye ülkelerin uygulamalarını standartlaştırmaya çalışmaktadır. Ancak sanayi ve işletme

yapıları bakımından birbirinden farklılıklar gösteren çok sayıda (özellikle yeni üyeler) ülkenin gereksinimlerine uygunluğu tartışmalarını beraberinde getirmektedir (Özdemir, Ersöz, & Sarıoğlu, 2006, s. 30).

AB, 1996, 2003 ve 2005 yıllarında çeşitli KOBİ tanımları yapmıştır. 1 Ocak 2005'te kabul edilen ve hala geçerli olan yeni KOBİ tanımına göre (Tablo 8 de görüldüğü gibi); 250'den az işçi çalıştıran ve cirosu 50 milyon Euro'nun altındaki firmaların KOBİ olarak kabul edildiği belirtilmektedir. Orta ölçekli bir işletme 50 ile 250, küçük işletme 50'den az, çok küçük (mikro) işletme ise 10'dan az işçi çalıştıran işletme olarak tanımlanmaktadır. Bu şartlar sağlansa bile, işletmenin gerek sermayesinin gerek hissesinin %25'i ve daha fazlası doğrudan veya dolaylı olarak başka işletmelerin kontrolünde olması halinde yine o işletme KOBİ olarak tanımlanmaktadır (KOSGEB, 2002, s. 3).

Tablo 10: AB KOBİ Tanımı

Tanım Kriterleri	Mikro İşletme	Küçük İşletme	Orta Ölçekli İşletme
Çalışan Sayısı	≤ 10	≤ 50	≤ 250
Yıllık Net Satış Hasılatı	≤ 2 Milyon Avro	≤ 10 Milyon Avro	≤ 50 Milyon Avro
Yıllık Mali Bilanço	≤ 2 Milyon Avro	≤ 10 Milyon Avro	≤ 43 Milyon Avro
Bağımsızlık	-	%25'inden fazlası büyük bir gruba ait olmayan işletmeler	

Kaynak: KOBİ tanımı yönetmeliği,2012.

2.3.4 Bazı Avrupa Birliği Ülkelerinde KOBİ Tanımı

Avrupa Birliği ülkelerinde Almanya'da ve Fransa'da KOBİ tanımlaması yapılırken hangi sınıflandırmaların kullanıldığı aşağıdaki bölümde incelenmiştir.

2.3.4.1 Almanya'da KOBİ Tanımı

Almanya'da KOBİ'lerin tanımlanmasında genel kabul görmüş ölçütler olan nicel ve nitel ölçütler dikkate alınmaktadır. Tanımlamada dikkate alınan nitel ölçütler:

- İşletme ve işletme sahibi arasındaki özdeşleşme,
- Sermaye piyasasından fon temin etme,

- İşletme sahibinin, işletmenin tüm teknik, ekonomik ve sosyal sorumluluğunu üstlenmesi,
- İşletmelerin diğer işletmelerden bağımsız olması şeklinde ifade edilmektedir.

Nicel ölçüt olarak, işletmede istihdam edilen işçi sayısı esas alınmakla birlikte, yatırılan sermaye ve yıllık satış tutarı da dikkate alınmaktadır. Almanya KOBİ'ler Araştırma Enstitüsü tarafından yapılan sınıflandırma aşağıda gösterilmiştir.

- **İnşaat Sektörü:** 1-49 işçi çalıştıran işletme küçük ölçekli işletme, 50-250 işçi çalıştıran işletme orta ölçekli işletme olarak tanımlanmıştır.
- **Toptan Ticaret:** 1-9 işçi çalıştıran işletme küçük ölçekli işletme, 10-99 işçi çalıştıran işletme orta ölçekli işletme olarak tanımlanmıştır.
- **Perakende Ticaret:** 1-2 işçi çalıştıran işletme küçük ölçekli işletme, 3-49 işçi çalıştıran işletme orta ölçekli işletme olarak tanımlanmıştır.
- **Ulaştırma, Haberleşme ve Hizmet:** 1-2 işçi çalıştıran işletme küçük ölçekli işletme, 3-49 işçi çalıştıran işletme orta ölçekli işletme olarak tanımlanmıştır (Müftüoğlu, 2007, s. 112).

2.3.4.2 Fransa'da KOBİ Tanımı

Fransa'da KOBİ'ler Konfederasyonun yaptığı sınıflamada el sanatları (esnaf) da dikkate alınmakta ve mevcut işletmeler içinde tanımlanmaktadır. Buna göre;

El sanatları: 1-9 kişi

Küçük ölçekli işletme: 10-50 kişi

Orta ölçekli işletme: 51-500 kişi

Fransa'da KOBİ sanayinin belirlenmesinde kullanılan nitel ölçütler ise;

- İşletme ve işletme sahibi arasındaki özdeşleşme,
- İşletme sahibinin, işletmenin tüm teknik, ekonomik ve sosyal sorumluluğunu üstlenmesi olarak ele alınmaktadır (Müftüoğlu, 2007, s. 114).

2.3.5 Türkiye’de KOBİ Tanımı

KOBİ, birçok ülkede farklı tanımları bulunan bir kavramdır. Her ülkede farklı tanımlarla karşılaşılabileceği gibi, aynı ülke içinde bir bölgeden diğerine ya da sektörler arası da farklılık gösterebilir. Bunun nedeni, KOBİ’lere yönelik faaliyetlerde bulunan kurum ve kuruluşların bu faaliyetlerini gerçekleştirirken kendi KOBİ tanımlarını oluşturmaları ve kullanmaları olmuştur (Ulusoy & Akarsu, 2012, s. 105). Türkiye’de KOBİ’lere ilişkin çeşitli kurumların farklı tanımları bulunmaktadır (Bayülken & Kütükoğlu, 2012, s. 3-4):

KOSGEB Tanımı: İmalat Sanayi sektöründe 1-50 arası işçi çalıştıran sanayi işletmeleri küçük sanayi işletmelerini, 51-150 arası işçi çalıştıran sanayi işletmeleri orta ölçekli sanayi işletmelerini ifade eder.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Tanımı: 1 ile 19 kişi çalıştıran işletmelere küçük ölçekli işletmeler, 20 ile 99 kişi çalıştıran işletmelere orta ölçekli işletmeler ve 100 ve üzerinde kişi çalıştıran işletmeler büyük ölçekli işletmelerdir.

Halk Bankası Tanımı: Ayrıntılı bir alt sınıflandırmaya girmeden ve sektör ayrımı yapmaksızın 1-250 işçi çalıştıran işletmeler KOBİ olarak kabul edilmektedir.

Eximbank (Türkiye İhracat Kredi Bankası) Tanımı: 1987 yılında Türkiye’de ihracatın artırılması, ihracatçıların yeni pazarlara yönlendirilmesi, Türk ihracatçılarının uluslararası ticaretteki paylarının artırılması, Türk firmalarına destek verilmesi ve risksiz bir ortamda çalışmalarını sağlamak amacıyla kurulmuş olan Eximbank, 1 ile 200 işçi çalıştıran işletmeleri KOBİ olarak tanımlamaktadır.

Hazine Müsteşarlığı Tanımı: İmalat sanayinde faaliyette bulunan ve yasal defter kayıtlarında arsa ve bina hariç net sabit yatırım tutarı 950.000 TL’yi aşmayan; 1–9 işçi çalıştıran işletmeler “çok küçük ölçekli”, 10–49 işçi çalıştıran işletmeler “küçük ölçekli”, 50–250 işçi çalıştıran işletmeler “orta ölçekli” olarak tanımlanmıştır. Bağımsızlık kriteri; başka işletmelere ait sermaye oranının % 25’in altında olmasıdır.

Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) Tanımı: İmalat sanayinde faaliyet gösteren, 1 ile 200 işçi çalıştıran, gerçek usulde defter tutan, arsa ve bina hariç sabit sermaye tutarı

bilanço net değeri itibariyle 2 milyon ABD Doları karşılığı TL'yi aşmayan işletmeler, küçük ve orta ölçekli işletmelerdir.

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) ve DPT (Devlet Planlama Teşkilatı) Tanımı: 1–9 işçi çalıştıran işletmeler “çok küçük ölçekli”, 10–49 işçi çalıştıran işletmeler “küçük ölçekli”, 50–200 işçi çalıştıran işletmeler “orta ölçekli” işletmelerdir.

(TOSYÖV)Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticileri Vakfı Tanımı: 1–5 işçi çalıştıran işletmeler “çok küçük ölçekli”, 6–100 işçi çalıştıran işletmeler “küçük ölçekli”,101–200 işçi çalıştıran işletmeler “orta ölçekli” işletmelerdir.

Türkiye’de geçtiğimiz dönemlerde KOBİ’lere ilişkin çok sayıda farklı tanımın olduğu görülmektedir. Ancak, AB’ye üyelik sürecinde, KOBİ politikalarının geliştirilmesinde ortak bir standardın oluşturulması, Türkiye’nin KOBİ tanımının AB’nin KOBİ tanımıyla uyumlaştırılması şartı nedeniyle, Kasım 2005 de tüm nitel ve nicel özellikleri kapsayan ve genel geçerliliği olan ortak bir KOBİ tanımı yapılmıştır (Ulusoy & Akarsu, 2012, s. 106).

“KOBİ: “İki yüz elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı ya da mali bilançosu yirmi beş milyon Türk Lirasını aşmayan işletmelerdir. Mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ve kısaca "KOBİ" olarak adlandırılan ekonomik birimlerdir”(25997 Resmi Gazete, 2005).

Tablo 11: Türkiye’deki KOBİ Tanımı

Tanım Kriteri	Mikro İşletme	Küçük İşletme	Orta Ölçekli İşletme
Çalışan Sayısı	< 10	< 50	< 250
Yıllık Net Satış Tutarı	≤ 1 milyon YTL	≤5 Milyon YTL	≤25 Milyon YTL
Yıllık Mali Bilançosu	≤≤ 1 milyon YTL	≤5 Milyon YTL	≤25 Milyon YTL

Kaynak: KOSGEB, 2007,s. 23.

2005 yılındaki yasadan sonra, KOBİ’lerin tanımı, nitelikleri ve sınıflandırılması hakkında değişiklik yapılmasına dair yönetmelik 04.11.2012 tarihli ve 28457 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu yönetmelik değişikliği kapsamında, 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 bu Yönetmelikte mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ve kısaca "KOBİ" olarak adlandırılan ekonomik birimleri, girişimleri” şeklinde değiştirilmiştir. Yönetmelikle KOBİ’lerin sınıflandırılmasında da yeni bir yapılandırılmaya gidilmiştir. Buna göre KOBİ’ler:

- **Mikro Ölçekli İşletme:** 10 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu bir milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler,
- **Küçük Ölçekli İşletme:** Elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu sekiz milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler,
- **Orta Ölçekli İşletme:** 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu kırk milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler olarak sınıflandırılmıştır (Tablo 12).

Tablo 12: Türkiye’deki Yeni KOBİ Tanımı

Tanım Kriterleri	Mikro İşletme	Küçük İşletme	Orta Ölçekli İşletme
Çalışan Sayısı	≤10	≤50	≤250
Yıllık Net Satış Hasılatı	≤1 Milyon TL	≤ 8 Milyon TL	≤ 40 Milyon TL
Yıllık Mali Bilanço	≤1 Milyon TL	≤8 Milyon TL	≤40 Milyon TL

Kaynak: KOBİ tanımı yönetmeliği,2012.

2.4 KOBİ’LERİN ÖZELLİKLERİ

KOBİ’ler, önemli endüstrilerde uluslararası ticaret aracılığıyla, küreselleşen dünya ekonomisinde giderek yoğun biçimde yer almaya başlamışlardır. KOBİ’ler esnek bir yapıya sahip olmaları ve kapasitelerinin yeniliklere kolay uyum sağlayabilme özelliği sayesinde yapısal değişimlere çok çabuk uyum sağlayabilmektedirler. KOBİ’lerin temelinde girişimcilik ruhu bulunmaktadır ve toplumsal yapıdaki konumuyla orta sınıfı güçlendirerek siyasi istikrara katkıda bulunmaktadır. KOBİ’lerin bulunduğu sektörlerde sayılarının giderek artması sonucunda söz konusu sektörlerde tekelleşmeyi önlemektedirler. Bu bağlamda, KOBİ’ler ekonominin nabzını en iyi tutan ekonomik birimler haline gelmişlerdir (Kayalı & Aktaş, 2003, s. 31). Ölçek

bakımından sınıflama kriterleri dikkate alındığında KOBİ'lerin ortak özelliklerini şöyle sıralamak mümkündür (Tatlidil & Candemir, 1998, s. 3):

- Çoğunlukla bireysel veya şahıs ortaklığı hukuki yapısına sahiptirler,
- İşletme sahipleri genellikle aile bireylerinden oluştuğu ve ayrıca sahiplik ve yöneticiliğin aynı kişide toplandığı için büyük işletmelerde olduğu gibi; yöneticiler üzerinde işletme sahiplerinden, hissedarlardan gelen doğrudan bir kontrol mevcut değildir. Aynı zamanda yönetici durumunda olan işletme sahibi bağımsız olarak karar verebilmektedir,
- Sınırlı bir sermayeye sahiptirler. Finansman için gerekli fonları genellikle öz kaynaklardan veya öz sermayeden temin etmek durumundadırlar,
- İşletmelerde, sahiplik ve yöneticilik aynı kişide toplanmıştır. Pek azında veya bazı hizmetlere özgü olmak üzere profesyonel yöneticiden yararlanılmaktadır. İşletme ve sahiplik bütünleşmiştir,
- İşçi-işveren arasında olduğu gibi işletme-müşteriler arasında da yakın bir ilişki vardır,
- Faaliyetler iş bölümü olmadan veya daha basit işbölümüne dayanan bir organizasyon ile yürütülebilmektedir. Uzmanlaşma çok sınırlı boyutlarda kalmaktadır,
- Duran ve dönen varlıkların hacmi, mal ve hizmet kapasiteleri sınırlıdır, ayrıca yatırım güçleri de zayıftır,
- Satış hacmi veya pazar payları sınırlıdır; genellikle küçük veya yöresel düzeyde kalmaktadır,
- Genelde sağlıklı finansal, teknik ve pazarlama analizleri yapamazlar,
- Yeniliğe açık dinamik bir yapıya sahiptirler.

2.4.1 KOBİ'lerin Avantajları

KOBİ'ler yapıları itibariyle büyük işletmelere göre daha çok avantaja ve rekabet üstünlüğüne sahiptirler. Bu çerçevede, KOBİ'ler, müşteri ve personel ile daha yakın ilişkiler kurmakta, pazarlama, üretim ve hizmet konularında da büyük işletmelerden daha esnek bir yapıya sahip olmaktadır (Çelik & Akgemci, 1998, s. 15).

Gerçekten, Avrupa ülkelerinde KOBİ'lerin gerek sayısal, gerek üretimdeki payları itibariyle ekonomi içindeki önemlerinin hızla arttığı belirlenmiştir. Özellikle KOBİ'lerin teknik yeniliklere daha yatkın, tüketici tercihlerine daha esnek karakterleri, konjonktürel dalgalanmalara uymadaki üstünlükleri, üretimdeki boşlukları daha hızla doldurmadaki katkıları, büyük firmalara yönelik olumlu etkileri, bölgelerarası dengeli büyümeye tesirleri, rekabetin teşvikinde oynadığı roller, daha az bürokratik yapıları, istihdam artışına yaptıkları katkılar, nihayet küçük işyerlerinde daha yakın personel ilişkileri gibi özellikleri, çoğu kez olumlu faktörler olarak vurgulanmıştır (Ekin, 1999, s. 142). KOBİ'lerin, büyük ölçekli işletmelere göre avantajlarını aşağıdaki şekilde ifade edebiliriz (Özdemir, Ersöz, & Sarıoğlu, 2006, s. 43; Uludağ & Serin, 1991):

- KOBİ'lerin, istihdam sorunları karşısındaki dirençlilik düzeyleri büyük ölçekli işletmelere göre oldukça yüksektir.
- KOBİ'ler tüketici tercihlerinde meydana gelen değişiklikleri izleyip talep yapısında meydana gelen değişikliklere karşı üretim biçimini çok kısa sürede değiştirebilecek esnek bir yapıya sahiptirler.
- Özellikle iç pazarda, büyük işletmelere nazaran tüketicilere daha yakın olmaları sayesinde ihtiyaç ve sorunlarını daha iyi ve çabuk anlama avantajına sahiptirler.
- KOBİ'lerde büyük işletmelere oranla daha az yönetim kademesi olduğundan, tepe yönetim ile üretim arasındaki iletişim de daha sıkı ve hızlı olmaktadır.
- KOBİ'lerle büyük işletmeler rakip olmaktan çok, birbirlerini tamamlamaktadırlar.
- KOBİ'lerin faaliyet gösterdikleri yörede, bölgenin ihtiyacını da dikkate alarak modern teknolojiler yerine ara teknolojileri kullanmaları, hem o bölgenin kalkınmasına hem de çevrenin korunmasına yardımcı olmaktadır.
- Yönetimin kademesinde genç kişilerin yoğun olarak bulunması nedeniyle yeniliklere açıktırlar.
- Faaliyetlerini özsermaye ağırlıklı olarak gerçekleştirmeleri nedeniyle ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenirler.
- Kendi belirledikleri belirli alanlarda uzmanlaşabilirler ve bu alanlarda ürün çeşitliliğini arttırabilmektedirler.
- Büyük miktarda yatırım yapmadan önce küçük iş paketleriyle yeni pazarların tepkilerini ölçebilmektedirler.

2.4.2 KOBİ'lerin Dezavantajları

KOBİ'lerin sahip oldukları avantajların yanında kendi bünyelerinden kaynaklanan yapısal özelliklerinden dolayı birtakım dezavantajları da bulunmaktadır (Uludağ & Serin, 1991, s. 34-35; Akgemci, 2001, s. 16):

- Küçük ölçekli ve dağınık olmalarından dolayı verimlilikleri düşüktür.
- KOBİ'lerin pazar ve sektör bilgileri yetersizdir.
- Çalışan işçilerin nitelikli olmaması ve teknik bilgilerinin yetersiz olması nedeniyle, tezgah kullanımında, takım ve aparat değişiminde hatalar yapılmaktadır.
- Hangi sektörde faaliyet gösterirlerse gösterebilirler KOBİ'lerin genel olarak teknoloji düzeyleri düşüktür.
- KOBİ'ler, giderek karmaşıklaşan ve rekabeti zorlayan pazarlamada alt yapıyı kuramamışlardır ve bilgi eksiklikleri de önemli boyutlardadır.
- Ürettikleri ürün ve hizmetin kalitesi genellikle düşüktür.
- KOBİ'ler özellikle dış pazarlar için önemli olan CE-işareti, ISO-3714000 (çevre belgesi), ISO 9000 (kalite güvence standart belgesi) ve benzeri belgelere sahip olsalar bile, standartlara uygun üretim yapmadıkları için ihracat potansiyelleri düşüktür.
- Küresel rekabet ile nasıl baş edeceklerini bilemedikleri için rekabet güçleri zayıftır.
- Ar-ge eksikliği, yabancı ülkelerdeki mevzuatları bilmemeleri, ürün geliştirmede eksik olmaları, KOBİ'lerin başarı şansını azaltmaktadır.

2.5 KOBİ'LERİN EKONOMİK VE SOSYAL DENGELERDEKİ YERİ

KOBİ'ler gerek sayıları, gerek sanayi üretimindeki payları ve gerekse milli gelire katkıları bakımından ülke ekonomilerinde önemli bir yer tutmaktadır (Yörük & Ban, 2003, s. 15). Bu nedenle ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmasında önemli işlevleri yerine getirmektedirler.

2.5.1 KOBİ'lerin Ekonomi İçerisindeki Önemi

KOBİ'lerin ekonomi içerisindeki önemi artmakta ve bu işletmelerin istihdam, üretim, ihracat, katma değer ve yatırım içindeki payları, her geçen gün daha da önemli

büyükliklere ulaşmaktadır (Bilen & Solmaz, 2014, s. 61). KOBİ'lerin, gelişmiş ve gelişmekteki ülke ekonomilerindeki yeri ve önemine, bazı karşılaştırmalarla baktığımızda ise, ne kadar önemli roller oynadıkları görülecektir.

Tablo 13: Bazı Gelişmiş Ülke Ekonomilerinde KOBİ'ler

Ülke Adı	Tüm İşletmeler İçindeki Pay %	Toplam İstihdam İçindeki Pay %	Toplam Yatırımdaki Pay %	Yaratılan Katma Değerdeki Pay %	Toplam İhracat İçindeki Pay %	Toplam Krediler İçindeki Pay %
ABD	97.2	58	38	43	32	42.7
Almanya	99.7	64	44	49	31	35
Japonya	99.4	81.4	40	52	38	50
Fransa	99.8	63.1	46	53.2	23.2	29
İngiltere	98.8	36	29.5	25.1	22.2	27.2
İtalya	98	83	52	47	-	-
Hollanda	98	57	45	32	38	-

Kaynak: Özdemir, S., Ersöz, H., & Sarıoğlu, İ. (2006). İşsizlik Sorununun Çözümünde KOBİ'lerin Desteklenmesi. *İstanbul Ticaret Odası*,s.147. & OECD(2005). SME and Entrepreneurship Outlook. *OECD publications*. & Küçükçolak, A., & Yılmaz, M. K. (2006). Basel II Uygulamalarının KOBİ'lere Etkileri ve İMKB Şirketlerinin Bu Açından Değerlendirilmesi. *5. Orta Anadolu İşletmecilik Kongresi, 15-17 Haziran 2006*. Tokat,s.45.

Tablo 13'e baktığımızda gelişmiş ülkelerde KOBİ'lerin sayısal bakımdan ekonomiye tamamen hakim oldukları görülmektedir. Tüm işletmeler içinde KOBİ'lerin oranı % 97 ile % 99,8 arasında değişmektedir. Bu işletmelerde çalışanların sayısının toplam çalışanların sayısına oranı incelendiğinde, KOBİ'lerin üstünlüğü devam etmektedir. En yüksek oranın % 83 ile İtalya ve % 81,4 ile Japonya'da, en düşük çalışan oranının ise %36 ile İngiltere olduğu görülmektedir. Ancak, KOBİ'lerin toplam yatırımlar, yaratılan katma değer, ihracat ve krediler içindeki paylarına bakıldığında ise, bu alanlarda KOBİ'lerin üstünlüğünün azaldığı tespit edilmiştir.

KOBİ'lerin toplam yatırımlar içerisindeki paylarını incelediğimizde, en yüksek payın % 52 ile İtalya, en düşük payın ise %29,5 ile İngiltere'de olduğu görülmektedir. Yaratılan katma değer açısından ülkelerin durumuna bakıldığında, Fransa (53,2), Japonya (%50) ve Almanya'nın (%49) toplam katma değer içinde önemli bir paya sahip olduğu, İngiltere'nin ise, %25'lik oran ile katma değer açısından da en düşük paya sahip olduğu tespit edilmiştir. Toplam ihracat içerisindeki paylarını incelediğimizde ise, en

yüksek payın % 38 ile Japonya ve Hollanda, en düşük payın ise Fransa (%23,2) ve İngiltere (%22,2) ülkelerinde olduğu gözlenmektedir. Son olarak, KOBİ'lerin ülkelerin toplam kredilerinden aldıkları paylara baktığımızda, en yüksek paya sahip ülkeler Japonya (%50) ve ABD (%42,7) iken, yine en düşük paya sahip ülkenin İngiltere (%27) olması dikkat çekicidir. Gelişmekte olan ülkeler açısından da KOBİ'ler, ekonomin çok önemli bir parçası oluşturmaktadır (Tablo 14).

Tablo 14: Bazı Gelişmekte Olan Ülke Ekonomilerinde KOBİ'ler

Ülke Adı	Tüm İşletmeler İçindeki Pay %	Toplam İstihdam İçindeki Pay %	Toplam Yatırımdaki Pay %	Yaratılan Katma Değerdeki Pay %	Toplam İhracat İçindeki Pay %	Toplam Krediler İçindeki Pay %
Hindistan	98.6	63.2	27.8	50	40	15.3
G. Kore	98.8	59	35.7	34.5	20.2	47
Tayland	98	64	-	47,0	50	-
Singapur	97	44	27	43	10	27
Türkiye	99.8	76.7	38	26.5	10	5

Kaynak: Özdemir, S., Ersöz, H., & Sarıoğlu, İ. (2006). İşsizlik Sorununun Çözümünde KOBİ'lerin Desteklenmesi. *İstanbul Ticaret Odası*, s.158. & OECD(2005). SME and Entrepreneurship Outlook. *OECD publications*. & Küçükçolak, A., & Yılmaz, M. K. (2006). Basel II Uygulamalarının KOBİ'lere Etkileri ve İMKB Şirketlerinin Bu Açından Değerlendirilmesi. 5. *Orta Anadolu İşletmecilik Kongresi*, 15-17 Haziran 2006. Tokat.

Tablo 14'e baktığımızda, gelişmiş ülkelere kıyasla gelişmekte olan ülkelere KOBİ'lerin istihdam yatırım, katma değer, ihracat ve krediler içindeki paylarının azaldığı gözlenmektedir. Ekonomi içinde KOBİ'lerin oranı hemen hepsinde %97-%99,8 arasında değişmektedir. Bu işletmelerin istihdama katkıları da, Singapur hariç (%44), gelişmiş ülkeler kadar olmasa da yine iyi durumdadır. Gelişmekte olan ülkelerin hem yaratılan katma değer içindeki payları (% 26,5-50), hem de ihracat içindeki payları (% 10-50), yine Singapur hariç, iyi düzeydedir. Ancak, bu ülkelere KOBİ'lerin toplam yatırımlar içindeki payları (% 27-35) ve toplam krediler içindeki payları (%5-47), gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında daha düşüktür (Aykaç, Parlak, & Özdemir, 2008, s. 155).KOBİ'lerin gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere ekonomiye olan katkıları genel olarak şunlardır (Erol, 2010, s. 173):

- İşçi-işveren ilişkisi daha yakın bir ortamda gelişmektedir. Bu durum sosyal politikaların bu kesimde ortaya çıkmasını önleyici niteliktedir.

