

**T.C.  
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENİSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANA BİLİM DALI  
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**ÇİN ZHEJIANG BÖLGESİNDEKİ KOBİ'LERİN  
GİRİŞİMCİLİK PROFİL ANALİZİ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**REZİWANGULİ TUERHONG**

**1150Y71209**

**İstanbul, Mart 2015**

**T.C.  
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENİSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANA BİLİM DALI  
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**ÇİN ZHEJIANG BÖLGESİNDEKİ KOBİ'LERİN  
GİRİŞİMCİLİK PROFİL ANALİZİ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**REZİWANGULİ TUERHONG  
1150Y71209**



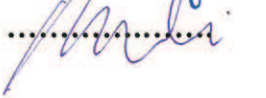
**DANIŞMAN: Doç. Dr. Ahu Tuğba KARABULUT**

**İstanbul, Mart 2015**

T.C.  
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ONAY SAYFASI

Yüksek lisans öğrencisi  
Rezinangüli TUERHONG, Cin Zhe Tang Bölgesindeki KOBİlerin Girişimcilik...  
..... Profil Analizi....." konulu tez çalışması  
jürimiz tarafından Yüksek Lisans tezi olarak (oybirliği  / oyçokluğu  ) ile başarılı  
bulunmuştur.

	Adı – Soyadı	İmza
Tez Danışmanı	: Doç. Dr. Tuğba Kerehul	
Jüri Üyesi	: Prof. Dr. Ali Akdemir	
Jüri Üyesi	: Doç. Dr. Bely Dereli	

## ÖZET

### ÇİN ZHE JİANG BÖLGESİNDEKİ KOBİ'LERİN GİRİŞİMCİLİK PROFİL ANALİZİ

Günümüzde, KOBİ'ler ülkeler ekonomisinde gittikçe önemli bir yere sahip olmaktadır. KOBİ'ler teknolojik yenilikler ve sosyal-kültürel çevrelerdeki değişimlere hızla ayak uydurabilme özellikleriyle piyasadaki ihtiyaç ve talepleri anında karşılamaktadır diğer yandan yenilikler ortaya çıkararak çeşitli girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaktadır.

Girişimcinin kişisel özellikleri ve gerçekleştirdiği girişimcilik faaliyetleri işletmelerin güçlü rekabette ayakta kalması, büyümesi ve gelişmesi için büyük rol oynamaktadır. Bu durum KOBİ'ler ve girişimciler hakkındaki araştırmaların daha çok yapılmasını gerektirmektedir.

Bu tez çalışmasında, öncelikle girişimcilik ve KOBİ'ler hakkında kısaca özetler yapılmış daha sonra dünya ekonomisinde belirleyici ülkelerinden biri olan Çin'deki KOBİ'ler ele alınarak, Çin KOBİ'lerinin sınıflandırılması, sektör dağılımı, bölgelere göre gelişme durumu, Çin'in KOBİ'ler için uyguladığı çeşitli politikalar ve teşvikler incelenmiştir. Son olarak Çin'in Zhe Jiang bölgesindeki 380 tane KOBİ'lere ulaşılarak girişimcilik profil incelenmesi yapılmış ve girişimci özelliklerinin ortaya çıkarılması için çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik, KOBİ'ler, Çin KOBİ'leri

## ABSTRACT

### PROFILE ANALYSIS OF ENTREPRENEURSHIP SMEs IN CHINA ZHE JIANG PROVINCE

Nawadays, SME's are increasingly having an important place in countries economy. SMEs are meeting immediate needs and demands of the market with its technological innovation and social cultures to keep up with rapid changes in the environment, on the other hand involving by revealing innovations in various entrepreneurial activities.

Entrepreneur's personal characteristics and entrepreneurial activities are playing important role for them to sustain in strong competition and for their growth and development, in this situation more research must be done about SMEs and entrepreneurs.

In this study, first was provided entrepreneurship and short introduction about SMEs and later by taking example SMEs in China was talk about classification, sectoral distribution, development status by region of SMEs in China and China's various policies and incentives on SMEs. Lastly by contacting and researching 380 SMEs in Zhe Jiang region of China, provided their profile and entrepreneurial profile.

**Key Words:** Enterpreneurship, SMEs, China SMEs

# İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER .....	v
TABLO LİSTESİ.....	ix
ŞEKİL LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xiii
GİRİŞ .....	1
1. GİRİŞİMCİLİK .....	4
1.1. Girişimcilik Kavramı.....	5
1.1.1.Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi ve Tanımı .....	5
1.1.2. Girişimcilik ile Diğer Kavramların Ayrımı.....	10
1.1.3. Girişimci Tipleri .....	12
1.2. Girişimcilerde Bulunan Kişisel Nitelikler ve Davranışlar .....	15
1.2.1. Yenilikçilik.....	15
1.2.2. Risk Almak.....	16
1.2.3. Yaratıcılık ve Bağımsızlık.....	16
1.2.4. Özgüven .....	17
1.2.5. Yüksek Başarı Güdüsü .....	18
1.2.6. Kararlılık .....	18

1.3. Girişimci Olmayı Etkileyen Faktörler .....	19
1.3.1. Aile Altyapı ve Eğitim .....	19
1.3.2. Psikolojik Faktörler .....	22
1.3.3. Sosyal ve Kültürel Çevre.....	23
1.4. Girişimcilik Faaliyetleri Gerçekleştirirken Karşılan Sorunlar .....	24
1.4.1. Finansal Sorunlar.....	24
1.4.2. Nitelikli Elaman Eksikliği ve Teknik Engeller .....	25
1.4.3. AR-GE Sorunları.....	26
1.4.4. Taşıma ve Nakliye Sorunları.....	26
1.4.5. Müşteri ile İlgili Sorunlar .....	27
1.4.6. Güçlü Rekabet ve Yüksek Ücret Düzeyi.....	28
1.4.7. Devlet Teşviklerinin Yetersizliği Ve Yüksek Vergi .....	29
<b>2. KOBİ'LER VE GİRİŞİMCİLİĞİN KOBİ'LER ÜZERE DEĞERLENDİRİLMESİ .....</b>	<b>30</b>
2.1. KOBİ'lerin Tanımı ve Sınıflandırılması .....	31
2.1.1. KOBİ'lerin Sınıflandırılmasındaki Temel Ölçütler .....	31
2.1.2. KOBİ'lerin Çeşitli Ülkelerdeki Tanımı.....	33
2.1.2.1. Amerika Birleşik Devletler.....	34
2.1.2.2. Avrupa Birliğindeki Devletler .....	34
2.1.2.3. Türkiye .....	36
2.1.2.4. Japonya .....	38
2.1.2.5. Malezya .....	38

2.2. KOBİ'lerin Özellikleri ve Sorunları.....	39
2.2.1. KOBİ'lerin Yönetim Özellikleri ve Sorunları.....	40
2.2.2. KOBİ'lerin İşlevlerine İlişkin Özellikleri ve Sorunları.....	44
2.3. KOBİ'lerin Ekonomik ve Sosyal Katkıları .....	48
2.3.1. KOBİ'lerin Ekonomideki Katkıları.....	48
2.3.2. KOBİ'lerin Sosyal Gelişmedeki Katkıları .....	51
2.4. Girişimcilik ve KOBİ Kavramlarının Etkileşimi .....	53
<b>3. ÇİN KOBİ'LERİNİN İNCELENMESİ.....</b>	<b>55</b>
3.1. Çin KOBİ'lerinin Sınıflandırılması.....	56
3.2. Çin KOBİ'lerinin Sektörlerdeki Dağılımı.....	58
3.3. KOBİ'lerin Bölgelere Göre Gelişme Durumu .....	60
3.4. KOBİ'lerin İstihdamdaki Payları .....	61
3.5. Çin'in KOBİ'ler için Uygulayan Destek Politikaları.....	62
3.6. Zhe Jiang Bölgesindeki KOBİ'lerin İncelenmesi .....	65
<b>4. ÇİN ZHEJIANG BÖLGESİNDEKİ KOBİ'LERİN GİRİŞİMCİLİK PROFİLİ.....</b>	<b>69</b>
4.1. Araştırma Süreçleri.....	69
4.1.1. Araştırmanın Amacı ve Modeli.....	69
4.1.2. Anket Formunun Hazırlanması .....	69
4.1.3. Araştırma Kapsamı ve Örneklem.....	70
4.1.4. Verilerin Çözümü.....	70
4.2. Verilerin Analizi.....	71



4.2.1. Demografik Veriler .....	71
4.2.2. Girişimci Olmayı Etkileyen Faktörler .....	77
4.2.3. Girişimcilikte Karşılaşılan Sorunlar .....	78
4.2.4. İşle İlgili Gelecekteki Amaçlar .....	79
4.2.5. Kişilerin Girişimcilik Özelliklerine İlişkin Ölçeğın İncelenmesi .....	80
4.2.6. Ölçeğeye Ait Faktörlerin Güvenilirliklerinin İncelenmesi .....	83
4.2.7. Korelasyon Analizi .....	85
4.2.8. Yaş İle Yenilikçi Olma Arasındaki İlişkiyi Ölçmek İçin Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi .....	88
4.2.9. Medeni Durum İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Ölçmek İçin Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi .....	89
4.2.10. Yabancı Dil Seviyesi İle Güven Arasındaki İlişkiyi Ölçmek İçin Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi .....	90
<b>SONUÇ</b> .....	<b>91</b>
<b>KAYNAKÇA</b> .....	<b>94</b>
<b>EKLER</b> .....	<b>104</b>
EK-1. Türkçe Anket Soruları .....	104
EK-2. Çin Haritası .....	110

## TABLO LİSTESİ

### Sayfa No.

Tablo 1.	Orta çağdan Bilgi Toplumuna Kadar Girişimciliğin Gelişim Aşamaları..	9
Tablo 2.	KOBİ'lerin Tanımındaki Nicel Ölçütlerin Sınıflandırılması .....	33
Tablo 3.	Amerika Birleşik Devletleri KOBİ'lerin Tanımı .....	34
Tablo 4.	AB'deki KOBİ Tanımı.....	35
Tablo 5.	İngiltere'de KOBİ'lerin Tanımı .....	36
Tablo 6.	Türkiye'deki KOBİ Tanımı.....	37
Tablo 7.	Japonya'daki KOBİ'lerin Tanımı.....	38
Tablo 8.	Malezya'daki KOBİ Ölçeği .....	38
Tablo 9.	Çeşitli Ülkelerinde Çalışan Personele Göre KOBİ'lerin Tanımı .....	39
Tablo 10.	Bazı Gelişmiş Ülkelerde KOBİ'lerin Ekonomideki Payları .....	50
Tablo 11.	Bazı Gelişmekte Olan Ülkelerdeki KOBİ'lerin Ekonomideki Payları ...	50
Tablo 12.	Bazı Ülkelerde KOBİ'lerin Ekonomik Faaliyetlerde Etkinlik Derecesi.	51
Tablo 13.	Girişimci KOBİ ve Girişimci Olmayan KOBİ'lerin Karşılaştırılması....	54
Tablo 14.	Çin'deki KOBİ'lerin Sınıflandırılması.....	57
Tablo 15.	Çin KOBİ'lerinin Yıllara Göre Toplam İstihdamı ve istihdamın Sektörlerdeki Payları .....	61
Tablo 16.	Zhe Jiang Bölgesinin Çin'deki Genel Durumu .....	66
Tablo 17.	Girişimcilerin Yaş Gurubu .....	71
Tablo 18.	Girişimcilerin Eğitim Seviyesi .....	71
Tablo 19.	Girişimcilerin Yabancı Dil Bilme Durumu .....	72
Tablo 20.	Girişimcilerin Medeni Durumu .....	72
Tablo 21.	Girişimcilerin Annelerinin İşi .....	73
Tablo 22.	Girişimcilerin Babalarının İşi .....	73

Tablo 23.	Girişimcilerin Otomobilinin Bulunma Durumu .....	73
Tablo 24.	Girişimcilerin Kendi Evinin Bulunma Durumu .....	74
Tablo 25.	Girişimcilerin Daha Önce Başkalarına Ücretli Çalışma Oranı .....	74
Tablo 26.	Girişimcilerin Daha Önce Başka İşletme Kurma Oranı .....	74
Tablo 27.	Girişimcilerin İşine Sahip Olma Süresi .....	75
Tablo 28.	KOBİ'deki Çalışan Personellerin Sayısı .....	75
Tablo 29.	KOBİ'lerin Ortalama Yıllık Ciroyu .....	75
Tablo 30.	KOBİ'lerin Kurulmasındaki Başlangıç Yöntemi .....	76
Tablo 31.	İşin Başlangıç Sermayesinin Temin Yöntemi .....	76
Tablo 32.	Girişimcinin Yıl Sonunda Kazandığı Karı Değerlendirme Yöntemi ....	77
Tablo 33.	Girişimci Olmayı Etkileyen Faktörleri Tanımlayıcı İstatistikler .....	77
Tablo 34.	Girişimcilikte Karşılaşılan Sorunları Tanımlayıcı İstatistikler .....	78
Tablo 35.	İşle İlgili Gelecekteki Amaçlar .....	80
Tablo 36.	Kişilerin Girişimcilik Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler .....	81
Tablo 37.	Girişimsel Eğilim Güvenilirlik İstatistiği .....	83
Tablo 38.	Bağımsız Olma Güvenilirlik İstatistiği .....	84
Tablo 39.	Risk Alma Güvenilirlik İstatistiği .....	84
Tablo 40.	Belirsizliğe Tahammül Güvenilirlik İstatistiği .....	84
Tablo 41.	Başarı İhtiyacı Güvenilirlik İstatistiği .....	85
Tablo 42.	Güven Güvenilirlik İstatistiği .....	85
Tablo 43.	Yenilikçi Olma Güvenilirlik İstatistiği .....	85
Tablo 44.	Kendilik Kontrolü Güvenilirlik İstatistiği .....	85
Tablo 45.	Korelasyon Analizi .....	86
Tablo 46.	Yaş İle Yenilikçi Olma Arasındaki İlişkiyi Ölçmek İçin Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi ANOVA .....	88
Tablo 47.	Medeni Durum İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Ölçmek İçin Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi ANOVA .....	89

Tablo 48. Yabancı Dil Seviyesi İle Güven Arasındaki İlişkiyi Ölçmek İçin Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi.....	90
---	----

## ŞEKİL LİSTESİ

	<b>Sayfa No.</b>
Şekil 1. 2012 Yılındaki Çin KOBİ'lerinin Sektörlere Göre Dağılımı .....	59
Şekil 2. Çin KOBİ'lerinin Bölgelere Göre Toplam İşletmelerdeki Payları(2009) ....	60
Şekil 3. Zhe Jiang KOBİ'lerinin Bölgedeki Dağılımı.....	68

## KISALTMALAR LISTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	: Araştırma Geliştirme
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
GDP	: Gross Domestic Product
GSYİH	: Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla
KOBİ	: Küçük ve Orta Boyutlu İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
No	: Numara
PRC	: People's Republic of China
SBA	: The US Small Business Administration
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
WTO	: Dünya Ticaret Örgütü
GSMH	: Gayri Safi Milli Hâsıla

## GİRİŞ

Dünyadaki küreselleşme hızının gittikçe artması ve teknolojideki büyük değişimler dünya ekonomisini yeniden yapılandırmıştır. Bilgi işlem teknolojisi ve iletişim teknolojisinin gelişmesi iş dünyasına çeşitli kolaylıklar sağlamakla güçlü rekabeti de beraberinde getirmiştir. Günümüzde iş dünyasındaki küçük ve orta ölçekteki işletmeler, ülkeler ve dünya ekonomisinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Ancak KOBİ'lerin bu güçlü rekabeti, hızlı değişim içindeki iş dünyasında ayakta durması ve başarılı olması için çeşitli strateji ve girişimsel faaliyetlerde bulunulmasını zorunlu kılmaktadır.

Girişimcilik, literatürde ilgi çeken bir diğer konudur. Girişimciler yeni iş kurma veya mevcut işletmede yeni pazara girme, yeni ürünler üretme gibi süreçlerde kendi yaratıcılığı ve teknolojik yenilikleri kullanarak, risk üstelenerek işletmenin daha sağlam gelişmesine önemli katkıda bulunmaktadır.

Bu araştırma, dünya fabrikası olarak bilinen Çin'deki KOBİ'ler üzerine yapılmıştır. Çin'in imalat sektöründe önemli yer tutan KOBİ'lerin incelenmesi ve KOBİ'lerin girişimcilik profilinin araştırılması, KOBİ'lerin girişimciliğini arttıracak yolların çizilmesi bakımından çok önemlidir. Diğer yandan Zhe Jiang bölgesi Çin'in 1978 yılındaki ekonomik ve siyasi politikalarının yeniden yapılandırılmasından sonra, ekonomik kalkınma planını gerçekleştirmede öne geçerek Çin ekonomisinde ikinci sıraya gelmiştir. Bu nedenle Zhe Jiang KOBİ'lerinin girişimcilik profilinin incelenmesi diğer bölgelerdeki girişimciler ve KOBİ'ler açısından da önemlidir.

Bu çalışmanın amacı, Çin'in Zhe Jiang bölgesindeki KOBİ'lerin girişimci olmasında hangi faktörlerin etkili olduğunu saptayarak, bölgedeki KOBİ'lerin girişimcilik profilini ortaya çıkarmak ve girişimcilerin karşılaştığı sorunlara çözümler üretip önerilerde bulunmaktır.

Araştırma tarama modelini kullanarak Çin'in Zhe Jiang bölgesindeki KOBİ girişimcilerinin geçmiş ve günümüzdeki durumlarını değerlendirmek üzere bazı ölçekler kullanılmış ve mevcut durum betimlenmeye çalışılmıştır. Zhe Jiang bölgesindeki farklı şehirlere yerleşen KOBİ girişimcilerine ulaşılarak, örneklem katılımcıları 380'denoluşan tabakalı örnekleme metodu esas alınmıştır. Girişimcilerle yüz yüze ve E-Mail yoluyla görüşmeler yapılmış ve her girişimciye hazırlanan anketler uygulanmıştır. Anket soru-cevap şeklinde girişimcilerden doldurulması beklenmiştir. Elde edilen anketler SPSS21 istatistik programı ile değerlendirme yapılmıştır.

Çalışma içerik olarak dört bölümden oluşmakta olup, ilk olarak girişimcilik kavramı ele alınmıştır. Bu bölümde girişimciliğin tanımı, tarihsel gelişimi ve diğer kavramlardan ayrımı, girişimci tipleri, girişimcilerde bulunan temel nitelikler ve davranışlar, girişimci olmayı etkileyen faktörler ve girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirirken karşılaşılan sorunlar ortaya koyulmuştur.

İkinci bölümde, küçük ve orta ölçekteki işletmeler söz konusudur. Bu bölümde, KOBİ'lerin tanımının yapılmasındaki temel ölçütler, KOBİ'lerin çeşitli ülkelerdeki sınıflandırılması, KOBİ'lerin özellikleri ve sorunları üzerine durulmaktadır. Ayrıca KOBİ'lerin girişimcilik kavramıyla olan etkileşimi ve KOBİ'lerin ekonomik ve sosyal hayata olan katkılarına da yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde ise Çin KOBİ'leri ve Çin'in Zhe Jiang bölgesindeki KOBİ'ler ele alınmıştır. Çin'de KOBİ'lerin nasıl sınıflandırıldığı, Çin KOBİ'lerinin sektör dağılımı, gelişme durumu ve KOBİ'lerin Çin ekonomisindeki katkıları, Çin'in KOBİ'ler için uyguladığı teşvik politikaları açıklanmıştır. Çalışmanın araştırma konusu olan Zhe Jiang bölgesindeki KOBİ'ler hakkında da bu bölümde bazı genel bilgiler aktarılmıştır.



Çalışmanın ilk bölümlerinde verilen girişimcilik ve KOBİ'ler hakkındaki bilgiler çalışmanın son bölümünde, Çin Zhe Jiang bölgesindeki KOBİ'ler üzerine değerlendirilerek bölgedeki 380 farklı girişimciye ulaşıp Çin Zhe Jiang bölgesindeki KOBİ'lerin girişimcilik profilinin ortaya çıkarılması için çalışılmıştır.

# 1. GİRİŞİMCİLİK

Girişimciliğin, geçmişten bugüne ülkelerin ekonomik istikrarı ve büyümesinde, sosyal ve toplumsal sorunların çözülmesinde önemli katkıları vardır. Girişimciler yeni kurduğu iş ile belirli istihdam ve talep yaratmakla beraber, mevcut işletmenin büyümesinde de önemli role sahip olmaktadır.