- Gelir yelpazesinin içindeki denge unsurunun kuvvetini sağlarlar. Bu denge yalnızca sosyal yönden değil ekonomik açıdan da önem taşır.
- Bu işletmeler yeni fikirlerin ve buluşların kaynağı olup endüstride gereken esnekliğin sağlanmasına katkıda bulunurlar.
- Üretim ve sanayileşmeyi bütün yurda yaymada etkin bir araç olarak kullanılmaktadırlar.
- Hızlı karar verme olanaklarına sahip oldukları için daha az yönetim ve işlevinde bulunurlar.
- Uzun dönemde büyük endüstri işletmelerinin girdilerinin ve ara mallarının üreticisi olma durumundadırlar
- Kişisel inisiyatiflerin ortaya çıkmasında önemli rol oynadıkları gibi istihdam ve eğitimdeki payları da büyüktür. Bu işletmeler birçok kalifiye elemanın teknik eğitimlerini aldıkları ilk kuruluşlar durumundadırlar.
- Sosyal ve politik bakımdan kullanılmayan işgücü, hammadde ve finansman kaynaklarının daha küçük yatırımlarla işletilmesi olanaklarını sağlayarak yaşam düzeyinin yükselmesinde de etkili olabilmektedirler.
- Küçük birikimler ve aile birikimlerinin doğrudan yatırımlara yansıtılabilmesinde de önemli işlevleri yerine getirirler.
- Savaş ekonomisinde büyük endüstrilerin zedelenmesi durumunda küçük işletmeler önemli işlevleri yerine getirmektedirler. Bu durumlarda KOBİ'ler üretime devam edip küçük ölçüde de olsa gereksinimleri karşılamaya devam etmektedirler.

Genellikle ülkelerin ekonomik ve sosyal yapısını yansıtacak şekilde farklılıklar gösteren KOBİ'lerin ekonomik ve toplumsal önemi, gelişmekte olan ülkelerde son yıllarda anlaşılmasına karşılık, gelişmiş ülkeler ise bugünkü gelişmişlik düzeyine önemli ölçüde, geçmişte bu tip işletmeleri önemsemeleri sayesinde ulaşmışlardır (Erarı, 2001, s. 116)

KOBİ'ler bir taraftan büyük işletmelerle rekabet içinde kendi başlarına nihai ürün ya da hizmet üreterek ekonomiye katkıda bulunurken diğer taraftan da büyük işletmeleri yan sanayi biçiminde tamamlayarak onların daha üretken olmalarına ve ekonomiye katkılarının daha da artmasına yardımcı olmaktadır (Tatlıdil & Candemir, 1998, s. 10).

Açıklamalardan anlaşılacağı üzere KOBİ'lerin ekonomi içerisindeki önemi her geçen gün artmakta ve bu işletmelerin istihdam, üretim, ihracat, katma değer ve yatırım içindeki payları, daha önemli büyüklüklere ulaşmaktadır. Bu nedenle KOBİ'lere yönelik politika ve programların geliştirilmesi, bölgesel farklılıkların dikkate alınarak oluşturulması ve mevcut uygulamaların bu doğrultularda iyileştirilmesi amacıyla daha çok AR-Ge faaliyetlerine önem verilmesi, yeni çıkan teknolojilerin yakından takip edilmesi gerekmektedir (Bilen & Solmaz, 2014, s. 61).

2.5.2 KOBİ'lerin Kalkınmaya Etkisi

Bütün ülkelerin ekonomilerinde çok önemli bir yeri bulunan KOBİ'lerin, özellikle 1970'li yıllardan sonra ekonomi politikalarının ağırlık merkezini oluşturmaları ve günümüzde de çok sayıda olmalarının nedeni, bu kuruluşların toplumsal ve ekonomik kalkınmada oynadıkları çok çeşitli ve boyutlu rollerden kaynaklanmaktadır. Her ne kadar gelişmekte olan ülkelerde bu işletmelerin ekonomik ve toplumsal önemini son yıllarda anlayabilmişlerse de, gelişmiş ülkeler çok daha önceleri bu önemin farkına varmışlar ve bugünkü kalkınmışlık düzeylerini büyük ölçüde bu işletmeler sayesinde gerçekleştirmişlerdir. Örneğin, ABD 43 yıl önce Küçük işletmeler Kanunu'nu (The Small Business Act Of 1953) yürürlüğe koymuş ve bu işletmelerin desteklenmesi ve teşvik edilmesi gerektiğini vurgulamıştır (Sarıaslan, 1996, s. 14).

KOBİ'lerin ekonomik ve toplumsal kalkınmada üstlendikleri rol, farklı ülkelerin kültürel yapısını yansıtacak şekilde farklılık göstermektedir. Örneğin, ABD'de KOBİ'ler serbest piyasa ekonomisinin temel taşları olarak kabul edilirken, Japonya'da bu işletmeler büyük işletmelere düşük maliyetli, yüksek kaliteli ve genellikle yenilik taşıyan parçalar sağlayan yan sanayi konumunda olmaları nedeniyle önem kazanmaktadırlar. Avrupa'da ise ülkeden ülkeye farklılıklar olmasına rağmen, ilgi genelde ekonominin geleneksel ve orta düzeyde teknolojiye dayalı sektörlerinde mevcut olan KOBİ'ler üzerinde yoğunlaşmaktadır (Sarıaslan, 1996, s. 14; Demir, Birbil, Atalay, & Yıldırım, 1998, s. 67). KOBİ'lerin ekonomik ve sosyal kalkınmaya olan katkılarını dört temel başlık altından değerlendirmek mümkündür.

2.5.3 Ekonomiye Dinamizm Kazandırma Aracı Olarak KOBİ'ler

Uluslararası rekabetin yoğunlaştığı günümüzde, ülkelerin başarılı olabilmesi için dünya ekonomisi ile uyum sağlamaları gerekmektedir. Dünya ekonomisi ile uyum sağlamak için de ekonomilerin bir yandan piyasa ekonomisi mantığı çerçevesinde yapısal değişiklik ve düzenlemelere gitmesi, diğer yandan da KOBİ'lere ilişkin ekonomi politikalarını gözden geçirip dünya ekonomisindeki gelişmeler ışığında yeni yaklaşımlar geliştirmek zorundadır. Çünkü evrenselleşen piyasa ekonomisinin temeli olan rekabetin yerleşmesi ve sürdürülmesi KOBİ'lerin varlığına bağlıdır (Sarıaslan, 1994, s. 30).

Bağımsız olarak ayakta kalmak ve başarmak güdüsü ile yönlendirilen ve yönetilen KOBİ'ler bir ekonominin barometresidirler. Çünkü KOBİ'ler ekonomide sağladıkları istihdam, , gerçekleştirdikleri ihracat, yarattıkları katma değer gibi genelde bilinen ve doğrudan ölçülebilen ekonomik yararların dışında, bir ekonomiye sağladıkları en önemli katkı o ekonominin tümüne kazandırdıkları “ dinamizmdir” (Sarıaslan, 1996, s. 15). Ayrıca, KOBİ'ler, bir ekonomide bazı fidanları çürüten ve bazıları da büyüyerek bir orman oluşturan bir “fidanlık işlevi” görmektedirler. Bolton Komitesi bu fidanlık işlevini aşağıdaki gibi ifade etmektedir: “Ekonominin sağlıklı olması önemli sayıda yeni işletmelerin doğuşu ve bazılarının mevcut endüstri liderlerinin meydan okuyabilecek ve yerini alabilecek bir konuma kadar büyümelerini gerektirmektedir. Büyük firmalar tarafından kontrol altına alınmış bir ekonominin kendisini kemikleşmekten ve çürümekten uzun süre koruyamayacağından korkuyorlar. Buna karşı bir koruyucu olarak gelişen bir küçük işletme sektörünün muhafaza edilmesinden başka uzun vadeli bir alternatif de düşünmüyoruz. Bu nedenle, KOBİ'ler bazı fidanları çürüten ve bazıları büyüyerek bir işletme ormanı oluşturan bir fidanlık fonksiyonu görevini üstlenirler” (Little, Mazumdar, & Page, 1987, s. 19). Yani, ekonominin uzun vadede sağlıklı işlev görebilmesi için KOBİ'lerin sürekli bir değişim ve canlanma içinde olması gerekmektedir.

2.5.4 KOBİ'lerin İstihdam Sağlama ve Yeni İş İmkânı Yaratma Etkileri

KOBİ'lerin, küreselleşmesin hız kazandığı piyasalarda rolü giderek artmaktadır. KOBİ'lerin, yeni istihdam alanları yaratılmasındaki katkıları, piyasa koşullarındaki değişikliklere uyum sağlama yetenekleri, ekonomik ve sosyal kalkınmanın sağlanmasındaki etkileri ile gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerinde her geçen

gün daha vazgeçilmez olmaktadır. Bu gelişme de ülkeleri KOBİ'lerin teşviki ve gelişimi için uygun politikalar belirlemeye yöneltmektedir (İrten, 2004, s. 1).

1970'li yıllara kadar ekonomik kalkınmanın özünü oluşturan ve hızlı gelişen büyük işletmelerin, 1973 krizi ile ABD ve Batı Avrupa ülkelerinin içine girdiği ekonomik durgunluk ve gerileme dönemlerinde iş hacimlerini daraltmaları sonucu, işsizlik önemli ölçüde artmıştır. KOBİ'lerin önemi de bu dönemde anlaşılmıştır. Çünkü bu tür işletmeler esnek yapıları sayesinde, o dönemdeki ekonomik koşullara hızlı bir şekilde uyum sağlayarak krizi çok kolay atlattırlardır. İstihdam imkânlarını daraltmadıkları gibi büyük işletmelerin boş bıraktıkları pazar birimlerini doldurarak istihdam imkânlarını artırmışlardır. KOBİ'lerin istihdam için büyük bir kaynak olduğunun anlaşılması sonucu bu işletmelerden mevcut olanları korumak ve yenilerinin kuruluşunu teşvik etmek için özellikle gelişmiş ülkelerde çeşitli destek ve teşvik politikaları uygulamaya konulmuştur. Çünkü KOBİ'lerin istihdam sağlama ve yeni iş yaratma fonksiyonunun önemini ve büyüklüğünü çeşitli ülkelerdeki istatistiksel araştırmalar açıkça ortaya koymuştur (Sarıoğlu, 2001, s. 31).

Örneğin, ABD' de KOBİ'lerin, toplam işgücü içindeki payı %58'dir. Yine Küçük işletmeler idaresinin (Small Business Administration, SBA) yaptığı bir araştırmaya göre ABD'de 1978-1988 yılları arasındaki dönemde yaratılan toplam yeni iş imkanlarının %60'ından fazlasını KOBİ'ler sağlamıştır. Öte yandan, aynı dönemde büyük işletmelerin durumunu görmek için Fortune dergisinin 500 büyük firma üzerinde yaptığı araştırma 1980-1989 arası dönemde bu büyük işletmelerin 3.5 milyon işçi çıkardığını ortaya koyarken, bu dönemde, ekonomide toplam olarak net 17.5 milyon kişilik yeni iş olanağı yaratıldığını ve bunu yaklaşık 2/3'nün yalnızca KOBİ'ler tarafından sağlandığını göstermiştir. Bu noktada hemen belirtilmelidir ki, ABD'deki araştırmaların ortaya koyduğu gibi, KOBİ'lerin istihdam yaratma gücü ekonomik dönemlerin dalgalanmasına göre değişmektedir. Ekonominin daralmaya girdiği veya genişlemeye başladığı dönemlerde KOBİ'lerin iş yaratma gücü yüksek iken, büyük işletmeler ekonominin genişleme devresine girdiği dönemlerde daha etkindirler ve daha çok iş yaratırlar. Bu nedenle, Amerikan ekonomisinde işletmeler 1978-1980 arası yıllarda yeni işlerin %89'unu sağlamışken, 1980-1982 yılları arası dönemde yeni işlerin ancak %38'ini yaratmışlardır. İlk dönem genişlemeye başlama dönemi iken, ikinci

dönem genişlemenin yaşandığı dönem olarak kabul edilmektedir (Sarıaslan, 2001, s. 31).

Türkiye'deki tüm işletmelerin %99,8'i KOBİ'lerden oluşmakta ve bu işletmeler toplam istihdamın %76,7'sini sağlamaktadır. Bu oranlar KOBİ'lerin tüm ülkelerde olduğu gibi, Türkiye'de de istihdam sağlama ve yaratmada büyük bir öneme sahip olduğunu göstermektedir.

2.5.5 KOBİ'lerin Esneklik ve Yenilikleri Teşvik Etme Yetenekleri

KOBİ'ler değişme ve yenilikleri hemen uygulamaya koyma esnekliğine sahip oldukları için daha yenilikçidirler. Büyük işletmeler ölçek ekonomisinin maliyet avantajından yararlanmak için makine, araç, gereç ve işgücüne yaptıkları büyük yatırımlar sebebiyle aynı ürünü uzun süre üretmek zorunda kalacaklardır. Ancak, küçük işletmelerin büyük ölçekli yatırımlara bağlı kalmak gibi bir zorunlulukları yoktur. Çünkü ölçek ekonomileri küçüktür ve büyük işletmelere göre daha esnek bir yapıya sahiptirler. KOBİ'lerin üretim sürecindeki bu esnekliği ile sahiplik ve yöneticilik fonksiyonlarının birleştiği karar mekanizması ile büyük ölçekli işletmelerin bürokratik yapısıyla karşılaştırılınca KOBİ'ler (Sarıaslan, 1996, s. 20):

- Yeni yönetim ve organizasyon yapılarına,
- Yeni üretim yöntemlerine,
- Yeni ölçek tekniklerine,
- Yeni pazarlama stratejilerine kendilerini kolaylıkla uyarlayabilecekleri yüksek ölçüde bir esneklik ve yenilik kabiliyetine sahip olabileceklerdir.

KOBİ'ler esnek yapıları sayesinde iç ve dış pazarlardaki değişmelere eş anlı uyum sağlayabilme kapasitesi yanında, teknoloji alanındaki yeniliklere hızlı ve kolay adapte olabilme, ürün çeşitliliği sunabilme, az girdi ile çok çıktı elde etme gibi avantajlar da sunmaktadır. Bu sayede, KOBİ'lerin esnek örgütlenme biçimi ekonomiyi uzun dönemli olarak ayakta tutabildiği gibi, aynı zamanda ekonomilerin kendi varlıklarını koruyup güçlendirerek sürdürmelerinin garantisini de vermektedir (Türkoğlu & Çelikkaya, 2011, s. 3).

KOBİ'lerin esnek yapılara sahip olmaları ve tüketici ihtiyaçlarına daha kısa sürede cevap verebilmeleri için KOBİ'ler tarafından transfer edilmesi ve geliştirilmesi gereken üç tip teknolojiyi şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Küçük ölçek teknolojileri
- Emek yoğun teknolojileri
- İleri teknoloji know-how

Küçük ölçek teknolojileri, belli bir ölçeğe ulaşmanın birim maliyetlerde meydana getirdiği avantajı, daha küçük ölçeklerde yani daha az sabit yatırımla yakalama imkanı veren teknolojilerdir. Bu şekilde KOBİ'ler hem maliyet avantajları hem de daha esnek olma imkanından yararlanabilmektedirler. Emek yoğun teknolojiler, daha az sermaye ve uzmanlık gerektiren teknolojilerdir. İlk etapta gelişmekte olan ülkeler açısından oldukça cazip görünmekle birlikte, uzun vadeli olarak sadece bu teknolojilere bel bağlamak oldukça yanlıştır. Ancak bu önemli olumsuzluğa rağmen, gelişmekte olan ülkelerde bu tip teknolojilerin belli ölçüde sermaye birikimi sağladığı da unutulmamalıdır. İleri teknoloji know-how'ını edinmek KOBİ'ler açısından önemli avantajlar sağlamaktadır. Bunun için de transferi yapacak KOBİ'lerin nitelikli ve yeterli insan kaynağına ve teknolojiyi geliştirebilme kapasitesine sahip olmaları gerekmektedir (Aynural & Kaya, 2001, s. 381).

KOBİ'ler, rakiplerine karşı rekabet gücünü artırmak istiyorsa, faaliyetlerini yeni ürünler ve hizmetler geliştirme ve pazarlama üzerinde yoğunlaştırmak zorundadırlar. Bağımsız birer ekonomik birim olarak KOBİ'ler, büyük işletmelerin ürettikleri ürünlerin aynısını üreterek değil, esneklik yeteneklerini kullanarak, büyüklerin giremediği pazar noktalarına girmek, müşteri talep değişikliklerine ayak uydurmak, gerektiğinde üretim alanlarını değiştirmek biçiminde stratejiler izlemelidirler (Sarıaslan, 1996, s. 20).

2.5.6 Bölgesel Kalkınmayı Hızlandırmada KOBİ'lerin Etkisi

Bölgesel kalkınma, sanayileşmenin belli bölgelerde yoğunlaşması sonucu ortaya çıkan eşitsizliği ortadan kaldırmak amacıyla, geri kalmış bölgelerin sanayileştirilerek gelişmiş bölgelerin seviyesine ulaştırılmasının ve ülke içinde adil bir refah dağılımının sağlanmasıdır. Bir ülkenin kalkınması bölgesel kalkınma ile yakından ilişkilidir (Işık & Kılınc, 2011, s. 13). İşletme ölçeği ile ekonomik kalkınma süreci arasındaki ilişki incelendiğinde, beş aşamalı bir kalkınma sürecinden söz etmek mümkündür;

- **1.Aşama:** KOBİ'lerin ülkenin tüm coğrafik bölgelerine dağılmış olması,
- **2.Aşama:** Özellikle kırsal veya taşra bölgelerinde faaliyette bulunan küçük işletmelerin, bölgede istihdam ve gelir yaratarak bölge nüfusunun büyük şehir merkezlerine göçünü engellemesi,
- **3.Aşama:** Duran ya da azalan göç sonucu bölgede ekonomik faaliyetlerin canlanması,
- **4.Aşama:** Bölgenin imkanlarına ve izlenen kalkınma politikalarına bağlı olarak, canlanan ekonomik faaliyetlerin dinamik ve büyüme potansiyeli yüksek işletmelerin doğuşunu teşvik edici bir ekonomik ortamı yaratması,
- **5.Aşama:** Dinamik ve büyüme potansiyeli yüksek işletmelerin kurulması ile bölgesel kalkınmanın hızlanması ve dolayısıyla ülke ekonomisinin gelişmesidir (Sarıaslan, 1996, s. 22).

KOBİ'lerin bir ülkenin kalkınması için, yapabilecekleri en önemli katkılardan birisi, o ülkenin tüm yaratıcı potansiyelini ortaya çıkartmalarıdır. Bilindiği gibi ekonomik gelişmeyi hızlandırmanın en etkili yollarından birisi toplumun tüm yaratıcı potansiyelinin ortaya çıkarılmasıdır. Yeni ve yaratıcı fikirlerin gelişimini tüm toplum kesimlerini kapsayacak şekilde yaygınlaştırmanın en etkili yolu ise, fırsat eşitliğinin tüm ekonomik birimlere yaymaktır. Toplumun tüm kesimlerini kapsayan, irili ufaklı tüm yerleşim noktalarına kadar yayılmış ve toplumun %99'unu oluşturan ekonomik birimlerde KOBİ'lerdir. Bu yüzden, ülke coğrafyasının kapsadığı tüm yerleşim birimlerine kadar yayılan KOBİ'lerin doğuşunu ve gelişmesini sağlayıcı bir fırsat eşitliği ortamının yaratılması, hem bölgesel kalkınma hem de ülkenin ekonomik ve sosyal açıdan gelişmesi bir zorunluluk haline gelmiştir (Sarıaslan, 2001, s. 34)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

2008 SONRASI DÖNEMDE MANİSA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ (OSB)'NDE FAALİYET GÖSTEREN KOBİ'LERİN REKABET GÜCÜ ANALİZİ

Bu bölümde, öncelikle, Manisa ili ve OSB'si hakkında genel bilgiler verilmiştir. Ayrıca, anket yöntemi ile Bölge'deki KOBİ'lere ait veriler SPSS programında analiz edilerek, ulaşılan sonuçlar farklı analiz yöntemleriyle değerlendirilmiştir. Daha sonra ise, Manisa OSB'de, faaliyet gösteren ve ilin bölgesel kalkınmasında önemli bir payı bulunan KOBİ'lerin güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya buldukları fırsat ve tehditler ortaya konularak, rekabet güçlerinin değerlendirilmesi amacıyla, SWOT analizi gerçekleştirilmiştir.

3.1 MANİSA İLİNİN SOSYO-EKONOMİK ÖZELLİKLERİ

Manisa, TR33 bölgesi (Kütahya, Afyonkarahisar, Uşak ve Manisa) içindeki iller arasında gelişmişlik sıralaması bakımından ilk sırada yer almaktadır. Sanayi sektörünün en gelişmiş olduğu il olup, başta elektronik sektörü olmak üzere bölgenin “yüksek katma değere” sahip üretim merkezidir. Ayrıca madencilikte zengin, tarımda, Türkiye'de en çok üzüm, pamuk, tütün ve zeytin yetiştiren bir ildir (ZKA, 2009).

Manisa, bugün olduğu gibi, geçmişinde de hep tükettiğinden çok fazlasını üreten bir il olmuştur. Özellikle, 18. ve 19. yüzyıllarda hız kazanan sanayi bitkileri ve üzüm üretimi, bunların kısmen işlenerek ihraç edilmesi, Manisa'nın iktisadi yapılanmasında önemli rol oynamıştır.

Cumhuriyet döneminde ilde; un, zeytinyağı, pamuk, kösele, susam yağı, zeytin, halı ipliği, halı, kilim, meyan kökü, tahan, helva gibi çoğu ihracata yönelik ürünler üretilmiştir. 1957 yılında işletmeye açılan Soma Termik Santrali ve 1960 yılında hizmete giren Demirköprü Hidroelektrik Santrali imalat sanayindeki gelişmeleri hızlandırmıştır.

Manisa, yer altı kaynakları alanında da tür ve rezerv olarak zengin bir ildir. En önemli yer altı zenginliği linyit kömürüdür. Bunun dışında bitümlü şist, uranyum, asbest, ditsen, feldspat, kaolen, mermer, perlit, titan, zeolit, zımpara, altın, antimuan,

bakır-kurşun-çinko, civa, demir, manganez ve nikel madenleri rezervleri de belirlenmiş olup, bir bölümünde işletmecilik yapılmaktadır (MESOB, 2004).

Manisa ilinin sanayi açısından gelişmiş olması tüm bölgeyi etkilemektedir. Manisa ili yüksek katma değerli elektronik sektöründe çok gelişmiş durumda olup, bu kapsamda TV, bilgisayar üretimi ve bunlara bağlı yazılım vb. çok ön plandadır. Ayrıca bu sektörlerin yan sanayi kolları da Manisa Organize Sanayi Bölgesinde gelişmiştir (ZKA, 2009).

Ülke ekonomisinin dünya ile bütünleşebilmesinde, üzerine düşen görevleri en üst düzeyde yerine getirmek çabasında olan ve planlı kalkınma modeli çerçevesinde çalışmalarını sürdüren Manisa Organize Sanayi Bölgesi, gerek bünyesinde faaliyet gösteren sanayi tesislerinin büyüklüğü, gerekse sanayiciye sağlanan tüm altyapı ve destek hizmetlerinin yanı sıra çevreye vermiş olduğu önemle de diğer OSB'ler arasında tercih sıralamasında önde gelmektedir (MESOB, 2004).

1963 yılında Manisa Organize Sanayi Bölgesi kuruluş çalışmalarına başlanmış, 1970 yılında hizmete sokulmuştur. İlin sanayi alanındaki gelişiminde, Organize Sanayi Bölgesi ve Küçük Sanayi Sitelerinin varlığı ve rolü tartışmasızdır. Manisa sanayisi, Cumhuriyetin ilk yıllarında gıda, dokuma ve deri gibi sanayi dallarında yoğunlaşmışken, 1970'li yıllarda tarımsal sanayi yapısı değişmeye başlamıştır. 1980'li yıllardan sonra üretim çeşitliliği çoğalmış, 2000'li yıllara gelindiğinde ise uluslararası piyasalara hitap eden tarıma dayalı sanayi ürünleri yanında diğer sanayi ürünlerinin de üretimi ilde önemli büyüklüğe ulaşmıştır.

Manisa İlinde Bölgenin en büyük OSB'si olan Manisa OSB ile Akhisar, Salihli ve Turgutlu İlçelerinde 3 adet olmak üzere toplam 4 adet faal durumda OSB bulunmaktadır. Manisa OSB'de Haziran 2010 itibariyle 24.000'in üzerinde istihdam, ilçe OSB'lerinde ise 4.000 kişi üzerinde istihdam sağlanmaktadır.

Manisa Organize Sanayi Bölgesi (M.O.S.B), imalat sanayinde yoğunlaşmayı sağlayarak, çeşitliliği ve sektörel zenginliği de beraberinde getirmiştir. M.O.S.B'de; demir çelik, dokuma ve giyim, elektronik, elektrikli ev aletleri, gıda, kimya, orman, inşaat, otomotiv yan sanayinde faaliyet gösteren birçok firma, üretimleriyle bölge sanayi ve ticaret yaşamına can vermektedir.