Girişimcilik, günümüzde önemli bir kavram olmasına rağmen literatürde farklı şekillerde tanımlanmış ve hakkında çeşitli yorumlar yapılmıştır. Araştırmacılar girişimciliği ortaya çıkan fırsatları değerlendirerek yeni işletmeler kurmak; kar ya da değer yaratmak amacıyla yeni işletmeler yaratmak; fırsatı yakalamak için çeşitli üretim süreçlerini deneyerek, kısıtlı imkânlardan yararlanarak mal ve hizmet üretmek; zamanını ve emeğini ortaya koyarak, riskleri üstelenen para ya da kişisel tatmini amaçlayarak bir şeyler yaratmak; yenilikler ortaya çıkararak ekonomik süreçlerde değişimler yaratmak gibi farklı ama bir birine benzer görüşlerde bulunmuştur (Avşar, 2007).

Araştırmalara göre, girişimcilerin başarılı olmasında bulunduğu sosyal ve kültürel çevre, aile ve okul eğitiminden başka kişisel özelliklerinin de etkili olduğu, daha çok risk alabilme, bağımsız olma, güçlü başarı ihtiyacı, özgüven, yenilikçi ve yaratıcı olma gibi niteliklere sahip olan girişimcilerin kendi işlerinde daha çok tatmin edici sonuçları elde ettiği görülmektedir.

Girişimciler girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirirken birçok engeller ve sorunlarla karşı karşıya gelmektedir. Girişimcilerin en çok karşılaştığı sorunlar içinde finansal sorunlar, nitelikli elaman eksikliği ve müşteri ile ilgili sorunlar, güçlü rekabet ve devlet teşviklerinin yetersiz kalması gibi sorunlar en önde gelmektedir.

Bu bölümde girişimcilik kavramı hakkında genel bilgiler yer almaktadır. Girişimciliğin tanımı, diğer kavramlardan ayrımı, girişimci tipleri, girişimcilerde

bulunan temel nitelikler ve davranışlar, girişimci olmayı etkileyen faktörler, girişimcilerin faaliyetlerini gerçekleştirirken karşılaştığı sorunlar da ele alınmıştır.

### **1.1. Girişimcilik Kavramı**

Girişimcilik ile sermayedar, lider, işveren ve yönetici kavramları sıklıkla aynı anlamda kullanılmaktadır. Girişimciliğin diğer kavramlardan farklı özelliklerini açıklamadan önce girişimciliğin tarihsel gelişimi ve genel olarak kabul görülen tanımına yer vermek gerekmektedir. Daha sonra iç girişimcilik, kurumsal girişimcilik, orijinal girişimcilik, profesyonel-yönetici girişimcilik, teknik girişimcilik, girişimci girişimcilik ve çevreci girişimcilik gibi girişimcilik türleri üzerine durulacaktır.

#### **1.1.1. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi ve Tanımı**

İnsanoğlu, ilk çağlardan beri yaşamını sürdürebilmek, ihtiyacını karşılamak için bir mücadele içindedir. Taş-demir devrinden günümüze kadar türlü problemler karşısında kalan insanoğlu aslında çözüm üretmek için sürekli bir risk alma, yenilik yaratma gibi girişimciliğin temel unsurlarından kaçınmamaktadır. Avcı insan topluluğu zamanından tarım çağlarına, tarım çağlarından yerleşik hayata geçilmesine kadar insanoğlundaki bu arayışı girişimcilik ruhu olarak kabul edebiliriz (Durukan, 2006, s. 26). Girişimcilik, insanın değer yaratabilmeye ve üretebilmeye başladığında ilk şekillerini oluşturmaya başlamıştır. İlk çağdaki üretim sadece ihtiyaçları karşılamayı amaçlıyordu, daha sonra yazının icadıyla ticaret komşu köylerden şehirlere, şehirlere kıtalara kadar geniş alanda yayılmaya başlamıştır (Demirez, 2006, s. 1). Çin’de üretilen ürünlerin zamanında en önemli ticaret yolu olan ipek yolunu izleyerek Asya kıtasından Avrupa kıtasına kadar ulaşıldığı biliniyor (Çelik, 2006, s. 468). Girişimciler ürünleri götürmekle kalmaksızın ipek yolu üzerindeki konak, gıda, giysi, nakliye ve diğer ürünleri üreten girişimcilerin de yolunu açmıştır (Ercan ve Gökdeniz, 2009, s. 61). Tüm bunlar gösteriyor ki, girişimcilik ilk çağlarda ihtiyaçların tetiklemeyle oluşmaya başlamıştır.

Ortaçağ, karanlık çağ diye adlandırsa da aslında insanlığın Altın Çağ'ı olarak kabul edilir. Ortaçağlarda İspanya'dan Çin'e kadar uzanan bir medeniyet, buluşlar, icatların ışığı ortaçağdaki her şey üzere parlamıştır (Salim Ahmed, 2010).Ekonomi açısından bu keşif ve buluşlar öncelikle tarımın gelişimini daha sonra ticaretin büyümesini, genişlemesini ileri sürmüştür. Girişimciler kendi bölgesinde üretilen ürünleri kara veya deniz yoluyla tüm dünyada pazarlamayı başarmıştır. Diğer yandan girişimciler bir geniş saha, küçük sanayi kuruluş, meslek kuruluş sahibi, bir inşaat proje yöneticisi, esnaflar olarak da ekonomik faaliyette kendi rolünü oynamıştır.

1700'lü yıllarda rekabetin artması, devletin uluslararası ticareti desteklemesi, devletin bireysel özel girişimcilere yaptırdığı sabit fiyatlı projelerin çoğalması nedeniyle girişimciler gerçek bir biçimde risk üstelenmeye başlamıştır. Devrin ünlü İrlandalı ekonomisti ve yazarı Richard Cantillon (1680-1734) da 1755 yılında yayınlayan eserinde 'girişim risk'ini ele alıp girişimciyi sermaye sahibinden ayrı riski üstelenen kişi olarak tanımlamıştır (Hisrich, 1998, s. 6). Richard Cantillon'a göre girişimci amacına ulaşmak için işin belirsizliğine rağmen riski üstelenen ve yöneten kişidir. Girişimci, belirli bir ekonomik faaliyette kar elde etmeyi amaçlayarak riskli bir ürün ya da hizmeti satın alan ve belirsiz bir fiyatta satan spekülátördür (Wilken, 1979, s. 10). Daha sonra Sanayi devrimiyle tarım sektörü sanayi sektörüne kaymıştır. Teknolojideki yenilikler sanayi sektörünün hızla gelişmesini sağlamıştır. Günümüzdeki girişimciliğin ilk olarak ekonomi dalında önemli bir konu olarak ele alınıp araştırılması bu yüzyılda gerçekleşmiştir.

Sanayileşmenin yaygınlaşması neticesinde önem kazanan girişimciler yeni ticaret yollarıyla elde ettikleri gelirlerle siyasi ve ekonomi alanda güç ve hak kazanmaya başlamış ve daha çok kazanmak için elverişli bir ortam hazırlamıştır (Durukan, 2006, s. 26-27). Bu dönemde Fransız iktisatçı Jean Batiste Say (1803), girişimcinin bir yöneticinin sahip olduğu özelliklerin olması gerektiğini, Pazar ihtiyacına göre düşünerek önce fikir daha sonra ürün üretmesi gerektiğini

vurgulamıştır. Bundan itibaren girişimcilik bir üretim faktörü olarak kabul görünmeye başlamıştır.

Son yüzyıldan günümüze kadar girişimcilik hızlı bir biçimde bir bilim dalı olarak gelişmeye başlamıştır. Teknolojik yenilikler, nükleer enerji, üretim teknikleri, bilişim teknolojisi, telekomünikasyon ve diğer gelişmelerin küreselleşmesi neticesinde girişimciler artık uluslararası hizmet göstermeye, yatırım yapmaya başlamıştır. 1980'lerden sonra bilgisayar ve internet teknolojisinin yaygınlaşmasıyla iş imalattan daha çok bilgi ve fikir üretmeye, hizmet üretimine yoğun olarak odaklanmıştır (Bakırtaş ve Tekinşen, 2006, s. 127).

Tarih boyunca girişimciler ile dış dünya karşılıklı etkileşim içinde olmuştur. Girişimcilerin bulunduğu ekonomik, politik, teknolojik, sosyal, kültürel çevre var olması, gelişmesi, yeni pazarlara açılmasını etki altına almıştır. Karşılıklı olarak girişimciler de ülkeler arasındaki ticaretin öncülüğünü yaparak ülke ekonomisinin gelişmesinde önemli katkılarda bulunmuştur. 13.yüzyıllardan, 16.yüzyıllara kadar insanların diğer bölgelerdeki zenginliklerine ulaşmak için yaptığı araştırmalar, 17.yüzyıldaki sanayi devrimi sonucunda sanayileşmenin yaygınlaşması, daha sonra 18. ve 19.yüzyıllardaki teknoloji alanındaki yeniliklerin hizmet sektörünü geliştirmesi, 20.yüzyıldaki bilgisayar ve internet teknolojisinin tüm dünyayı kaplamasıyla mal ve ürünlerin uluslararası alana açılması ve diğer tüm değişimler boyunca girişimcilik bilim dalında yoktan var olmuş, değişik dönemlerde hızla gelişmiştir. Günümüzde, genel kabul ettiğimiz emek, sermaye, tabiat faktörleri gibi üretim faktörlerine eklenip bir dördüncü üretim faktörü olarak önümüze çıkmaktadır.

Girişimcilik ve girişimciyi tanım olarak ilk olarak Rehad Cantillon 1755'de kendi eserinde dile getirdiğinden beri bilim adamların girişimcilik hakkındaki görüşleri gittikçe değişmiş ve mükemmelleşmiştir. Farklı dönemlerde farklı bakış açılarından değerlendirilmiştir.

1934 yılında Avusturyalı iktisatçı Joseph Schumpeter ekonomide girişimciliğin temel teorisini göstermiştir. Schumpeter'e göre işletmelerin yaratıcılık ve yenilikçilik ruhuna sahip olan insanları seçerek, daha az yenilikçi olanları iş yerlerinden çıkararak daha verimli ekonomiye sahip olduklarını söylemiştir. Schumpeter'e göre, yeni teknoloji kullanarak yeni bir ürün üretmek veya hizmet sunmak ya da var olan ürünü başka bir şekilde üretilip tüketiciye sunmak gibi işlemleri girişimcilerin görevi olarak göstermiştir (Audretsch, 2002, s. 2).

Girişim (enterprise), kelime olarak bir işi yapmaya kalkışma durumunu ifade etmektedir. Girişimcilik ise İngilizcede "enter" Türkçe karşılığı giriş ve "pre" Türkçe karşılığı "ilk" olan kelime köklerinden gelmektedir, girişimci (entrepreneur) böyle bir durum için ilk başlayan, ilk giren kişi anlamına gelmektedir (Aytaç ve İlhan, 2007, s. 102). 20. Yüzyılda bu tanım fırsatları değerlendirerek yenilik yaratabilme, teknoloji yeniliklerini kullanarak yeni ürün, fikir üretebilme ve bunları iş hayatında uygulayarak öncülük yapma anlamına gelmektedir.

Bu açıklamalardan yola çıkılarak girişimci, ekonomik mal ya da hizmet üretmek, pazarlamak için sermayeyi ortaya koyup üretim yapan, kar amacına ulaşmak için girişim sonucundaki riskleri üstelenen kişidir tanımına ulaşabilmektedir (Marangoz, 2012, s. 2).

Aşağıdaki tabloda ilk çağlardan günümüzdeki bilgi toplumuna kadar bilim adamlarının girişimcilik ve girişimciler hakkındaki görüşleri gösterilmiştir.

**Tablo 1. Orta çağdan Bilgi Toplumuna Kadar Girişimciliğin Gelişim Aşamaları**

<b>Tarihi Dönem</b>	<b>Bilim Adamı</b>	<b>Girişimcilik Hakkındaki Görüşler</b>
<b>İlk Çağ</b>	-	Hayatını idare ettirmek için arayış içerisinde olan hür kimsedir
<b>Orta Çağ</b>	-	Büyük ölçekli üretim projelerinin yöneticisidir, risk duygusu yoktur.
<b>17.yüzyıl</b>	-	Girişimci, hükümetle yapılan sabit fiyatlı sözleşmede riskini üstelenen kişidir.
<b>1725</b>	Richard Cantillon	Sermaye sahibinden ayrı risk üstelenen kişidir.
<b>1803</b>	Jean Baptiste Say	Girişimcinin kazancı sermayenin getirisinden ayrılmıştır.
<b>1876</b>	Francis Walker	Fon sağlayıcı ile proje sahibi girişimcinin kazançları ayrılmıştır.
<b>1934</b>	Joseph Schumpeter	Girişimci, yenilik yapan ve yeni teknoloji geliştiren kimsedir.
<b>1961</b>	David McClland	Girişimci, faal ve ılımlı riskleri alan kimsedir.
<b>1964</b>	Peter Drucker	Girişimci, fırsatları en üst düzeye çıkaran kişidir.
<b>1975</b>	Albert Shapero	Girişimci örgütün sosyal ve ekonomik işleyişinde inisiyatif kullanan ve muhtemel başarısızlık riskine üstelenir.
<b>1980</b>	Karl Vesper	Girişimci ekonomist, psikolog, iş adamı ve siyasetçiler tarafından farklı algılanmaya başlamıştır.
<b>1983</b>	Gifford Pinchot	İç girişimci, faaliyette olan bir örgüt içerisindeki çalışan girişimcidir.
<b>1985</b>	Robert Hisrich	Girişimci zaman ve gayret sarf ederek farklı değerler üreten, çeşitli riskleri üstlenen ve sonunda maddi ya da manevi karşılık alan kişidir.
<b>1995</b>	Peter Drucker	Girişimci elindeki kaynakları düşük verimlilik alanlarından, yüksek verimlilik alanlarına aktaran ve orada tutmayı başarabilen kişidir.
<b>1999</b>	Jeffrey Timmons	Girişimci çağdaş önderlikle dengelenmiş davranış ve düşünüş biçimine sahip, dürüstlük ve samimiyetle doğruların inşasını yapan kişidir.

**Tablo 1. Devam**

<b>2001</b>	Philip A.Wickham	Girişimci belirli bir projeyi kendi girişimcilik anlayışı ile geliştiren kişidir.
<b>2002</b>	G.Brenkert	Girişimci piyasa ekonomisinin vazgeçilmez unsurudur.
<b>2003</b>	L.W.Busenitze	Ekonomik refahın oluşmasında başrol oynayan kişidir.

**Kaynak:** Hisrich, R.D. & Michael P. P, **Entrepreneurship** (4 ed.), United States, The McGraw-Hill Book Co, 1998, s.6; Timmons, J. A. **New Venture Creation: Entrepreneurship For The 2st Century** (5th ed), United States, The McGraw- Hill Book Co, 1999, s. 33;Çelik, A. **Bir İstihdam Politikası Olarak Girişimcilik**, Kırgızistan–Türkiye Manas Üniversitesi İ.İ.B.F. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, 2006, s. 468-469.

### **1.1.2. Girişimcilik ile Diğer Kavramların Ayrımı**

Girişimcilik, yönetim literatüründe bazı farklı kavramlar ile karıştırıldığı görülmektedir. Bunlar ise yönetici, lider, işveren ve sermayedar kavramları olup girişimcilik ile aynı anlamda kullanılmaktadır. Oysa bu kavramlar arasında farklılıklar vardır (Güney, 2008, s. 65-67).

**Yönetici-Girişimci Ayrımı:** İnsanlar bilişim çağına geçtikten sonra, üretim faktörü olan emek faktörünün içindeki fikri emek, fiziki emekten daha çok ilgi görmeye başladı. Yönetici, liderin yönlendirmesiyle hayal gücü ve vizyona dayanarak, üretim faktörlerini ele geçirerek mal ve hizmet üretmek için düzenli bir plan içinde işletmenin amacına ulaşması için koordinasyon yapan, yöneten, çalıştırma sorumluluğu üstelenen bir fikri emek üreticisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Girişimci de yönetici gibi bir fikir üreticisidir, ama girişimci girişim sonucunda doğabilecek tüm riskleri üstelenir, kendi ya da başkalarının sağladığı sermayeyi tehlikeyi göze alarak ortaya koyar. Girişimci işletmenin amacına ulaşması için pazar ihtiyaçlarını en iyi bilen, geleceği en doğru kıyaslayan, fırsatları görebilen kişidir, yönetici daha çok işletme içi problemlere çözüm üretmeye çalışan, düzen kuran, üretim faktörlerinin uyumunu sağlayan kişidir. Girişimci özelliklerinde



yöneticilik de söz konusudur, girişimci isterse yönetici olabilir, ancak herhangi bir yönetici girişimci olamaz (Marangoz, 2012, s. 4).

**Lider-Girişimci Ayırımı:** Liderlik ve girişimcilik bir birine çok yakın iki kavram olduğundan kolay karıştırılır. Lider ister iş hayatı, ister günlük hayatı olsun kendileri ve örgütü harekete geçirmek ve amaca ulaşmak için çoğunlukla yönetici ve girişimcilik özelliklerini kendinde hazırlamıştır. Liderler daha çok insan üzerine odaklanır (Marangoz, 2012, s. 4).İşletme açısından, yöneticiler bir görev ve sorumluluk sahibi olarak, liderler ise insanlara odaklanan, geliştirici, yönetici, girişimci bir başrol olarak, girişimciler ise her niteliğinde bir risk alma durumu olan, yenilik peşinde koşan, yaratıcı bir kişi olarak karşımıza çıkmaktadır.

**İşveren-Girişimci Ayırımı:** İşveren en çok girişimcilik ya da yönetici ile karıştırılan kavramdır. İşveren, işgücü karşılığında belirli bir ücret ödeyip, işçi çalıştıran ve onlara karşı sorumlu olan kişidir. İşveren kavramı bir hukuki kavramdır, dolayısıyla genelde işletme kavramı olarak değerlendirilmemektedir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s. 13-14).

**Sermayedar-Girişimci Ayırımı:** Sermayedar kendi sahip olduğu parayı türlü şekillerde yatırım yapan kişidir. Sermayedar yatırım yaptığı, işletme kurduğu veya ortaklık kurması nedenleriyle girişimcilik ile karıştırılır, oysa girişimci, risk alır, yenilikçi ve yaratıcı ruhuna sahiptir, her sermayedarda böyle niteliklerin bulunması beklenmez. Sermaye sahipleri için risk almaktan ziyade istikrarlı bir gelişme sağlamak daha cazip olmaktadır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s. 14-15).

### 1.1.3. Girişimci Tipleri

Girişimcilik literatürde önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır, girişimciliğin ortaya çıkması, organize olması, hayata geçmesi ve diğer biçimlerine göre günümüzde en çok konuşulan girişimci türleri; iç girişimcilik, kurumsal girişimcilik, orijinal girişimcilik, profesyonel–yönetici girişimcilik, teknik girişimciliği, girişimci girişimciliği, çevreci girişimcilik olarak sınıflandırılmaktadır (Top, 2006, s. 8).

**İç Girişimcilik:** İç girişimcilik, ilk kez 1985 yılında Pinchot tarafından mevcut bir örgüt içindeki girişimcilik faaliyetlerin tümünü kapsayan bir kavram olarak tanımlanmıştır ve daha sonraki tanımlar için bir temel olmuştur (Antoncic, 2001, s. 47).

İç girişimcilik, işletme içerisinde kendini kanıtlayan bireylerin diğer çalışanlarla iyi bir iletişime geçerek bunları kendi değerleriyle birleştirerek kendini daha iyi tanıyıp, kendini gerçekleştirmesiyle ortaya çıkan bir diğer girişimciliğin içinde gelişen bir girişimcilik tipidir (Top, 2006, s. 9). İç girişimcilik kavramında girişimcilik faaliyetleri organizasyon içerine doğru çevrilip, mevcut organizasyon içerisinde, organizasyonun gelişmesi ve büyümesi için işe yarayan yeni girişimcilik düşünceleri keşif edilir ve uygulanır. İç girişimci, işletme içerisinde kendi yenilikçiliği ve yaratıcılığıyla fikirlerini birleştirerek yeni ürün ya da hizmeti ortaya çıkarmak için çalışır ve bulunduğu işletmedeki diğer çalışanları da etkileyip iyi bir takım kurup, işletmenin vizyonuna ulaşmak için çaba gösterir (Doğaner, 2006, s.43).

**Kurumsal Girişimcilik:** Kurumsal girişimcilik, orta ve büyük ölçekteki işletmelerin karar alma biçimlerinde, yöntemlerinde ve uygulamalarında, girişimci davranışlarını gösteren işletme düzeyindeki eğilimlerin bütünüdür.(Morris ve Jones, 1999; Wiklund ve Shepherd, 2005; Bulut, 2007)

Genelde, işletmelerin kendi aralarında risk alarak küçük girişimler organize etmesi iki amaca yöneliktir. Birinci amaç, zor ekonomik koşullarda KOBİ'lerin ayakta kalmasını sağlamaktadır. Diğer amaç ise, ülkenin ekonomisinin istikrarlı büyümesini sağlamak için yeni girişimlerin kurulmasını kolaylaştırmaktır. Kurumsal girişimcilikteki ana fikir, tek başına her şeyi kontrol etmek yerine, bağımsız küçük girişimcileri teşvik ederek, destek vererek işbirliği yapan girişimciliktir (Top, 2006, s. 13).

**Orijinal Girişimcilik:** Orijinal girişimcilik, girişimcilerin bağımsız halde, orijinal haliyle, kendi bilgisi, yeteneği ve yaratıcılığını kullanarak ilk oluşturan girişimciliktir. Girişimcinin yenilikçiliği, yaratıcılığı, risk alması, vizyon sahibi olması, hırslı, meraklı, inatçı gibi özelliklerinin olması nedeniyle Drucker bu girişimciliği ortaya çıkan fırsatları anında yakalayan, risk sonucundaki belirsizliğe üstelenen, gereken çabayı gösteren girişimci olarak da tanımlıyor (Drucker, 1998, s. 121)

Girişimci hayallerini gerçekleştirmek için kendi gücüne dayanarak girişim yapar böylece bir orijinal girişimcilik ve orijinal girişimci meydana gelir. Orijinal girişimcilikte girişim faaliyetinin ilk defa yapılması ve orijinalliğini sağlama özelliği, bu tür girişimciliği diğer girişimcilik türlerinden ayıran bir özellik olarak kabul edilmektedir (Top, 2006, s. 8).

**Profesyonel-Yönetici Girişimcilik:** Profesyonel girişimcilik, büyük ölçekteki ya da KOBİ'ler zor duruma düştüklerinde, firmanın bazı bölümlerini bu konuda bilgi, deneyim sahibi olan girişimcilere satılması veya kiralanmasıdır (Top, 2006, s. 13).

İşletmenin henüz kriz dönemlerindeyken, kapatılmadan yeni bir profesyonel girişimciye devir edilerek, yeni teknoloji, yeni yönetim tarzıyla kurtarılıp yeniden

hayata geçirilmiştir. Böylece profesyonel girişimcilik de zamanımızda ihtiyaç duyduğumuz bir girişimcilik türüne gelmiştir.

**Teknik Girişimcilik:** Teknik girişimcilik, teknolojik alandaki bir takım girişimciliğidir. Genellikle devirin en yeni teknolojisine sahip, tahsil düzeyi yüksek, iyi bir tecrübe ve bilgiye sahip olan girişimcilerin projelerine yapılan yatırımlar olarak karışımıza çıkmaktadır. Teknik girişimcilik diğer anlamda teknik ortaklık girişimcilik, bilgi sahiplerin kendi kariyerlerini doğru şekilde kullandığı girişimcilik türüdür (Top, 2006, s. 16).

**Girişim Girişimcilik:** Girişim girişimciliği, belirli bir alanda girişimcilik faaliyetinde bulunmuş, ancak işletmelerini elden çıkarmış ya da başkalarına devir etmiş deneyim sahibi girişimcilerin yeni girişimcilik takımına katılan girişimcileri kendilerine fırsat olarak değerlendirip gelişen bir girişimciliktir (Top, 2006, s. 16-17).

Girişim girişimciliği iyi fikri olan ama fikri uygulamada zorluk çeken kimse ile güvenilir bir yatırım yapan veya organize eden kimsenin işbirliği yapmasında önemli rol oynamaktadır ve ortak iş yapma kültürünün gelişimini sağlamaktadır.

**Çevreci Girişimcilik:** Günümüzdeki çevresel sorunlara çözüm arayarak, bu sorunlar içindeki fırsatları değerlendirip yeni ürün veya hizmet ortaya çıkaran girişimcileri çevreci girişimci olarak tanımlayabiliriz. 1990'lı yıllardan itibaren çevreye olan duyarlılıklar, kirliliğe karşı önlemler, atıkların yeniden yapılandırılması gibi yeni fırsatları sunmakta, çevreci girişimciler çevreyi koruyup doğal üretim yollarını deneyerek, hem insanlık için hem kendileri için bir ürün veya hizmet yaratmaktadır (Top, 2006, s. 18).

## **1.2. Girişimcilerde Bulunan Kişisel Nitelikler ve Davranışlar**

Literatür, başarılı olan girişimcilerin belirli bir kişiliğe ve bazı ortak kişisel özelliklere sahip olduğu ve bu sahip olduğu özelliklerin ve davranışların girişim faaliyetlerini gerçekleştirirken belirli derecede etkili olduğunu göstermektedir. Girişimcilerde, özgüven, yenilikçilik, risklere üstelenebilme, yaratıcılık, cesaret, yüksek başarı güdüsü, gerekirse geri adım atabilen kararlılık, güçlü kendilik kontrolü, çevreye uyum sağlayabilme ve diğer kişisel özelliklerin bulunduğu gösterilmektedir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s. 16-19).

### **1.2.1. Yenilikçilik**

Girişimci gözünde yenilikçilik, işletmenin ekonomik ve sosyal potansiyelinde belli başlı amaçlara odaklanmış değişimler yaratma faaliyetlerini kapsar (Drucker, 1998).

Yenilikçi girişimciler ortaya çıkardığı yeniliklerin neticesinde bulunduğu sektördeki rakip işletmelerin içerisinde yerini alır ve önüne geçer, böylece rakip işletmelerde ortaya çıkan bu yeni boşluk, yeni kar fırsatlarını yakalamak için aynı şekilde kendini ortaya çıkaracaktır. Buna paralel olarak, rekabette güçsüz ve yetersiz kalan, verimliliği yüksek olan yenilikleri takip edemeyen, yeniliklerden uzak duran işletmeler sektörde kendi yerini kaybedeceği öngörülmektedir (Dolgun, 2006).

Yenilikçilikte önemli olan noktalardan biri ise yapılan yenilik ve değişimlerin değer kazandırmış olması ve bulunan ürün veya hizmetin pazarlanabilmesidir. Girişimcilerin sahip olduğu kişilik özellikleri ve iş yetenekleri arasında en fazla uzlaşmaya varılmış olanı ise yenilikçiliktir. Yenilikçilik girişimcinin sahip olduğu çevre, ürün, hizmet ya da süreci iyileştirme, geliştirme ve farklılaştırmasıdır.

### **1.2.2. Risk Almak**

Girişimci her zaman çeşitli risklerle karşılaşır. Çünkü girişimci iktisadi, toplumsal, kariyer, ruhsal ve sağlık riski alır. Girişimci risk almak için sürekli araştırma yapar, sürekli çalışır, olaylara bilimsel bakar, stratejik bir yol tutar, fikirleri dikkatli uygular. Olumsuz husus ve çelişkileri yönetir ve her türlü olası tehlikelerden uzak durup her şeyi kendi lehine çevirmeye çalışır (Marangoz, 2012, s. 9).

Başarıya ulaşan girişimciler, genelde kendilerin uygun gördüğü riskleri üstelenir. Dolayısıyla başarılı bir girişimci büyük riskler üstelenen kişi olarak kabul görülmez, başarılı girişimci, kendilik kontrolüne sahip, dikkatli karar veren kişidir. Başarılı olan girişimci kendi hedeflerine ulaşmak için kabul edilebilir riskleri üstelenir (Tekin, 2004).

Girişimcilerin sahip olduğu özelliklerin bir tanesi de risk almaktan kaçınmaktır. En basit şekilde ifade edersek risk, tehlikenin olasılığı ile şiddetinin bir fonksiyonunu ifade etmiş olup denetleme yapılmayan etkenin olumsuz başarılar doğurma olasılığıdır. Girişimcilerin risk alma gücü ve cesaret faktörü başarısında önemli etki göstermektedir. Çünkü cesaret, cüret, cesurluk ve riske girme gibi özellikler kişinin bir amaca ulaşmasında önemli hususlardır. Yukarda ki hususlar çalışma fikriyle doğrudan ilgiliyken, belli bir kısım girişimin planlanması, gerçekleşmesi, kariyer edinmesi gibi çeşitli faktörlere bağlıdır.

### **1.2.3. Yaratıcılık ve Bağımsızlık**

Yaratıcılık, yeni bir düşünce veya fikir ortaya çıkarma kabiliyetidir. Yaratıcı bir özelliğe sahip olan birey başkalarının gerçekleşmesi mümkün değil dediği işleri gerçekleştirebilen veya başkaların aklının uçundan dahi geçmeyen fikir ve düşünceye sahip olan, aynı konular hakkında başkalarına göre farklı düşüncelere sahip olan bireylerdir.

Yaratıcılık genellikle girişimciliğin temel özelliklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Girişimci aklına gelen veya uzun zamandır üzerine düşündüğü bir fikri çevredekiler tarafından çok basit veya gerçekleştirilmesi imkânsız olarak nitelendirse de gerçekleştirmeye çalışır. Girişimcilerin olmayan bir şeyleri ortaya çıkarması, yeni iş kurması veya yeni ürün üretmesi için yaratıcı bir ruhunun olması beklenmektedir (Naktiyok, 2004, s. 27-28).

Bağımsızlık bireylerin özgür düşünebilen ve düşündüklerini gerçekleştirmede başkaların görüşlerinin etkisi altında kalmadan faaliyete geçebilen bir iradesidir. Girişimcinin bağımsız bir iradeye sahip olması, yaratıcı fikrini ortaya koymak, yenilikleri uygulamak açısından oldukça önemlidir.

Girişimciler genelde kendi işlerinin başkaları tarafından yönetilme ve müdahale edilmesinden pek hoşlanmazlar. Bağımsızlık duygusu yüksek olan insanlar önünde ne kadar engel olursa olsun imkânları zorlayarak başkalarından bağımsız bir şekilde özgürce çalışmak isterler. Bu durum da bireylerin girişimci olmasının önde gelen nedenlerinden biri olmaktadır (Demirel, 2003, s. 57).

#### **1.2.4. Özgüven**

Özgüveni olmayan bireylerin bir işi yüklenmesi ve başarması genellikle pek mümkün görülmemektedir. Girişimcilerin riskleri üstelenebilmesi aslında girişimcilerin taşıdığı gizli özgüven sonucunda olmaktadır. Bu nedenle özgüvenin olması girişimcilerin girişim faaliyetlerini gerçekleştirmesi için bir öncelik ve avantaj olarak görülmektedir (Gibb, 1987).

Özgüven kişinin bir iş girişiminde veya amaca ulaşabilmesi için önemli bir motive edici faktördür. Kişinin özgüveni, girişim faaliyetlerini iç rahatlığıyla gerçekleştirmesine yardımcı olur, diğer yandan başkalarının da güvenini kazanmasında etkin bir rol oynar. Kişiler özgüvenini yükseltebilir, özellikle ilgi

alanlarında yaptığı çalışmalar, başarılı ve yetenekli olduğu alanlarda ilerlemesi, yaptığı işlerde iyi sonuç alması, üzerine düşen sorumlukları yerine getirmesi gibi çeşitli özellikler kişinin özgüvenini artırmada çok önemlidir. İş alanında çok başarılı olan bir kişinin sadece iş hayatında değil yanı sıra ilişkilerine, sosyal hayatına, aile ortamına da yatırım yapması özgüvenin artması için oldukça önemlidir. Girişimcilerde özgüvenin yüksek olması başlayacağı işe daha iyi motive olmasını ve mükemmel olmasını sağlar.

### **1.2.5. Yüksek Başarı Güdüsü**

Yüksek başarı güdüsü olan kişi kendi düşüncelerine güvenir ve her an karşılaşılabileceği hesaplanmış riskleri çözmekten huzur alır ve bilgi edinir. Başarı güdüsüne sahip kişiler çevreyi kontrol ederek kendi işinin başarılı olması için çeşitli yolları dener ve daha iyi seviyeye ulaşmak için çaba gösterir. Bu çeşitli karşılaşmalar bu kişinin girişimci olma olasılığını yükseltir. Çünkü yüksek başarı güdüsü olan girişimciler, en iyisini mükemmel yapmak, kendisinin belirttiği ölçüleri aşma, mücadele edici bir maksat belirleyip o maksat için bilinçli çaba gösterirler ve ehemmiyet verirler.

### **1.2.6. Kararlılık**

Girişimcinin başarıya ulaşması için önemli etkenlerin biri de kararlı olmasıdır. Girişimci karşılaştığı engeller ve sorunlar karşısında karar vermekten, çözüm yolları aramaktan çekinmez, karar verdikten sonra ise verdiği kararı gerçekleştirmek için çaba gösterir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s. 17).

Bir girişimcinin başarılı olması ve kendi yeteneklerini sergileyebilmesi için birçok müşkülatlardan geçmesi gerekir. Bu müşkülât ve engellerden geçmek için ileri görüşlü, kararlılık gibi temel etkenlere sahip olmak gerekir. Girişimcilikte azim ve kararlılık çok önemli rol alır. Azim, istikrar ve kararlılık devam ettiği sürece



yapılamayacak hiçbir şey yoktur. Girişimcilerin bir işi yapmada kararlı olması başarıya götürecekt en önemli özelliklerinden biridir. Kararlı olan insanlar zorluklar ve yenilgiler karşısında pes etmeden mücadele eder ve sonunda başarıya ulaşır. Başarılı girişimcilerin temel olarak kararlı olmaları gerekmektedir.

### **1.3. Girişimci Olmayı Etkileyen Faktörler**

Bilim adamlarının girişimcilik üzerine yaptığı araştırmalara göre, girişimcilerin hayat koşulları, yaşam tarzı, girişimci olma arzusu, deneyimleri gibi hem iç hem dış faktörler girişimcilerin kararlarını vermesine imkân sağlamaktadır (Hisrich ve Peters, 1985, s. 19). Girişimciliği etkileyen bu unsurlar ülkenin ekonomik, siyasi, teknolojik, finansal durumu, yasal kurumlar, esnek işgücü durumu gibi devlet altyapısı ve eğitim, kültürel ve ticari altyapı gibi girişimcilik altyapısı olarak iki temel unsura toplamaktadır (Börü, 2006, s13).

Bir girişimcinin girişimciliğe başlamaya karar vermesinde, kararını tetikleyen bu temel unsurları kısaca girişimcinin aile altyapısı ve eğitimi, psikolojik unsurlar ve bulunduğu sosyal ve kültürel çevre olarak üç başlık altında toparlayarak incelenmiştir.

#### **1.3.1. Aile Altyapı ve Eğitim**

Bireylerin girişimci karaktere ve girişimci özelliklere sahip olup yetişmesinin önemli nedenlerinin biri de aile altyapısı olarak görülmektedir. Genelde kişiler aileyi ilkokul, anne ve babaları ise ilk öğretmen olarak adlandırmaktadır, bu görüş aile eğitiminin çok önemli olduğunun bir diğer göstergesidir. Diğer eğitimler, yaş, medeni hali, cinsiyet gibi faktörler de girişimcileri etkileyen diğer önemli faktörler olarak ortaya çıkmaktadır.

**Aile Altyapı:** Girişimci bir kişiliğin oluşmasında, kişilerin aile yapıları çok önemlidir. Ailede alınan eğitimin çocuğun girişimcilik istek ve yeteneği üzerindeki

etkilerini; teşvik edici etki, kısıtlayıcı etki ve kararsız etki olarak üç farklı etkendir. Teşvik edici etki, aile reislerinin çocuğu girişimcilik konusunda teşvik ederek, örnek göstererek onun bir girişimci olabileceğini hissettirmesi ve kendi işini kurmasına destek olmasıdır. Kısıtlayıcı etki, aile reisleri tarafından aile içindeki maddi imkânsızlık ve manevi yoksulluktan dolayı çocuğun bir girişimci olmasını engel göstermesi ve önlemesidir. Kararsız etki ise aile, özellikle modern toplumlarda çocuğu toplumsallaştırmak yerine eğitim ve formel toplumsallaştırma rolünü üzerine alır. Uzun süre okula devam etmesi beklenen ve başarılması güç işlere zorlanan bu çocuklar ailede aldıkları eğitim yeterli olmadığı için ikilemde kalırlar (İraz, 2005, s. 177).

Bazı araştırmalarda, girişimcilerin babalarının veya annelerinin de girişimci olduğu görülmüştür. Kendi işini kurmuş baba veya anne, çocuk için bir ilham kaynağı olabilir ve girişimcilik özelliklerini kendinde yetiştirmeye başlar, bu girişimci anne ve babanın olmasıyla daha da güçlenir. Böyle etkileşim daha sonra çocuğun büyüdükten sonra girişimci olmayı tercih etmesinin bir parçasını oluşturur (Hisrich ve Peters, 1998, s. 56).

**Yaş:** Girişimcilik faaliyetleri incelenirken mutlaka girişimcinin yaşı da incelenir. Yapılan araştırmalara göre, çoğunlukla girişimcilerin yaşları 22 ve 55 yaşlar arasında olduğu, erkek girişimcilerin 30 yaşlarının başında, kadın girişimcilerin ise 30'lu yaşların ortasında olduğu ortaya çıkmıştır. Bu yaşlarda olmayan girişimcilere pek az rastlanmaktadır. Bunun nedeniyse girişimciliğin yüksek enerji, ileri görüş, deneyim, risk üstelenebilen ve yaratıcı bir kişiliğe sahip olmasını gerektirmektedir (Hisrich ve Peters, 1998, s. 57).

**Medeni Hal:** Evlilik, insanlar için çok önemli olan diğer bir unsurdur. İnsan evlenince sorumluluklar da artar, girişimcinin üsteleneceği risk sadece girişimcinin değil aynı zamanda onun eşinin hatta çocuklarının da üsteleneceği bir risk olarak

görülür, dolayısıyla kişi, girişimcilik yapmak istemeyebilir, kendini güvende hissettiği sabit gelire yetinmeyi tercih edebilir. Ancak günümüzde evli kimselerin de girişimcilik yaparken bir diğer avantajını da değinmemiz gerekir, o da karı-kocanın emek açısından işbirliğiyle bir girişimciliği ortaya çıkarmasıdır, bu iş ortaklığı sağlam ve güvenilir olduğundan, girişim sonundaki gelirin de başka birine gitmediğinden dolayı girişimci karı-kocalar daha çok kazançlı olurlar.

**Cinsiyet:** Günümüzde karşılaştığımız girişimcilerin çoğu erkektir. Bu gerçekte gizlenen sırrın sebebi de girişimciliğin ta kendisidir. Girişimcilik, istendiği zaman çalışmak, istenmediği zaman çalışmamak anlamına gelmez, girişimci olmak işletmelerde sabit çalışmaktan daha fazla enerji, fazla emek, fazla zaman ister, dolayısıyla toplumda girişimci kadınlar bir taraftan girişimci olmanın verdiği sıkıntı, stres, risk ve uzun çalışma saatlerine katlanması, diğer taraftan iyi bir eş, iyi bir anne olmak için çaba göstermesini gerektirmektedir (Hisrich ve Peters, 1998, s. 57-58).

Girişimcilik açısından kadın girişimciler ve erkek girişimciler arasında bazı farklılıklar vardır. Erkek girişimciler, girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirirken, ilk olarak iş hayatının patronu kendisi olmak, her şeyi kendi kontrolü altında tutmak ister ve kendisinin daha iyi yönetebileceğine inanır. Kadın girişimciler ise yetenekli olduğu halde kendilerinin geliştirmeye izin verilmediği anda iş tatminsizliğinden dolayı içinde bir başarıma güdüsü doğar. Kişilik söz konusu olduğuunda erkek girişimcilerin özgüveni daha fazladır ve kadın girişimcilerden daha az esnek ve toleranslıdır (Hisrich ve Peters, 1998, s. 62).

**Eğitim:** Girişimciliğin doğuştan olmadığı, zamanla ve eğitimle kazanabileceği ve geliştirebileceği kabul görülmüştür. Kişiler okullardan, üniversitelerden bilgi edinerek, eğitim programlarıyla yenilikleri takip ederek ve kendinde olmayan özellikleri geliştirerek girişimci olmanın temel unsurlarını

kendinde hazırlayabilir. Bu açıdan eğitim girişimci olmayı etkileyen önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Börü, 2006, s. 15).

Potansiyel girişimciler, gereken eğitimi alarak, kendi işletmelerini kurmak konusunda cesaretlenir ve gerekli becerileri öğrenebilir (Hisrich ve Peters, 1998, s. 12). İşletmeyi yeni kuran girişimciler işletmeyi yürütürken gereken bilgiyi eğitimle alabilir, mevcut işletmeyi büyütmek ve geliştirmek isteyen girişimciler ise eğitim yoluyla kendi eksiklerinin farkına varabilir. Kısaca, eğitim girişimci olmayı etkileyen, girişimcileri de etkileyen önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir.

### 1.3.2. Psikolojik Faktörler

Girişimci olmayı etkileyen faktörler içinde bireysel psikolojik faktörler de çok önemlidir. Kişiler aile ihtiyaçlarını karşılamak, kendi işlerinin patronu olarak bağımsız ekonomiye sahip olmak, kendini gerçekleştirmek, mesleğini yapmak, iş hayatına atılmak, sosyal ilişkiler geliştirmek, idealini gerçekleştirmek, diğer insanlara faydalı olmak, zamanını değerlendirmek gibi bir takım düşünce ve arzularıyla girişimci olmak isteyebilir.