Üç kısımdan oluşan M.O.S.B.’de; I. Kısım 174 hektar, II. Kısım 150 hektar, III. Kısım 185 hektar büyüklüğündedir. IV. kısım; teknoloji yoğun alanlarda yatırım olanakları yaratmak, araştırmacı ve vasıflı kişilere iş imkanı yaratmak, teknoloji transferine yardımcı olmak ve yüksek/ileri teknoloji sağlayacak yabancı sermayenin ülkeye girişini hızlandıracak teknolojik altyapıyı sağlamak amacıyla “teknopark” olarak düşünülmektedir.

Manisa Organize Sanayi Bölgesi içindeki firmalar, yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası seviyede üretim yapmaktadır. 2013 yılı itibariyle MOSB’de 183 faal sanayi tesisi, faal durumda olmayan 11 adet tesis, yapım aşamasında 11 adet tesis, proje aşamasında ise 17 adet tesis bulunmaktadır. İstanbul Sanayi Odası (İSO) kriterlerine göre Türkiye’deki 500 büyük sanayi kuruluşunun 21’i Manisa Organize Sanayi Bölgesinde faaliyette bulunmaktadır.

Tablo 15: İSO Kriterlerine Göre Türkiye’deki 500 Büyük Tesis İçine Giren Manisa Sanayi Kuruluşları

İl Sıra No	Türkiye Sıra Numarası	Sanayi Kuruluşunun Adı	İlçesi
1	14	Vestel Elektronik San. ve Tic. AŞ.	Merkez
2	30	Vestel Beyaz Eşya San. ve Tic. AŞ.	Merkez
3	115	İndesit Company Beyaz Eşya AŞ.	Merkez
4	124	Bosch Termo Teknik AŞ.	Merkez
5	126	Sarten Ambalaj San.Tic.AŞ.	Merkez
6	127	Componenta Döküm. Tic. ve San.AŞ.	Merkez
7	137	Kerim Çelik Mamulleri İmal. Ve Tic. AŞ.	Merkez
8	163	Standart Profil Otomotiv San. ve Tic. AŞ.	Merkez
9	170	Doğa Organik Gıda ve Tarım Ürün. AŞ.	Merkez
10	183	Olmuksan Ambalaj San. AŞ.	Merkez
11	186	Mondi Tire Kutsan Kağıt San. Tic. AŞ.	Merkez
12	221	Schneider Elektrik San. ve Tic. AŞ.	Merkez
13	227	İpek Kağıt San. ve Tic. AŞ.	Merkez
14	252	Polinas Plast. San. ve Tic. AŞ.	Merkez
15	268	Hayes Lemmerz İnci Jant AŞ.	Merkez
16	290	Çimentaş İzmir Çimento Fab. AŞ.	Merkez
17	306	İnci Akü San. Tic. AŞ.	Merkez
18	330	Yonca Gıda San. İşl. İç Dış AŞ.	Merkez
19	413	Emas Makine Sanayi AŞ.	Merkez
20	421	Hayes Lemmerz Jantaş Jant AŞ.	Merkez
21	494	Konveyör Beyaz Eşya Tic. AŞ.	Merkez

Kaynak: TÜİK. (2013). *Sayılarla Manisa*. Manisa Valiliği, İl Planlama ve Koordinasyon Müdürlüğü.

3.2 ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmada, 2008 sonrası dönemde Manisa OSB’de faaliyet gösteren KOBİ’lerin rekabet gücü ortaya konulmaya çalışılacaktır. Ayrıca KOBİ’lerin ilin sosyo-ekonomik yapı içerisindeki yeri, sanayileşmesine katkıları, temel sorunları saptanacak ve elde edilen verilerin değerlendirilmesi sonucunda çözüm önerileri sunulacaktır.

3.3 ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

KOBİ’lerin rekabet edebilme seviyeleri, karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri, Manisa il merkezi OSB’de faaliyet gösteren 104 adet KOBİ kapsamında incelenmeye çalışılmıştır.

3.4 ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın örneklemini, Manisa ili OSB’de faaliyet gösteren KOBİ’ler olarak belirlenmiştir. KOBİ tanımı olarak ise, 04.11.2012 tarihli ve 28457 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Yasa’daki çalışan sayısı² üst limit olarak kabul edilmiştir. Buna göre, araştırmada sadece, en fazla 250 işçi çalıştıran işletmeler kapsama alınmıştır. OSB’deki 183 işletmeden 142’sinin KOBİ niteliğinde olduğu tespit edilmiştir.

Ankete katılacak kişi sayısını, yani örneklem büyüklüğünün belirlenmesi için bazı formüller mevcuttur. Evren birim sayısının bilinmesi durumunda aşağıdaki formül yardımıyla ankete katılacak kişi sayısı belirlenir (Çözüm, 2015; Keskin & Demirer, 2012, s.27).

$$n = \frac{Nt^2pq}{d^2(N-1)+t^2pq}$$

N: Ana kütle büyüklüğü (Manisa OSB’deki KOBİ’lerin sayısı)

²On kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu bir milyon Türk Lirasını aşmayan mikro ölçekli işletmeler, Elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu sekiz milyon Türk Lirasını aşmayan küçük ölçekli işletmeler, iki yüz elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu kırk milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler orta ölçekli işletme olarak sınıflandırılmıştır.

n: Örneklem büyüklüğü (Ankete katılacak kişi sayısı)

p: Evrendeki X' in gözlenme olasılığı

q: 1-p (veya Evrendeki X' in gözlenmeme olasılığı)

σ : Evren standart sapması

d: kabul edilen \pm örnekleme hata oranı

$t_{(\alpha, sd)}$: $\alpha = 0,05, 0,01, 0,001$ için sırasıyla 1,96, 2,58 ve 3,28 tablo değerleri

$$n = \frac{142 (1,96)^2 (0,5)(0,5)}{0,05^2 (142-1) + 1,96^2 (0,5)(0,5)} = 104$$

%5 anlam düzeyi ve %5 örneklem hatası dikkate alınarak örneklem büyüklüğü 104 olarak bulunmuştur.

3.5 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Manisa İlindeki KOBİ'lerin bugünkü durumunu, sorunlarını ve gelişme olanaklarını incelemeye yönelik araştırmanın gerçekleştirildiği KOBİ'lere ilişkin bilgiler (sayıları, ticari unvanları, faaliyet alanları, adresleri, telefon numaraları vb.) Manisa OSB'den temin edilmiştir.

Manisa OSB'deki işletmelerin rekabet güçlerinin analiz edilmesi, hem bölgenin hem de ülkenin sanayileşmesine katkılarının saptanması ve sanayileşme politikalarının geliştirilmesine ilişkin bilgi ve verilerin toplanmasında anket yöntemi kullanılmıştır. Anketin önsözünde, ankete katılan kişilerin soruları etki altında kalmadan ve hiç bir endişe taşımadan cevaplamaları için gerekli açıklamalar yapılmış, ayrıca cevapların ve cevaplardan elde edilecek bilgilerin gerçekçi bir yapıya sahip olması için kontrollü 28 soru sorulmuştur.

Araştırmada elde edilen verileri değerlendirmede SPSS.22 (Statistical Package for Social Sciences) paket programı kullanılmış, alınan cevaplar frekans dağılımına göre değerlendirilmiş, yüzde analizine uygun bir şekilde tablo haline getirilmiştir. Sorulara verilen cevaplar arasında çaprazlama yapılarak cevapların birbirleri arasındaki ilişkiler incelenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda, KOBİ'lerin güçlü ve zayıf yönleri ile

karşı karşıya bulunduğu fırsat ve tehditler ele alınarak, rekabet güçlerinin değerlendirilmesi amacıyla SWOT analizi yapılmıştır.

3.6 ARAŞTIRMADA ELDE EDİLEN BULGULAR VE DEĞERLENDİRMELER

Anket çalışması sonucunda elde edilen veriler tablolar haline dönüştürülerek aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

3.6.1 KOBİ'lerin Genel Özellikleri

Aşağıda, Manisa OSB'deki KOBİ'lerin hukuki yapısı, kuruluş yılları ve faaliyet alanları konularına değinilmiştir.

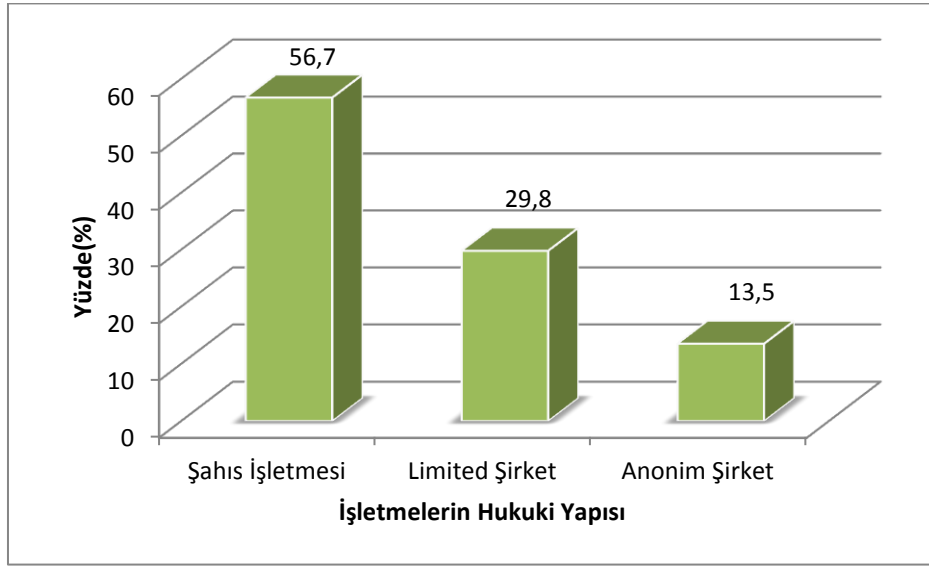
3.6.1.1 KOBİ'lerin Hukuki Yapısı

Manisa Organize Sanayi Bölgesi içerisinde faaliyette bulunan işletmeler arasında uygulanan anket çalışması sonucunda, ankete cevap veren 104 KOBİ'nin hukuki yapısı itibariyle dağılımına bakıldığında KOBİ'lerin 59 tanesinin şahıs işletmesi, 31'inin limited şirket ve 14'ünün anonim şirket olduğu görülmüştür. Bu bağlamda KOBİ'lerin büyük çoğunluğunun hukuki yapısının şahıs işletmesi olduğu tespit edilmiştir (Tablo 16).

Tablo 16 : KOBİ'lerin Hukuki Yapısı

Hukuki Yapı	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
Şahıs İşletmesi	59	56,7	56,7
Limited Şirket	31	29,8	86,5
Anonim Şirket	14	13,5	100
Toplam	104	100	

Şekil 7: KOBİ'lerin Hukuki Yapısı



3.6.1.2 KOBİ'lerin Kuruluş Yılları

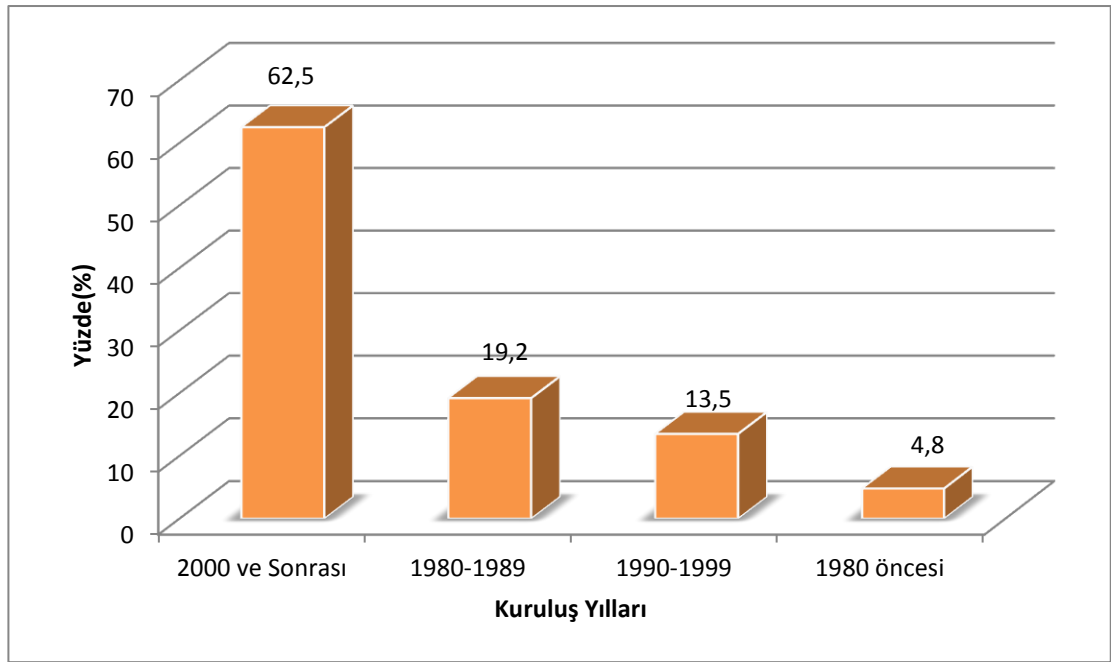
Ankete cevap veren 104 KOBİ'nin kuruluş yılları itibariyle dağılımına bakıldığında, işletmelerin %62,5'unun 2000 ve sonrasında faaliyete geçtiği görülmektedir. Bu yıllar itibariyle üretime geçen işletme sayısı ise 65'dir.

Sırasıyla 1980 öncesi 5 (% 4,8), 1980-1989 yılları arasında 14 (% 13,5), 1990-1999 yılları arasında 20 (%19,2) işletmenin faaliyete geçtiği görülmektedir. Diğer bir deyişle KOBİ'lerin yarısından fazlasının 2000 ve sonrasında kurularak üretime geçtikleri söylemek mümkündür (Tablo 17).

Tablo 17: KOBİ'lerin Kuruluş Yılları

Kuruluş Yılı	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
1980 öncesi	5	4,8	4,8
1980-1989	14	13,5	18,3
1990-1999	20	19,2	37,5
2000 ve Sonrası	65	62,5	100,0
Toplam	104	100,0	

Şekil 8: KOBİ'lerin Kuruluş Yılları



3.6.1.3 KOBİ'lerin Faaliyet Alanları

Ankete katılan KOBİ'lerin faaliyet alanlarına göre dağılımına bakıldığında en fazla sayının yapı ve inşaat sektörüne ait olduğu görülmektedir. 104 KOBİ arasında, yapı ve inşaat sektörü 27 işletme ile %26'lık bir paya sahiptir. Yapı ve inşaat sektörünü %11,5'lik payla 12 elektrik ve elektronik işletmesi takip etmektedir. Elektrik ve elektronik işletmelerini 6 işletme ile makine-makine ekipmanları ve tekstil-deri sanayi firmaları %5,8'lik payla takip etmektedir. Organize sanayi bölgesi içerisindeki diğer işletmelere baktığımızda, 5'er işletme ile demir-çelik(% 4,8) ve otomotiv(% 4,8), 4'er işletme ile ambalaj-kağıt-baskı-kırtasiye(% 6,7) ve cam (% 6,7), 2'şer işletme ile gıda(%1,9), kimyasal boya temizlik-güvenlik, 1 işletme ile mobilya (%1,0) sanayisinde faaliyette buldukları tespit edilmiştir (Tablo 18).

Tablo 18: KOBİ'lerin Temel Faaliyet Alanları

Faaliyet Sektörü	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
Yapı ve İnşaat	27	26,0	26,0
Metal ve Metal İşleme	20	19,2	45,3
Elektronik ve Elektronik	12	11,5	56,8
Plastik ve Kauçuk	10	9,6	66,4
Tekstil ve Deri	6	5,8	72,2
Makine ve Makine Ekipmanları	6	5,8	78,0
Otomotiv	5	4,8	82,8
Demir-Çelik	5	4,8	87,6
Cam	4	3,8	91,4
Ambalaj-Kağıt-Baskı Ve Kırtasiye	4	3,8	95,2
Kimyasal Boya Temizlik ve Güvenlik	2	1,9	97,1
Gıda	2	1,9	99,0
Mobilya	1	1,0	100,0
Toplam	104	100,0	

3.6.1.4 KOBİ'lerin Kuruluş Yılları ve Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı

Ankete katılan ve Manisa OSB'de üretimlerini gerçekleştiren KOBİ'lerin faaliyet alanları ve kuruluş yılları dikkate alınarak incelenmesi durumunda işletmelerin 65'inin 2000 ve sonrasında kurularak faaliyete geçtikleri görülmektedir. 2000 ve sonrasında faaliyet alanı itibariyle en yüksek payın, 17 işletme ile yapı ve inşaat sanayi işletmelerine ait olduğu tespit edilmiştir (Tablo 19).

Tablo 19: KOBİ'lerin Kuruluş Yılları ve Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı

Temel Faaliyet Sektörü	İşletmenin Kuruluş Yılı				Toplam
	1980 Öncesi	1980-1989 Arası	1990-1999 Arası	2000 ve Sonrası	
Ambalaj-kağıt-baskı ve kırtasiye	-	2	1	1	4
Cam	-	-	1	3	4
Demir-Çelik	-	2	-	3	5
Elektronik ve Elektronik	1	3	2	6	12
Gıda	-	1	1	-	2
Kimyasal Boya Temizlik ve Güvenlik	-	-	-	2	2
Makine ve Makine Ekipmanları	-	2	1	3	6
Metal ve Metal İşleme	-	1	3	16	20
Otomotiv	-	-	1	5	5
Plastik ve Kauçuk	-	1	4	5	10
Tekstil ve Deri	-	1	-	5	6
Yapı ve İnşaat	4	1	5	17	27
Mobilya	-	-	1	-	1
Toplam	5	14	20	65	104

3.6.2 KOBİ'lerde İnsan Kaynakları

Manisa OSB'deki KOBİ'lerde istihdam edilen personel ve idari personel sayısı, aşağıda detaylı olarak incelenmiştir.

3.6.2.1 KOBİ'lerde İstihdam Edilen Personel Sayısı

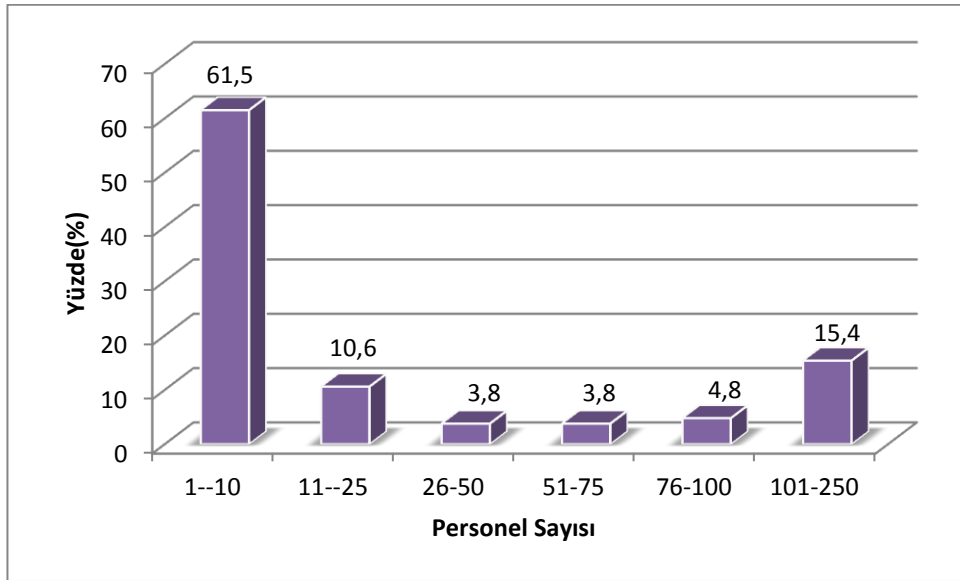
KOBİ'lerde istihdam edilen personel sayısına ilişkin soru ile anket kapsamındaki 104 işletmeden, 04.11.2012 tarihli ve 28457 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan yeni KOBİ tanımına göre, 1-10 işçi istihdam eden 64 (%61,5) işletmenin mikro ölçekli, 11-50 işçi istihdam eden 15 (14,4) işletmenin küçük ölçekli, 51 ve üzeri işçi istihdam eden 25 (%24) işletmenin ise orta ölçekli işletme olduğu tespit edilmiştir (Tablo 20). Bu

sonuçlara göre Manisa’da faaliyet gösteren işletmelerin büyük çoğunluğunun küçük ölçekli işletme kapsamında olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 20: KOBİ’lerde İstihdam Edilen Personel Sayısı

Personel Sayısı	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
1-10	64	61,5	61,5
11-25	11	10,6	72,1
26-50	4	3,8	76,0
51-75	4	3,8	79,8
76-100	5	4,8	84,6
101-250	16	15,4	100,0
Toplam	104	100,0	

Şekil 9: KOBİ’lerin İstihdam Edilen Personel Sayısı



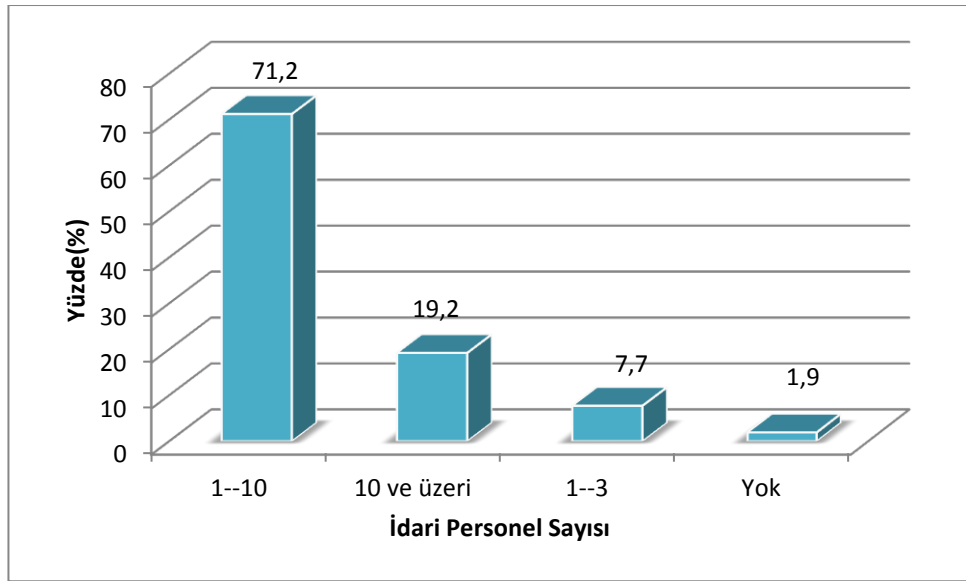
3.6.2.2 KOBİ’lerde İstihdam Edilen İdari Personel Sayısı

KOBİ’lerde istihdam edilen idari personel sayısına bakıldığında ise, 74’ünün 1-3 arasında olduğu görülmektedir. Bunu, 1-10 arasında idari personele sahip 20 işletme, 4-9 arası idari personele sahip 8 işletme takip etmektedir. İdari personeli olmayan işletme sayısı ise 2’dir (Tablo 21).

Tablo 21 : KOBİ'lerin İstihdam Edilen İdari Personel Sayısı

İdari Personel Sayısı	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
1-3	74	71,2	71,2
4-9	8	7,7	78,9
10 ve üzeri	20	19,2	98,1
Yok	2	1,9	100,0
Toplam	104	100,0	

Şekil 10: KOBİ'lerin İstihdam Edilen İdari Personel Sayısı



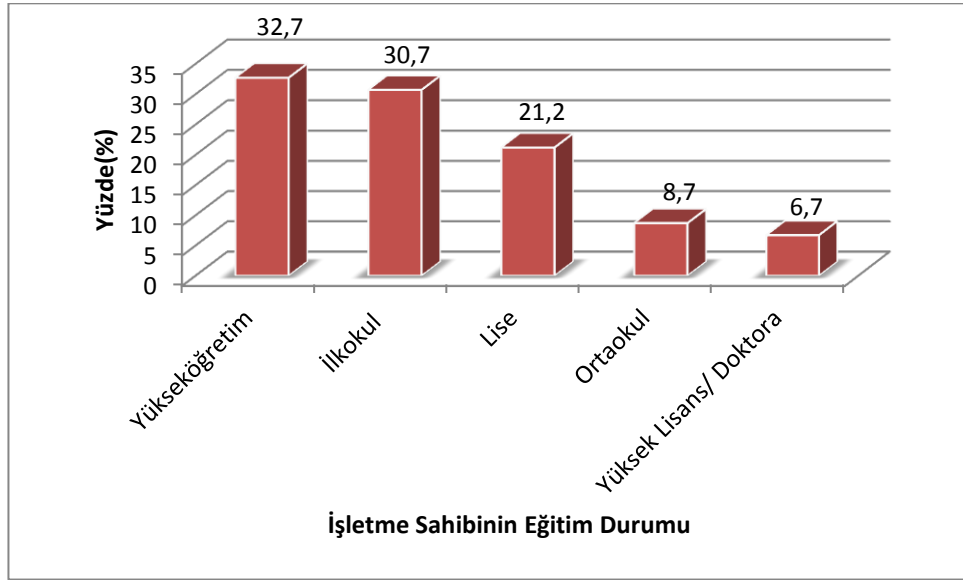
3.6.2.3 KOBİ Sahibinin Eğitim Durumu

Araştırmaya katılan KOBİ'ler arasında işletme sahiplerinin eğitim durumları incelendiğinde, yükseköğretim mezunu işletme oranının % 32,7 olduğu görülmektedir. İlkokul mezunu işletme sahipleri %32, lise mezunu işletme sahipleri %21,2, orta öğretim mezunu kişiler % 8,7, yüksek lisans/ doktora yapan işletme sayısı ise %6,7'lik bir paya sahip olduğu tespit edilmiştir (Tablo 22).