Kişilerin psikolojik özellikleri ile girişimciliğe ilişkin ilk çalışmalar McClelland's öncülüğünde yapılmıştır, McClelland ve arkadaşlarına göre insanlar başarı ihtiyacı, bağlılık ihtiyacı ve güç ihtiyaçlarından dolayı motive olurlar (McClelland, 1961).

**Başarı İhtiyacı:** Başarı ihtiyacıyla motive edilmiş bireyler kendi yeteneği ve becerilerinin sonuçları etkileyeceğini düşünerek risk alırlar, yeni iş kurmak veya yeni ürün ve hizmet üretmek için yenilikçilik ve yaratıcılığa başvururlar. McClelland'a göre girişimciler diğer mesleklere göre daha yüksek bir başarı ihtiyacı olduklarını varsaymaktadır (McClelland, 1961).

**Bağlılık İhtiyacı:** Bağlılık, ihtiyacının bir göstergesidir. İnsanlar karşılıklı bir ilişki içindedir, sosyal ilişkileri geliştirmek ve başkaları için faydalı olmak gibi bazı girişim düşünceleri sırf dış çevrenin etkileşimi sonucudur ve bağlılık ihtiyacının bir göstergesidir.

**Güç İhtiyacı:** Kişilerin otorite sahibi olma, başkalarını yönlendirme, yönetme arzusu ile bağlıdır. Girişimcilerin güç elde etme arzusu ile iş kurması başkaları tarafından üstünlük kazanma arzusu olarak değerlendirilir (Eren, 2001).

Bireylerdeki saygı görme ihtiyacı, başkaları önünde kendini gerçekleştirme ihtiyacı, özgüven ve bağımsızlık kazanma ihtiyacı gibi çeşitli temel ihtiyaçların sonucundaki davranışlar bireylerde ihtiyaçların karşılanmasına yönelik başarıma arzusu güdüsü yaratır. Girişimcilerdeki bu güç veya diğer ihtiyaçlar girişim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine yön vermektedir.

### **1.3.3. Sosyal ve Kültürel Çevre**

Girişimciliğin ortaya çıkışında sosyal çevre ve kişiliğin hangisinin daha çok etkili olduğu uzun bir süredir tartışılıyor. Sosyal çevre, kişilerin yaşadığı ve içinde bulunduğu her çeşit unsurlar ile birlikte oluşturulan bir bütünlüktür. En kolay deyişle şehir, ilçe, köy ve mahalledir. Sosyal çevre derken birçok kişinin düşündüğü eğlence dünyası değildir. Bu sosyal çevre tümünün küçük bir kısmıdır. Sosyal çevreyi oluşturan kişinin çalıştığı firma iş yeri gibi çeşitli küçük unsurlarda vardır. Sosyal çevre olumlu-olumsuz, iyi-kötü, etkili-etkisiz gibi hususlar girişimciler için katkı ve risk taşıyabilir. O yüzden bireyin, yaşadığı toplumdan etkilenmemesi mümkün değildir. Buna karşılıklı olarak olumlu sosyal çevrede büyüyen bireyler ve olumsuz sosyal çevrede büyüyen bireyler çok farklı olup aynı standartlarda bile farklı görüşe sahip olmaktadır.

Kültürel çevre çeşitli büyüklükteki toplumun kendine özgü yarattığı davranış biçimi ve hususlardan ortaya çıkar. Kültür, kişinin özünde olan fiziksel ve topluma uyum sağlama davranış biçimi olduğundan girişimcilikte kültürel çevrenin etkisi çok önemlidir. Girişimcinin kültürü oluşturan gelenek, alışkanlık, töreler ve ahlaki değerlerden etkilenmesi çok açıktır. Bireyin girişimci davranış biçimi, ekonomik hedef seçimi, yaşadığı çevredeki toplum, aldığı eğitim ve sahip olduğu kişilikten gelmektedir. Girişimcilerin ayakta kalmaları ve işlerini büyütmesi için toplumdaki kültürel ve sosyal çevredeki değişimleri her zaman yakından izlemesi gerekmektedir.

#### **1.4. Girişimcilik Faaliyetleri Gerçekleştirirken Karşılan Sorunlar**

Girişimcilerin yaptığı girişim faaliyetlerinin başarılı olup olmaması işletmenin başarılı olup olmasını doğrudan etkilemektedir. Girişimciler yeni bir işletme kurmak veya mevcut işletmeyi büyütme süreçlerinde çeşitli engeller ve sorunlarla karşılaşmaktadır. Burada yeni fikirleri gerçekleştirmek amacıyla başlanan bu girişimciliğin başarıya ulaşmasında öne çıkan engel ve sorunlar; yeterli sermaye olmaması, müşteri ile ilgili sorunlar, nitelikli elaman eksikliği, taşıma ve nakliye sorunları, küreselleşmenin neticesindeki güçlü rekabet ve diğer sorunlar ayrı ayrı incelenmektedir.

##### **1.4.1. Finansal Sorunlar**

Girişimcinin karşılaştığı sorunların önünde finansal faktörler gelmektedir. Girişimciler, yeni bir işletme kurmak ya da var olan işletmede yeni ürün veya hizmet yaratmak amacıyla yapılan yatırımdan başlayan ve daha sonra üretim, pazarlama, dağıtım faaliyetleri gerçekleştirme boyunca süren bu süreçte hep finansman sorunlarıyla karşılaşmaktadır.

Başarılı bir iş fikrini uygulamak için girişimcinin gerekli olan finans kaynağına ulaşması genelde kendi birikimi, öz kaynak yolu ve kredi yoluyla

gerçekleşmektedir. Bir işe başlamadan önce, bu işin gerekli olan sermaye tutarının doğru hesap edilmesi gerekir, girişimci bu tutarın hepsine sahip olmayabilir, dolayısıyla kendi imkânlarını aşan kısmını kredi ya da çeşitli borçlanma yöntemleriyle elde edebilir. Öz kaynak ve borçların uygun oranda bir araya getirilmesi gerekir, genelde sermayenin %60 öz kaynaktan gelmesi, başka bir deyişte bir yıllık oranın altı aylık bir faaliyet sağlayabilecek kısmı öz kaynaktan gelmesi gerekmektedir (Marangoz, 2012, s. 14). Yeni kurulan işletmelerde ise kredi imkânlarının kısıtlı olması, alınan borçların yüksek faizle olması nedeniyle girişimci çok zorluklarla karşılaşmaktadır (Çelik, 1998, s. 83).

#### **1.4.2. Nitelikli Elaman Eksikliği ve Teknik Engeller**

İşletmenin sahip olduğu en önemli kaynaklardan birisi insan kaynakları departmanıdır, DeNisi ve Griffin'e göre işletmenin insan kaynaklarının iyi ya da kötü yönetilmesi, işletmenin amacına ulaşmasında, rekabetçilerinin önüne geçmesinde, çevresel beklentileri karşılama konusunda önemli bir belirleyicidir (DeNisi ve Griffin, 2001, s. 9).

Girişimcilerin karşılaştığı sorunlar için de insan kaynaklarından kaynaklanan nitelikli elaman eksikliği öne çıkmaktadır. Nitelikli elamanlar ister alt düzeydeki iş gören olsun, ister üst düzeydeki yöneticiler olsun verimli çalışmalarıyla işletmenin girişimcilik faaliyetlerine uyum sağlar ve destek olur, çalışanların ilişkilerini iyileştirir, müşteri memnuniyetini artırır, müşteri tatminini yükseltir, ancak işletmelerde örgüte bağlı olan, örgütün başarılı olabilmesi için çaba gösteren, sorumluluk sahibi olan böyle elamanların eksikliği girişimciler için zorluk yaratmaktadır.

İşletmede ürünün tasarlanması, üretilmesi, pazarlanması, dağıtılması gibi bu süreci etkileyen bir diğer sorun da teknik engellerdir. Girişimci uygulamak istediği

yeni tekniklerin hepsine sahip olmayabilir, hem bunun için de bir nitelikli elaman da bulamayabilir, böyle bir sorun girişimciliğin gerçekleşmesine engel olur.

#### **1.4.3. AR-GE Sorunları**

Ar-Ge, işletmelerin yeni ürün veya hizmet sunmaya yönelik araştırmaları, başka bir deyişle, yeni bilgi ve teknolojileri kullanarak yeni ürün üretmek veya yeni hizmet sunmak ya da mevcut ürünü geliştirmek amacıyla yapılan sistemli, düzenli bir çalışmadır (Çolakoğlu, 2005, s. 3).

Girişimciler için AR-GE en önemli faaliyetlerden biridir. Genelde büyük ölçekli işletmeler bilinçli bir şekilde AR-GE faaliyetlerini yapabilmektedir. Ancak söz konusu KOBİ'ler olunca çoğu zaman girişimciler hem patron hem yönetici olduğundan kısıtlı imkânlardan dolayı, girişimcilerin AR-GE eylemlerini yönetmesi, izlemesi zor olmaktadır. Özellikle küçük işletmelerde AR-GE departmanı bile yoktur, girişimciler kurmayı düşünseler de zaman ve masraftan kaçmaktadır.

İşletme açısından, pazar ihtiyaçlarını anında keşfedip, en yeni teknolojileri uygulayarak tüketicilerin isteklerini yerine getirmek araştırma ve geliştirmenin üstelendiği bir görevdir. Amaç olarak da araştırma ve geliştirme girişimciliği destekleyen, ileri süren bir faktördür, dolayısıyla girişimcilerin araştırma ve geliştirmeye önem vermesi ve takip etmesi gerekmektedir.

#### **1.4.4. Taşıma ve Nakliye Sorunları**

Taşıma ve nakliye yani lojistik genel tanımıyla bir ürün veya hizmeti tedarikçilerden, nihai tüketicisine ulaştırmak için gereken tüm faaliyettir, bu faaliyetler tedarikçilerden başlanarak üreticiler, toptancılar, perakendeci mağazalar ve en son müşterilerde sonlanarak gerçekleşmektedir (Orhan, 2003, s. 7).



Lojistik faaliyetler, müşterilere ürünleri dağıtmak, hammaddeyi temin etmek ve sürekliliği korumak, yarı bitmiş mamullerin stoklanmak gibi süreçleri içerir, iş süreçleri arasında bilgi ve malzeme akışını sağlar (Karacan ve Kaya, 2011, s. 9-11)

Girişimcilerin karşılaştığı taşıma nakliye sorunları ise, hammaddenin gecikmesi nedeniyle üretim planları ve programların zamanında icra olamaması, yarı bitmiş ürünleri stoklamak ve depolamaktaki sıkıntılar veya ürünü müşteriye zamanında teslim edememek ve diğer nakliye fiyatları, şirketlerin müşteri hizmetleri gibi bir takım sorunlardır.

Yeni işletme kuran, deneyimsiz girişimciler için bu sorunlarla çok daha sık karşılaşılabilir. Girişimcilerin lojistik yönetim bilgilerini alması, ya da işletmede konuya hâkim elaman çalıştırması gerekmektedir. Mevcut işletmede girişim gerçekleştirmeyi düşünen girişimciler için yeni ürünün tasarlanmasından müşterilere ulaştırmasına kadar süreçteki taşıma ve nakliye işlemlerini ve var olan ürünün nakliye işlemlerini iyi organize etmesi gerekmektedir.

#### **1.4.5. Müşteri ile İlgili Sorunlar**

Müşteriler genelde iki kavramla açıklanmaktadır, birisi iç müşteri, bir kuruluşta tedarikçilerden başlayarak, ürün veya hizmeti satın alıp kullanan son müşteriye kadar devam eden süreçte birbirinden ürün veya hizmeti devir alanlardır, diğeri ise dış müşteri, ürün veya hizmeti satın alan gelir kaynağımız olan müşterilerdir (Demirbağ, 2004, s. 10-11).

Girişimci, işletmeyi yeni kurduğunda veya mevcut işletmede yeni bir girişim faaliyetleri gerçekleştirirken sürekli müşteri ile ilgili sorunlar yaşama ihtimali çok yüksektir. Burada girişimcilerin dış müşteriler ile yaşadığı sorunlar dile getirilecektir.

Eski müşterileri elde tutmak ve yeni müşteriler edinmek firmalar için önemlidir. Girişimciler gittikçe artan tüketici beklentilerinden dolayı eski

müşterilerin tatmin edilmesini sağlamakta güçlük çekmekle beraber, yeni müşterileri kendine çekmekte ve müşterilerin kendilerinden beklenen kaliteli ürün ve hizmeti sunmakta zorluk çekmektedir. Bu sorun uluslararası ticarete kendini daha çok göstermektedir. Uluslararası ticarete genelde üretici ayrı ülke, müşteri ayrı ülke, ayrı millet olduğundan algılamadaki ve düşüncedeki farklılık nedeniyle müşterilerin memnuniyetini sağlamak daha da güçleşmektedir.

Girişimcilerin bu sorunları çözmesi için tek taraflı düşünmek yerine müşteri tarafından düşünerek işe girişmesi, önceliği eski müşterilere özen göstermek ve müşteri memnuniyetini sağlamak olmalı, daha sonra yeni müşteriler elde edebilmek için çabalaması gerekmektedir.

#### **1.4.6. Güçlü Rekabet ve Yüksek Ücret Düzeyi**

Teknoloji ve iletişimdeki büyük gelişmeler, ürün, hizmet, para, kültür hatta fikir ve düşüncelerin uluslararası akışına neden olarak şirket ve örgütler, pazarların da küreselleşmesini ileri sürmektedir.

Küreselleşmenin yaygınlaşmasıyla güçlü rekabet ortaya çıkmaktadır. İşletmeler, ticaretteki yasal düzenlemelerin hızla değişmesi, ürünlerin gelişiminin ve değişiminin hızlanması nedeniyle ürün hayat eğrisinin kısılması gibi bir takım sorunlarla karşılaşmaktadır (Cottrill, 1998, s. 36). Girişimciler bu güçlü rekabet sonucundaki zorluklarla başa çıkmak zorunda kalmaktadır, ancak küreselleşmenin girişimcilere getirdiği olumlu yönleri de vardır, pazarların uluslararası açılması ve genişlemesi, işgücünün daha esnek hale gelmesi gibi fırsatları da ortaya koymaktadır.

Çalışanların ücret düzeyi onların bulunduğu işletmeye ve yaptığı işe olan bağlılığını direk etkilemektedir, diğer yandan gittikçe yükselen ücret düzeyi girişimcileri girişim faaliyetlerini gerçekleştirirken maliyetin artmasına da sebep

olmaktadır. Bu durum girişimcinin her iki taraftan iyi düşünmesi gerektiğini zorunlu kılmaktadır.

#### **1.4.7. Devlet Teşviklerinin Yetersizliği Ve Yüksek Vergi**

Uluslararası ticaretin gelişmeye başlamasıyla birlikte ülkeler kendi üretimini, tüketicisini ve pazarını korumak, üretimi güçlendirmek amacıyla bir takım yasaları ortaya koymaktadır, ama yine de girişimciler için yeterli olmamaktadır. Girişimcilerin kendi ülkesinde devlet teşviklerinin yetersiz olması, yüksek vergi alınması, aksine diğer ülkelerde uygulanan sübvansiyon ya da çalışanların ücret düzeyinin düşük olması, hammaddenin daha ucuz olması, taşıma ve nakliyenin daha maliyetli olması gibi nedenlerden dolayı girişimciler, kendi işini kurmak veya kendi ülkelerinin ürün veya hizmetini geliştirmek yerine diğer ülkelerden ithalat yapmayı tercih etmektedir, bu durum daha çok girişimcilik fikirlerinin fikir olarak kalmasına neden olmaktadır.

## 2. KOBİ'LER VE GİRİŞİMCİLİĞİN KOBİ'LER ÜZERE DEĞERLENDİRİLMESİ

Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler veya küçük ve orta ölçekteki işletmeler olarak bilinen KOBİ'ler, dünya ve ülkeler ekonomisindeki, sosyal ve toplumsal yaşamdaki önemi gittikçe artmaktadır. KOBİ'ler kendi esnekliğiyle hızla değişen teknoloji, siyaset, ekonomik alandaki yeniliklere kolayca ayak uydurabilmekte ve müşteri taleplerine de daha hızlı cevap verebilmektedir. Küreselleşmenin etkisiyle ve internet teknolojisinin gelişmesi neticesinde KOBİ'lerin ulusal pazar ve uluslararası pazarlarda kendi ürünlerini pazarlayabilmekte ve bireysel müşterilerin özel siparişlerini de yakalayabilmektedir. Böylece KOBİ'ler hızla çoğalmakta ve gelişmektedir.

KOBİ'ler ülkeler ekonomisinin bir direği haline gelmektedir, dolayısıyla ülkeler çeşitli teşvik politikaları uygulayarak KOBİ'lere destek olmaktadır. Ülkelerin teşvik ve desteklerinin istenilen yere gitmesini hedefleyerek ve kendi ekonomik durumlarını değerlendirerek KOBİ'lerin tanımını yapmakta ve KOBİ'leri sınıflandırmaktadır. Bu nedenle çeşitli ülkelerde farklı KOBİ'ler tanımı ve sınıflandırılması ortaya çıkmaktadır. Bu bölümde ilk olarak ABD, Türkiye, Japonya ve AB'deki bazı devletlerdeki KOBİ'lerin sınıflandırılması incelenmektedir.

KOBİ'lerin avantajlı özelliklerinin yanı sıra KOBİ'lerde yönetim, finansman, üretim, tedarik, insan kaynakları bakımından çeşitli sorunlar ortaya çıkmaktadır. Diğer yandan devlet teşvikleri yeterli olmamaktadır, bazı yasal uygulamalardan dolayı KOBİ'ler gerçek anlamda teşvik ve desteklerden yararlanamamaktadır. KOBİ'lerin özellikleri ve sorunlarının değerlendirilmesi ve çözümlerin üretilmesi amacıyla bu bölümde ikinci olarak KOBİ'lerin özellikleri ve sorunları ortaya konulmaktadır.

KOBİ'lerin ekonomik ve sosyal yaşamdaki katkıları da bu bölümde ayrıca ele alınmıştır. Bölümün sonunda girişimcilik ile KOBİ'lerin arasındaki ilişkiye ve etkileşime yer verilmektedir.

## **2.1. KOBİ'lerin Tanımı ve Sınıflandırılması**

KOBİ'lerin bilimsel çalışmalarda herkes tarafından kabul edilen ortak bir tanımı yoktur. Farklı ülkelerdeki KOBİ'lerin tanımında esas alınan ortak noktalar işletmelerdeki çalışan sayısı, satış oranı, yatırılan sermaye, işletme sahibinin işletmedeki teknik, ekonomik ve sosyal sorumlulukların tamamını üstelenmesi gibi hususlardır. KOBİ'ler farklı ülkelerde, farklı bölgelerde bu özelliklerden yola çıkılarak, bölgedeki işletmenin özelliklerini değerlendirerek tanımlanmaktadır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s. 90).

### **2.1.1. KOBİ'lerin Sınıflandırılmasındaki Temel Ölçütler**

Bilimsel bir araştırmada, tanımın yapılması zor bir süreçten geçmektedir, ancak tanım o konunun araştırılması ve uygulanmasında büyük önem taşır, KOBİ'lerin tanımında, Müftüoğlu'na göre aşağıda belirtilen birkaç hususa dikkat edilmesi gerekmektedir (Müftüoğlu, 2007, s. 104-110).

- Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin zaman dilimine ve değişik coğrafi bölgelerde aynı tanımın yapılması mümkün değildir, böyle bir tanım yapmanın da anlamı yoktur, dolayısıyla değişik bölgede, farklı sektörde ve tanım yapan araştırmacı veya devletin amacına uygun bir tanımın yapılması gerekmektedir.

- Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin tanımının farklı olabileceğine ulaştıktan sonra, bu tanımın değişebileceği de kabullenmemiz gerekir, amacın değişmesi, bölgelerdeki farklı politika ve stratejilerin uygulanması nedeniyle tanımın da ona uygun olarak tekrar yapılması gerekmektedir.

•Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin her birinin kendine özel nitelikleri vardır ve bu özel karakteri zaman içinde değişim altındadır, ama çoğunlukla tanım yapılırken bu özelliklerin ölçülenemeyen tarafları göz ardı edilmektedir, dolayısıyla küçük ve orta ölçekteki işletmelerin tanımını yaparken işletmelerin sahip olduğu bu özelliklerin de araştırılması tanımın daha iyi yapılmasında faydalı olur.

•Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin niteliğinin önemli belirleyicisi de girişimcidir. Bu nedenle girişimcilik faktörü, küçük ve orta ölçekteki işletmeler için tanım yapılırken veya politikalar uygulanırken gözden uzak tutulmalıdır.

•Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin tanımı ve sınıflandırılması yapılırken işletmenin nitel ve nicel olgularını beraber göz önünde bulundurmamız gerekmektedir. Genelde bu durum devlet işletmelere uygulanan teşviklerin gereksinimidir, kesin, sınıflandırılmış işletmelerin bazen gerçek durumlarını da düşünerek gerektiğinde tanımdaki bu kesin çizgi de değiştirilmelidir. Nicel ölçütler olarak genelde, işletmedeki çalışan sayısı, makinelerin sayısı, işletmenin kullanabilecek alanları, işletmenin üretim kapasitesi, sabit varlıklar, işletmenin belli bir zaman içerisindeki satış tutarı, kar ve ödenen vergi tutarı, pazardaki payı ve diğer ölçütlerdir (Müftüoğlu, 2007, s. 84-98).

Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin sınıflandırılmasında esas alınacak hususlar gerektiğinde daha fazla, gerektiğinde daha az ölçütlerin kullanılması ve esnek bir ölçüm ve değerlendirme yapılmasını gerektirmektedir. Sınıflandırılma yapıldığında devletin küçük ve orta ölçekteki işletmeler için uygulanacak teşviklerin gerçek sahiplerini bulması için özen gösterilmesi, teşviklerden ancak gerçek sahipler yararlandığında teşvik başarıya ulaşmış olacaktır.

Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin büyüklüğü ölçülürken, sadece parasal ölçütler düşünülürse tanımda yanlışlığa gidilebilir, çünkü parasal değerler zamanla fiyat hareketlerinden, enflasyondan etkilenebilir, dolayısıyla sınıflandırılmada fiziki

değerler de tercih edilmelidir. Tabloda bu nicel ölçütlerin sınıflandırılması gösterilmektedir.

**Tablo 2. KOBİ'lerin Tanımındaki Nicel Ölçütlerin Sınıflandırılması**

	<b>Fiziki Miktar</b>	<b>Parasal Miktar</b>
<b>Girdi</b>	-Personel Sayısı -Makine, tezgâh, tesis sayısı -Kullanılabilir arazi, bina	-Sabit Varlıklar Değeri -Makine Parkı Değeri -Aktif Toplam veya Bilanço Büyüklüğü
<b>Çıktı</b>	-Kullanılabilir Hacim -Kullanılabilir Alan -Kapasite	-Satış Tutarı -Kar Hacmi -Katma Değer -Ödenen Vergi -Pazar Payı

**Kaynak:** Tamer MÜFTÜOĞLU, **Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekteki İşletmeler KOBİ’ler** (6. Baskı), Ankara, Turhan Kitapevi, Yayınları, 2007, s. 84.

Sonuç olarak, işletme ölçeğinin ayrıt edilmesi, işletmelerin kendini yürütmesi ve dış çevre ile olan iletişimde, devletin işletmeleri desteklemeye yönelik politikalarının, teşviklerin belirlenmesi ve icrasında öne çıkan önemli bir durumdur.

### **2.1.2. KOBİ'lerin Çeşitli Ülkelerdeki Tanımı**

Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler dünyadaki çoğu ülkelerin ekonomisinde en önemli yere sahiptir, dolayısıyla ortak bir tanımın yapılması ülkeler bazında hedeflerin belirlenmesi, fonların daha dengeli dağıtılması, stratejik kararların alınmasında daha faydalı olsa bile her ülke ve her kurum için değişen yapı ortak bir tanımı kullanmak, bir şemsiye altında toplanın oldukça zor olduğundan kaynaklanmaktadır (Toskay, 1973, s. 235).

Aşağıda farklı bölgelerdeki, çeşitli ülkelerde küçük ve orta ölçekteki işletmelerin tanımı ve sınıflandırılması verilmektedir.

### 2.1.2.1. Amerika Birleşik Devletler

Amerika birleşik devletlerinde küçük ve orta ölçekteki işletmeler, çalışan personel sayısı ve satış tutarları esas alınarak tanımlanmaktadır. ABD’de küçük işletmelere finansal destek ve gereken her türlü bilgileri veren kuruluş SBA, Büyüklük Standartları Bürosunun, yaptığı sınıflandırmalar aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 3.Amerika Birleşik Devletleri KOBİ’lerin Tanımı

Sektör	Çalışan kişi sayısı	Yıllık satış miktarı
<b>İmalat Sanayi</b>		
-küçük boy işletme	1-499	2,5 milyon Dolar’dan az
-orta boy işletme	500-1499	2,5-21,5 milyon Dolar arası
<b>Toptan Ticaret</b>		
-küçük boy işletme	1-49	7 milyon Dolar’dan az
-orta boy işletme	49-499	7-25 milyon Dolar arası
<b>Perakende ve Hizmet</b>		
-küçük boy işletme	-	3 milyon Dolar’dan az
-orta boy işletme	-	3-13 milyon Dolar arası
<b>4) Tarım İşletmeleri</b>		
-küçük boy işletme	-	0,5 milyon Dolar’dan az
-orta boy işletme	-	0,5-9 Dolar arası

Kaynak: Berna ÇOLPAN, Amerika Birleşik Devletleri’nde Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Finansman, 2007, s. 22-23.

### 2.1.2.2. Avrupa Birliğindeki Devletler

Avrupa Birliğinde, 28 üye ülkelerden oluşan Avrupa Ekonomi Topluluğunda KOBİ’lerin sayısı 23 milyon civarında olup, istihdam ettiği kişi sayısı 75 milyondur. KOBİ’lerin toplam ekonomindeki payı ise %99’a varmaktadır. Üye ülkeler arasındaki tek pazar KOBİ’lerin desteklenmesi ve korunması için ortak bir tanımın yapılmasını gerektirmektedir (Küçüktekin, 2006, s. 11).



AB komisyonu 6 Mayıs 2003'te, KOBİ'lere 1996 yılında (96/280/EC) yapılan kararlarının yerine 1 Temmuz 2005'ten itibaren geçerli olmak üzere bir tavsiye kararı (2003/361/EC) ortaya koymuştur.

Bu düzenlemede daha önceki ekonomik gelişmeler dikkate alınarak KOBİ'lere ilişkin politikaların, programların ve uygulanacak tedbirlerin uyum sağlamasına özen gösterilmiştir, tanımdaki işletmelerin çalışanların üst limiti mikro işletmeler için 9, küçük işletmeler için 49 ve orta işletmeler için 249 kişi olarak belirlenmiştir (Özdemir, Ersöz ve Sarıoğlu, 2006, s. 32).

Tablo 2' de AB'nin KOBİ'lerin tanımında dikkate alanın işletmedeki çalışanlar sayısı, yıllık cirosu ve bilanço büyüklüğü gösterilmektedir.

**Tablo 4. AB'deki KOBİ Tanımı**

<b>İşletme kategorisi</b>	<b>Yıllık Çalışan Kişi</b>	<b>Yıllık Ciro Tutarı</b>	<b>Mali Bilanço</b>
<b>Orta ölçekli</b>	50-249	50 milyon Euro ve daha az(1996'da 40 milyon)	43 milyon Euro ve daha az(1996'da 27 milyon)
<b>Küçük Ölçekli</b>	10-49	10 milyon Euro ve daha az(1996'da 7 milyon)	10 milyon Euro ve daha az(1996'da 5 milyon)
<b>Mikro Ölçekli</b>	1-9	2 milyon Euro ve daha az(daha önce tanımlanmamış)	2 milyon Euro ve daha az(daha önce tanımlanmamış)

**Kaynak:** European Commission, **The New SME Definition, User Guide and Model Declaration**, EC Enterprise and Industry Publications, 2005, s. 32.

Genelde KOBİ'lerin çoğu bir girişimci ya da ortak olan bir kaç girişimci tarafından kurulmuş, hisselerin veya sermayenin %25'inden fazlası başka işletmelere sahip olmayan işletmelerdir. KOBİ olarak kabul edilmesi ve teşviklerden, kredilerden, politikalardan yararlanabilmesi için KOBİ'lerin hisselerinin%25 civarında başka işletmeye ait olması gerekmektedir. AB'nin KOBİ tanımı altında, AB'ye üye olan ülkeler kendilerinin özel durumları, farklı sektör ve farklı şartlarını

değerlendirerek diğer ölçütleri de belirleyebilmektedir (Müftüoğlu, 2007, s. 124). Aşağıda örnek olarak İngiltere'deki KOBİ'lerin sınıflandırılması verilmektedir.

**İngiltere:** İngiltere'de de 1997 yılındaki AB'nin tanımından önce resmi bir tanım kullanılmamıştır. Küçük Sanayi İşletmeleri Araştırma Komitesi (Committee of Inquiry on Small Firms) tarafından sektörlere göre yapılan tanım aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 5. İngiltere'de KOBİ'lerin Tanımı**

<b>Sektör</b>	<b>Tanım</b>
-imalat sanayi	Çalışanların sayısı 200'den az
-inşaat sektörü	Çalışanların sayısı 25'den az
-madencilik sektörü	Çalışanların sayısı 25'den az
-perakende ticaret	Yıllık satış 50 bin pounddan az
-toptan ticaret	Yıllık satış 200 bin pounddan az
-motorlu araç ticareti bakım ve onarım	Yıllık satış 100 bin pounddan az

**Kaynak:** Tamer MÜFTÜOĞLU, *Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: KOBİ'ler*, Ankara, 2007, s. 116.

Tabloda gösterildiği gibi, sektörlere göre farklı ölçütler kullanılmaktadır. İngiltere'de nitel ölçütün işletmelerin hukuki şekli olduğu belirlenmiştir. Sermaye şirketleri genelde büyük işletme, şahıs şirketleri küçük işletme olarak kabul edilmektedir (Müftüoğlu, 2007, s. 116).

### **2.1.2.3. Türkiye**

Türkiye uzun yıllardır AB'ye üye olmaya çalışmaktadır. Bu nedenle Türkiye'nin KOBİ tanımı da AB KOBİ tanımını esas alarak gelişmiştir, Türkiye'nin resmi KOBİ tanımında çalışan personel sayısı ölçüsü AB tanımına aynı olarak yapılmıştır, diğer yıllık satış tutarı ve bilanço büyüklüğü farklı alınmıştır. Türkiye'de, 2005 yılındaki KOBİ'lerin tanımından sonra 4 Kasım 2012 yılında tekrar KOBİ'lerin sahip olduğu özellikler değerlendirilerek 790 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan

“Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmenlik” ile KOBİ tanımı yapılmıştır. Söz konusu Resmi Gazete’de yayınlanan kararda Türkiye KOBİ’leri şöyle sınıflandırılmıştır:

*Madde 5 - (Değişik: 10/9/2012-2012/3834 K.), 4778-2*

*KOBİ’ler aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır.*

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

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

*c) Orta büyüklükteki işletme: 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı veya mali bilançosundan herhangi biri kırk milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler.*

Aşağıda 4 Kasım 2012 tarihli Resmi Gazete’de belirtilen KOBİ tanımı tablo halinde gösterilmektedir.

**Tablo 6. Türkiye’deki KOBİ Tanımı**

<b>KOBİ Sınıflandırılması</b>	<b>Çalışanların Sayısı</b>	<b>Yıllık Net Satış Hâsılatı</b>	<b>Yıllık Mali Bilanço Toplamı</b>
<b>Mikro Ölçekteki İşletmeler</b>	10’dan az	1 milyon TL ve ondan az	1 milyon TL ve ondan az
<b>Küçük ölçekteki İşletmeler</b>	50’den az	8 milyon TL ve ondan az	8 milyon TL ve ondan az
<b>Orta Ölçekteki İşletmeler</b>	250’den az	40 milyon TL ve ondan az	40 milyon TL ve ondan az

**Kaynak:** Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, **Türkiye’de KOBİ’lerin Tanımı**, İstanbul, 2012.

#### 2.1.2.4. Japonya

Japonya’da küçük ve orta ölçekteki işletmelerin tanımında, çalışanların sayısı, sektörün özelliği ve yatırılan sermaye oranı dikkate alınmaktadır. Aşağıdaki tabloda yapılan sınıflandırma gösterilmektedir.

**Tablo 7. Japonya’daki KOBİ’lerin Tanımı**

Sektör \ Ölçüt	Yatırılan Sermaye (milyon yen)	Personel Sayısı
Sanayi	100 milyon ve onun altında	300 kişi altında
Ticaret	30 milyon ve onun altında	100 kişi altında
Hizmet	10 milyon ve onun altında	50 kişi altında

**Kaynak:** Tamer Müftüoğlu, **Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekteki İşletmeler KOBİ’ler**, Ankara, Turhan Kitapevi Yayınları, 2007, s. 117.

#### 2.1.2.5. Malezya

Malezya’da KOBİ’ler ülke ekonomisinde aktif rol oynamaktadır. Aşağıdaki tabloda işletmedeki çalışanların sayısına göre yapılan KOBİ sınıflandırılması gösterilmektedir.

**Tablo 8. Malezya’daki KOBİ Ölçeği**

İşletme Büyüklüğü	Çalışan Personel Sayısı
Küçük İşletmeler	1-49 kişi arası
Orta İşletmeler	50-199 kişi arası
Büyük İşletmeler	200’den fazla kişi

**Kaynak:** Tahir Akgemici ve Adnan ÇELİK, **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’ler**, Ankara, Gazi Kitapevi, 2007, s. 121.

Aşağıdaki tabloda ise dünyadaki çeşitli gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler ve bazı ilgili kurumların KOBİ’lerin işletmede çalışan personele göre sınıflandırılması verilmiştir.

**Tablo 9. Çeşitli Ülkelerinde Çalışan Personele Göre KOBİ'lerin Tanımı**

Ülkeler	Mikro işletme(kişi)	Küçük işletme(kişi)	Orta ölçekteki işletme(kişi)	KOBİ (kişi)
Almanya	1-6 arası	6-50 arası	51-500 arası	1-500 arası
Fransa	1-5 arası	5-150 arası	151-500 arası	1-500 arası
İngiltere	-	1-20 arası	21-250 arası	1-250 arası
İtalya	1-50 arası	51-100 arası	101-500 arası	1-500 arası
İspanya	-	1-50 arası	51-500 arası	1-500 arası
Hollanda	-	1-100 arası	101-200 arası	1-200 arası
Belçika	-	10-99 arası	100-500 arası	1-500 arası
Danimarka	-	5-20 arası	21-75 arası	1-75 arası
Portekiz	-	-	-	1-500 arası
İsviçre	-	1-49 arası	50-500 arası	1-500 arası
Avusturya	-	1-10 arası	11-100 arası	1-100 arası
Yunanistan	-	-	-	1-50 arası
Romanya	1-9 arası	10-49 arası	50-250 arası	1-250 arası
İsveç	-	-	-	1-500 arası
Avrupa Birliği	1-9 arası	10-49 arası	50-250 arası	1-250 arası
ABD	-	1-499 arası	500-1500	1-1500 arası
Japonya	5-19 arası	20-99 arası	100-300 arası	5-300 arası
Malezya	1-5 arası	6-49 arası	50-199 arası	1-199 arası
Hindistan	-	-	-	1-50 arası
Mısır	-	10-100 arası	-	10-100 arası
Dünya Bankası	-	1-50 arası	51-200 arası	1-200 arası
OECD	1-19 arası	20-99 arası	100-499 arası	1-500 arası

**Kaynak:** Tahir Akgemici, **KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler**, Ankara, KOSGEB Yayınları, 2001, s. 30.

## **2.2. KOBİ'lerin Özellikleri ve Sorunları**

19-20. yüzyıllarda, işletmelerin giderek gelişmesi ve büyümesi, KOBİ'lerin hep KOBİ olarak kalmayacağı ve azalmaya devam edeceği düşüncesini ortaya çıkarmıştır, ancak 1970'li yıllardan sonra, toplumdaki kişilerin gelişen düşünce yapısının gelişmesi ve bağımsız hareket etme isteği eğilimiyle KOBİ'ler gittikçe artış göstermeye başlamıştır (Akgemici, 2001, s. 16).

KOBİ'lerin teknolojik yeniliklere, değişimlere, devletin uyguladığı yeni politika ve programlara kolay uyum sağlayabileceği, teknik ve meslek temel eğitimini üstelenmiş olması, sosyal dengeyi korumada önemli yere sahip olması, ülke ekonomiyeye büyük katkıda olması gibi özelliklerinden dolayı gittikçe tüm dünyada çok önemli bir yere sahip olmaktadır (Kaya, 2007, s. 138).

Burada, KOBİ'lerin özellikleri ve sorunları araştırılırken, KOBİ sahibi girişimciler araştırılıp işletmenin yönetim özellikleri ve sorunları ortaya çıkarılmaktadır, daha sonra KOBİ'lerin finansman, üretim, pazarlama, tedarik ve insan kaynakları faktörü özellikleri, avantajları ve sorunları ortaya koyulmaktadır. İşletmenin özellikleri ve sorunlarının araştırılması konu hakkında daha ilerlere gidebilmemize yardımcı olmaktadır.

### **2.2.1. KOBİ'lerin Yönetim Özellikleri ve Sorunları**

Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin yönetim açısından özelliklerini incelerken KOBİ'leri yöneten işletme sahibi veya girişimciler hakkında incelemeler yapılması gerekmektedir.

İşletme mülkiyetine sahip olan işletme sahibi ve yeterli sermayeye sahip olup kendi işletmesini kuran girişimci, işletme yöneticisi genelde küçük ve orta ölçekteki işletmelerde aynı kişilikte bütünleşmektedir, bu küçük ve orta ölçekteki işletmeler açısından çok önem taşımaktadır. KOBİ sahiplerinin işletmede bir girişimci ve yönetici olması onun girişimcilik ve yöneticilik özelliklere sahip olması gerektiğini, KOBİ'lerin güçlü olması ve büyümesi, gelişmesi için sadece para sahibi olmanın yetersiz kalacağından işletme sahibinin bu konularda eğitilmesi gerekmektedir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s. 56).

Küçük ve orta ölçekteki işletmelerde işletme sahibi bir yönetici olarak bir risk üstelenmektedir, işletmenin finansman, üretim, pazarlama, tedarik, satın alma, insan

kaynakları ve tüm müşteri ilişkileri faktörlerini kendi organize etmekte ve koordinasyonu sağlamaktadır. Oysa büyük işletmelerde bu faktörler farklı bölüm halinde belirli ücret karşılığında çalışan personel yöneticiler tarafından yönetilmektedir.

Çok küçük işletmelerde ise işletme sahibi tezgâhın başındaki usta, malzemeyi satın alan ürünü üretmek için çalışan ve pazarlayan kişi olarak tüm yönetim faaliyetlerini üstlenmektedir. İşletme çok küçük işletmeden küçük işletmeye, küçük işletmeden orta işletmeye yönelen gelişme gösterdiğinde işletme sahibinin de rolü bağlı olarak değişim göstermektedir, işletme sahibi kendi işlevlerini daha çok yönetim faaliyetlerine yoğunlaştırmak zorunda kalmaktadır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s. 58).

Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin yönetim faaliyetleri işletme sahibi tarafından yapılmaktadır, işletme sahibinin yönetim özellikleri aşağıdaki gibi bir kaç taraftan incelenebilir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s. 59-63):

- Küçük ve orta ölçekteki işletmeler yönetimi mülkiyet sahibi olmak hakkıyla işletme sahibi tarafından yürütülür ve bu hakkı kendi isteğiyle başka kişilere belirli süre için devredebilir.

- Küçük ve orta ölçekteki işletmelerde işletme sahibi bir yönetici olarak işletmeyi yürütürken tüm risklere üstelenerek başarılı veya başarısız sonuçlara kendi katlanmak zorundadır, büyük işletmelerde ise yönetici üstelenecek tek risk ise aldığı ücret veya ücret artışıdır.

- Küçük ve orta ölçekteki işletmelerde işletme sahibi işletmeyi yönetirken tamamen bağımsızdır, büyük işletmelerde ise yönetici işletme sahibine veya başka kurumlara bağlı olarak çalışır ve onların denetimi altındadır.

- Küçük ve orta ölçekteki işletmelerde işletme sahibinin çalışanlarla olan ilişkisi doğrudan ve kişiseldir. İşletme sahibi bir örnek halinde olması gerekmektedir, çalışanların daha verimli çalışması için kendisi de işletmede çok çalışması beklenmektedir. Aksine büyük işletmeler yönetiminde yetki ve sorumlulukların ayrımı gerçekleşmiş olup herkes kendi yetkilerini kullanarak belirlenmiş sorumlulukları yerine getirmek ile görevlendirilmiştir.

- Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin işletme sahibi ile çalışanların arasındaki ilişkinin kişisel ve doğrudan olması işletme yönetiminin esnekliğini artırır, işletme içindeki problem ve sorunlar direk işletme sahibiyle konuşulur, fikir alınır ve beraber çözüm üretilir. Büyük işletmelerde ise alt-üst arasındaki bu ilişki kâğıt üzerinde olup her şey bir dosya olarak kayıta geçilir, üst yönetime ulaştırılır, onaylanır ve tekrar üst yönetimden alta geri döner.

- Küçük ve orta ölçekteki işletmelerde işletme sahibi yönetici olarak tüm yetkilere sahiptir ve söz hakkıyla her an istediğini yerine getirebilir. Büyük işletmede böyle bir otorite olmaz, tepe yöneticisi ve alt yöneticilerin iş ayrımı ve işletme sahibinin denetimi altında her an istediği değişimi yapamayabilir.

- Küçük ve orta ölçekteki işletmelerde işletme sahibi bir yönetici olarak karar verirken bağımsız olduğundan daha hızlı, daha rahat olabilir. Büyük işletmelerde kararlar sadece tepe yönetimi tarafından değil denetleme ve oylamadan geçerek verilir.

- Küçük ve orta işletmelerde ortaya çıkan her hangi bir sorun aksatmadan işletme sahibi hem işletme yöneticisi olduğundan hemen müdahale edilebilir. Büyük işletmelerde ise farklı konularda yetki sahibi olan yöneticilerin bir arada uzlaşmaya gidilmesi gerekmektedir, dolayısıyla sorunlara anında çözüm üretilemez, gecikmeden kaçınmaz.



•Küçük ve orta ölçekteki işletmelerde işletme sahibi işletmeye tamamıyla sahip olduğundan çıkarların paylaşılmasında tartışmalar ve güç gösterişler olmaz. Büyük işletmelerde ise politik oyunlar, çıkar tartışmaları kaçınılmazdır, bu durum işletmenin yönetimin etkinliğinin düşmesine neden olmaktadır.

Başarılı bir KOBİ'nin sahibi bir yönetim biçimi, bir liderlik tarzı ve bir girişimci özelliklerini kendine barındırmıştır. Ancak KOBİ sahiplerinin böyle özelliklere sahip olanları nadir bir durumdur. İşletme sahibinin seçtiği yönetim biçimi işletmenin amacına ulaşmasında çok önemlidir, yönetim eksiklikleri işletmenin gelişmesi ve büyümesinde çeşitli sorunlara neden olmaktadır.

KOBİ'lerin kurumsallaşmasına neden olan temel yönetim sorunları ise aşağıdaki gibi sıralanabilir (Aksoy ve Çabuk, 2007, s. 44-45):

- Uzun ve kısa vadeli planlamanın yapılmasındaki zorluklar
- İş ayırımının uygun olarak yapılmaması
- Karar almanın uzlaşmaması ve işletme sahibinin tek başına karar almak zorunda kalması
- İnsan kaynaklarına önem verilmemesi
- Çalışanların, müşterilerin iletişim sorunları
- Yeterli bir organizasyonun olmaması, yapılandırma sorunları
- Eğitime ve geliştirmeye önem verilmemesi
- İşe alırken aile bireyleri, akrabalara önceliğin verilmesi

Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin bu çeşitli sorunları karşısında işletme sahibi için mesleki ve teknik bilgilerin alınması, uzman elamanın işe alınması, işletme içi eğitim ve geliştirme oldukça önemlidir.

## 2.2.2. KOBİ'lerin İşlevlerine İlişkin Özellikleri ve Sorunları

Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin işlevlerine ilişkin özellikleri ve sorunları incelenirken finansman, üretim, pazarlama, tedarik özellikleri ve sorunları tek-tek araştırılmaktadır.

**Finansman:** Genellikle küçük ve orta ölçekteki işletmelerin sorunları başında finansal sorunlar gelir. İşletmelerin karşılaştığı finansal sorunlar Müftüoğlu'na göre aşağıdaki gibi sıralanmıştır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s. 64-65):

- Küçük ve orta ölçekteki işletmeler genelde işletme içindeki egemenliğini korumak, bağımsız çalışmasını devam etmek ister, sermaye piyasasındaki ortaklık ve işbirliği fırsatlarını değerlendirmezler. Diğer yandan tasarruf sahipleri için de büyük işletmeler yatırım için daha cazip olduğundan küçük ve orta ölçekteki işletmeler tercih edilmemektedir.

- Küçük ve orta ölçekteki işletmeler bankalardan alacak kredide büyük işletmelere göre daha olumsuz şartlara sahiptir. Büyük hacim de kredi talep eden büyük işletmeler banka tarafından daha düşük maliyetle istediği krediye ulaşabilmektedir, bankalar da kredi verirken büyük işletmeleri tercih etmektedir. KOBİ'lerin bu durumuna ilişkin devlet ve bazı bankalar çeşitli teşvik ve politikalar uygulamaktadır.

- Küçük ve orta ölçüdeki işletmelerin sahibi ile işletme bir kader birliği içinde olması bankadan kredi alırken de kendi etkisini göstermektedir. Bankalar kredi verirken işletmenin sabit varlığından ziyade işletme sahibinin varlığına bakılmaktadır. Bu durum da bir diğer finansman sorunu meydana getirmektedir.

- İşletmenin iflas edilmesi durumunda küçük ve orta ölçekteki işletmeler sahipleri kendi varlığını da kaybetmektedir, aksine büyük işletmeler kredi alırken işletmenin varlıklarını teminat olarak gösterebilmektedir, iflas ettiğinde kendi varlığı

dokunulmamaktadır. Bu nedenle küçük işletmeler kredi alırken büyük işletmeler gibi rahatça davranmamaktadır.

▪ KOBİ'lerin genelde bir finansman bölümü yoktur, bu nedenle finansman bilgileri eksik olmakla beraber modern finansman tekniklerin takip etmesi zor olmaktadır.

**Üretim:** Üretim faktörü işletmedeki ana faktördür, üretimde uygulanan teknoloji, çalışanların, personellerin nitelikli olup olması, üretimde kullanılan malzeme ve diğer unsurlar ürünün tasarlanması ve gelişmesinde büyük önem taşır.

Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin esnek çalışabilmesi, farklı siparişleri alabilmesi, müşterilerin özel isteklerini yerine getirebilmesi gibi çeşitli özellikleri bu tür işletmeleri stratejik bir işletmecilik faktörü haline getirmiştir. İşletme sahibinin aynı zamanda üretim tekniklerine sahip olması, üretimin yenilikçi ve yaratıcı fikirleri uygulamasında önem taşımaktadır. İşletmedeki tecrübeli ustaların çırakları yetiştirmesiyle küçük ve orta ölçekteki işletmeler bir eğitim merkezi olarak da kabul görmüştür (Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s. 70-71).

Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin üretim faktörünün sorunlarının başında tedarikten kaynaklanan istenilen hammadde veya malzemenin zamanında yetiştirilmemesi ve uygun fiyatta bulunmaması gelir. Hammaddelerin zamanında firmaya teslim edilmemesi nedeniyle işletmeler siparişleri karşılayabilmesi için hammaddeyi stoklamaktadır, ama bu durum kaynak israfına neden olmaktadır, aksine stoklamak yapmazsa sürekli değişen fiyatlardan etkilenmek durumunda kalmaktadır (Oktav, 1990, s. 24-25).

Küçük ve orta ölçekteki işletmelerde teknolojinin yetersizliği, üretim kapasitesinin eksikliği, kalite standartlarındaki sorunlar, üretim planların uygun

olması gibi diğer sorunlarda üretimi büyük ölçüde etkilemektedir (Yörük ve Ban, 2003, s. 23).

**Pazarlama:** Küçük ölçekteki işletmelerde genelde pazarlama bölümü yoktur, orta ölçekteki işletmelerin bazılarında pazarlama olsa bile uzman kişilerin çalıştığı modern pazarlamanın uygulandığı bir bölümden söz açamayız. Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin pazarlama işlevine ilişkin özellikleri ve sorunlarını aşağıdaki gibi belirtebilir (Müftüoğlu, 2007, s. 65):

- Parasal imkânların yetersiz olduğundan pazarlama araçlarından yararlanamamaktadır.

- Pazarlama kararları işletme sahibinin sezgilerine, tecrübelerine dayanmaktadır. Düzenli piyasa araştırmaları yapılmamaktadır.

- Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin dış pazara açılması zor olduğundan farklı ülkelerde çeşitli devlet teşvikleri uygulanarak küçük ve orta ölçekteki işletmelerin ihracat pazarlara girmeleri kolaylaştırmaktadır.

- Küçük ve orta ölçekteki işletmeler genelde pahalı satış kuruluşlardan yararlanamaz, müşteri ile doğrudan iletişim kurar. Bu doğrudan ilişki müşteri isteklerini yerine getirmede önemli avantaj sağlamaktadır.

- Küçük ve orta ölçekteki işletmeler genelde çok yakın pazarları hitap ediyor diye kabul edilse bile şimdiki taşıma teknolojisi, haberleşme ve iletişim teknolojisinin gelişmesi neticesinde küçük ve orta ölçekteki işletmeler dış pazarlara da açılmaktadır.

- Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin pazardaki payı sınırlı olduğundan pazarda etkili olmayabilir, dolayısıyla işletme sahipleri strateji ve politikalarını geçceği düşünerek oluşturmak gerekmektedir.

Yukarıda sıralandığı gibi küçük ve orta ölçekteki işletmelerin pazarlama konusunda doğrudan pazarlayabilmesi, esnekliği, pazarlama maliyetinin az olması gibi çeşitli avantajları, pazar araştırmalarının yetersiz olması, pazarlama araçlarından yararlanamayacağı gibi dezavantajların da vardır.

**Tedarik:** Küçük ve orta ölçekteki işletmeler çeşitli malzemeleri sipariş verirken bir taraftan kısıtlı çalışma sermayesi diğer taraftan stoklama maliyetinin yüksek olması nedeniyle büyük işletmeler gibi büyük hacimde siparişe geçemeyecekler, dolayısıyla tedarikçilerin yaptığı indirimler az olmaktadır. Diğer yandan küçük ve orta ölçüdeki işletmelerin sipariş verecek ihtiyaç duyulan malzemeleri müşterilerden alınan üretim siparişlerine göre değişebilmektedir, dolayısıyla süreklilik bir malzeme siparişi yoktur, bu durum küçük ve orta ölçekteki işletmelerin ihtiyaç duyduklarında kısa zamanda ve iyi fiyatta almaları mümkün olmamaktadır (Müftüoğlu, 1991, s. 70).

**İnsan Kaynakları:** Küçük ve orta ölçekteki işletmelerde işletme sahibi, çalışanlar veya yöneticiler, yönetenler arasında doğrudan bir insani ilişki mevcuttur. Çalışanlar kendi sorunlarını veya işletme ile ilgili sorunları her zaman görebileceği işletme sahibine söyleyebilmektedir. Araştırmalarda, kısıtlı imkânlardan dolayı çalışanlara verilen ücret büyük işletmelerden daha düşük olmasına rağmen küçük ve orta ölçekteki işletmelerde çalışanların büyük işletmelere göre daha çok memnun kaldığı sonuca varılmıştır. Küçük ve orta ölçekteki işletmeler işe yeni personeller için bir mesleki eğitim merkezi olmaktadır. Dezavantajları ve sorunları açısından küçük ve orta ölçekteki işletmeler finansman sorunlardan dolayı, nitelikli elaman istihdam edememektedir, iş ayrımı yapılmadığından dolayı bir işçi gerekse pazarlama, gerekse satın alma işlerini yapmaktadır (Müftüoğlu, 2007, s. 76).

KOBİ'lerin yukarıdaki sorunlarından başka kısıtlı imkânlardan dolayı ortaya çıkan AR-GE sorunları, yatırıma ilişkin sorunları vardır. Devlet teşvikleri ve

politikaları dolayısıyla çok önemli bir unsurdur, çünkü çoğunlukla problem ve sorunlar finansman kısıtlarından dolayı ortaya çıkmaktadır.

### **2.3. KOBİ'lerin Ekonomik ve Sosyal Katkıları**

KOBİ'lerin dünyadaki ekonomik ve sosyal katkıları rakamlara bakarak incelenirse KOBİ'lerin ne kadar önemli olduğu görülebilmektedir. Dünyadaki ülkelerin toplam işletmelerinin %95-99'unu KOBİ'ler oluşturmaktadır, GSMH'nin %30-70'ini, istihdamın %40-80'ini, ihracatın %10-%40'ını KOBİ'ler gerçekleştirmektedir (Ercan, 2005, s. 7).

#### **2.3.1. KOBİ'lerin Ekonomideki Katkıları**

Küçük ve orta ölçekteki işletmeler tüm dünyada çeşitli ülkelerde farklı tanımlara, farklı özelliklere sahip olsa bile kendi bulunduğu ülkede, ekonomik gelişme ve sosyal gelişmede sağlayan katkıları hemen hemen aynı olmaktadır. KOBİ'lerin öncelikle ülkelerde büyük şehirlerden ziyade küçük, az gelişmiş bölgelere geniş bir biçimde yerleşmesi, genelde orta sınıf kitlesinde olması, bulunduğu bölgenin istihdam oranını ve gelir düzeyini arttırmak, bölgedeki kaynaklarını etkin şekilde kullanmasını sağlamak, ekonomiyi canlandırmak gibi çeşitli sosyal ve ekonomik faaliyetlerde önemli rol oynamaktadır.

KOBİ'ler ülke ekonomisinin yapı taşları olarak kabul edilmektedir, teknolojik yeniliklere kolay uyum sağlayabilen, esnek bir yapıya sahip KOBİ'lerin ekonomideki katkılarını aşağıdaki gibi sıralanmaktadır(Akgemci, 2001, s. 18):

- Ekonomik ve sosyal bir dengedir
- Yeni fikir ve keşiflerin kaynağıdır
- İstihdam ve eğitimde büyük katkıda bulunmaktadır
- Kalifiye elamanların yetişmelerini sağlamaktadır
- Sanayileşmenin yayılmasındaki aracıdır

- İşgücü, kaynakları etkin kullanarak ülkedeki hayat kalitesini yükseltir.
- Aile birikimlerini, tasarrufları yatırma yöneltmek, sermayenin tabana kadar yayılmasına büyük önem taşımaktadır
- İşletme sahibi ve çalışan personelin doğrudan ve sıcak ilişkisi sosyal çatışmaların ortaya çıkmasını azaltmaktadır
- Kriz veya savaş döneminde üretimi devam ettirerek ihtiyaçları karşılayabilmektedir.

Büyük işletmeler üretimlerinin bir kısmını küçük ve orta ölçekteki işletmelere yaptırarak daha düşük maliyette yarı mamul veya tüm mamullerine sahip olmaktadır. Böylece büyük işletmeler makine, işçi, bina gibi yatırımlar yapmadan sermaye birikimini artırıp büyüme eğilimi göstermektedir. Küçük ve orta ölçekteki işletmeler ise kendi üretkenliğini arttırarak büyük işletmeleri tamamlamaktadır (Demirez ve Cebeci, 2005, s. 92).

Diğer yandan ekonominin çöktüğü kriz döneminde, ülkelerdeki büyük işletmelerin iflas etmesi sonucunda ortaya çıkan işsizlik problemlerine karşı esnek yapıya sahip olan küçük ve orta ölçekteki işletmeler kötü koşullara kendini uydurarak hatta yenilikçilik ruhuyla büyük işletmeler boşaltan pazarlara girerek çözüm üretebilmektedir (Özdemir, Ersöz ve Sarıoğlu, 2006, s. 62).

KOBİ'lerin dünyadaki gelişmiş ülkelerdeki tüm işletmeler içindeki payları genelde %95'den fazla olmaktadır, toplam istihdamın da 2/3 oranını kaplamaktadır. Ancak devletin toplam yatırımları içindeki payları ve ihracattaki payları düşük olmaktadır. Aşağıdaki tabloda KOBİ'lerin bazı gelişmiş ülkelerdeki ekonomik faaliyetlere olan katkısı daha detaylı bir şekilde gösterilmektedir.

**Tablo 10. Bazı Gelişmiş Ülkelerde KOBİ'lerin Ekonomideki Payları**

ÜLKE	Tüm İşletmeler İçindeki Payı,%	Toplam İstihdam İçindeki Payı,%	Toplam Yatırımdaki Payı,%	Ekonomik katkılardaki payı,%	Toplam İhracat İçindeki Payı,%	Toplam Krediler İçindeki Payı,%
ABD	99,7	56,6	38,0	43,0	32,0	42,7
Almanya	99,0	64,0	44,0	49,0	31,0	35,0
Japonya	99,4	81,4	40,0	52,0	38,0	50,0
Fransa	99,8	63,1	46,0	53,2	23,2	29,0
İngiltere	98,8	36,0	29,5	25,1	22,2	27,2
İtalya	98,0	83,0	52,0	47,0	-	-
Hollanda	98,0	57,0	45,0	32,0	38,0	-

**Kaynak:** Süleyman ÖZDEMİR, Yunus ERSÖZ ve İbrahim SARIOĞLU, **İşsizlik Sorununun Çözümünde KOBİ'lerin Desteklenmesi**, İstanbul, İTO Yayınları, 2006, s.147.

Gelişmekte olan ülkeler için KOBİ'lerin ekonomik faaliyet üzerindeki etkileri düşük sayılırsa da, aşağıdaki tabloda izleyebileceğimiz gibi katkı payları gelişmiş ülkelerle çok yaklaşmakta ve büyük farklılıklar olmamaktadır. Ancak toplam yatırımdaki payı ve toplam krediler içindeki payı gelişmiş ülkelere göre daha düşük olmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin finans sisteminin daha çok eksiklerinden dolayı KOBİ'lerin kredi alırken gelişmiş ülkelerdeki KOBİ'lere göre daha çok engellerle karşılaşmaktadır.

**Tablo 11. Bazı Gelişmekte Olan Ülkelerdeki KOBİ'lerin Ekonomideki Payları**

ÜLKE	Tüm İşletmeler İçindeki Payı,%	Toplam İstihdam İçindeki Payı,%	Toplam Yatırımdaki Payı,%	Üretilen Katma Değerler payı,%	Toplam İhracat İçindeki Payı,%	Toplam Krediler İçindeki Payı,%
Hindistan	98,6	63,2	27,8	50,0	40,0	15,3
G.Kore	98,8	59,0	35,0	35,0	20,0	47,0
Tayland	98,0	64,0	-	47,0	50,0	-
Singapur	97,0	44,0	27,0	43,0	10,0	27,0
Türkiye	99,9	76,7	26,5	38,0	10,0	25,0

**Kaynak:** Adnan ÇELİK ve Nusret GÖKSU, **Türkiye'de Girişimcilik Kültürünün Teorik Temelleri ve KOBİ'lerin Yeri**, 2008, s. 6; Mustafa AYKA, Zeki PARLAK ve Süleyman ÖZDEMİR, **Küreselleşme Sürecinde Rekabet Gücünün Arttırılması ve Türkiye'de KOBİ'ler**, İstanbul, İTO Yayınları, 2007, s. 241.



Aşağıdaki tabloda ise küçük ve orta ölçekteki işletmelerin bazı ülke ekonomilerindeki etkinlik derecesi gösterilmektedir.

**Tablo 12. Bazı Ülkelerde KOBİ'lerin Ekonomik Faaliyetlerde Etkinlik Derecesi**

Ülkeler	Etkinlik Derecesi
ABD	8,10
Almanya	7,45
İtalya	6,63
İsrail	6,06
Fransa	5,91
Türkiye	5,35
Japonya	4,68
Romanya	4,50
Yunanistan	4,44
Çin	4,42

**Kaynak:** Süleyman ÖZDEMİR, Yunus ERSÖZ ve İbrahim SARIOĞLU, **İşsizlik Sorununun Çözümünde KOBİ'lerin Desteklenmesi**, İstanbul, İTO Yayınları, 2006, s.148.

Tablo da gösterildiği gibi KOBİ'lerin genel olarak toplam işletmeler içindeki payı ve istihdam oranı yüksek olsa da, toplam ekonomideki etkinlik derecesi düşüktür, bu durum ülkelerin KOBİ'lere sağlayacak teşvik ve desteklerin daha ağırlıklı olması gerektiğini ortaya çıkarmaktadır.

### **2.3.2. KOBİ'lerin Sosyal Gelişmedeki Katkıları**

Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin istihdamdaki büyük rolü sadece bir ekonomik olay olmaksızın bir sosyal olay olarak kabul edebiliriz. KOBİ'lerin ülkelerde istihdam yaratması sosyal bir takım sorunların çözümlerini de üretmektedir.

Toplumda yaşlılar, kadınlar, özürlüler ve yeni okulunu bitirmiş, ya da okumamış, deneyimsiz gençler gibi guruplar iş hayatında dışlamaya maruz kalmaktadır. Küçük ve orta ölçekteki işletmeler üretimde emek yoğun, dağılımda bölgesel ve yerel olması gibi özelliklerinden dolayı sosyal dışlamaya kalan bu

gurutaki kişileri istihdam ederek ve çalışanların kendi işletmesinde yetiştirmesine önem vererek onları sosyal ve ekonomik yaşam kalitesini iyileştirmektedir, böylece toplumdaki sosyal dışlamanın azalmasını ve yoksulluğu önlemekte önemli katkılarda bulunmaktadır (Kalkınma Başkanlığı, 2006, s. 91).