Tablo 22: KOBİ Sahibinin Eğitim Durumu

İşletme Sahibinin Eğitim Durumu	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
İlkokul	32	30,7	30,7
Ortaokul	9	8,7	39,4
Lise	22	21,2	60,6
Yükseköğretim	34	32,7	93,3
Yüksek Lisans/ Doktora	7	6,7	100,0
Toplam	104	100,0	

Şekil 11: KOBİ Sahibinin Eğitim Durumu



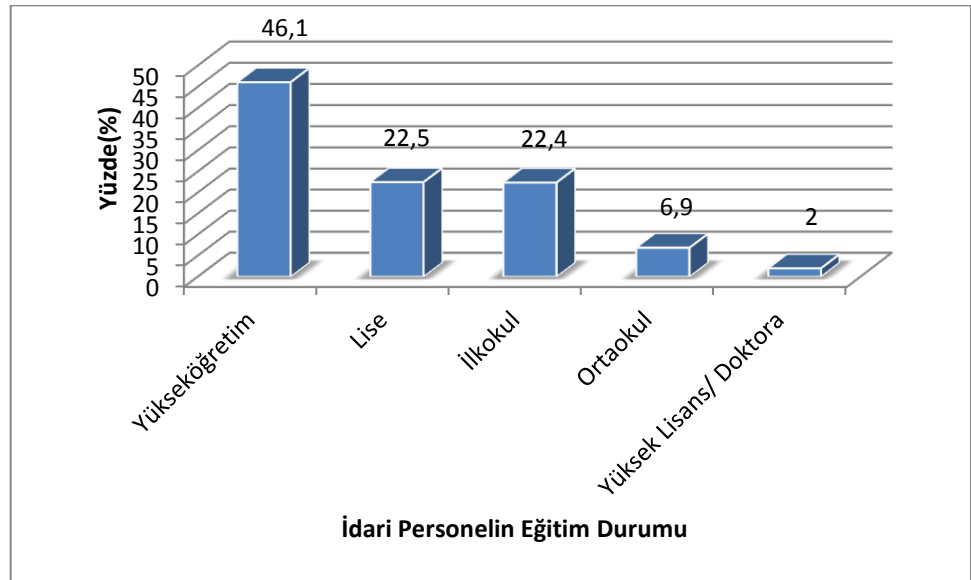
3.6.2.4 KOBİ'lerde İstihdam Edilen İdari Personelin Eğitim Durumu

Araştırmaya katılan KOBİ'ler arasında istihdam edilen idari personellerin eğitim durumları incelendiğinde %45,2'sinin bir yükseköğretim kurumundan mezun olduğu görülmektedir. Ayrıca, lise ve ilkokul mezunu idari personelin %22,1'lik, orta öğretim mezunu personelin % 6,7'lik, yüksek lisans/ doktora yapan kişilerin ise %1,9'luk bir paya sahip olduğu saptanmıştır (Tablo 23).

Tablo 23: KOBİ'lerdeki İdari Personelin Eğitim Durumu

İdari Personelin Eğitim Durumu	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
Yükseköğretim	47	46,1	46,1
Lise	23	22,5	68,6
İlkokul	23	22,4	91,0
Ortaokul	7	6,9	98,0
Yüksek Lisans/ Doktora	2	2,0	100,0
Toplam	102	100,0	

Şekil 12: KOBİ'lerdeki İdari Personelin Eğitim Durumu



Araştırma sonuçlarına göre, KOBİ'lerde eğitilmiş insanların daha büyük bir paya sahip olduğu ve her geçen gün bu oranın arttığı görülmektedir. Türkiye koşullarına göre oldukça yüksek sayılabilecek bir düzeyde yükseköğretim mezunu bulunması, Manisa OSB'deki KOBİ'lerin çağın değişim sürecine ayak uydurarak rekabet edebilecek dinamik bir yapıda olduğunu göstermektedir.

3.6.2.5 KOBİ Sahiplerinin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

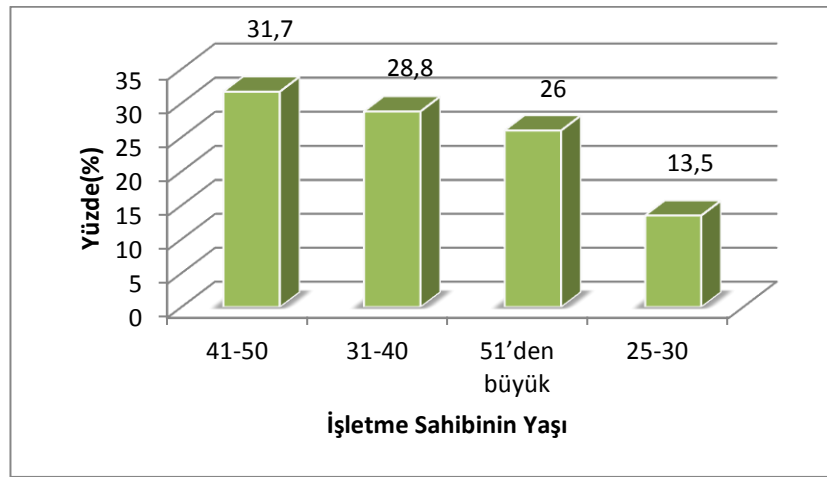
Ankete cevap veren işletme sahiplerinin büyük bir çoğunluğunun 41-50 yaş gurubunda olduğu (%31,7) görülmektedir. 31-40 yaş grubundaki işletme sahiplerinin sayısı 30 (%28,8), 51 yaşından büyük işletme sahiplerinin sayısı 27 (%26)'dir. 25-30

yaş grubundaki işletme sayısının ise % 13,5 ile en düşük paya sahip olduğu görülmüştür (Tablo 24).

Tablo 24: KOBİ Sahibinin Yaşı

İşletme Sahibinin Yaşı	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
25-30	14	13,5	13,5
31-40	30	28,8	42,3
41-50	33	31,7	74,0
51'den büyük	27	26,0	100,0
Toplam	104	100,0	

Şekil 13: KOBİ Sahibinin Yaşı



Anket sonuçlarında görüldüğü gibi, KOBİ'lerin yönetim kademesinde genç ve dinamik kişilerin bulunması, işletmelere yeniliklere ve değişen koşullara çabuk uyum sağlama avantajı kazandıracaktır.

3.6.3 KOBİ'lerin Üretim Yapısı

KOBİ'lerin üretim düzeylerini etkileyen unsurlar, kapasite kullanım oranları, kullandıkları markalar ve yararlandıkları teşvik belgeleri hakkında aşağıda bilgi verilmiştir.

3.6.3.1 KOBİ'lerin Üretim Düzeylerini Etkileyen Unsurlar

Ankete katılan KOBİ'lerin üretim düzeylerini etkileyen unsurları önem sırasına göre sıralaması istenmektedir. Araştırma sonuçlarına göre, KOBİ'lerin üretim

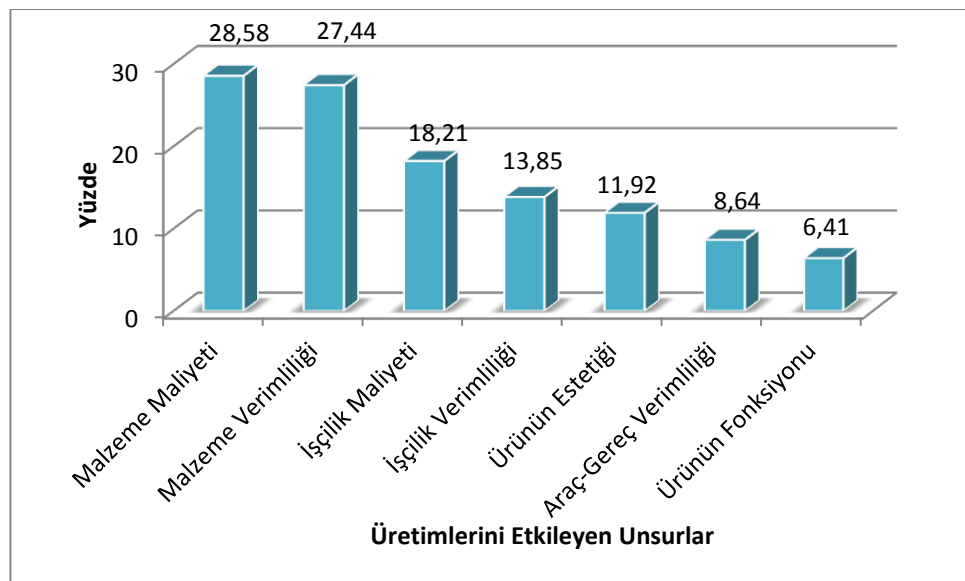
düzeylerini etkileyen unsurlardan her biri önem sırasına göre sıralandığında, 1. sırada %28,58 ile malzeme maliyeti, 2. sırada %27,44 ile malzeme verimliliği, 3. sırada %18,21 ile işçilik maliyeti, 4. sırada %13,85 ile işçilik verimliliği, 5. sırada %11,92 ile ürünün estetiği, 6. sırada ise %8,64 ile araç-gereç verimliliği, 7. sırada ise %6,41 ile ürünün fonksiyonunun yer aldığı görülmüştür (Tablo 25).

Tablo 25: KOBİ'lerin Üretim Düzeylerini Etkileyen Unsurlar

	Önem Derecesi							Ağırlıklı* Toplam	Yüzde(%)	Önem Derecesi
	1	2	3	4	5	6	7			
Malzeme Maliyeti	52	26	15	7	3	0	1	633	%28,58	(1)
Malzeme Verimliliği	16	26	23	26	7	5	1	519	%27,44	(2)
İşçilik Maliyeti	13	23	21	31	12	3	1	501	%18,21	(3)
İşçilik Verimliliği	18	14	26	19	22	3	5	490	%13,85	(4)
Ürünün Estetiği	3	7	11	16	29	28	10	335	%11,92	(5)
Araç-Gereç Verimliliği	1	6	4	3	26	35	29	252	%8,64	(6)
Ürünün Fonksiyonu	2	2	4	2	5	29	60	187	%6,41	(7)
Toplam								2917	100,0	

*Ağırlıklı Toplam: [(1.Derece frekansı x 7)+(2.Derece frekansı x 6)+(3.Derece frekansı x 5)+(4.Derece frekansı x 4)+(5.Derece frekansı x 3)+(6.Derece frekansı x 2) +(7. Derece frekansı x1)] şeklinde hesaplanmıştır (Aras, İmirzi, & Akın, 2007, s. 2).

Şekil 14: KOBİ'lerin Üretim Düzeylerini Etkileyen Unsurlar



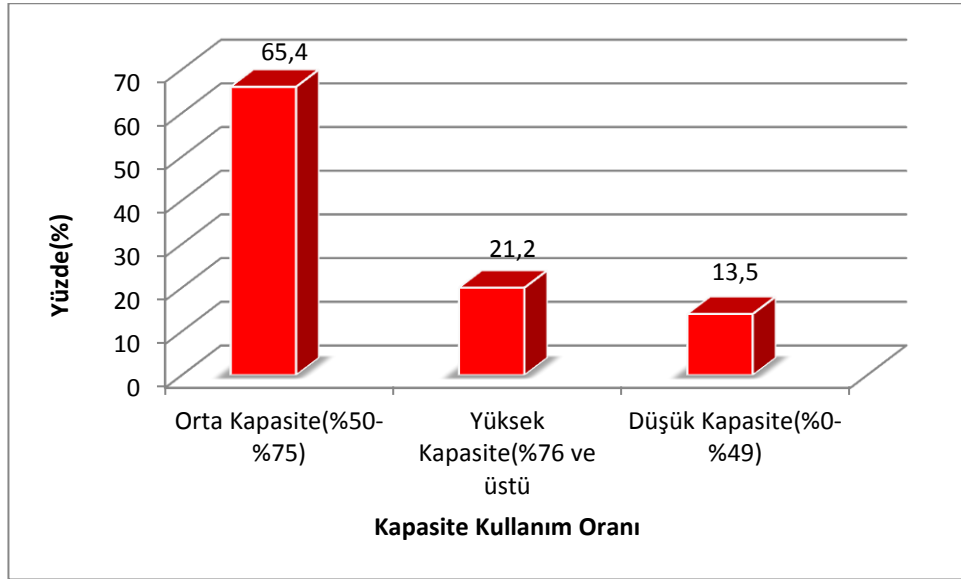
3.6.3.2 KOBİ'lerin Kapasite Kullanım Oranları Dağılımı

KOBİ'lerin üretimlerini gerçekleştirirken kullandığı kapasite oranına baktığımızda, %66'sının orta kapasiteyi (%50-%75) kullanırken, %20'sinin yüksek kapasiteyi (%76 ve üstü),%14'ünün ise düşük kapasiteyi(%0-%49) tercih ettiği görülmektedir (Tablo 26).

Tablo 26: KOBİ'lerin Kapasite Kullanım Oranları

Kapasite Kullanım Oranı	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
Düşük Kapasite(%0-%49)	14	13,5	13,5
Orta Kapasite(%50-%75)	68	65,4	78,9
Yüksek Kapasite(%76 ve üstü)	22	21,1	100,0
Toplam	104	100,0	

Şekil 15: KOBİ'lerin Kapasite Kullanım Oranları



İşletmeler açısından kapasite kullanım oranları çok önemli bir kavramdır. İşletmeler, ancak, kapasiteleri ölçüsünde üretim yapabilirler ve kapasiteleri doğrultusunda satış yapıp kar elde edebilirler (Bulut, 2004). Bu nedenle Manisa OSB'deki işletmelerin sahip oldukları kapasitelerini en etkin şekilde kullanmaları ve verimliliklerini artırarak yüksek kapasiteyi kullanmaları gerekmektedir.

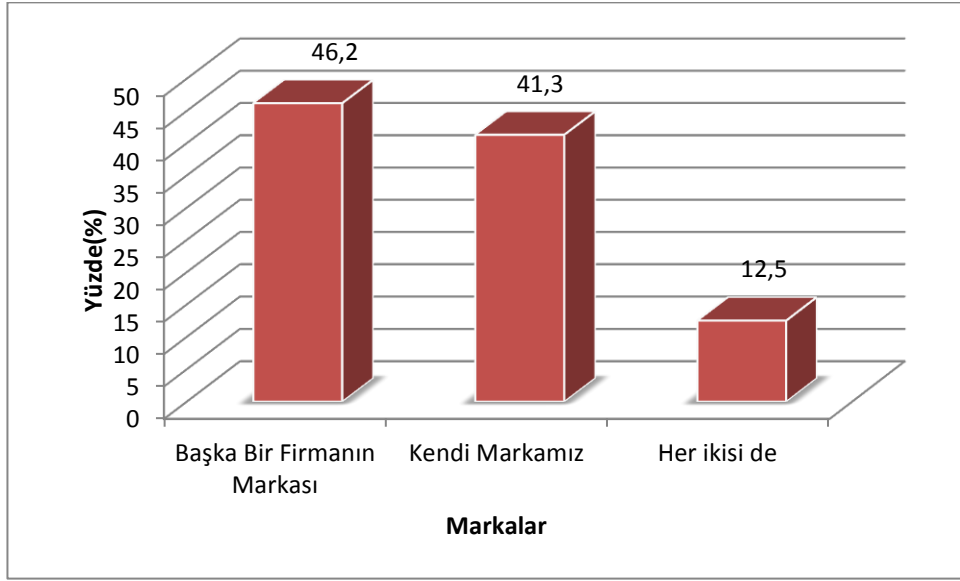
3.6.3.3 KOBİ'lerin Üretimde Kullandıkları Markalar

Ankete katılan işletmelerin %46,2'sinin ürettikleri ürünleri başka bir firmanın markası altında piyasaya sürdükleri, %41,3'ünün kendi markası ile üretimlerini gerçekleştirdikleri, %12,5'inin ise hem kendi hem de başka firmaların markalarını kullanarak ürünlerini piyasada pazarladıkları görülmektedir (Tablo 27).

Tablo 27: KOBİ'lerin Üretimde Kullandıkları Markalar

Markalar	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
Başka Bir Firmanın Markası	48	46,2	46,2
Kendi Markamız	43	41,3	87,5
Her ikisi de	13	12,5	100,0
Toplam	104	100,0	

Şekil 16: KOBİ'lerin Üretimde Kullandıkları Markalar



3.6.3.4 KOBİ'lerin Hammaddede Tedarikinde Karşılaştıkları Sorunlar

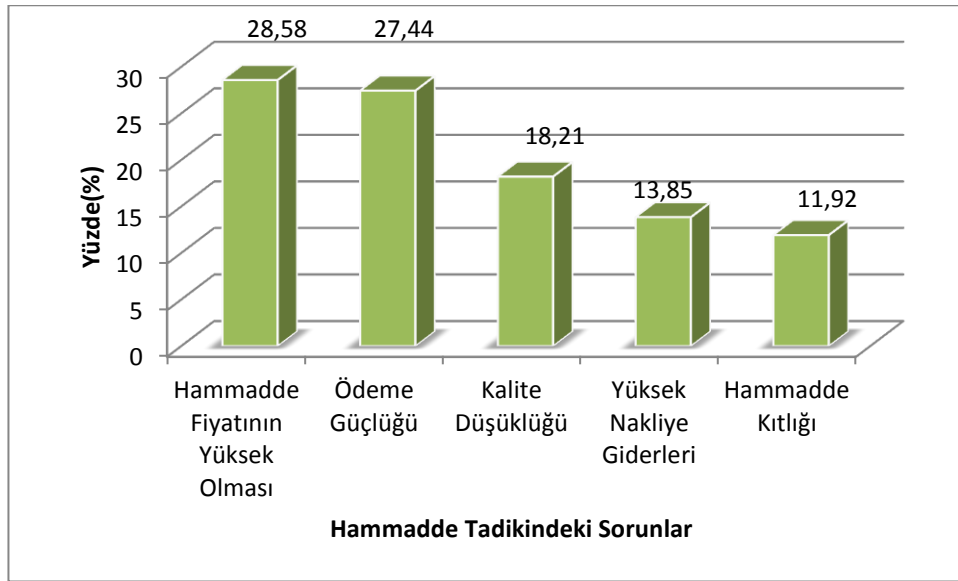
Üretimlerini gerçekleştirmek amacıyla hammadde temininde bulunan KOBİ'lerin karşılaştıkları sorunlara baktığımızda 1. sırada %28,58 ile hammadde fiyatlarının yüksek olması, 2. sırada %27,44 ile ödemelerin peşin olması ve taksitlerin yüksek olması, 3. sırada %18,21 ile malzeme kalitesinin düşük olması, 4. sırada %13,85 ile nakliye giderlerinin yüksek olması 5.sırada ise %11,92 ile firmaların yeterli

hammadde ve malzeme bulamaması gibi sorunlarla karşı karşıya buldukları görülmektedir.

Tablo 28: KOBİ'lerin Hammadde Tedarikinde Karşılaştıkları Sorunlar

	Önem Derecesi					Ağırlıklı Toplam	Yüzde(%)	Önem Derecesi
	1	2	3	4	5			
Hammadde Fiyatının Yüksek Olması	45	49	6	3	1	446	%28,58	(1)
Ödeme Güçlüğü	44	39	14	3	4	428	%27,44	(2)
Kalite Düşüklüğü	7	9	50	25	13	284	%18,21	(3)
Yüksek Nakliye Giderleri	0	4	24	52	24	216	%13,85	(4)
Hammadde Kıtlığı	8	3	10	21	62	186	%11,92	(5)
Toplam						1560	100	

Şekil 17: KOBİ'lerin Hammadde Tedarikinde Karşılaştıkları Sorunlar



Görüldüğü gibi, Manisa OSB'de hammadde fiyatının çok yüksek olması ve hammadde ödemelerinde yapılan kısa vadeli ödeme planları hammadde temininde karşılaşılan en önemli sorunların başında gelmektedir. Zaten ürettiği malı ne kadar zamanda satabileceğini bilemeyen KOBİ'ler kısa vadeli ödeme planları altında ezilmekte ve bu finansman sıkıntıları KOBİ'lerin üretim miktarının azalmasına neden olmaktadır. Diğer önemli sorun ise, ürün kalitesinin düşük olması sonucu malzeme giderlerinin artmasıdır.

3.6.3.5 KOBİ'lerin Yan Sanayiden Aldığı Hammadde/Yarı Mamullerin Durumu

KOBİ'lerin yan sanayiden aldıkları hammadde/yarı mamulleri çeşitli faktörler itibariyle değerlendirmeleri istendiğinde genellikle eşit düzeyde görmektedirler. Ankete katılan 104 KOBİ'nin yan sanayiden aldığı hammadde/yarı mamulleri, maliyet açısından %64,4 ile, kalite açısından ise %45,2 ile yüksek olarak değerlendirmektedir. KOBİ'lerin zamanında teslim açısından % 52,9 ile miktar açısından %61,5 ile eşit düzeyde, özel isteklere göre değerlendirmelerinde ise %35,6 ile orta düzeye yoğunlaştıkları görülmektedir (Tablo 29).

Tablo 29: KOBİ'lerin Yan Sanayiden Aldığı Hammadde/Yarı Mamullerin Değerlendirilmesi

	Düşük		Orta		Eşit		Yüksek		Çok Yüksek	
	İşletme Sayısı	%	İşletme Sayısı	%	İşletme Sayısı	%	İşletme Sayısı	%	İşletme Sayısı	%
Maliyet	2	1,9	14	13,5	21	20,2	67	64,4	-	-
Kalite	1	1,0	12	11,5	44	42,3	47	45,2	-	-
Zamanında Teslim	-	-	13	12,5	55	52,9	32	30,8	4	3,8
Miktar	1	1,0	15	14,4	64	61,5	20	20,2	3	2,9
Özel İsteklere Göre Üretim	9	8,7	37	35,6	34	32,7	20	19,2	4	3,8

3.6.3.6 KOBİ'lerin Sahip Olduğu KOBİ Teşvik Belgeleri

KOBİ Teşvik Belgesi, KOBİ'lerin kalkınma planları ve yıllık programlarında öngörülen hedefler ile Avrupa Birliği normlarına ve uluslararası anlaşmalara uygun olarak desteklenmeleri, üretim, kalite ve standartlarını artırmaları, istihdam yaratmaları ve uluslararası düzeyde rekabet edebilmeleri amacını taşımaktadır (ALTO, 1991).

Yukarıda belirlenen amaç içinde teşviklerden yararlanabilen KOBİ'ler şöyle sıralanabilir (Çolakoğlu, 2002, s. 130);

- Faaliyetleri ve yatırımları imalat sanayi sektöründe olan,
- İşyerinde 250 kişiye kadar işçi çalıştıran,

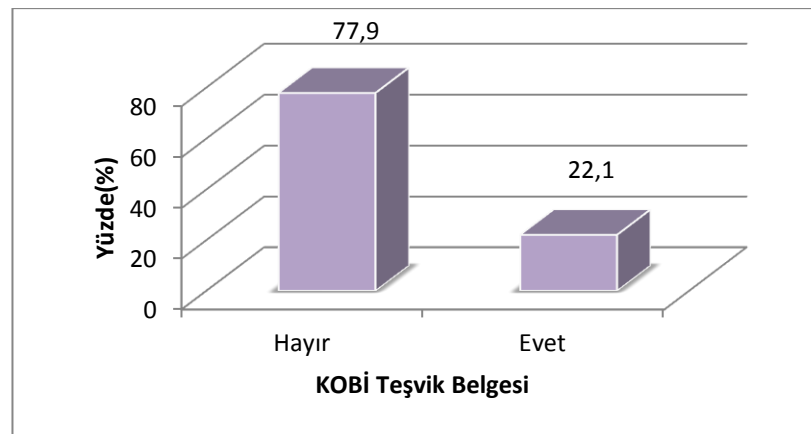
- Kanuni defter kayıtlarında arsa ve bina hariç makina-teçhizat, tesis taşıt araç ve gereçleri döşeme ve demirbaşları toplamı net 400 milyar TL'sini aşmayan,
- Kararnamenin belirlediği şekilde; kalkınmada öncelikli yörelerde %30, diğer yörelerde %40 olmak üzere, yatırım gerçekleştirilecek özkaynağa sahip olan,
- Halkbank tarafından yapılacak mali ve teknik değerlendirmelerde olumlu bulunan, piyasada ticari itibar sahibi olan ve yaptığı işle ilgili bilgi ve tecrübesi bulunan,
- Protesto, ek yasağı, haciz veya icrası, konkordato veya iflası olmayan küçük ve orta ölçekli işletme (KOBİ)'ler yararlanabilmektedir.

Manisa'da ankete katılan 104 KOBİ'den KOBİ teşvik belgesine sahip işletme sayısının çok düşük olduğu görülmektedir. KOBİ teşvik belgesine sahip işletme sayısı 23 (%22,1) iken, KOBİ teşvik belgesine sahip olmayan işletme sayısı ise 81 (%77,9)'dir (Tablo 30).