Küçük ve orta ölçekteki işletmeler bölgeler arasındaki ekonomik ve sosyal dengesizlik ve farkın giderilmesindeki önemli rolü ve nedenleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Özdemir, Ersöz ve Sarıoğlu, 2006, s. 57):

- Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin, daha çok küçük işletmelerin ülkedeki tüm bölgelere geniş bir biçimde dağılmış olması
- Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin bölgede istihdam yaratarak bölge nüfusunun büyük şehirlere akmasını engellemesi
- Gittikçe azalan ve duran göç sonucunda canlanan ekonomik faaliyetler
- Bölgede uygulanan kalkınma politikaları ve bölgenin kaynaklarının etkin kullanması sonucunda ortaya canlanan ekonomik faaliyetlerin büyüme potansiyeli işletmelerin kurulmasını teşvik eden atmosferin oluşması
- Büyüme potansiyeli işletmelerin kurulmasıyla bölgenin kalkınması ve gelişmesinin hızlanması ve ülke ekonomisinin büyüme eğilimi göstermesi

Sonuç olarak KOBİ'ler nüfus, işgücü, gelir dağılımındaki, eğitim düzeyindeki dengesizliklerin azaltılmasında, giderilmesinde büyük önem taşımaktadır.

## 2.4. Girişimcilik ve KOBİ Kavramlarının Etkileşimi

Günümüzde, küçük ve orta ölçekteki işletmelerin istihdamda, toplumsal ve sosyal sorunların önlem ve çözümlerinde, siyasi ve ekonomik istikrarın sağlanmasında oynadığı rolün yanı sıra yenilikçilik ve yaratıcılık, rekabet gücü bakımından buldukları katkıdan dolayı girişimciliğin bir aracı olarak kabul edilmektedir. Böylece bu kuruluşlar girişimciliğin gelişmesinde aracılık eden işletmeler olarak algılanmaktadır (Thurik ve Wennekers, 2004, s. 140-149).

Küçük ve orta ölçekteki işletmeler yeniliklere kolay ayak uydurabilmesi, değişen talep ve ihtiyaçlara anında cevap verebilmesi gibi özellikler bakımından girişimcilik açısından da önem kazanmaktadır. Ancak bu girişimcilik özellikleri sadece küçük işletmelerde olmaksızın büyük işletmeler, kamu işletmeleri, kar amacı olmayan kuruluşlarda da görülmektedir, dolayısıyla her yönetici veya küçük işletme sahipleri bir girişimci olarak belirlenemez oysa girişimci, girişimci işletme ve küçük işletme kavramları farklı kavramlardır (Kirby, 2003).

KOBİ'ler girişimci KOBİ de olabilir, girişimci olmayan KOBİ de olabilir, çoğunlukla KOBİ'lerin sahiplerinin işletmeyi kurması onu girişimci olarak nitelendiren tek şeydir. KOBİ'ler kurulduktan sonra bazılarının ekonomik faaliyette durgun olduğu ortaya çıkmaktadır, bazı KOBİ'ler ise güçlü rekabet ortamında, değişime odaklı, işletmeleri geliştirme ve büyötmeye yönelik çalışmalar yaptığını görölmektedir ve bu tür KOBİ'ler girişimci işletme olarak tanımlanmaktadır(Morris, 1998).Aşağıdaki tabloda girişimci KOBİ ve girişimci olmayan KOBİ'lerin karşılaştırılması verilmektedir.

**Tablo 13. Girişimci KOBİ ve Girişimci Olmayan KOBİ'lerin Karşılaştırılması**

<b>Özellikler</b>	<b>Girişimci KOBİ</b>	<b>Girişimci Olmayan KOBİ</b>
<b>İş çevresi</b>	Değişken	Durağan
<b>Odaklılık</b>	Değişim odaklı	Değişim tercih edilmez
<b>Rekabetçi duruş</b>	Girişken	Girişken değil
<b>Örgütsel yapı</b>	Ailenin ilgilenimi yüksek	Profesyonellerin ilgilenimi yüksek
<b>Strateji</b>	Taktiksel	Stratejik
<b>Zaman yönelimi</b>	İçinde bulunduğu zaman	Gelecek
<b>Risk kabulü</b>	Düşük	Yüksek
<b>İşletme odağı</b>	İçsel	Dışsal

**Kaynak:** Morris, 1998. Tuğba KILIÇER, **KOBİ'lerin Girişimci Pazarlama Yaklaşımı, Yenilik Yaratma Çabaları, Performansları ve Sahip Yöneticilerinin Girişimcilik Tutumları Açısından Profilleri**, Doktora Tezi, 2011, s. 25-27.

Yukarıdaki tabloda gösterildiği gibi girişimci KOBİ'ler ve girişimci olmayan KOBİ'ler çeşitli farklılıklar sergilemiştir. Girişimci KOBİ'ler esnek karar aldığı, dış pazara kaliteli ürün sunmaya çalıştığı, müşteri hizmetlerine, AR-GE' ye önem verdiği, yeni ürünlerin tasarlanması ve üretilmesi, geliştirilmesine ilişkin çalışmalarda olduğu görülmektedir.

### 3. ÇİN KOBİ'LERİNİN İNCELENMESİ

Çin Halk Cumhuriyetinde küçük ve orta ölçekteki işletmeler toplam işletmelerin %99'unu kapsamaktadır. Son bir kaç yılındaki istatistiklere bakarsak 2012 yılındaki toplam işletme sayısı 13,666,000 olup, her sene %8 civarında bir artış göstermektedir. Bu işletmelerin içindeki şahıs şirketlerin sayısı 10,857,200 olup en fazla orana sahiptir, diğer iç sermaye şirketleri 2,368,200 civarında, dış sermaye şirketleri 440,600 civarındadır. Orta ve küçük ölçekteki işletmeler toplam istihdamın %75 'den fazlasını, toplam GDP'nin %60'ını, toplam verginin %50'nı, toplam ihracatın %68'ini, buluşlar ve yenilikler için alınan patent toplam patentin %50'nı kapsamaktadır (Li Zi Bin, 2012, s. 3).

Çin'de bölgelere göre değerlendirme yapıldığında, hammadde, doğal kaynakların daha çok batı ve kuzey bölgelere, sanayi sektörlerin ise daha çok Çin'in doğu bölgesine yerleşmektedir, dolayısıyla küçük ve orta ölçekteki işletmeler Çin'in güneydoğusunu merkez kıldığı halde kuzeydoğu, orta ve diğer bölgelerine yerleşmektedir.

Sektör olarak değerlendirme yapıldığında, Çin'de küçük ve orta büyüklükteki işletmeler genelde imalat sanayisine merkezleşmiştir, diğer işletmeler ise toptancılık ve perakendecilik işletmeleri, inşaat, madencilik işletmeleri, otelcilik ve gıda işletmeleri de çoğunluktadır. Bu durum 2012 yılının sonuna geldiğinde yine eski tablosunu koruyarak, gayrimenkul, finans, yazılım ve bilişim hizmetleri, bilimsel ve teknik hizmetleri gibi yeni sektörler de orta ve küçük ölçekteki işletmelerde çoğalmaya başlamıştır.

Bu bölümde Çin KOBİ'lerinin sınıflandırılması, sektör dağılımı, bölgelere göre gelişme durumu, istihdamdaki payları ve Çin'in KOBİ'ler için uyguladığı teşvik politikaları ele alınacaktır. Bölüm sonunda ayrıca Zhe Jiang bölgesindeki KOBİ'lerin genel durumu yer almaktadır.

### 3.1. Çin KOBİ'lerinin Sınıflandırılması

Çin Halk Cumhuriyeti kurulduktan sonra, işletmelerin gelişme stratejisi genelde iki döneme ayrılmaktadır. Biri Cumhuriyetin kurulduğu 1949 yılından 1978 yılına kadar olan süreçtir, bu süreçte Çin sanayileşmeyi gerçekleştirmek için büyük işletmelerin gelişmesine önem verilmiştir, devletin hızla İngiltere'den daha güçlü olmak, Amerika'ya yetişmek gibi çeşitli stratejileri sonucunda sadece büyük işletmeler itibar sahibi olmuştur, 1960 yıllarda küçük ve orta ölçekteki işletmelerin sınıflandırılması sermaye değeri esas alınarak yapılmış olsa da, bu dönemde İşletmelerin sınıflandırılması fazla etkili olmamıştır (Anonim, 2011, s. 1).

Çin Halk Cumhuriyeti'nin 1978 yılındaki ekonomik ve siyasi yapısının değiştirilmesinden sonra KOBİ'ler gittikçe daha çok önem kazanmıştır.1978-1988 yıllarına kadar işletmelerin üretim kapasitesine göre sınıflandırma yapılmıştır, 1978-1990 yıllarında farklı sektörlerde işletmelerin daha hızla bir biçimde kurulması ve gelişmesi, işletmeler hizmet gösteren sektörlerin de genişlemesi nedeniyle devlet farklı sektörlerde farklı standartlar belirtmiştir. 1990 yılında yapılan sınıflandırmada ise satış geliri ve toplam mali varlığı esas alınarak işletmeler süper büyük ölçekteki işletmeler, büyük ölçekteki işletmeler, orta ölçekteki işletmeler, küçük ölçekteki işletmeler olarak dört sınıfa ayrılmıştır (Tan Jun, 2009, s. 24).

Çin Halk Cumhuriyeti, Ekonomi ve Ticaret Komisyonu, Devlet İstatistik Kurumu, Maliye Bakanlığı,19 Şubat 2003 tarihinde, küçük ve orta ölçekteki işletmelerin daha uygun bir biçimde sınıflandırılması için ilk adımı atmıştır, ancak sınıflandırmada sınırların kesin olmaması, yetersiz kalması ve devlet ekonomisinin hızla gelişmesi nedeniyle, 2011 yılı Haziranda, Devlet Kalkınma Planlama Komisyonu, Ekonomi ve Ticaret Komisyonu, Devlet İstatistik Kurumu, Maliye Bakanlığı tekrar küçük ve orta ölçekteki işletmelerin sınıflandırılması konu alınan 2011, NO.300 kararını ortaya koymuştur. Bu kararda, KOBİ'ler orta ölçekteki işletmeler, küçük işletmeler ve mikro işletmeler olarak üç çeşide ayrılmıştır, sınıflandırma yapılırken çalışan personel sayısı, satış cirosu esas alınmıştır (Li Zi Bin, 2013, s. 47-48).

Aşağıdaki tabloda Çin Halk Cumhuriyetinin 2011 yılındaki KOBİ'lerin sınıflandırılması gösterilmektedir.

**Tablo 14. Çin'deki KOBİ'lerin Sınıflandırılması**

İşletmeler		Çalışan Personel Sayısı(Kişi)	Yıllık Ciro (RMB)
<b>Hayvancılık, Çiftçilik, Ormancılık</b>	Orta Ölçekli	-	5- 20 milyon arası
	Küçük Ölçekli	-	500 bin- 5 milyon arası
	Mikro İşletme	-	500 binden az
<b>Endüstri</b>	Orta Ölçekli	300-1000 arası	20-400 milyon arası
	Küçük Ölçekli	20-300 arası	3-20 milyon arası
	Mikro İşletme	20'den az	3 milyondan az
<b>İnşaat Sanayi</b>	Orta Ölçekli	-	50-800 milyon arası
	Küçük Ölçekli	-	3-50 milyon arası
	Mikro İşletme	-	3 milyondan az
<b>Toptan Ticaret</b>	Orta Ölçekli	20- 200 arası	50-400 milyon arası
	Küçük Ölçekli	5-20 arası	10-50 milyon arası
	Mikro İşletme	5'de az	10 milyondan az
<b>Perakende Ticaret</b>	Orta Ölçekli	50-300 arası	5-200 milyon arası
	Küçük Ölçekli	10-50 arası	1-5 milyon arası
	Mikro İşletme	10'dan az	1 milyondan az
<b>Taşımacılık</b>	Orta Ölçekli	300-1000 arası	30-300 milyon arası
	Küçük Ölçekli	20-300 arası	2-30 milyon arası
	Mikro İşletme	10'dan az	2 milyondan az
<b>Postacılık</b>	Orta Ölçekli	300-1000 arası	20-300 milyon arası
	Küçük Ölçekli	20-300 arası	1-20 milyon arası
	Mikro İşletme	20'den az	1 milyondan az
<b>Bilgi İletişim</b>	Orta Ölçekli	100-2000 arası	10-100 milyon arası
	Küçük Ölçekli	10-100 arası	1-10 milyon arası
	Mikro İşletme	10'dan az	1 milyondan az
<b>Yazılım ve Bilişim Hizmetleri</b>	Orta Ölçekli	100-300 arası	10-100 milyon arası
	Küçük Ölçekli	10-100 arası	500 bin- 10 milyon arası
	Mikro İşletme	10'dan az	500 binden az
<b>Başkalar</b>	Orta Ölçekli	100-300 arası	-
	Küçük Ölçekli	10-100 arası	-
	Mikro İşletme	10'dan az	-

**Kaynak:** Li Zi Bin, **Çin KOBİ'leri İçin 2013 Yıllık Mavi Kitap**, Bei Jing, Çin gelişim Yayınları, 2013, s. 48. 李子彬, **中国中小企业 2013 蓝皮书**, 2013, 北京, 中国发展出版社, 48 页.

### 3.2. Çin KOBİ'lerinin Sektörlerdeki Dağılımı

Kurulduğu günden günümüze kadar, 65 yıllık bu süreçte, Çin Halk Cumhuriyeti dünyanın en hızlı gelişmekte olan ülkelerinden biridir. İşletmelerin Sektör dağılımı incelenirken, bu tarihi süreci 3 aşamaya ayırmak mümkündür. İlk olarak Cumhuriyetin kurulduğu dönem 1949 yılından 1978 yıllarına kadar devletin sanayi sektöre verdiği önem sonucunda hızla gelişme sağlamıştır (Yang Zheng, 2002, s.44). Devlet istatistik kurumunun araştırmasına göre, 1978 yılından 2002 yıllarına kadar, Çin dışı açılma politikasının sonucunda Hizmet sektörünün gelişmesi öne geçerek 20 yılda yaklaşık 39 kat artmıştır. Hizmet sektöründe çalışanların sayısı da yaklaşık 4 kat artmıştır. Tarım sektörünün, sanayi sektörünün hızla gelişmesi de bu dönemde olmuştur. Tarım sektöründeki geleneksel yapı bu dönemde büyük değişimler sonucunda yıkılmıştır ve teknoloji, sanayileşme sayesinde verimlilik artmıştır. 2000 yıllarından bu yana turizm, finans, bankacılık, lojistik gibi hizmet sektörünün artışı yanı sıra sanayi sektöründeki uçak, uydudan otomobil, beyaz eşya, üretimine kadar imalat sanayisi hızla gelişmektedir.

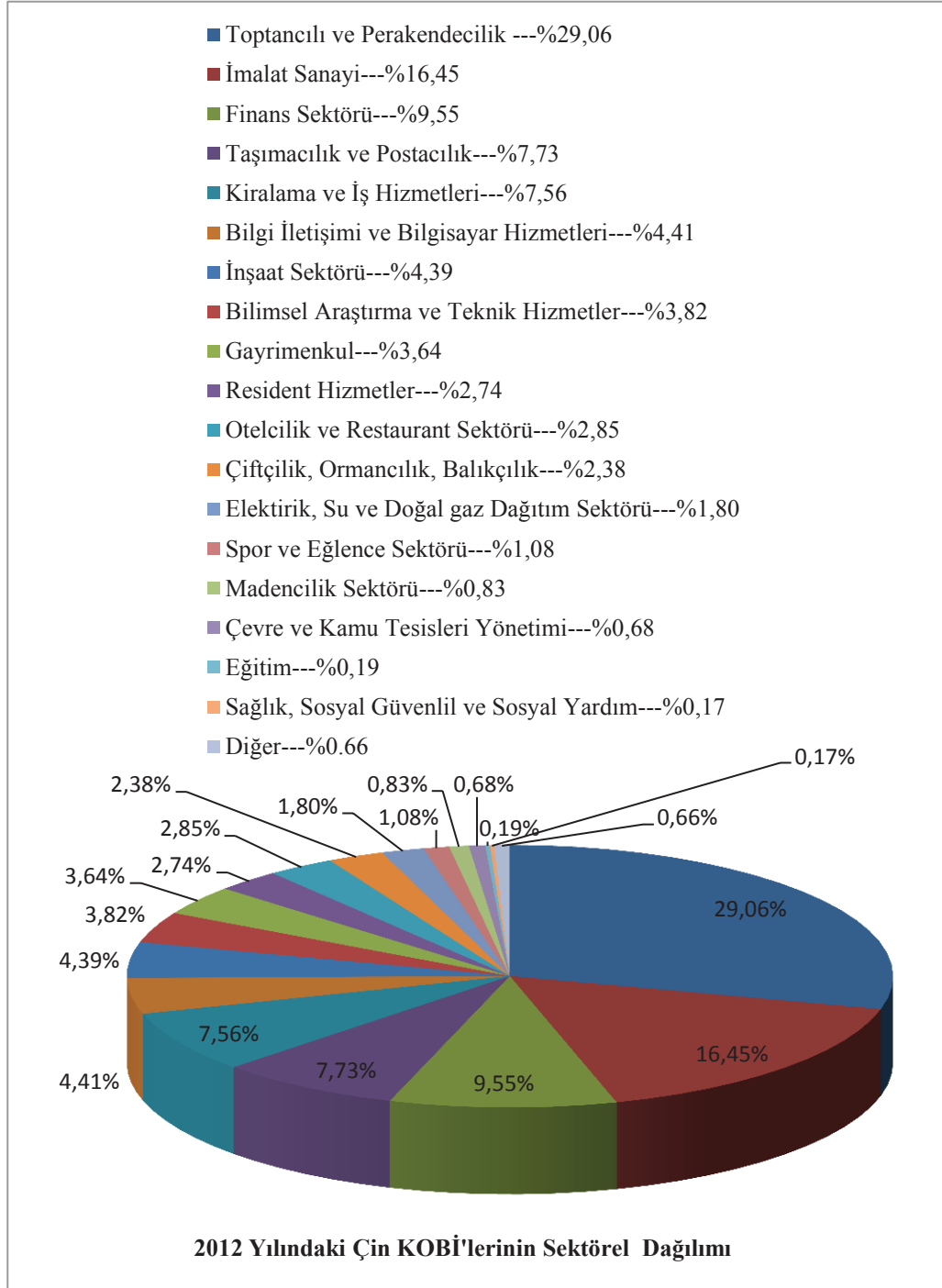
Kısaca, Çin KOBİ'lerin sektör dağılımı gittikçe farklılıklar göstermektedir, birinci sektör gittikçe azalma göstermektedir, ikinci sektör istikrarlı bir şekilde gelişmesini sağlamaktadır, üçüncü sektörde ise gittikçe teknolojilere bağlı çeşitli işletmeler ortaya çıkmakta ve çoğalma eğilimi göstermektedir.

2012 yılındaki araştırmalara göre, KOBİ'lerde toptancılık ve perakendecilik ilk sırada yer almaktadır, toplam KOBİ'ler içindeki payı ise %29,06 olmaktadır. İmalat sanayi %16,45 ile ikinci sırada yer almaktadır. Finans sektörü %9,55 ile üçüncü sırada, taşımacılık ve postacılık hizmetleri %7,73 ile dördüncü sırada, kiralama ve iş hizmetleri %7,56 ile beşinci sırada, bilgi iletişim ve bilgisayar hizmetleri %4,41 ile altıncı sırada, inşaat sektörü %4,39 ile yedinci sırada, bilimsel araştırma ve teknik hizmetler %3,82 ile sekizinci sırada, gayrimenkul %3,34 ile



dokuzuncu sırada, resident hizmetler %2,74 ile onuncu sırada yer almaktadır. Diğer sektörlerin oranı ise şekilde gösterildiği gibidir (Li Zi Bin, 2013, s. 6-10).

**Şekil 1.2012 Yılındaki Çin KOBİ'lerinin Sektörlere Göre Dağılımı**



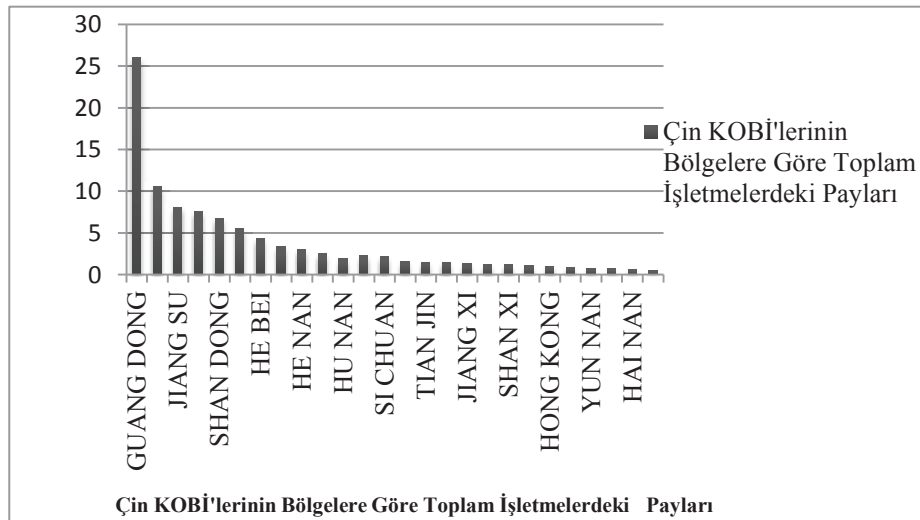
**Kaynak:** Li Zi Bin, **Çin KOBİ'leri İçin 2013 Yıllık Mavi Kitap**, Bei Jing, Çin gelişim Yayınları, 2013, s. 6-10. 李子彬, **中国中小企业 2013 蓝皮书**, 2013, 北京, 中国发展出版社, 6-10 页.