Tablo 30: KOBİ'lerin Sahip Olduğu KOBİ Teşvik Belgeleri

	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
Evet	23	22,1	22,1
Hayır	81	77,9	100,0
Toplam	104	100,0	

Şekil 18: KOBİ'lerin Sahip Olduğu KOBİ Teşvik Belgeleri



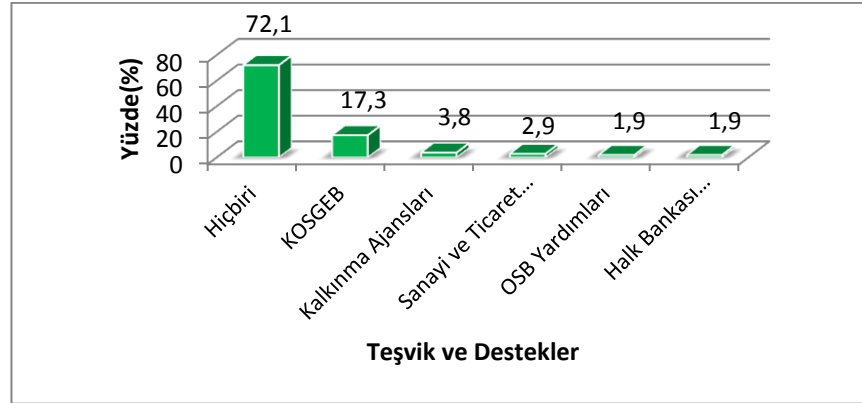
3.6.3.7 KOBİ'lerin Yararlandığı Teşvik ve Destekler

Analiz sonuçlarına bakıldığında Manisa'da ankete katılan 104 KOBİ'nin yarısından fazlasının teşvik ve desteklerden yararlanmadığı görülmektedir. Ayrıca KOBİ'lerin sadece %17,3 ünün KOSGEB yardımlarından faydalanmakta olduğu tespit edilmiştir(Tablo 31).

Tablo 31: KOBİ'lerin Yaralandığı Teşvik ve Destekler

	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
KOSGEB	18	17,3	17,3
Kalkınma Ajansları	4	3,8	21,1
Sanayi ve Ticaret Bakanlığı	3	2,9	24,0
OSB Yardımları	2	1,9	25,9
Halk Bankası Kredileri	2	1,9	27,9
Hiçbiri	75	72,1	100,0
Toplam	104	100,0	

Şekil 19: KOBİ'lerin Yaralandığı Teşvik ve Destekler



3.6.4 KOBİ'lerin Finansman Durumu

KOBİ'lerin hangi finansman araçlarını kullandıkları ve finansman sorunları konularına aşağıda yer verilmiştir.

3.6.4.1 KOBİ'lerin Finansman Araçları

Ankete katılan KOBİ'ler faaliyetlerinin %51,9'unu özkaynaklarıyla finanse etmekte, ikinci finansman aracı olarak da %36,5 ile banka kredilerini kullanmaktadırlar.

Daha sonra KOBİ'lerin %8,7'si leasing³ yaparken, yani yatırım malını satın almak yerine o malı kiralama yoluna gittikleri, % 3,8'inin ise halka açık ortaklık yoluyla finansman ihtiyaçlarını karşıladıkları görülmektedir. Halka açık ortaklığın yararları aşağıdaki şekilde özetlenebilir (Alkılıç, 2012, s. 1):

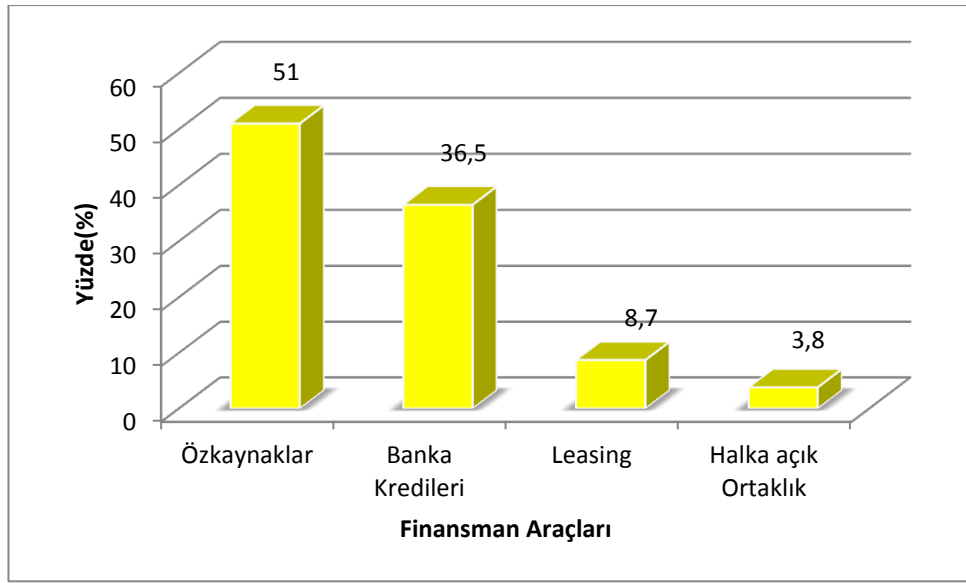
- İşletmelerin, kaynak ihtiyaçlarını ucuz ve kalıcı şekilde sağlamasına yardımcı olurlar,
- Ortaklara ve yatırımcılara hisse senetlerini alma ve satma konusunda likit fon sağlarlar,
- Halka açık işletmeler piyasada gördükleri itibar nedeniyle nitelikli işgücü çekme ve mal ve hizmetleri minimum maliyetle gerçekleştirebilme bakımından avantaj sağlarlar,
- Halka açılmanın getirdiği yükümlülükler nedeniyle şirketler daha kurumsal bir yapı kazanır ve daha şeffaf hale gelir. Bu durum yatırımcıların şirket hakkında daha çok bilgi etmesine ve işletmenin daha iyi tanınmasına yol açar,
- Halka açılan işletmeler daha kurumsal ve profesyonel bir yönetime kavuştukları için, işletmelerin, güvenilirliği ve başarısı artacaktır.

³Leasing (finansal kiralama), bir yatırım malının mülkiyeti leasing şirketinde kalarak belirlenen kiralar karşılığında kullanım hakkının kiracıya verilmesi ve sözleşmede belirtilen sözleşme süresi sonunda mülkiyetinin kiracıya geçmesini sağlayan bir finansman yöntemidir.

Tablo 32: KOBİ'lerin Finansman Araçları

Finansman Araçları	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde(%)
Özkaynaklar	53	51,0	51,0
Banka Kredileri	38	36,5	88,5
Leasing	9	8,7	97,2
Halka Açık Ortaklık	4	3,8	100,0
Toplam	104	100,0	

Şekil 20: KOBİ'lerin Finansman Araçları



Anket sonuçları incelendiğinde, KOBİ'lerin ağırlıklı olarak özkaynak ve banka kredileri yoluyla finansman sağladıkları ve diğer alternatif finansman kaynaklarının avantajlarını kullanmadıkları tespit edilmiştir.

3.6.4.2 KOBİ'lerin Finansman Sorunları

Tüm ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de istihdam sağlama ve yaratmada büyük öneme sahip olan küçük ve orta ölçekli işletmelerin, gerek yapılarından gerekse ekonomik ortamdan kaynaklanan çok sayıda finansal sorunları bulunmaktadır (Yörük, 2001, s. 121).

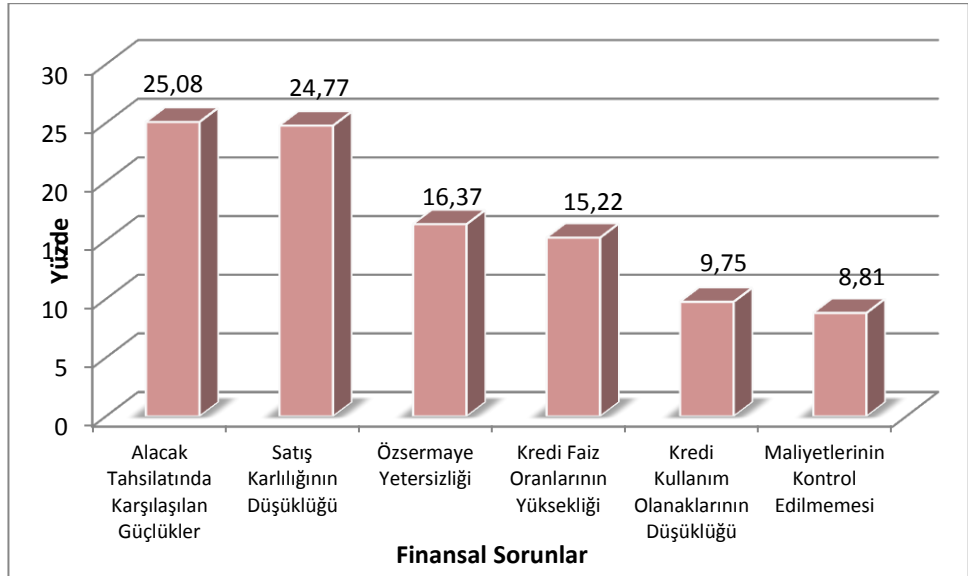
KOBİ'lerin finansal sorunlarından her biri önem sırasına göre sıralandığında, 1. sırada %25,08 alacak tahsilatındaki gecikmeler, 2. sırada %24,77 ile satış karlılığının düşüklüğü, 3. sırada %16,37 ile Özsermaye yetersizliği, 4. sırada %15,22 ile kredi faiz oranlarının yüksekliği, 5. sırada %9,75 ile kredi kullanım olanaklarının düşüklüğü, 6.

sırada ise %8,81 ile maliyetlerin kontrol edilememesinin yer aldığı görülmektedir (Tablo 33). Analiz sonuçlarına bakıldığında, Manisa OSB'deki KOBİ'lerin planlama ve bütçeleme çalışmalarının bulunmamasından dolayı alacak tahsilatında gecikmelerin yaşandığı, tespit edilmiştir.

Tablo 33 : KOBİ'lerin Finansal Sorunları

	Önem Derecesi							Ağırlıklı Toplam	Yüzde(%)	Önem Derecesi
	1	2	3	4	5	6	7			
Alacak Tahsilatında Karşılaşılan Güçlükler	47	18	17	5	9	4	4	481	%25,08	(1)
Satış Karlılığının Düşüklüğü	29	34	18	17	2	2	2	475	% 24,77	(2)
Özsermaye Yetersizliği	8	11	19	29	11	7	19	314	%16,37	(3)
Kredi Faiz Oranlarının Yüksekliği	5	14	7	23	40	12	3	292	%15,22	(4)
Kredi Kullanım Olanaklarının Düşüklüğü	0	6	8	5	25	49	11	187	%9,75	(5)
Maliyetlerinin Kontrol Edilmemesi	0	7	6	6	7	17	61	169	%8,81	(6)
Toplam								1918	100,0	

Şekil 21: KOBİ'lerin Finansal Sorunları



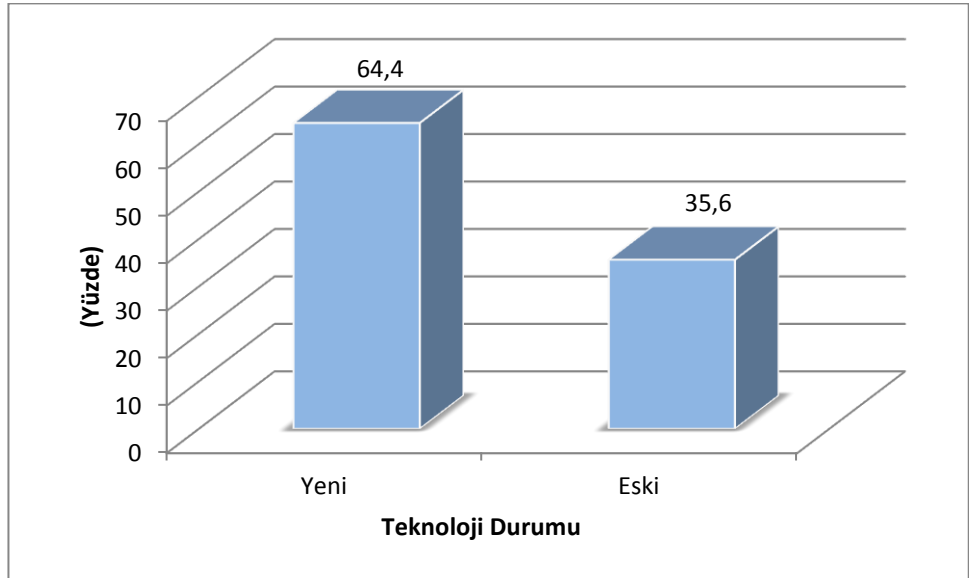
3.6.5 KOBİ'lerin Teknolojik Yapısı

İşletmelerin üretim sırasında kullandıkları teknolojilerinin durumuna baktığımızda Manisa OSB'de faaliyet gösteren KOBİ'lerin teknolojik yapılarının çok iyi olduğu görülmektedir. Ankete katılan KOBİ'lerin sahip olduğu üretim teknolojisinin yeni olduğunu belirten işletme sayısı 67(% 64,4) iken, eski olduğunu belirten işletme sayısı ise 37(%35,6)'dir (Tablo 34). Araştırma sonuçları, üretim sırasında yeni teknolojiyi kullanan KOBİ'lerin rakip firmalarla rekabet edebilecek seviyede olduğunu göstermektedir.

Tablo 34: KOBİ'lerin Üretim Sırasında Kullandıkları Teknoloji

Teknoloji	İşletme Sayısı	Yüzde(%)	Birikimli Yüzde(%)
Yeni	67	64,4	64,4
Eski	37	35,6	100,0
Toplam	104	100,0	

Şekil 22: KOBİ'lerin Üretim Sırasında Kullandıkları Teknolojinin Durumu



Manisa OSB'deki KOBİ'lerin yeni teknolojilere sahip olmaları, ürün kalitesini olumlu yönde etkilenmektedir. Yüksek ürün kalitesi, işletmelerin, pazarlama gücünü dolayısıyla rakipleriyle rekabet etme gücünü artırmaktadır.

3.6.6 KOBİ'lerin Piyasa ve Dış Ticaret Yapıları

KOBİ'lerin ticaret yaparken rakip firmalar karşısındaki durumları, kullandıkları kalite güvence belgeleri, fiyatlama politikaları ve ihracat eğilimi konuları alt başlıklar altında aşağıda incelenmiştir.

3.6.6.1 KOBİ'lerin Ürünlerinin Rakip Firmalar Karşısındaki Durumları

KOBİ'lerin ürettikleri ürünlerini piyasada bulunan rakip ürünler karşısındaki durumlarını çeşitli faktörler itibariyle değerlendirmeleri incelendiğinde, ankete katılan 104 küçük ve orta ölçekli işletme ürünlerini rakip ürünler karşısında genellikle yüksek düzeyde görmektedir. KOBİ'ler, kendi ürünlerini rakip ürünlerin kalitesi açısından değerlendirmelerinde , %71,2 ile kendi ürünlerini daha yüksek kalitede gördüklerini ifade etmektedirler. Bu bağlamda iç ve dış piyasada yaşanan yoğun rekabet Manisa OSB'de faaliyette bulunan KOBİ'leri yeni teknolojiyi kullanarak daha kaliteli ürünler üretmeye zorlamaktadır.

KOBİ'ler ürünün piyasadaki rakip ürünler karşısındaki fiyatında %45,2, maliyetlerinde %35,6, çeşitliliklerinde ise %51 ile eşit olarak değerlendirmişlerdir. Ancak kendi ürünlerinin piyasa maliyetlerini % 35,6 ile yüksek bulan işletmelerin ise daha çok eski teknolojiyi kullandıkları tespit edilmiştir.

KOBİ'lerin ürünleri ulaştırma, depolama, dağıtım (%55,8), ürünün bulunabilirliğine (%55,8) göre değerlendirmelerinde yüksek düzeyde yoğunlaştıkları görülmektedir (Tablo 35).

Tablo 35: KOBİ'lerin Ürünlerini Rakip Firmalar Karşısında Değerlendirmeleri

	Düşük		Orta		Eşit		Yüksek		Çok Yüksek	
	İşletme Sayısı	%	İşletme Sayısı	%	İşletme Sayısı	%	İşletme Sayısı	%	İşletme Sayısı	%
Ürün Kalitesi	-	-	13	12,5	11	10,6	74	71,2	6	5,8
Ürün Fiyatı	4	3,8	42	40,4	47	45,2	8	7,7	3	2,9
Ürün Maliyeti	1	1,0	25	24,0	39	37,5	37	35,6	2	1,9
Ürün Çeşitliliği	1	1,0	16	15,4	53	51,0	31	29,8	3	2,9
Ulaştırma, Depolama, Dağıtım	3	2,9	9	8,7	24	23,1	58	55,8	10	9,6
Bulunabilirlik	-	-	7	6,7	30	28,8	58	55,8	9	8,7

3.6.6.2 KOBİ'lerin Sahip Olduğu Kalite Güvence Belgeleri

Manisa'da faaliyette bulunan KOBİ'lerin % 58,7'sinin hiçbir kalite güvence belgesine sahip olmadan üretimlerine devam ettikleri görülmektedir. İşletmelerin sahip oldukları üretim belgelerine bakıldığında ise en fazla (%16,3) ISO 9001⁴ belgesini kullandıkları sonucu elde edilmektedir. Daha sonra işletmelerin %10,6 ile TSE⁵ belgesini, %5,8 ile CE⁶ belgesini, %5,8 ile ISO 14001⁷ belgesini ve %2,9 ile ISO 9000⁸ belgesini kullandıkları tespit edilmiştir (Tablo 36).

⁴ ISO 9001, ISO 9000 Kalite Standardının devamı olup, Yönetim Sistemlerinin kurulması esnasında uygulanması gereken şartların tanımlandığı ve belgelendirme denetimine tabi olan standarttır. ISO 9001 standardı, her 5 yılda bir ISO tarafından gözden geçirilmekte ve uygulayıcıların görüşleri ve ihtiyaçlar doğrultusunda gerekli revizyonlar yapılarak yeniden yayınlanmaktadır.

⁵ Türk Standardlarına Uygunluk Belgesi (TSE); Türk Standardı bulunan konularda, İmalata Yeterlilik Belgesi almaya hak kazanmış firmaların söz konusu ürünlerinin ilgili Türk Standardına uygunluğunu belirten ve akdedilen sözleşme ile TSE Markası kullanma hakkı verilen firma adına düzenlenen ve mallar üzerinde markası, cinsi, sınıfı, tipi ve türünü belirten bir belgedir.

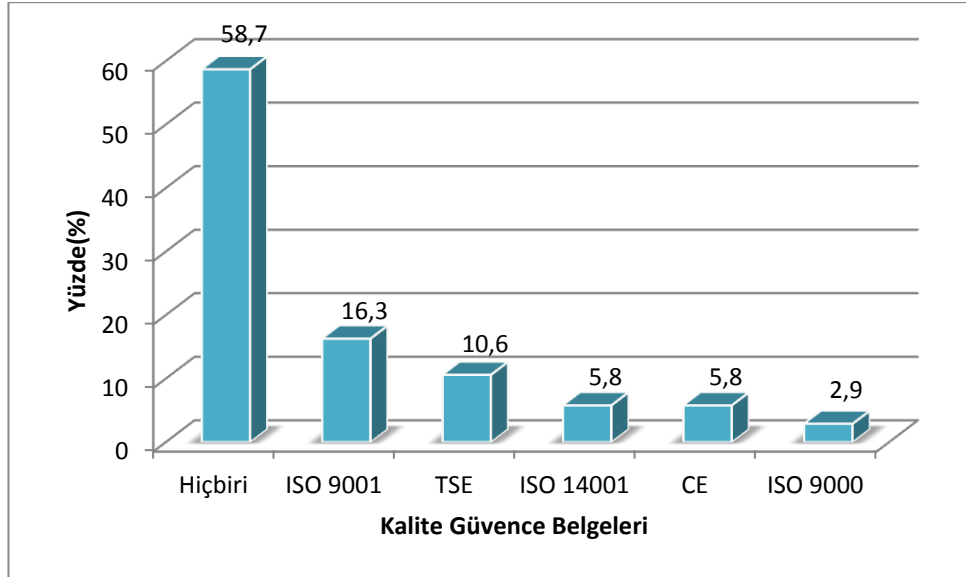
⁶ CE işareti, Avrupa Birliği'nin, teknik mevzuat uyumu çerçevesinde 1985 yılında benimsediği Yeni Yaklaşım Politikası kapsamında hazırlanan Yeni Yaklaşım Direktifleri kapsamına giren ürünlerin bu direktiflere uygun olduğunu ve gerekli bütün uygunluk değerlendirme faaliyetlerinden geçtiğini gösteren bir birlik işaretidir. CE İşareti, ürünlerin, amacına uygun kullanılması halinde insan can ve mal güvenliği, bitki ve hayvan varlığı ile çevreye zarar vermeyeceğini, diğer bir ifadeyle ürünün güvenli bir ürün olduğunu gösteren bir işaretidir.

⁷ ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi, her türlü üretim sektöründe, ürünün ilk aşamasından tüketiciye sunulmasına kadar geçen her adımda çevresel etkilerin dikkate alınarak üretimin gerçekleştirilmesini sağlayan sistematik bir yaklaşımdır. Bir şirketin çevresel performansının kontrol edilmesi ve geliştirilmesi oluşumunu yani sürecini tanımlayan uluslararası bir standarttır.

Tablo 36: KOBİ'lerin Sahip Olduğu Kalite Güvence Belgeleri

Kalite Güvenlik Belgesi	İşletme Sayısı	Yüzde(%)	Birikimli Yüzde
ISO 9000	3	2,9	2,9
ISO 9001	17	16,3	19,2
TSE	11	10,6	29,8
ISO 14001	6	5,8	35,6
CE	6	5,8	41,3
Hiçbiri	61	58,7	100,0
Toplam	104	100,0	

Şekil 23: KOBİ'lerin Sahip Olduğu Kalite Güvence Belgeleri



Küreselleşen uluslararası piyasalarda, artık ülkeler sınırları içine girecek olan ürün ve hizmetlerde çeşitli kalite güvence belgelerini şart koşmaktadırlar. Bu nedenle Manisa OSB'deki KOBİ'lerin kalite güvence sistemlerini geliştirmesi gerekmektedir.

⁸ISO 9000 Serisi Kalite Standartı ilk olarak 1987 yılında International Standards Organisation (Uluslararası Standartlar Organizasyonu) tarafından Kalite Güvence Sistem Standardı olarak yayınlanmıştır. Standart, ağırlıklı olarak doğru üretim ve hata önleme/yakalama konularına odaklanmıştır.

3.6.6.3 KOBİ'lerin Kalite Güvence Belgelerinin İmalat Sanayi Faaliyet Kollarına Göre Dağılımı

İşletmelerin sahip olduğu kalite güvence belgelerinin imalat sanayi faaliyet kollarına göre dağılımına baktığımızda en fazla yoğunlaşmanın 7 işletme ile ISO 9001 belgesinde ve metal ve metal işleme sanayisinde olduğu görülmektedir. Ankete katılan KOBİ'lerin büyük çoğunluğu ise yapı ve inşaat sektöründe, kalite güvence belgesinin bulunmadığını ifade etmektedirler. Tablo 37'de de görüldüğü gibi, Manisa OSB'de faaliyet gösteren 61 KOBİ'nin kalite güvence belgesi bulunmamaktadır.

Kalite ve standartların KOBİ'lerin rekabet gücünü artırmada önemli bir faktör olduğu göz önünde bulundurulursa, kalite güvence sistemlerinin yerleşmesinde KOBİ'lerin desteklenmesi çok önemli bir konu olmaktadır.

Tablo 37: KOBİ'lerin Kalite Güvence Belgelerinin İmalat Sanayi Faaliyet Kollarına Göre Dağılımı

Faaliyet Sektörü	Kalite Güvence Belgeleri						Toplam
	ISO 9000	ISO 9001	ISO 14001	TSE	CE	Hiçbiri	
Ambalaj-Kağıt-Baskı Ve Kırtasiye	1	-	-	2	-	1	4
Cam	-	1	-	-	1	2	4
Demir-Çelik	1	3	-	-	-	1	5
Elektronik ve Elektronik	-	2	3	5	-	2	12
Gıda	-	1	-	-	-	1	2
Kimyasal Boya Temizlik ve Güvenlik	-	-	1	-	-	1	2
Makine ve Makine Ekipmanları	-	-	-	1	1	4	6
Metal ve Metal İşleme	-	7	-	-	2	11	20
Otomotiv	1	2	-	-	-	2	5
Plastik ve Kauçuk	-	1	2	1	1	5	10
Tekstil ve Deri	-	-	-	1	-	5	6
Yapı ve İnşaat	-	-	-	-	1	26	27
Mobilya	-	-	-	1	-	-	1
Toplam	3	17	6	11	6	61	104

3.6.6.4 KOBİ'lerin Fiyatlama Politikası

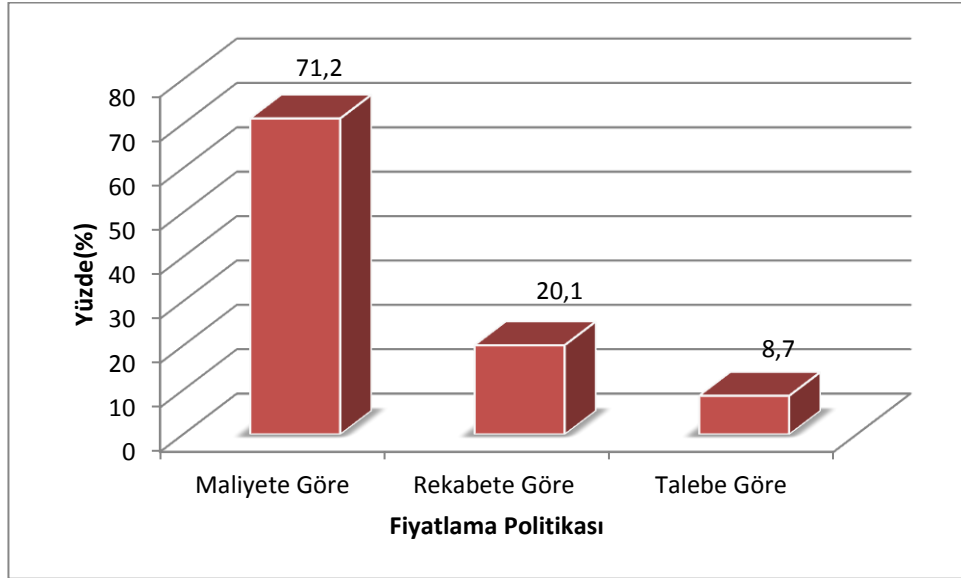
Ankete katılan KOBİ'lerin verdikleri cevaplar incelendiğinde, fiyatlama politikasını %71,2 ile maliyete göre , %20,2 ile rekabete göre, %8,7 ile ise talebe göre belirledikleri görülmektedir (Tablo 38). Araştırma sonuçlarına göre piyasadaki fiyatlar

karşısında maliyetlerin yüksek olması sebebiyle Manisa OSB'deki firmaların fiyatlama politikasını maliyete göre belirledikleri saptanmıştır.

Tablo 38: KOBİ'lerin Fiyatlama Politikası

Fiyatlama Politikası	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
Maliyete Göre	74	71,2	71,2
Rekabete Göre	21	20,1	91,3
Talebe Göre	9	8,7	100,0
Toplam	104	100,0	

Şekil 24: KOBİ'lerin Fiyatlama Politikası



3.6.6.5 KOBİ'lerin İhracat Eğilimi

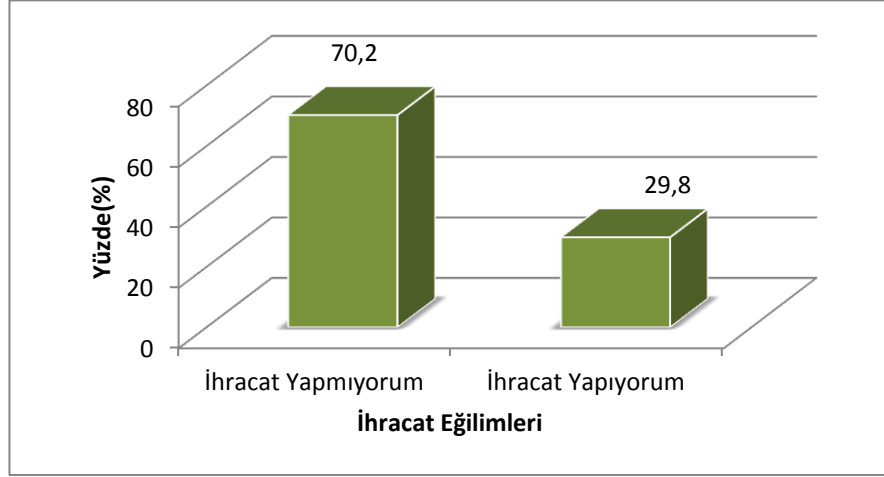
Manisa OSB'deki KOBİ'ler üretimde kullandıkları girdilerin büyük çoğunluğunu, iç piyasadan temin etmektedirler. Bu bağlamda, KOBİ'lerin ihracatları sonucu yarattıkları katma değer, ülke ve bölge açısından büyük önem taşımaktadır.

Ankete katılan KOBİ'lerin ihracat durumlarına baktığımızda, Türkiye ekonomisi içinde firma sayısı, istihdam ve üretim açısından önemli bir paya sahip olan KOBİ'lerin ihracat düzeylerinin çok iyi olmadığı görülmektedir. Analiz sonucunda da 104 KOBİ içerisinde ihracat yapmayan işletmelerin %70,2 ile çok yüksek oranda olduğu tespit edilmiştir (Tablo 39).

Tablo 39: KOBİ'lerde İhracat Yapma Oranları

	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
İhracat Yapıyorum	31	29,8	29,8
İhracat Yapmıyorum	73	70,2	100,0
Toplam	104	100,0	

Şekil 25: KOBİ'lerde İhracat Yapma Oranları



3.6.6.6 KOBİ'lerdeki İhracat Eğiliminin İmalat Sanayi Faaliyet Kollarına Göre Dağılımı

Ankete katılan ve ihracat yaptığını ifade eden 31 KOBİ'nin, imalat sanayi faaliyet kollarına göre dağılımına bakıldığında, dış pazarlara açılarak rekabet edebilecek düzeyde olan sektörlerin 8 işletme ile elektrik ve elektronik, 5 işletme ile metal ve metal işleme, 4'er işletme ile ambalaj- kağıt-baskı-kırtasiye ve otomotiv sanayi işletmeleri olduğu görülmektedir (Tablo 40).

Tablo 40: KOBİ'lerdeki İhracat Eğiliminin İmalat Sanayi Faaliyet Kollarına Göre Dağılımı

Faaliyet Sektörü	İhracat Yapmıyorum	İhracat Yapıyorum	Toplam
Ambalaj-Kağıt-Baskı Ve Kırtasiye	-	4	4
Cam	4	-	4
Demir-Çelik	4	1	5
Elektronik ve Elektronik	4	8	12
Gıda	1	1	2
Kimyasal Boya Temizlik ve Güvenlik	1	1	2
Makine ve Makine Ekipmanları	3	3	6
Metal ve Metal İşleme	15	5	20
Otomotiv	4	1	5
Plastik ve Kauçuk	6	4	10
Tekstil ve Deri	4	2	6
Yapı ve İnşaat	27	-	27
Mobilya	-	1	1
Toplam	73	31	104

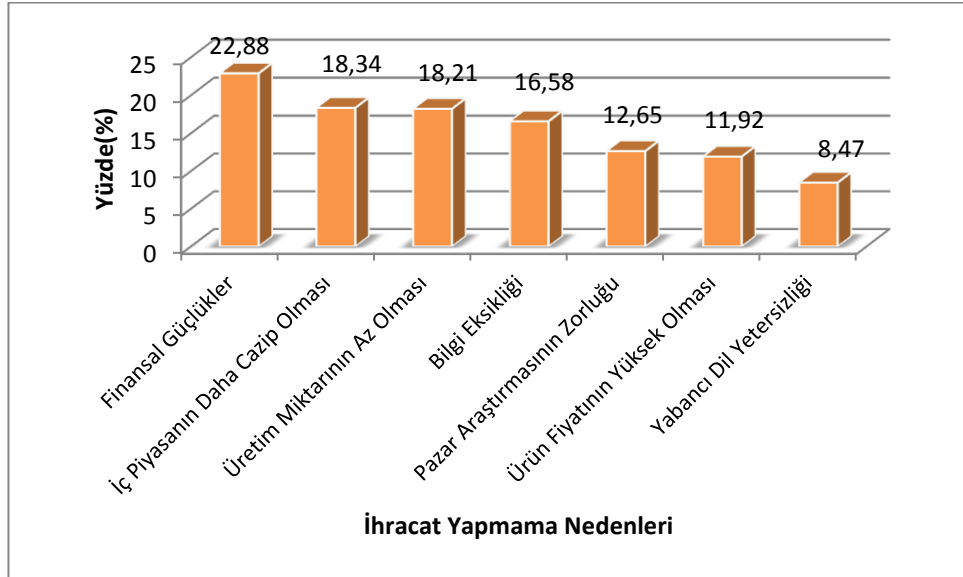
3.6.6.7 KOBİ'lerin İhracat Yapmama Nedenleri

Ankete katılan ve ihracat yapmadığını ifade eden 73 KOBİ'nin ihracat yapmasını engelleyen faktörleri önem sırasına göre sıralaması istenmektedir. İşletmelerin ihracat yapmasını engelleyen faktörlere göre 1. sırada %22,88 ile finansal güçlükler, 2. sırada %18,34 ile iç piyasanın daha cazip olması, 3. sırada %16,58 ile dış pazarlar hakkında yeterli bilgiye sahip olmaması yer almaktadır (Tablo 41). Manisa OSB'deki KOBİ'lere baktığımızda dış piyasadaki firmalarla rekabette çoğunlukla finansal sıkıntılarla karşılaştıkları görülmektedir. Bu nedenle uluslararası piyasalarda rekabet edebilmelerini ve yeni üretim teknolojilerine ayak uydurabilmelerini sağlamak için uzun vadeli kredilerle desteklenmeleri gerekmektedir. Diğer yandan işletmeler üretim miktarlarının ihraç edilecek kadar çok olmadığını düşünmektedirler.

Tablo 41: KOBİ'lerin İhracat Yapmasını Engelleyen Faktörler

	Önem Derecesi							Ağırlıklı Toplam	Yüzde(%)	Önem Derecesi
	1	2	3	4	5	6	7			
Finansal Güçlükler	37	16	13	4	2	0	1	443	%22,88	(1)
İç Piyasanın Daha Cazip Olması	18	18	12	5	7	7	6	355	%18,34	(2)
Üretim Miktarının Az Olması	6	13	22	10	4	7	11	307	%18,21	(3)
Bilgi Eksikliği	8	8	16	22	13	4	2	321	%16,58	(4)
Pazar Araştırmasının Zorluğu	1	4	7	20	19	20	2	245	%12,65	(5)
Ürün Fiyatının Yüksek Olması	1	10	0	6	6	5	45	164	%11,92	(6)
Yabancı Dil Yetersizliği	1	1	2	2	1	1	65	101	%8,47	(7)
Toplam								2917	100,0	

Şekil 26: KOBİ'lerin İhracat Yapmasını Engelleyen Faktörler



3.6.6.8 KOBİ'lerin İhracat Yapma Nedenleri

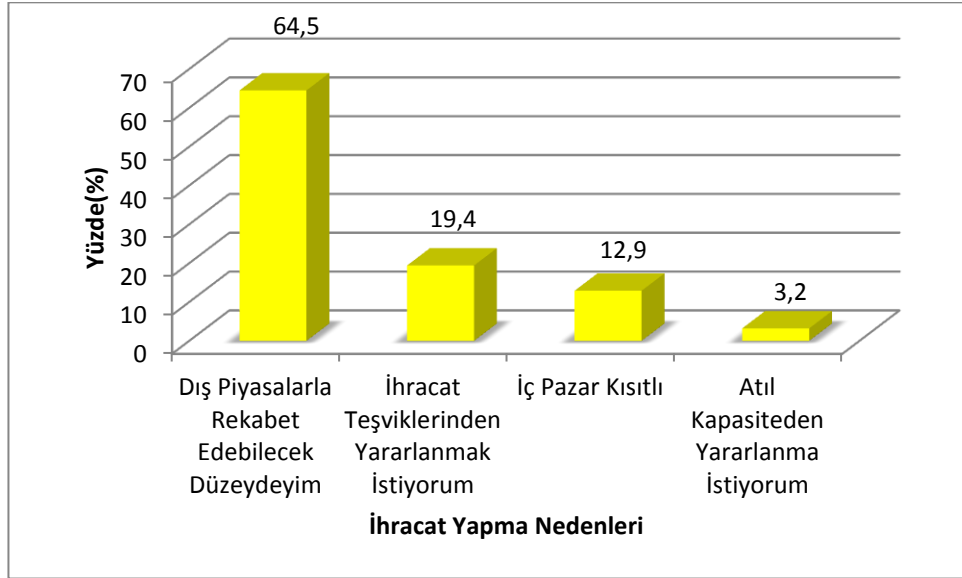
Ankette ihracat yapan 31 KOBİ'nin ihracat yapma nedenleri sorulmaktadır. Verilen cevaplara bakıldığında, işletmelerin %64,5'i dış piyasalarla rekabet edebilecek düzeyde olduğunu düşünmektedir. Daha sonra, %19,4'ü ihracat teşviklerinden

yararlanmak istemekte, %12,9'u iç pazarın kısıtlı olduğunu düşünmekte, %3,2'si ise atıl kapasiteyi kullanmak istemektedir (Tablo 42).

Tablo 42: KOBİ'lerin İhracat Yapma Nedenleri

	İşletme Sayısı	Yüzde(%)	Birikimli Yüzde(%)
Dış Piyasalarla Rekabet Edebilecek Düzeydeyim	20	64,5	64,5
İhracat Teşviklerinden Yararlanmak İstiyorum	6	19,4	83,9
İç Pazar Kısıtlı	4	12,9	96,8
Atıl Kapasiteden Yararlanma İstiyorum	1	3,2	100,0
Toplam	31	100,0	

Şekil 27: KOBİ'lerin İhracat Yapma Nedenleri



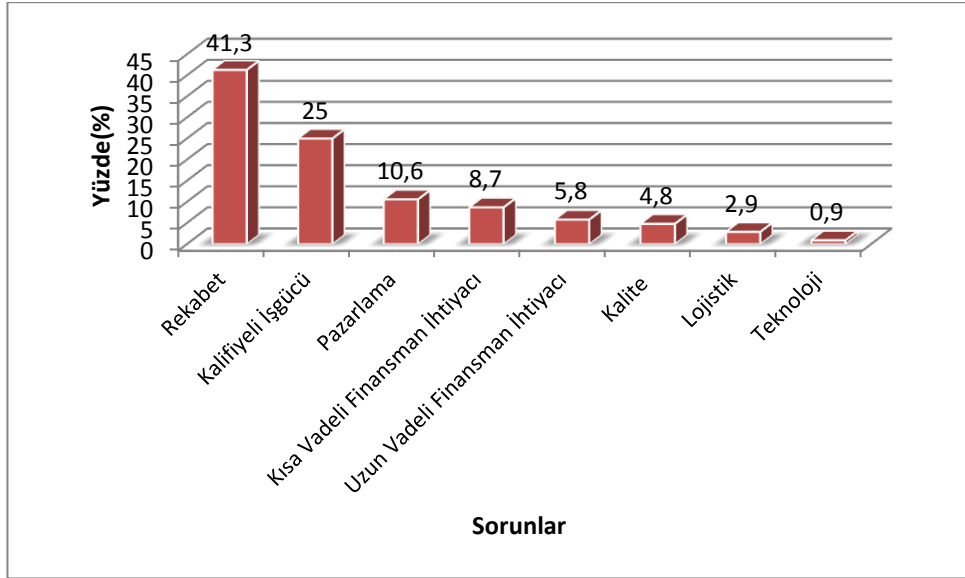
3.6.7 KOBİ'lerin Sorunları

Anket sonuçları incelendiğinde Manisa OSB'deki KOBİ'lerin en önemli sorunun %41,3 ile rekabet olduğu görülmektedir. Daha sonra KOBİ'ler sorunlarını kalifiyeli işgücü (%25,0), ürünlerin piyasaya sürümü sırasında yaşanan pazarlama sıkıntılarını(%10,6) ve kısa vadeli finansman ihtiyacı (%8,7) olarak ifade etmektedirler (Tablo 43).

Tablo 43: KOBİ'lerin En Önemli Sorunları

	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
Rekabet	43	41,3	41,3
Kalifiyeli İşgücü	26	25,0	66,3
Pazarlama	11	10,6	76,9
Kısa Vadeli Finansman İhtiyacı	9	8,7	85,6
Uzun Vadeli Finansman İhtiyacı	6	5,8	91,4
Kalite	5	4,8	96,2
Lojistik	3	2,9	98,1
Teknoloji	1	0,9	100,0
Toplam	104	100,0	

Şekil 28: KOBİ'lerin En Önemli Sorunları



3.6.8 2008 Sonrası Dönemde KOBİ'lerin Durumları

2008 yılında ABD'nin finansal piyasalarında yaşanan sorunlar Eylül ayında Lehman Brothers'ın batmasıyla küresel ekonomik krizin ortaya çıkmasında dönüm noktası olmuştur. Öncelikle ABD'nin konut piyasasında başlayan sorunlar, küresel bir krize dönüşerek dünya ekonomisine yön veren ülkeleri etkisi altına almıştır. İlk olarak ABD ve gelişmiş Avrupa ülkelerini etkileyen kriz, daha sonraki aşamada gelişmekte olan ülkelere doğru yayılarak küresel bir boyut kazanmıştır. Konut piyasasında ortaya

çıkan sorunlar, zamanla hem finansal, hem de ekonomik istikrarın bozulmasına yol açmıştır. (Duman & Işık, 2012, s. 75)

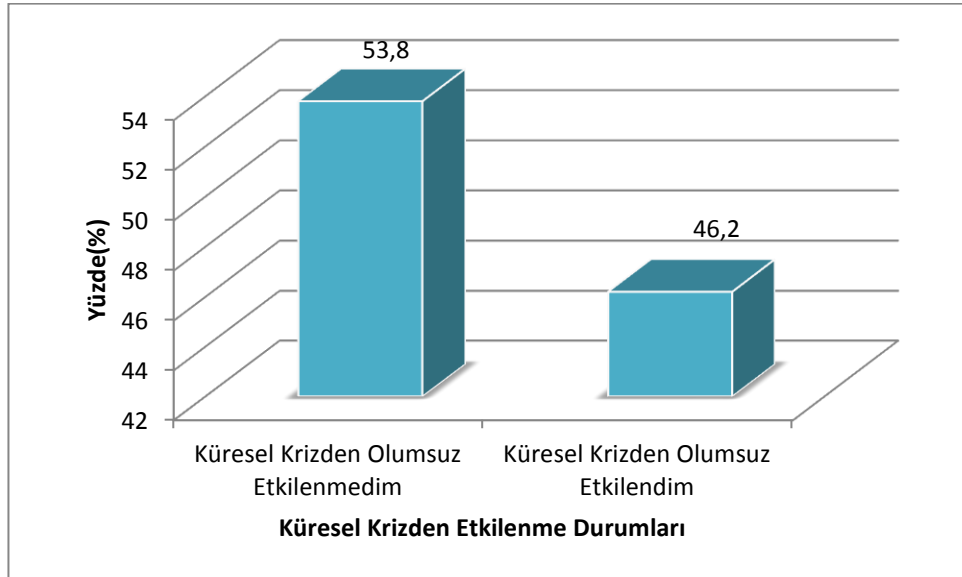
3.6.8.1 2008 Küresel Krizden Sonra KOBİ'lerin Durumu

Manisa OSB'de ankete katılan 104 KOBİ'nin % 53,8'inin 2008 küresel krizinden etkilenmediği görülmektedir. Analiz sonuçlarına bakıldığında esnek ve dinamik bir yapıya sahip olan KOBİ'lerin yarısından fazlasının, esneklik yeteneklerini kullanarak, büyüklerin giremediği pazarlara girerek, talep değişmelerine karşı ayak uydurarak ve üretim alanlarını değiştirerek küresel krizden olumsuz şekilde etkilenmediği tespit edilmiştir (Tablo 44).

Tablo 44: Küresel Kriz Sonrasında KOBİ'lerin Durumu

	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
Küresel Krizden Olumsuz Etkilenmedim	56	53,8	53,8
Küresel Krizden Olumsuz Etkilendim	48	46,2	100
Toplam	104	100,0	

Şekil 29: Küresel Kriz Sonrasında İşletmelerin Durumu



3.6.8.2 KOBİ'lerin Küresel Krizden Etkilenme Şekli

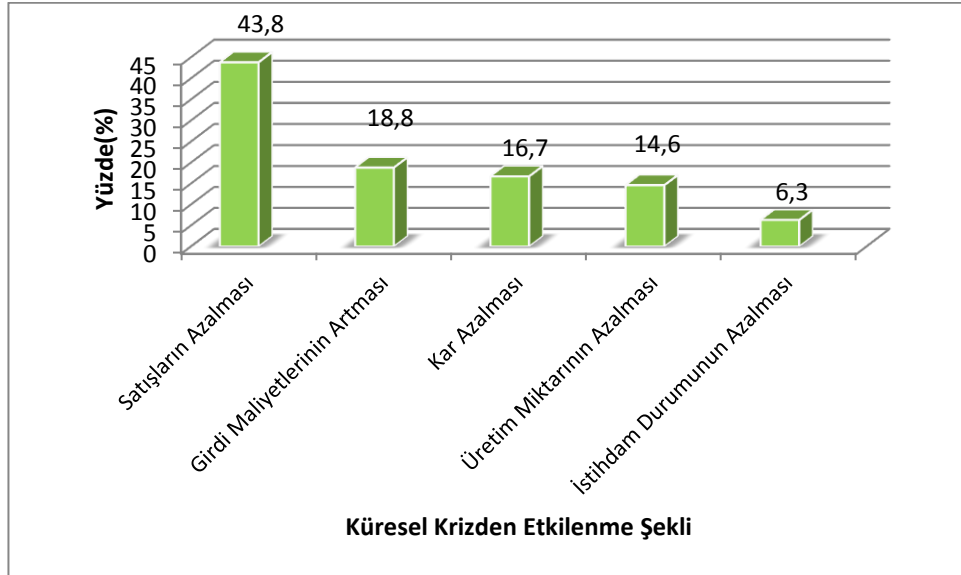
Ankete katılan ve küresel krizden olumsuz bir şekilde etkilendiğini belirten 48 KOBİ'nin küresel krizden etkilenme biçimine baktığımızda en yüksek oranın %43,8 ile

satışların azalması olduğu görülmektedir. Daha sonra %18,8 ile girdi maliyetlerinin arttığı ve %16,7 ile satış karlarının azaldığı tespit edilmiştir (Tablo 45).

Tablo 45: KOBİ'lerin Küresel Krizden Etkilenme Şekli

	İşletme Sayısı	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
Satışların Azalması	21	43,8	43,8
Girdi Maliyetlerinin Artması	9	18,8	62,6
Kar Azalması	8	16,7	79,3
Üretim Miktarının Azalması	7	14,6	95,9
İstihdam Durumunun Azalması	3	6,3	
Toplam	48	100,0	

Şekil 30: KOBİ'lerin Küresel Krizden Etkilenme Şekli



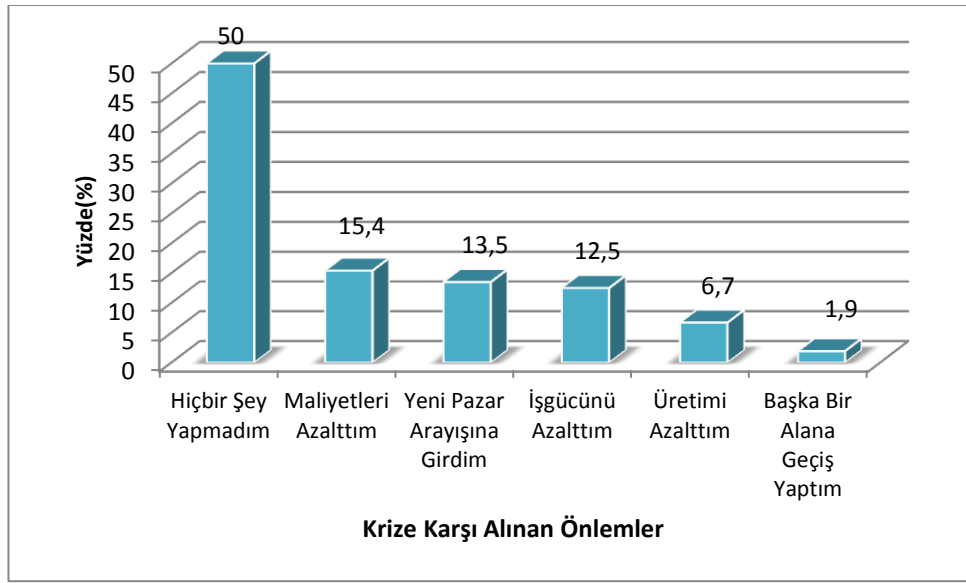
3.6.8.3 KOBİ'lerin Krize Karşı Aldığı Önlemler

Manisa OSB'de faaliyette bulunan KOBİ'lerin krize karşı aldığı önlemlere bakıldığında %15,4'ünün maliyetlerini azalttıkları, % 13,5 'inin yeni pazar arayışına girdiği, %12,5 'inin işgücünü azalttığı, % 6,7'sinin üretimini azalttığı, %1,9'unun başka bir alana geçiş yaptığı, yarısının (%50) ise hiçbir önlem almadığı görülmektedir (Tablo 46).

Tablo 46: KOBİ'lerin Krize Karşı Aldığı Önlemler

	İşletme Sayısı	Yüzde(%)	Birikimli Yüzde(%)
Hiçbir Şey Yapmadım	52	50,0	50,0
Maliyetleri Azalttım	16	15,4	65,4
Yeni Pazar Arayışına Girdim	14	13,5	78,9
İşgücünü Azalttım	13	12,5	91,4
Üretimi Azalttım	7	6,7	98,1
Başka Bir Alana Geçiş Yaptım	2	1,9	100,0
Toplam	104	100,0	

Şekil 31: KOBİ'lerin Krize Karşı Aldığı Önlemler



3.7 MANİSA OSB'DE FAALİYET GÖSTEREN KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELER İÇİN SWOT ANALİZİ

SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analizi, bir bölgenin Güçlü (Strengths) ve Zayıf (Weakness) yönleriyle Fırsatlar (Opportunities) ve Tehditlerin (Threats) sistematik bir analizi ile söz konusu bölgenin arzulanan çıktılarına etkileyebilecek unsurları belirlemeyi amaçlar. Bölgenin kalkınmasında etkili olabilecek tüm unsurları en iyi şekilde kullanabilmek için bölgenin güçlü ve gelişmeye açık alanları ile karşı karşıya bulunduğu fırsatların ve tehditlerin detaylı olarak irdelenmesinde SWOT Analizinden yararlanılmıştır (Vatansever Deviren & Yıldız, 2014, s. 776).

3.7.1 KOBİ'lerin Güçlü Yanları

- Çoğunun şahıs işletmesi olduğundan karar alma süreçlerinin çok hızlı olması
- Eğitilebilir dinamik ve genç personelin varlığı
- Esnek yapıları nedeniyle değişen piyasa şartlarına hızlı uyum sağlayabilmeleri
- Müşteri taleplerine göre hızlı çözüm ve öneriler sunabilmeleri
- Daha çok özkaynakları ile faaliyette bulunmalarından dolayı finansal kuruluşlara olan bağımlılıklarının daha az olması
- İşletme sahibi ile işletme personeli arasında yakın ilişkilerin kurulabilmesi sayesinde üretim verimliliğinin artması
- İşletmeyle alıcıların yakın ilişkiler kurabilmesi
- İşletmelerin iç ve dış denetimlerinin çok kolay yapılabilmesi
- Her türlü ekonomik ve politik dalgalanmalara karşı çabuk çözüm bulabilmeleri
- Kobilere verilen teşvik ve desteklerin fazla olması
- Faaliyette buldukları bölgelerin kalkınmasına imkan sağlamaları
- Büyük işletmeler için dışsallık yaratarak küçük işletmelerin bölgeye gelmelerinin özendirilmesi
- Alıcıların isteklerine göre üretim tarzlarını yeniden planlayabilmeleri

3.7.2 KOBİ'lerin Zayıf Yanları

- Şahıs işletmeleri olmalarından dolayı özsermayelerinin yetersiz olması
- Şahıs işletmelerinin kurumsallaşmadaki zorlukları
- Finansal kaynakların yetersizliğinden dolayı yüksek kapasitede üretim gerçekleştirememeleri
- İç denetimin uluslararası standartlara uygun yapılamaması
- Sosyal güvence yetersizliği ve ücret düşüklüğü nedeniyle kalifiye elemanların sürekli istihdam edilememesi
- Ar-Ge faaliyetlerinin ya hiç olmaması ya da çok az önemsenmesi
- Faaliyetlerini gerçekleştirirken daha çok geleneksel üretim tarzlarını korumak istemeleri
- Kredi sağlama konusunda yeterli bilgiye sahip olmamaları
- Pazar araştırmasında modern ve etkili yöntemlerin kullanılmaması ve pazarlama stratejilerinin yetersizliği
- Teknolojik inovasyona uyumda gecikmelerin yaşanması

- İşletme yöneticilerinin danışmanlık hizmetinden yararlanmaya çok istekli olmamaları
- İşletmedeki yönetim kademelerinin eğitim ve tecrübeden ziyade akrabalık bağlarına göre planlanması
- Yeni bir ürün yaratmaktansa taklit üretim yolunu seçmeyi tercih etmeleri
- İşletmede aile bağı olmayan ortaklara karşı şüpheli yaklaşımları
- İşletmelerin dünya standartlarında üretim yapmalarını sağlayan kalite güvence belgelerine sahip olmamaları
- KOBİ'lerde ürün pazarlama ve reklam gibi uygulamaların yeterince önemsenmemesi
- Girdi alım maliyetlerinin büyük ölçekli işletmelere göre daha yüksek olması

3.7.3 KOBİ'ler İçin Fırsatlar

- Küreselleşen dünyada küçük ve orta ölçekli işletmelerin öneminin gittikçe artması
- İşletme sahiplerinin eğitim durumlarının yüksek olmasından dolayı büyümeye ve dış pazara açılmaya istekli olmaları
- Banka finansman maliyetlerinin düşürülerek küçük ve orta ölçekli işletmelerin özsermayelerinin desteklenmesi
- Büyük ölçekli işletmelerin KOBİ'lere iş imkanı sağlaması
- Türkiye'deki devletin KOBİ'lerin gelişmesi için hukuksal gerekli tüm düzenlemeleri yapması
- KOBİ'lerin büyük ölçekli işletmelerin alternatifini değil paydaşı olduğunun anlaşılması
- KOBİ'lerdeki üretim teknolojilerinin geleneksel üretimden modern teknolojiye geçişin hız kazanması
- KOBİ'lerin üretmiş oldukları ürünlerin teknolojik, kalite ve ürün çeşitliliği açısından dünya pazarlarında rekabet edebilir hale gelmesi

3.7.4 KOBİ'ler İçin Tehditler

- Küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, üretim maliyetleri düşük ülke ve işletmelerin sürekli olarak KOBİ'lerin pazar paylarını tehdit etmesi
- Komşu ülkelerdeki ekonomik ve siyasi istikrarsızlıklar

- Büyük ölçekli işletmelerin KOBİ'lerdeki eğitimli işgücünü kendi bünyesine alabilmek için üzerlerinde sürekli baskı kurmaları
- Küreselleşmenin KOBİ'lerin rekabet ortamını daha da artırması
- İç ve dış politik belirsizliklerin ekonomiyi dolayısıyla KOBİ'leri olumsuz etkilemesi
- Günümüzün rahat yaşam anlayışının KOBİ'lerdeki işgücünü tehdit etmesi
- Sürekli ve çok hızlı bir şekilde piyasaya sürülen yeni ürünlerle KOBİ'lerin rekabet etmekte zorlanması

Tablo 47: KOBİ'ler İçin SWOT Analizi

Güçlü Yanlar	Zayıf Yanlar
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Karar alma süreçlerinin hızlı olması ➤ Eğitilebilir genç personelin varlığı ➤ Yapılarının esnek olması ➤ Hızlı çözümler üretebilmeleri ➤ Finansal kuruluşlara bağımlılığın az olması ➤ Denetimlerinin kolay yapılabilmesi ➤ Verimliliğin yüksek olması ➤ Talep doğrultusunda üretimi gerçekleştirmeleri 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kurumsallaşmadaki zorluklar ➤ Kısıtlı Özsermaye ➤ Standartlara uygun üretim yapılmaması ➤ Kalifiye eleman sıkıntısı ➤ Teknolojideki gecikmeler ➤ AR-GE nin önemsenmemesi ➤ Taklit üretimin tercih edilmesi ➤ Pazarlama departmanının yokluğu ➤ Yönetim kademelerinde organik bağların ön plana çıkması
Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Esneklikleri sayesinde ekonomik krizleri aşabilmeleri ➤ Tüm dünyada KOBİ'lerin öneminin artması ➤ Büyük ölçekli işletmelerin küçük ölçekli işletmelerdeki üretimleri desteklemeleri ➤ KOBİ'lerin hukuksal alt yapılarının devletçe oluşturulması 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Küresel ve bölgesel istikrarsızlıklar ➤ Kalifiye işgücü istihdamının zorluğu ➤ Dış piyasaların yerli üretimi baskı altına alması ➤ Küresel rekabetin artması

SWOT analizi sonucunda Manisa OSB'de, üretim faaliyetlerini gerçekleştirmekte olan ve ilin sosyo-ekonomik kalkınmasında önemli bir paya sahip olan KOBİ'lerin, gerek faaliyet gösterdikleri bölge, gerekse de Türkiye ekonomisi açısından olumlu gelişmeler gösterdiği tespit edilmiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

18. yüzyılın ikinci yarısında Fransa'da sanayi devrimiyle başlayıp 1960'larda hızlanarak günümüze kadar devam eden süreçte, ekonomik, politik ve sosyal alandaki hızlı değişimler işletmeleri üretim, pazarlama ve rekabet olmak üzere çeşitli sorunlarla karşı karşıya getirmiştir. Bu süreçte, ülkelerin ekonomik kalkınmasının ve rekabet güçlerinin dünya çapındaki talebi karşılayabilecek büyük ölçekli işletmeler tarafından gerçekleştirilebileceği düşüncesiyle büyük ölçekli işletmelere daha çok önem verilmiştir. Daha sonraki yıllarda dünyada gerçekleşen ekonomik krizlerle, bu amaçların büyük ölçekli işletmeler ile gerçekleştirilemeyeceği anlaşılmıştır. Çünkü büyük ölçekli işletmeler, dünya ekonomisindeki hızlı, ekonomik ve teknolojik değişmelere karşı esnek olmadıkları için sorunlara çözüm bulamamışlardır.

Özellikle ikinci dünya savaşı sırasında savaş ortamının son derece yıkıcı etkisiyle, büyük ölçekli işletmelerin yanı sıra KOBİ'ler savaş ekonomisine yön vermede çok önemli roller üstlenmişlerdir. Bu sayede KOBİ'lerin günümüzün ekonomik krizlerini, esnek yapıları sayesinde aşmada ve ekonomik-sosyal hayata yön vermedeki rolleri çok daha iyi anlaşılmıştır. Ancak KOBİ'ler hiçbir zaman büyük ölçekli işletmelerin rakibi değil aksine onların varlıklarını ve üretkenliklerini sürdürebilmelerini sağlayan en önemli işletmeler olmuşlardır. Aynı zamanda değişen piyasa ekonomisinin temeli olan rekabetin yerleşmesi ve sürdürülmesi de KOBİ'lerin varlığı sayesinde gerçekleşmektedir. Bu nedenle, KOBİ'ler dünya ekonomisinde yaşanan bu hızlı değişim karşısında rekabet güçlerini arttırmak veya korumak için çaba göstermişlerdir.

KOBİ'lerin ekonomi içerisindeki önemi her geçen gün artmakta ve bu işletmelerin istihdam, üretim, ihracat, katma değer ve yatırım içindeki payları, daha önemli büyüklüklere ulaşmaktadır. Bu bağlamda, bölgesel kalkınmayı sağlamak ve KOBİ'lerin rekabet etme derecelerinin artırmak amacıyla, daha çok bilimsel araştırma ve değerlendirme yapılması gerekmektedir. Ayrıca, işletmelerin rekabet gücünün artırılması kapsamında, mesleki eğitimin planlanması, geliştirilmesi ve işletmelerin son çıkan teknolojilerden haberdar olmasının sağlanması için gerekli çalışmalar yapılmalıdır.

KOBİ'ler ve rekabet gücü kavramlarının genel çerçevesi ışığında Manisa OSB'de yapılan çalışmanın sonuçları incelendiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Çalışmamızda ilk olarak KOBİ'lerin yarısından fazlasının şahıs işletmesi olduğu, 2000 yılı ve sonrasında kurularak faaliyete geçtiği gözlemlenmiş ve KOBİ'lerin çoğunun yapı ve inşaat sektöründe yoğunlaştıkları görülmüştür.

KOBİ'lerin rekabet ortamının iyileştirilmesi ve rekabet gücünün artırılmasında, işletme personelinin eğitim durumu son derece önemlidir. Türkiye koşullarına göre, oldukça yüksek sayılabilecek bir düzeyde yükseköğretim ve lise mezunu işletme sahibi ve idari personelin bulunması, Manisa OSB'deki KOBİ'lerin, dinamik ve çağın hızlı değişim sürecine ayak uydurarak rekabet edebilecek bir yapıda olduğunu göstermiştir.

KOBİ'lerin faaliyetlerini daha çok özkaynaklarıyla gerçekleştirmelerinden dolayı, ekonomik dalgalanmalardan etkilenmediği görülmüştür. Ayrıca, KOBİ'lerin, esneklik yeteneklerini kullanarak, büyüklerin giremediği pazarlara girerek, müşteri talep değişikliklerine ayak uydurarak ve üretim alanlarını değiştirerek küresel krizden olumsuz şekilde etkilenmediği tespit edilmiştir.

Küreselleşmenin hız kazandığı yoğun rekabet ortamında, KOBİ'lerin karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir:

- KOBİ'lerle ilgili yapılan çalışmada finansman sorunlarının başta geldiği görülmektedir. Finansman sorunlarının temelinde, çoğunlukla aile işletmeleri olan KOBİ'lerin, alacak tahsilatında güçlüklerle karşılaşması, satış karlarının düşük olması ve özsermayelerinin yetersizliği yatmaktadır. Ayrıca KOBİ'lerin ölçeklerinin küçük olması ve mevcut finansman araçlarından yeterince faydalanamamaları da gerekli yatırımların yapılmasını engellemekte ve rekabet etme güçlerini azaltmaktadır. Bu nedenle işletmelerin, uluslararası piyasalarda rekabet edebilmelerini ve teknolojik gelişmelere ayak uydurabilmelerini sağlamak için uzun vadeli kredilerle desteklenmeleri ve işletmelerin üzerindeki bürokratik yüklerin azaltılması, finansal araçlara yönelmeleri için gerekli desteklerin yapılması gerekmektedir.
- Sermaye yoğun üretim yapan işletmelerin bulunmaması ve nitelikli elemanlara yüksek ücretler ödenmemesi nedeniyle, KOBİ'lerin, gelişimleri ve rekabet etme güçleri zayıflamaktadır. Ayrıca çalışan personelin çoğunun sadece çıraklık eğitimi alması da işletmelerin verimliliklerini düşürmektedir. Bu nedenle üniversitelerle ve diğer eğitim kuruluşlarıyla işbirliği yapılarak, işletmelerin

sektör hakkında bilgilendirilmesi, sanayi sektörüne yönelik eğitim kurumlarının desteklenmesi şarttır.

- KOBİ'lerin büyük çoğunluğu, rekabet gücünü sürdürebilecek deneyime, kaynağa ve yeterli bilgi birikimine sahip değildir. Bu nedenle KOBİ'lerin yeteneklerini artırmaya yönelik yapılan eğitimlere katılmaları, yeni teknolojileri kullanmaları ve Ar-Ge faaliyetlerine önem vermeleri gerekmektedir.
- KOBİ'ler dış pazarlar hakkında yeterli bilgiye sahip olmadan ürünlerini satmak istediklerinden dolayı yeni pazarlara girmekte zorlanmaktadır. Bu nedenle, KOBİ'ler, pazar araştırması yaparak müşterilerin isteklerine ve beklentilerine uygun kaliteli malları piyasaya sürmeli ve kendi markalarını oluşturmalarıdır.
- İşletmelerin teşvik belgeleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmaması, bürokrasi yoğunluğunun girişimciyi yıldırması ve teşviklerin sınırlı sayıda olması sebebiyle, KOBİ'lerin teşvik ve desteklerden yararlanma olanakları çok düşüktür. Bu nedenle devletin teşvik mekanizmasını basitleştirmesi ve özellikle kalkınma ajansları uzmanlarının bu konuda girişimcilere yardımcı olması gerekmektedir.
- Manisa OSB'deki işletmelerin çoğu aile işletme yapısında oldukları için kurumsallaşma konusunda sıkıntı yaşamaktadırlar. Ancak, küreselleşen piyasada işletmelerin rekabet avantajı elde edebilmeleri için, kurumsallaşma düzeylerinin yüksek olması gerekmektedir. Kurumsallaşma sonucunda, işletmelerin verimliliği ve karlılığı artmakta, yetki ve sorumluluklar dağıtmakta, aile ve iş ilişkileri birbirinden ayrılmaktadır. Bu nedenle, aile işletmelerinin rekabet gücünün artırılabilmesi için, kurumsallaşmanın işletme yapısına uyarlanması gerekmektedir.
- Bölgedeki KOBİ'lerin ihracat yapma oranlarının düşük olduğu görülmüştür. Bölge ekonomisinin gelişmesi ve işletmelerin küresel rekabet ortamında ayakta kalabilmesini sağlamak için ihracat önemli bir faktördür. Ancak, Manisa OSB'deki KOBİ'lere baktığımızda, piyasadaki firmalarla ticarete çoğunlukla, finansal sıkıntılarla karşılaştıkları görülmektedir. Bu nedenle, KOBİ'leri, ihracata yönlendirecek destekler arttırılmalı ve mevcut destekler ile ilgili KOBİ'lere bilgi verilmelidir.
- Manisa OSB'deki KOBİ'lerin büyük çoğunluğu, orta kapasite ile üretim yapmaktadır. KOBİ'lerin rekabet gücünü artırması için, kapasite kullanım

oranını ve verimliliklerini artırmaları ve yeni teknolojileri kullanmaları ve kalite standartlarına uygun üretim yapılmalıdır. Bu bağlamda, kalite ve standartların rekabet için en önemli faktör olduğu göz önünde bulundurulursa, kalite güvence sistemlerinin yerleşmesinde KOBİ'lerin desteklenmesi ve bilgilendirilmesi gerekmektedir. Uluslararası piyasalarda, KOBİ'lerin rakipleriyle rekabet edebilmesi, ancak onlara destek vermek ve sorunlarına çözüm bulmak ile mümkün olacaktır.

Yukarıdaki açıklamalar ışığında, küreselleşen ortamda yeniden şekillenen KOBİ'ler tüm ülke ekonomilerinin lokomotifi, günümüzün ve geleceğin temel ve vazgeçilmez üretim unsuru haline gelmişlerdir. Manisa OSB'deki KOBİ'ler, hem büyük ölçekli işletmelerin tamamlayıcısı, hem de bölge ve ülke ekonomisinin gelişmesinde-kalkınmasında önemli rol oynamaktadırlar. Ayrıca, KOBİ'ler, ana- yan sanayi bütünleşmesini de sağlayarak, OSB içerisinde bulunan ve dünya çapındaki çok büyük ölçekli işletmelere önemli katkılar sağlamaktadır. Ülkeler ve bölgeler açısından son derece önemli olan KOBİ'lerin başarısı için, bu işletmelerin temel sorunlarının saptanarak, üretim tekniklerinin, ürün kalitelerinin ve ürün çeşitliliğinin artırılması ve rekabet gücünü artıracak şekilde düzenlemelerin sürekli ve düzenli yapılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, M. (2013). Küresel Rekabet Gücünün Ölçülmesi ve Türkiye Bağlamında Bir Değerlendirme. *Akademik Bakış Dergisi*(37).
- Afza, T., & Nazır, M. S. (2007). Economic Competitiveness and Human Resource Development An Fdi Perspective. *Pakistan Economic and Social Review*, 45(2).
- Aiginger, K. (2001, September). Europe's Position In Quality Competition. *Austrian Institute of Economic Research WIFO*(4).
- Akdağ, R., Mete, M., & Emhan, A. (2014). Diyarbakır Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Elmas Modeli İle Kümelenme Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2).
- Akgemci, T. (2001). *KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler*. Ankara: KOSGEB.
- Aksu, M. (1993). Uluslararası Pazarlamanın Önemi ve Dışa Açılma Düşüncesinde Olan İşletmelerin Dikkat Etmesi Gereken Faktörler. *Pazarlama Dünyası*(42).
- Aktan, C., & V. İ. (2004a). *Yeni Ekonomi ve Yeni Rekabet, Rekabet Dizisi:1*. Ankara, Türkiye: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu.
- Aktan, C., & Vural, İ. (2004b). *Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri , Rekabet Dizisi: 2*. Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, Yayın No: 254.
- Alkılıç, İ. (2012). Şirketlerin Halka Açılması. *International Practice Group*(1).
- Altay, A., & Pazarlıoğlu, M. (2007, Haziran). Uluslararası Rekabet Gücünde Beşeri Sermaye: Ekonometrik Yaklaşım. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F Dergisi*, 9(12).
- ALTO. (1991). *Aliağa Ticaret Odası*. Nisan 27, 2015 tarihinde www.alto.org.tr/tr/bilgi-merkezi/gr-kobi-tesvik-belgesi.html adresinden alındı

- Aras, R., İmirzi, H. Ö., & Akın, H. (2007). İstanbul'daki Küçük ve Orta Ölçekli Mobilya Üretim İşletmelerinin Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Politeknik Dergisi*, 10(1), 105-110.
- Arıç, K. H. (2013). Yeni Bir Dış Ticaret Teorisi Olarak Porter'ın Rekabetçi Üstünlükler Teorisi'nin Yapısı. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(5).
- Asian Development Bank. (2003). *Asian Development Outlook*. Hong Kong: Oxford.
- Atık, H. (2005). *Yenilik ve Ulusal Rekabet Gücü*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Aykaç, M., Parlak, Z., & Özdemir, S. (2008). Küreselleşme Sürecinde Rekabet Gücünün Arttırılması ve Türkiye'de KOBİ'ler.
- Aynural, S., & Kaya, N. (2001). Kobi'lerde Teknoloji Edinimi. *I. Avrasya Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Kongresi, 23-26 Haziran 2001, Bişkek-Kırgızistan*. Ankara: Tika.
- Bakımlı, E. (2005). "Uluslararası Rekabet Gücü: Ölçümü ve Önemi". M. F. Gökalp, & C. Y. Kesbiç içinde, *Uluslararası Rekabet Sürecinde Türkiye*. İstanbul: Beyaz Yayınları.
- Bakımlı, E. (2011). Türkiye İmalat Sanayi ve Alt Sektörlerinin Uluslararası Rekabet Gücü: Mevcut Durum ve Potansiyel Analizi. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Muğla.
- Balassa, B. (1965). Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage. *The Manchester School of Economics and Social Science*, 33(2), 99-123.
- Barney, J. B. (1986). Organizational Culture: Can It Be a Source of Sustained Competitive Advantage? *The Academy of Management Review*, 11(3), 656-665.
- Baron, A., & Armstrong, M. (2007). *Human Capital Management: Achieving Added Value Through People*. London: Kogan Page.
- Bayramoğlu, A. (2004). Sunuş. Z. Şen, & Ş. Dolu içinde, *Hiper Rekabet Stratejileri*.

- Bayülken, Y., & Kütükoğlu, C. (2012). *Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri (KOBİLER)*. tmmob makina mühendisleri odası.
- Bekmez, S. (2008). *Türkiye Avrupa Birliği Sektörel Rekabet Analizleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Bekmez, S., Köne, A. Ç., & Günel, D. (2009). Beşeri Sermayenin Türkiye’de Bölgeler Arası Ekonomik Gelişme Açısından Önemi. *TİSK AKADEMİ*, 66-81.
- Bennett, D., & Vaidya, K. (2001, May 29--30). Meeting Technology Needs of Enterprises for National Competitiveness. *Global Forum on Management of Technology:Focus on the Arab RegionFocus on the Arab Region*.
- Bilen, A., & Solmaz, H. (2014). KOBİ’lerin Karşılaştıkları Yapısal Sorunlar ve Çözüm Önerileri(Diyarbakır Örneği). *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(7), 60-79.
- Buckley, P. J., Prescott, C. L., & Prescott, K. (1988). Measures of International Competitiveness: A Critical Survey. *Journal of Marketing Management*, 2(4).
- Bulu, M., Eraslan, İ. H., & Kaya, H. (2006). Türk Elektronik Sektörünün Rekabetçilik Analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 49-66.
- Bulut, Z. A. (2004). İşletmeler Açısından Kapasite Planlaması Ve Kapasite Planlamasına Etki Eden Faktörler. *Mevzuat Dergisi*(80).
- Burgess, T., Tekin, M., & Güleş, H. K. (2000). *Değişen dünyada Teknoloji Yönetimi*. Konya: Damla Ofset.
- Burnett, J. (2008). Core Concepts of Marketing. *The Global Text Project is funded by the Jacobs Foundation*.
- Claessens, S. (2009, March). Competition in the Financial Sector: Overview of Competition Policies. *IMF Working Paper*, 45(9).
- Çağlar, İ., & Savsar, C. (2005). KOBİ Yönetiminde Kuşak Değişiminin Yönetim Kültürü Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma ve Çorum Örneği. I. K. Üniversitesi (Dü.), *2.KOBİler ve Verimlilik Kongresi* içinde, (s. 97-103).

- Çatal, M. F. (2002). *Bölgesel Kalkınmada Küçük Ve Orta Boy İşletmelerin (Kobi) Rolü*. Şubat 10, 2015 tarihinde <http://e-dergi.atauni.edu.tr/>. adresinden alındı
- Çelik, A., & Akgemci, T. (1998). *Girişimcilik Kültürü ve Kobi'ler*. Konya: Nobel Yayınevi.
- Çivi, E. (2001). Rekabet Gücü : Literatür araştırması. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, Yönetim ve Ekonomi*, 8(2).
- Çolakoğlu, M. (2002). *KOBİ Rehberi*. TOBB.
- Çözüm. (2015). *Çözüm Araştırma Danışmanlık Eğitim Hizmetleri Ltd. Şti*. Nisan 27, 2015 tarihinde http://www.cozumrastirma.com.tr/orneklemhesaplama_1_60.htm adresinden alındı
- Demir, İ. (2001). *Türkiye Beyaz Eşya Sanayinin Rekabet Gücü ve Geleceği*. Ankara: DPT Uzmanlık Tezi Yayın No: DPT.2571.
- Demir, N., Birbil, D., Atalay, N., & Yıldırım, Ş. (1998). *İnsan Kaynakları ve Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları No:635.
- Denison, D. R., & Mishra, A. K. (1995, Mar. - Apr.). Toward a Theory of Organizational Culture and. *Organization Science*, 6(2), 204-223.
- Doğan, Ö. İ., & Marangoz, M. (2002). Toplam Kalite Uygulamaları ve Kapasite Verimliliği Arasındaki İlişki. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2).
- DTI. (2003). *UK Competitiveness Indicators: Second Edition*. London: DTI, Economics and Statistics Directorate.
- DTI. (2005). *Productivity & Competitiveness Indicators*.
- Dulupçu, M. (2001). *Küresel Rekabet Gücü, Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- Duman, E., & Işık, N. (2012). 1929 Ekonomik Buhranı ve 2008 Küresel Krizi'nin Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 73-101.
- Eckhard, S. (2007, July). International Competitiveness and Comparative Advantage: A Survey and a Proposal for Measurement. *CESifo Venice Summer Institute*.
- Ekin, N. (1999). *Küreselleşme ve Gümrük Birliği*. İstanbul Ticaret Odası Yayını, Yayın No: 1999-47.
- Engin, E. (2013). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yaklaşımına Göre Türkiye Oluklu Mukavva Ambalaj Sektörünün Rekabet Gücü. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul.
- Erarı, F. (2001). Küreselleşme ve Kobilerin Önemi ile Dış Ticaretteki Yeri. *I. Avrasya Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Kongresi, 23-26 Haziran 2001, Bişkek-Kırgızistan*. Ankara: Tika.
- Erdönmez, P. A. (2003). Türkiye'de 2001 Yılındaki Mali Kriz Sonrasında Kurumsal Sektörde Yeniden Yapılandırma. *Bankacılık Dergisi*(47).
- Erkan, B. (2012). Ülkelerin Karşılaştırmalı İhracat Performanslarının Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Katsayılarıyla Belirlenmesi: Türkiye- Suriye Örneği. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15).
- Erkekoğlu, H. (2008). *İmalat Sanayi Rekabet Gücü Araştırması (Kayseri Örneği)*. Ankara: Palme Yayıncılık.
- Eroğlu, F. (2001). KOBİ'ler Yoluyla Küresel Dünyaya Katılma. *I. Avrasya Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Kongresi, 23-26 Haziran 2001, Bişkek-Kırgızistan*. 14, s. 71-82. Ankara: Tika.
- Erol, M. (2010). Ekonomik Kriz ve KOBİ'ler. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1).
- Eşiyok, B. (2010). Uluslararası Rakabet Gücü Göstergeleri. *Kalkınma Dergisi*(58).

- Fiol, C. M. ((2001)). Revisiting An Identity-Based View of Sustainable Competitive Advantage. *Journal Of Management*, 6, 691-699.
- Fiol, C. M. (1991). Managing Culture as a Competitive Resource: An Identity-Based View of Sustainable Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17 (1), 191-211.
- Frohberg, K., & Hartmann, M. (1997). Comparing Measures of Competitiveness. *Institute Of Agricultural Development in Central and Eastern Europe, Discussion Paper(2)*.
- Gazete, R. (2005, Kasım 18). KOBİ'lerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik.
- Gazete, R. (2012, Kasım 4). KOBİ'lerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik.
- Goedegebuure, R., & Tulder, R. v. (2004). National Competitiveness as a Portfolio Assessing Past and Future Comparative and Competitive Advantages of Countries:the Case of the European Union. *Problems and Perspectives in Management(4)*.
- Gökovalı, U. (2005). Teknoloji ve Uluslararası Rekabet. C. Y. Kesbiç, & M. F. Gökalp içinde, *Uluslararası Rekabet Sürecinde Türkiye*. İstanbul: Beyaz Yayınları.
- Gunawardana, P., & Havrila, I. (2003). Analysing Comparative Advantage and Competitiveness: An Application to Australia's Textile and Clothing Industries. *Australian Economic Papers*, 42(1), 103-107.
- Gürpınar, K. (2007). Türk Mobilya Sektörünün Rekabet Gücü Üzerine Bir Araştırma. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Afyon.
- Gürpınar, K., & Sandıkçı, M. (2008). Uluslararası Rekabetçilik Analizinde Michael E. Porter'ın Elmas Modeli Yaklaşımı: Türkiye'deki Bazı Endüstrilerdeki Uygulanabilirliğinin ve Sonuçlarının Araştırılması. *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi(15)*.

- Haque, I. (1995). Trade, Technology and International Competitiveness. EDI (Economic Development Institute) Development Studies, Washington: The World Bank.
- İkv. (1991). *21. Yüzyıl Ekonomilerine Doğru Bir Kalkınma Aracı KOBİ'ler, A.T. Örneği*. İstanbul.
- IMD. (1989). *World Competitiveness*. Kasım 15, 2014 tarihinde <https://www.worldcompetitiveness.com/OnLine/App/Index.htm> adresinden alındı
- IMD. (2014). *Overall Ranking and Competitiveness Factors*. IMD World Competitiveness Center.
- IMD. (2015). *Methodology and Principles of Analysis*. IMD World Competitiveness yearbook.
- İnal, G. A. (2003). A Study Into Competitiveness Indicators. *REF, Tüsiad Sabancı Üniversitesi*, 1-44.
- İrten, Y. E. (2004). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) Önemi ve İkinci OECD-KOBİ İstanbul Bakanlar Konferansı.
- Işık, N., & Kılınç, E. (2011). Bölgesel Kalkınma'da Ar-Ge ve İnovasyonun Önemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(2), 9-54.
- K.Frohberg, & Hartmann, M. (1997). Comparing Measures of Competitiveness. Institute of Agriculture in Central and Eastern Europe, Discussion Paper No:2.
- Karabıçak, M. (2009). Uluslararası Yabancı Sermaye Akımlarının Türkiye Ekonomisinin Küresel Rekabet Gücü Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 14(1), 137-149.
- Karluk, R. (2001). *Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyümeye Katkısı, Ekonomik İstikrar, Büyüme ve Yabancı Sermaye*. TCMB.
- Kayalı, C., & Aktaş, H. (2003). Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçek İşletmelerde Yönetim Krizi ve Toplam Kalite Yönetimi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 10(2).

- Keskin, R., & Demirer, Ö. (2012). Şehirlerin Fiziki Modernizasyonu: Çorum Uygulaması. *Manas Sosyal araştırmalar Dergisi*, 1(4), 19-36.
- Kiper, M. (2005, Aralık). “Teknoloji ve Teknoloji Transfer Stratejilerinin Ulusal Politikalar İçin Önemi”. *Mühendislikte Mimarlıkta ve Planlamada Ölçü Dergisi*.
- Koç, M., & Özbozkurt, O. B. (2014). Ulusların Rekabet Üstünlüğü ve Elmas Modeli Üzerine Bir Değerlendirme. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 2(3), 85-91.
- Koçel, T. (1993). Büyüyen İşletmelerde Karşılaşılan Yönetim ve Organizasyon Sorunları. *istanbul Üniversitesi işletme Fakültesi*.
- KOSGEB. (2002). Kobi Rehberi. *TOBB Türkiye Odalar veBorsalar Birliği*.
- KOSGEB. (2007). *KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı*.
- Kotan, Z. (2002). Uluslararası Rekabet Gücü Göstergeleri. *TCMB Araştırma Genel Müdürlüğü*.
- Koyuncugil, A. S., & Özgülbaş, N. (2008). İMKB'de İşlem Gören KOBİ'lerin Güçlü ve Zayıf Yönleri:Chaid Karar Ağacı Uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 1-21.
- Krugman, P. (1994, March- April). “Competitiveness: A Dangerous Obsession” . *Foreign Affairs*, Vol:73(No: 2).
- Kumar, R., & Chadee, D. (2002, February). International Competitiveness of Asian Firms: An Analytical Framework. *Economics and Research Department, ERD Working Paper No. 4*.
- Kurt, Ş. (2010). İşsizliğin Psiko-Sosyal Sonuçları ve Türkiye Üzerine Muhtemel Etkileri. *İ.Ü., İktisat Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü*, 358-379.
- Kuşat, N. (2011). Küreselleşen Dünyada Turizm Sektörü: Bilgi İletişim Teknolojileri Ve Rekabet Gücü. *Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu, Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, Cilt 3; Sayı 5.

- Kuşat, N. (2014). Isparta Dış Ticaret Sektörünün SWOT Analizi Kapsamında Mevcut Durum Değerlendirmesi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 299-324.
- Küçükçolak, A., & Yılmaz, M. K. (2006). Basel II Uygulamalarının KOBİ'lere Etkileri ve İMKB Şirketlerinin Bu Açından Değerlendirilmesi. 5. Orta Anadolu İşletmecilik Kongresi, 15-17 Haziran 2006. Tokat.
- Liesner, H. H. (1958). The European Common Market and British Industry. *The Economic Journal*, 68(270), 302-316.
- Little, I. M., Mazumdar, D., & Page, J. M. (1987). Small Manufacturing Enterprises:A Comparative Study of India and Other Economies. *Published for The World Bank*.
- López, J. E., Salazar, E. A., Castro, G. M., & Sáez, P. L. (2006). Organizational Capital As Competitive Advantage Of Organizations. *Departamento de Organización de Empresas*, 7(3).
- Marcoides, G. A., & Heck, R. H. (1993, May). Organizational Culture and Performance:Proposing and Testing a Model. *Organization Science*, 4(2), 209-225.
- Mcfetridge, G. D. (1995, April). "Competitiveness: Concepts and Measures," Industry Canada. *Occasional Paper*, 5(3).
- MESOB. (2004). *Manisa Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği*. 19 Şubat, 2015 tarihinde http://www.mesob.org.tr/s_e_yapi.htm adresinden alındı
- Müftüoğlu, T. (2007). *Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler KOBİ'ler*. Ankara: Turhan Kitapevi.
- Müftüoğlu, T., & Durukan, T. (2004). *Girişimcilik ve KOBİ'ler*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Mühleyer, P., & Clarke, M. (1997). The competitive factor training and development as a strategic management task. *Journal of Work Place Learning*, 9(1).

- Mytelka, L. (1999). *Competition, innovation and competitiveness in developing countries*. OECD.
- Nakamura, L. I. (2000, July/August). Economics and the New Economy: The Invisible Hand Meets Creative Destruction. *Business Review*.
- OECD. (2005). SME and Entrepreneurship Outlook. OECD publications.
- Oliver, C. (1997). Sustainable Competitive Advantage: Combining Institutional and Resource-Based Views. *Strategic Management Journal*, 18(6), 697-713.
- Omotunde, E. J. (1987). Currency Depreciation and Imports. *Finance & Development*.
- Ozansoy, A. (2009). 2008-2009 Küresel Krizine Karşı Ülkelerin Gösterdikleri Korumacılık Refleksleri. *Lebib Yalkın Dergisi*(69), 300-316.
- Öcal, T., & Uçar, H. (2011). Kümelenmelerde Yapısal Değişim Ve Rekabet Gücü. *Sosyal Siyaset Konferansları*, sayı:60.
- Özdemir, F. (2013). KOBİ Sınıflandırmaları ve KOBİ'ler İçin Finansal Raporlama Standardını Uygulama Gereksiniminin Değerlendirilmesi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1).
- Özdemir, S., Ersöz, H., & Sarioğlu, İ. (2006). İşsizlik Sorununun Çözümünde KOBİ'lerin Desteklenmesi. *İstanbul Ticaret Odası*.
- Öztürk, F. (2004). Hayek'in Düşüncesinde Rekabet. *Ekonomik Yaklaşım*, Cilt. 15, sayı 51.
- Pegemmakina. (2003). *Pegem Mühendislik Danışmanlık*. Aralık 15, 2014 tarihinde <http://pegemmakina.com/projeler/1-27-10-kobi-destekleri.html> adresinden alındı
- Peters, T. (1988). Restoring American Competitiveness: Looking For New Models of Organizations. *Academy of Management Executive*, 2(2), 103-109.
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.

- Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*, 68 (2), s. 73-93.
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*, 76 (6), s. 77-90.
- REF. (2015). *Dünya Ekonomik Forumu - Küresel Rekabet Raporu 2014-2015*. TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu- REF.
- Rondinelli, D. A. (2002). Promoting National Competitiveness In A Globalizing Economy: The State's Changing Roles .
- Rosselet, S., & McCauley. (2007). Methodology and Principles of Analysis. *IMD World Competitiveness Yearbook*.
- Sarıaslan, H. (1994). *Küçük ve Orta İşletmelerin Finansman Sorunları: Çözüm İçin Bir Finansal Paket Önerisi*. Ankara: TOBB Yayını.
- Sarıaslan, H. (1996). *Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler, İmalat Sanayi İşletmelerinde Sorunlar ve Yeni Stratejiler*. Ankara: TOBB Yayını.
- Sarıaslan, H. (2001). Avrasya ve Türkiye'de KOBİ'lerin Ekonomik Kalkınmadaki Yeri ve Önemi. *I. Avrasya Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Kongresi, 23-26 Haziran 2001, Bişkek-Kırgızistan*. Ankara: Tika.
- Sarıöz, Y. G. (2013). Piyasa: Adam Smith Versus Karl Polanyi . *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 2.
- Schein, E. H. (2010). Organizational Culture and Leadership. *Jossey Bass*, 436.
- Schmitz, H. (1997). Collective Efficiency and increasing returns. *iIDS Working Paper* 50.
- Schuurman, H. (1997, December). Quality Management And Competitiveness The Diffusion of The Iso 9000 Standards In Latin America and Recommendations For Government Strategies. *Economic Commission For Latin America And The Caribbean*.

- Schwab, K., & Sala-i-Martin, X. (2013). *The Global Competitiveness Report 2013-2014*. World Economic Forum.
- Schwab, K., & Xavier, S.-i.-M. (2014). *The Global Competitiveness Report 2014-2015*. World Economic Forum.
- Seyidoğlu, H. (2003). *Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama*. İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Smit, A. (2010). The Competitive Advantage of Nations: Is Porter's Diamond Framework A New Theory That Explains The International Competitiveness of Countries? *Southern African Business Review*, 14(1).
- Tanyeri, M., & Fırat, A. (2005). "Rekabet Değişkeni Olarak Dış Kaynak Kullanımı". *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(3).
- Tatlıdil, A., & Candemir, R. (1998). İhracata Yönelik Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Pazarlama Eğitiminin Firma Gelişimine Katkısı, İzmir Örneği. İzmir: İzmir Ticaret Odası Yayını, Yayın No: 50.
- Tiirmaa-Klaar, H. (2005). International Competitiveness and The Role of Government In The Globalised World Economy.
- TİSK. (2013). *Haber Bülteni*. Nisan 25, 2015 tarihinde Türkiye İşverenler Sendikaları Konfederasyonu: <http://www.tisk.org.tr/> adresinden alındı
- Tokatlıoğlu, İ. (1999). İktisat Kuramında Rekabet Kavramının Gelişimi. *Ekonomik Yaklaşım*, Cilt:10, Sayı:33.
- Töre, N. (1995). Rekabet Gücü ve Ölçülmesi. *Anadolu Sanayinin Rekabet Gücü ve Üniversite- Sanayi İşbirliği, İkinci Ulusal İktisat Sempozyumu*. Ankara: Türkiye Ekonomi Kurumu Yayını.
- TÜİK. (2013). *Sayılarla Manisa*. Manisa: Manisa Valiliği, İl Planlama ve Koordinasyon Müdürlüğü.
- Türker, O. (2009). Gümrük Birliği Sonrası Türkiye'nin Dış Ticaretinin Rekabet Gücü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(32), 281-302.

- Türkkan, E. (2014). *Rekabet Derneği*. Temmuz 15, 2014 tarihinde <http://www.rekabetderneği.org/rekabethakkında.htm> adresinden alındı
- Türkoğlu, M., & Çelikkaya, S. (2011). Türkiye’de KOBİ’lere Yönelik Ar-Ge Destekleri. *Akdeniz Üniversitesi Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 3(2), 56-71.
- Ulengin, F., Ekici, Ş. Ö., & Karaata, S. (2012). *Türkiye’nin Küresel Rekabet Düzeyi*. İstanbul: TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu- REF.
- Ulengin, F., Ekici, Ş. Ö., & Tamer, E. (2014). *Türkiye’nin Küresel Rekabet Gücü Düzeyi*. İstanbul: TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu- REF.
- Uludağ, i., & Serin, V. (1991). Türkiye'de KOBİ'ler, Yapısal ve Finansal Sorunlar, Çözümler. (Yayın No: 1991-25).
- Uludağ, İ., & Serin, V. (1991). *Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler*. İstanbul: İTO Yayınları.
- Ulusoy, G., Öz, S., Karaata, S., Ararat, M., Yurtoğlu, B., & Yeğenoğlu, H. (2006). *Türkiye Küresel Rekabet Raporu*. İstanbul: TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu.
- Ulusoy, R., & Akarsu, R. (2012). Türkiye'de KOBİ'lere Yapılan Destekler ve İstihdam Üzerindeki Etkileri. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(23), 105-126.
- Utkulu, U., & İmer, H. (2009). ” Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Avrupa Birliği Tekstil Ve Konfeksiyon Sektörü Karşısındaki Rekabet Gücünün Alt Sektörler Düzeyinde Ölçülmesi (1994-2005). *Rekabet Dergisi*, 3-43.
- Utkulu, U., & Seymen, D. (2004). Revealed Comparative Advantage and Competitiveness:Evidence for Turkey vis-à-vis the EU/15. *Dokuz Eylül University, Economics Department*.
- Uysal, D. (1999). Teknolojik Gelişim ve Global Rekabet Üzerine Etkisi. *Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, Sayı 3.

- Üzülmez, H. (tarih yok). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletme Rehberi*. Konya Ticaret Odası Yayınları, No:3.
- Vatansever Deviren, N., & Yıldız, O. (2014). Bölgesel Rekabet Gücünün Arttırılmasında Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Rolü: GEKA Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(35), 769-779.
- Vergil, H., & Yıldırım, E. (2006, Ocak 26). AB-Türkiye Gümrük Birliğinin Türkiye'nin Rekabet Gücü Üzerindeki Etkileri. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.
- Vollrath, T. L. (1991). A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage . *Weltwirtschaftliches Archiv*, 265-279.
- Wint, A. G. (1998). The Role of Government in Enhancing the Competitiveness of Developing Economies: Selective Functional Intervention in the Caribbean. *International Journal of Public Sector Management*, 11(4), 281-299.
- Wziatek-Kubiak, A. (2002). Critical Synthesis, Review of the Main Findings, Methodologies and Current Thought on Competitiveness of Accession Countries. Mapping of Competence. *Center for Socail and economic research*.
- Yeats, A. J. (1985). On the Appropriate Interpretation of the Revealed Comparative Advantage Index:Implications of a Methodology Based on Industry Sector Analysis. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 121(1), 61-73.
- Yılmaz, B. (2004, Ocak). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Toplumda Üstlendikleri Roller Bakımından Analizi. *Dış Ticaret Dergisi*.
- Yörük, N. (2001). Son Ekonomik Krizin KOBİ'ler üzerindeki etkisi ve Tokat İli Örneği. *Gazi Üniversitesi, İ.İ.B.F Dergisi*, 103-122.
- Yörük, N., & Ban, Ü. (2003). *KOBİ'lerin Finansman Sorunları ve Finansman Sorunlarının Kaynaklarının Belirlenmesine Yönelik Uygulama*. Ankara: Gazi Kitabevi.

ZKA. (2009). *Zafer Kalkınma Ajansı*. Mart 2015 tarihinde <http://www.zafer.org.tr/bolgemiz/tr33-bolgesi/bolgemize-genel-bakis.html> adresinden alındı

EKLER

EK-1

Sayın Firma Yetkilisi;

Bu anketi yüksek lisans tezimin alan araştırması safhası için hazırladım. Çalışma sonucu elde edilecek bilgiler tamamen bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Kişisel ve işletme bilgileri, sadece belirtilen amaç doğrultusunda kullanılacak olup, sizin izniniz olmadan başka bir kişi veya kurumla paylaşılmayacaktır. Ankete vereceğiniz yanıtlar bölge sanayisinin geliştirilmesi için son derece önemlidir. Katkılarınız için şimdiden teşekkür ederim.

Arş. Gör. Tuğba AY

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME ANKET FORMU

1- İşletmenizin hukuki yapısı

- Limited Şirket Şahıs İşletmesi Kollektif Anonim

2- İşletmenizin kuruluş yılı?

- 1980 öncesi 1980-1989 1990-1999 2000 ve Sonrası

3- İşletmenizin temel faaliyet sektörü

- Ambalaj-Kâğıt-Baskı ve Kırtasiye Cam Çimento Demir-Çelik
 Elektrik ve Elektronik Gıda Hizmet İş Makineleri
 Kimyasallar-Boya-Temizlik ve Güvenlik Makine ve Makine Ekipmanları
 Metal ve Metal İşleme Otomotiv Plastik ve Kauçuk Tarım Makineleri
 Teknoloji ve Bilişim Tekstil ve Deri Yapı ve İnşaat

4- İşletmenizde toplam istihdam edilen personel sayısı

- 1-10 11-25 26-49 50-75 76-100 101-150 150-250

5- İşletmenizde istihdam edilen idari personel sayısı

- Yok 1-3 4-9 10 ve üzeri

6- İşletmenizde istihdam edilen idari personelin eğitim durumu

- İlkokul Ortaokul Lise Yükseköğretim Yüksek lisans / Doktora

7- İşletme sahibinin öğrenim durumu

- İlkokul Ortaokul Lise Yükseköğretim Yüksek lisans / Doktora

8- İşletme sahibinin yaş grubu

- 18-24 Yaş Arası 25-30 31-40 41-50 51'den büyük

9-İşletmenizin kapasite kullanım oranı

- Düşük kapasite (%0-%49) Orta Kapasite (%50-%75) Yüksek Kapasite (%76 ve üstü)

10-Ürettiğiniz ürünleri hangi markalar adı altında piyasaya sürmektesiniz?

- Kendi Markamız Başka Bir Firmanın Markası Her İkisi de

11- Yan sanayiden aldığınız hammadde/yarımamulleri aşağıdaki faktörler açısından değerlendiriniz

Maliyet

- Düşük Orta Eşit Yüksek Çok Yüksek

Kalite

- Düşük Orta Eşit Yüksek Çok Yüksek

Zamanında Teslim

- Düşük Orta Eşit Yüksek Çok Yüksek

Miktar

- Düşük Orta Eşit Yüksek Çok Yüksek

Özel İsteklere Göre Üretim

- Düşük Orta Eşit Yüksek Çok Yüksek

12- Üretimi gerçekleştirirken temel aldığınız çalışmalarınızı önem sırasına göre 1'den başlayarak sıralayınız

- İşçilik verimliliği Malzeme verimliliği Araç-gereç verimliliği İşçilik maliyeti
 Malzeme maliyeti Ürünün Estetiği Ürünün Fonksiyonu

13-İç Pazarda kendi ürününüzü rakip firmalar açısından karşılaştırınız.

Ürün kalitesi;

- Düşük Orta Eşit Yüksek Çok Yüksek

Ürün fiyatı;

- Düşük Orta Eşit Yüksek Çok Yüksek

Ürün maliyeti;

- Düşük Orta Eşit Yüksek Çok Yüksek

Ürün fonksiyonları;

- Düşük Orta Eşit Yüksek Çok Yüksek

Ulaştırma, depolama, dağıtım;

- Düşük Orta Eşit Yüksek Çok Yüksek

Bulunabilirlik;

- Düşük Orta Eşit Yüksek Çok Yüksek

14- Fiyatlama politikamızda hangi metodu uyguluyorsunuz?

- Rekabet Göre Maliyete Göre Talebe Göre

15-İşletmenizin sahip olduğu kalite güvenlik belgeleri nelerdir?

- ISO 9000 ISO 9001 ISO 14001 ISO 22000 TSE CE Hiçbiri

16-KOBİ Teşvik Belgeniz var mı?

- Evet Hayır

17- Aşağıdaki teşvik ve desteklerin hangilerinden yararlanıyorsunuz?

- Organize Sanayi Bölgesi yardımları Kosgeb Halk Bankası Kredileri
 Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Maliye Bakanlığı Kalkınma Ajansları Hiçbiri

18- Üretim sırasında kullandığımız teknolojinizin durumu nedir?

- Yeni Eski Çok eski

19- İhracat yapıp yapmadığımız?

- İhracat Yapmadım İhracat Yaptım

20- Neden ihracat yapmaktasınız? (Eğer İhracat yapıyorsanız)

- Dış Piyasalarla Rekabet Edebilecek Düzeydeyim
 Atıl Kapasiteden Yararlanmak İstiyorum
 İhracat Teşviklerinden Yararlanmak İstiyorum
 İç Pazar Kısıtlı.

21- İhracat yapmıyorsanız ihracat yapmanızı engelleyen faktörleri önem sırasına göre 1 den başlayarak numaralandırınız

- Finansal Güçlükler Üretim Miktarının Az Olması Ürün Fiyatının Yüksek Olması
 Yabancı Dil Yetersizliği Dış Pazarlar Hakkında Yeterli Bilgi Sağlayamama
 İhracat Pazar Araştırmasının Zor Olması İç Piyasanın, Dış Piyasaya Oranla Cazip Olması

22- Hammadde tedarikinde karşılaşılan sorunlar (Önem sırasına göre 1'den başlayarak sıralayınız)

- Yeterli Miktarda Hammadde Ve Malzeme Bulamamak, Hammadde Fiyatlarının Çok Yüksek Olması,
 Hammadde Alırken Ödemelerin Peşin Olması Veya Taksitlerin Çok Yüksek Faizli Olması,
 Hammadde Ve Malzeme Kalitesinin Düşük Olması,
 Nakliye Giderlerinin Çok Yüksek Olması,

23- Finansal sorunlarınız nelerdir ? (Önem sırasına göre 1'den başlayarak numaralayınız)

- Özsermaye Yetersizliği Satış Karlılığının Düşüklüğü
 Kredi Kullanım Olanaklarının Düşüklüğü Kredi Faiz Oranlarının Yüksekliği.
 Alacakların Tahsilatında Karşılaşılan Güçlükler Satışların Düşüklüğü
 Maliyetlerin Kontrol Edilememesi

24- Yatırımlarınızda kullandığımız finansman kaynakları nelerdir?

- Banka Kredileri Özkaynaklar Leasing
 Yabancı Ortaklık Halka Açılma Ve / Veya Ortaklık Yoluyla

25- Size göre KOBİ'lerin en önemli sorunları nelerdir (Önem sırasına göre 1'den başlayarak sıralayınız)

- Rekabet Yönetim Lojistik Kısa vadeli finansman ihtiyacı
 Uzun vadeli finansman ihtiyacı Kalifiye işgücü Kalite Teknoloji
 Hammadde temini Pazarlama Danışmanlık hizmetleri

26- 2008 Küresel Kriz İşletmenizi Olumsuz Etkiledi mi?

- Evet Hayır

27- İşletmenizin 2008 Küresel Krizinden En Çok Etkilenme Biçiminiz Nedir?

- Kar Azalması Satışların Azalması Üretim kapasitesinin azalması
 Kredi imkanlarının daralması Girdi maliyetlerini artması
 Üretim kalitesinin azalması İstihdam durumunun azalması

28- İşlemenizin Krize Karşı En Çok Aldığı Önlem Nedir?

- Hiçbir şey yapmadım Maliyetleri azalttım Başka bir alana geçiş yaptım
 Üretimi azalttım Yeni Pazar arayışına girdim İşgücünü azalttım