### 3.3. KOBİ'lerin Bölgelere Göre Gelişme Durumu

Çin, ekonomide bölgelerin eşit gelişmesini sağlamak için bölgelere göre farklı bölgesel kalkınma politikalarını uygulamaktadır. Araştırmalara göre, 2012 yılının sonlarındaki istatistiklerde, Çin'in doğusundaki işletmelerin toplam işletmeler içindeki payı %62,63, orta bölgedeki işletmelerin payı %21,82, batı bölgedeki işletmelerin payı ise %15,55 olmuştur (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2012, s. 3).

Aşağıdaki Şekilde, 2012 yılındaki araştırmaya göre Çin Halk Cumhuriyetinin bölgelere göre KOBİ'lerin toplam işletme içindeki payları incelenmiştir. Çin'in güneydoğusundaki gelişmiş bölgeler olarak tanımlanan Guang Dong bölgesinin payı %26,01, Zhe Jiang bölgesinin payı %10,57, Jiang Su bölgesinin payı %8,09, Shang Hai bölgesinin payı %7,54, az gelişmiş bölgeler olarak bilinen batıdaki Gan Su bölgesinin payı %0,40, Xin Jiang bölgesinin payı %0,43, Qing Hai bölgesinin payı %0,20, Ning Xia bölgesinin payı %0,18, Xi Zang bölgesinin payı %0,06 olmaktadır, diğer bölgelerin payları ise %1-%5 oranda değişmektedir.

Şekil 2. Çin KOBİ'lerinin Bölgelere Göre Toplam İşletmelerdeki Payları(2009)



**Kaynak:** Çin Halk Cumhuriyeti İstatistik Kurumu, **Çin İşletmelerinin 2009 Yıllık İstatistikleri**, Bei Jing, 2009, s. 152; 中华人民共和国统计局, **中国企业统计 2009 年鉴**, 2009, s. 152; Anonim, **Çin KOBİ'lerin Bölgelere Göre Sektör Dağılımı Üzerine Bir Araştırma**, 2012, s. 20. 全国中小企业在各地各行业的分布情况及初步分析, 2012, 20 页.

Bölgelerin yüz ölçümünü dikkate alarak incelendiğinde, Çin yüz ölçümünün %70'yi kapsayan bölgelerdeki işletmelerin ancak tüm işletmeler içinde %20 oranda olduğu, yüz ölçümünün %30'unu kapsayan bölgelerdeki işletmelerin toplam işletmeler içinde %80 oranda olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durum, devletin bölgesel kalkınma politikalarının yetersiz olduğunu, daha çok teşvik faaliyetlerinde bulunması gerektiği göstermektedir.

### 3.4. KOBİ'lerin İstihdamdaki Payları

İresearch'ın 2007 Yılındaki Çin KOBİ'lerinin B2B E-Ticaret Araştırma Rapor'una göre, 2006 yılında KOBİ'lerin toplam sayısı 31.518.000 olup, devletin teşvik ve kalkınma politikalarının gittikçe iyileşmesi ve Çin'in bir dünya fabrikası haline gelmesi neticesinde, her sene %7-8 oranda artma sağlamıştır. Günümüzde farklı araştırmacılara göre Çin KOBİ'lerinin toplam istihdamdaki oranı %70, %75, %80 civarında değişmektedir. Aşağıdaki tabloda 1978 yılından 2012 yılına kadar KOBİ'lerde toplam işe alınanların sayısı ve sektöre göre işe girme oranı verilmektedir (Li Zi Bin, 2013, s. 50-70).

**Tablo 15. Çin KOBİ'lerinin Yıllara Göre Toplam İstihdamı ve İstihdamın Sektörlerdeki Payları**

Yıl	Toplam İstihdam (kişi)	KOBİ'ler Tarafından İstihdam Edilenler(kişi)	Birinci Sektördeki İstihdam Oranı	İkinci Sektördeki İstihdam oranı	Üçüncü Sektördeki İstihdam Oranı
1978	95,140,000	71,355,000	%70,5	%17,3	%12,2
1985	128,080,000	96,060,000	%62,4	%20,8	%16,8
1992	172,410,000	129,307,500	%58,5	%21,7	%19,8
1997	207,810,000	155,857,500	%49,9	%23,7	%26,4
2002	247,800,000	185,850,000	%50	%21,4	%28,6
2006	296,300,000	222,225,000	%42,6	%25,2	%32,2
2010	346,870,000	260,152,500	%36,7	%28,7	%34,6
2012	371,020,000	278,265,000	%33,6	%30,3	%36,1

**Kaynak:** Li Zi Bin, **Çin KOBİ'leri İçin 2013 Yıllık Mavi Kitap**, Bei Jing, Çin gelişimYayınları, 2013, s. 50-70; 李子彬,中国中小企业 2013 蓝皮书, 2013, 北京, 中国发展出版社, 50-70 页

Tabloda gösterildiği gibi, KOBİ'ler toplam istihdamın her zaman %75'inden fazla bir orana sahip olmuştur, sektör bazından değerlendirildiğinde birinci sektör istihdamı gittikçe azalmıştır, ikinci sektör ise genel olarak fazla değişim göstermemiştir, üçüncü sektörün istihdam oranı ise gittikçe büyüme eğilimi göstermiştir.

### **3.5. Çin'in KOBİ'ler için Uygulayan Destek Politikaları**

Çin Halk Cumhuriyetinde 1980 yıllarına kadar küçük ve orta ölçekteki işletmelerin ülke ekonomisinde önemli yere sahip olsa da devletin çeşitli sorunları nedeniyle KOBİ'ler için uygulayan politika ve teşvikleri hep ikinci sırada yer almıştır ve fazla etkili olamamıştır. 1978 yılındaki ekonomik ve siyasi politikadaki yeniden yapılandırma hareketinde Çin dış dünyaya kapatan kapılarını açmış, planlı ekonomiden piyasa ekonomisine geçmiştir. Böylece yeni bir kalkınma ve gelişme dönemine başlamıştır. Bu ekonomik değişimlerin yanı sıra, 1989 yılında IMF'ye, 2001'de WTO' ya üyeliğe girmesi Çin'in büyüme ve gelişmesini daha hızlandırmıştır. Devletin siyasi ve ekonomi açısından istikrarlı olması neticesinde, KOBİ'ler istikrarlı bir şekilde gelişme ve büyüme göstermiştir. KOBİ'ler için de daha etkili politikalar ve programları yapılmaya başlamıştır.

Günümüzde, küreselleşmenin etkisiyle ortaya çıkan güçlü rekabet, vergilerin yükselmesi, işgücünün pahalılaşması nedeniyle KOBİ'lerde bir takım sorunlar meydana gelmektedir, Çin Halk Cumhuriyeti bu sorunların giderilmesi ve ülke ekonomisinin istikrarını korumak için KOBİ'lere finans politikaları, vergi politikaları, devlet ihale politikaları, girişimci teşvikleri gibi çeşitli destekleme politikaları ve eğitim, teknik destekler, yardım fonları gibi çeşitli hizmet sunmaktadır.

### •Finans Politikası

Çin, KOBİ'lerin finansal sorunların çözümüne ve ihtiyaçlarının hızlı bir şekilde karşılanmasına yönelik olarak kredi bakımından KOBİ'lerin daha kolay ihtiyaç duyduğu fona ulaşması için kredi miktarını yükseltmek, kredi maliyetini düşürmek, kredi vadesini uzatmak gibi çeşitli imkân sağlamaktadır. Son bir kaç yıllardaki KOBİ'lerin alabilecek kredi miktarı bir defasında 5 milyon RMB sınır olan, KOBİ'lerin durumuna göre faiz oranı düşük ve vadesi uzun olan kredi politikası uygulanmaktadır (Li Zi Bin, 2013, s.142).

Çin KOBİ'lerinin en çok karşılaştığı finansman sorunu ise kredi sağlamada banka ve ilgili kurumların istediği kefaleti karşılamak ve teminat gösterme sorunları olmaktadır. Devlet KOBİ'lerin bu sorunlarını çözmeye yönelik 2005 yılındaki NO.3 kararında, “Kredi Kefalet Kurumlarına Öneriler” de, “Çin Halk Cumhuriyetinin KOBİ'lerin Gelişme Kanunu”nun da ilgili kurumların KOBİ'ler için sağlaması gereken destekler ve kredi alma ve vermede, devletin faiz, vade ve teminat koşulları hakkındaki çeşitli politika ve programları yer almaktadır (Ou Yang Yao, 2009, s. 203-204).

### •Vergi Politikası

Çin Halk Cumhuriyetinin yıllardır vergiyi azaltma eğilimi gösteren vergi sistemi 2010 yıllarından sonra fazla değişim göstermemektedir. Kurumlardan alınacak vergi de %33'den %25'e inmiştir. KOBİ'ler için %20 oranı civarında olan vergi, gelir düzeyi düşük olan işletmeler için gelir %50'ye indirildikten sonra %20 oranda vergi ödenmektedir, mikro işletmeler için bu vergi oranı %10'a kadar düşmektedir, bazı zorluklar altındaki işletmeler için 3 ay gecikmeli ödeme imkânını sağlanmaktadır. Aynı şekilde, KOBİ'lerde, yeni tekniklerin, yeni ürünlerin üretilmesinde vergiler belirli oranda düşük ödenebilmektedir, bu durum yüksek teknoloji şirketleri için de geçerli olmaktadır. Batı bölgelerdeki KOBİ'lerin

desteklenmesi de ön planda olup, 2020 yılının sonuna kadar işletmelerin ödeyecek vergisi %15'e oranına kadar azaltılmıştır. Tarım, Çiftçilik, ormancılık, balıkçılık gibi sektörlerde ise işletmelerin ödeyecek vergisi ortadan kaldırılmıştır. İhracat için de 2008 yılında, çoğu ürün için geçerli olan %13 geri ödenen vergi % 15'ye çıkarılmıştır. Devlet içinde üretme imkânı olmayan veya üretilen ürün özellikleri yetersiz kalan yüksek teknoloji ürünlerinin ithalatında gerekecek gümrük vergisi, tüketim vergisi, katma değer vergisi gibi çeşitli vergiler ortadan kaldırılmıştır. 2012 yılından beri toplam ortadan kaldırılmış vergi 307 çeşit, toplam tutarı da 29 milyar Yuan olmaktadır (Li Zi Bin, 2013, s. 119-120).

#### •Özel Fonlar

KOBİ'lerin ihtiyaç duyduğu finansmana ulaşması, ulusal ve uluslararası pazarda rekabet güçlerini geliştirmesi amacıyla, 1999 yıllarından beri, Çin maliye bakanlığı tarafından Teknolojik İşletmeler Girişimcilik Fonu, KOBİ'ler Özel Geliştirme Fonu, KOBİ'lerin Uluslararası Pazara Açılma Fonu gibi çeşitli fonlar ve hizmetler sunulmaktadır. 2008 yılından 2013 yılına kadar KOBİ'ler için temin edilen toplam fonlar 5 milyar Yuan'den 15 milyar Yuan'e çıkmıştır. 2010 yılındaki araştırmalara göre, devletin KOBİ'ler için direk harcamaların toplam harcamalar içinde %0, 25 olmaktadır (Li Zi Bin, 2013, s. 124).

#### •Devlet İhaleleri

Uluslararası devlet ihaleleri GDP' deki oranı ortalama %10 civarındadır. Araştırmalara göre Çin Halk Cumhuriyetinin 2011 yılındaki devlet ihalesi toplam GDP'de sadece %2 orana sahip olmaktadır. Çin Halk Cumhuriyeti bir taraftan devlet ihalelerini diğer taraftan KOBİ'lere verilecek devlet ihale miktarını yükseltmek için çeşitli tedbirler almaktadır. Devletin uyguladığı ihale tedbirlerine göre toplam devlet ihalesi içinde KOBİ'lere verilmesi gereken ihale payının %30'a yükseltilmesi, KOBİ'ler ihaleleri arasında küçük işletmeler ve mikro işletmeler için verilecek ihale

payının %60'den az olmamasını gerekmektedir.2012 yılındaki araştırmalara göre devletin toplam ihalesi 1390 milyar olup, KOBİ'lere verilen ihale oranının sınırdan daha fazla olup, %40'a yetiştiği grlmektedir (Li Zi Bin, 2013, s. 125).

#### •Eğitim ve Diğer Hizmetler

Çin'de KOBİ'lerdeki yönetim sisteminin karşılıklı ve nitelikli, vasıflı elemanın eksikliği, işletmenin AR-GE, girişimcilik, teknoloji gibi alanlarda yetersiz kalmasını ortaya çıkarmaktadır. Diğer yandan ortaya çıkan yeni ve yaratıcı fikirler kolayca başka işletmeler tarafından takip edilmekte hatta ürünler taklit edilerek piyasayı karışık ve zayıf duruma sokmaktadır. Dolayısıyla Çin, KOBİ'lerin gelişmesini sağlamak, rekabet gücünü arttırmak için yönetim, eleman ve diğer ihtiyaç duyduğu konuları önemsemekle beraber çeşitli hizmetler sunmaktadır.

1996 yılında yürütmeye başlayan Çin Halk Cumhuriyeti Mesleki Eğitim Kanununun neticesinde, işletmeler için teknik, yönetim ve diğer konularda eğitimi personeller yetişmektedir. Teknoloji alanında (Li Zi Bin, 2013, s. 163). Bunun yanı sıra, bilgilendirme kuruluşları ve danışmanlık hizmetlerini de önemsemektedir, bölgelerde farklı değerlendirmeler yapılıp, KOBİ'lere destek veren KOBİ'ler Hizmet Platformu, Çin KOBİ'ler Derneği gibi kamu kuruluşları, meslek kuruluşları ve vakıflar kurmaktadır.

#### 3.6. Zhe Jiang Bölgesindeki KOBİ'lerin İncelenmesi

Zhe Jiang, Türkçesi Ciciang veya Ciciangđ olarak biliniyor, Çin Halk Cumhuriyetinin doğusunda yer alan önemli bir eyalettir. Zhe Jiang bölgesinin yüz lm 101800 Km<sup>2</sup> olup, Çin yüz ölçümünün 1, 06% kapsıyor, Çin'deki en küçük eyaletlerin biridir. Bölge yüz ölçümünün küçük olmasına rağmen Çin ekonomisinde en hızlı ve istikrarla gelişemeye devam eden eyaletlerin biridir (Zhe Jiang Halk Hükümeti, bt). 2013 yılına kadar eyaletteki kişi başi GSYİH 21 senedir devamlı

olarak Çin'de en yüksek yerini koruyor. Eyaletteki 11 şehrin kişi başı GSYİH de Çin'in kişi başı GSYİH den yüksektir ve orta derecedeki gelişmiş ülkelerin GSYİH' sine denk geliyor (Zhe Jiang İstatistik Kurumu [ZJİK], 2014).

Bölgede, 2013 yılında, GSYİH 37,568 trilyon Yuan, 2012 yılına göre % 8,2 artmış durumdadır içlerinde, birinci sektör toplam 1785 trilyon, ikinci sektör 18,447 trilyon, üçüncü sektör 17,337 trilyondur, ayrı ayrı % 0,4, %8,4, %8,7 artış durumundadır. Kişi başı GSYİH 68,462 Yuan, 7, 8% artış göstermektedir (ZJİK, 2014, s. 1).

Aşağıdaki tabloda Zhe Jiang bölgesi hakkında genel bilgiler Çin hakkındaki genel bilgilerle karıştırılarak verilmektedir.

**Tablo 16. Zhe Jiang Bölgesinin Çin'deki Genel Durumu**

Demografik Göstergeler	Birim	Zhe Jiang	Çin
<b>Toplam Nüfus</b>	Kişi (2013)	54,890,000	1,360,720,000
<b>Yüz Ölçümü</b>	Km2	101,800	9,596,961
<b>Ekonomik Gelişme Sırası</b>	-	4 (Çin'de)	2 (Dünya'da)
<b>GDP</b>	USD (2013)	606,601 Milyar	91,850 Trilyon
	CNY(2013)	37,568 Trilyon	568,845 Trilyon
<b>Kişi Başı GSYİH</b>	USD (2013)	11,055	6,767
	CNY (2013)	68,642	41,909

**Kaynak:** Çin Halk Cumhuriyeti İstatistik Kurumu, **2013 Yılındaki GDP Hesaplanması**, 2014, Bei Jing, s. 1. Zhe Jiang İstatistik Kurumu, **Çin Zhe Jiang Bölgesinin 2013 Yılındaki Sosyo-Ekonomik Gelişme Durumu**, Hang Zhou, 2014, s. 1.

Zhe Jiang bölgesinde, günümüzde işletmelerin %86'sını küçük işletmeler, %13'ünü orta ölçekteki işletmeler, toplam da %99'unu KOBİ'ler oluşturmaktadır. Bölgede KOBİ'lerin toplam vergilerdeki payları ise %60, GDP'deki payları ise % 70, ihracattaki payları ise %80, istihdamdaki payları ise %90'a ulaşmaktadır (Dan Dong, 2011, s. 14).

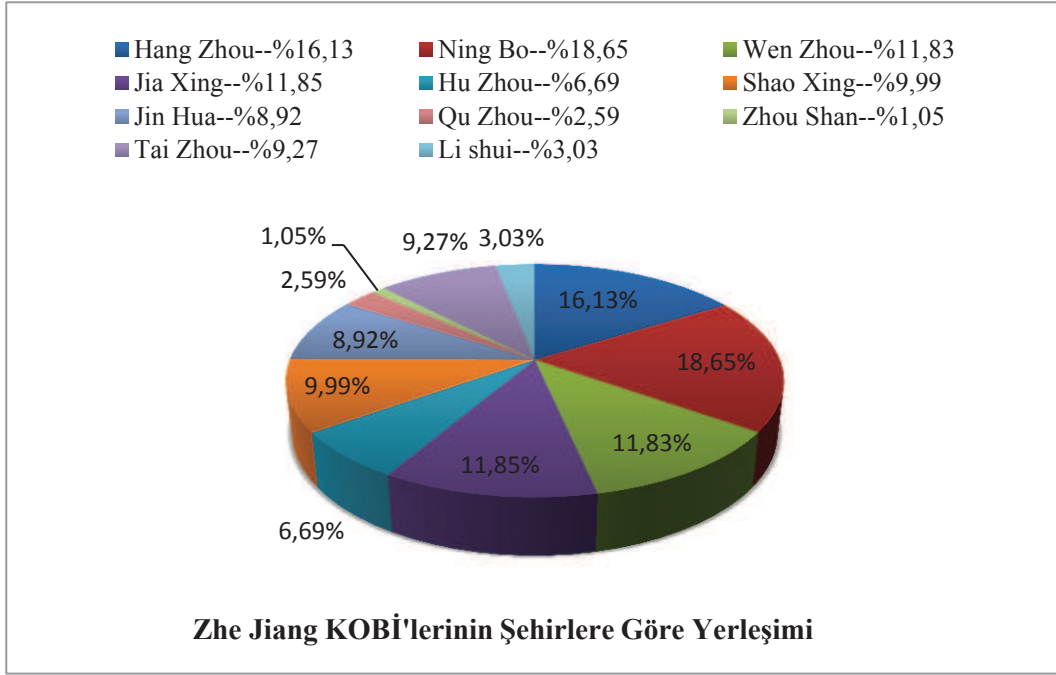


2011 yılındaki KOBİ'lerin yeniden sınıflandırılmasından sonra araştırmalara göre 2012 yılındaki Zhe Jiang KOBİ'lerin sayısı yaklaşık 890000 civarında olup, yıllardır %5-%7 civarında sürekli bir artış izlenmektedir (Zhang Jin Ru, 2013, s. 5-16). KOBİ'leri çoğalması neticesinde bölgenin ekonomisi hızla gelişmektedir. İstihdam açısından da KOBİ'ler daha çok işgücünü kendine çekmektedir.

Zhe Jiang KOBİ'leri birçok sektörde hizmet göstermektedir, genelde en çok imalat sanayi sektöründe olup, bölgenin ana sektörü, direği sayılır, toplam sektörler içinde %98,3 orana sahiptir. Zhe Jiang KOBİ'lerin imalat sanayi içinde tekstil sanayi %12,7, elektrik makine imalatı %9,8, genel teçhizat imalatı %9,6, hazır giyim sektörü %6,4, metal ürünler imalatı %6,2, kauçuk ve plastik ürünler imalatı %6,1, deri, kürk ve ayakkabı imalatı %4,5, kimyasal ürünler imalatı %4,3, otomotiv üretimi %4, özel ekipman imalatı %3,9 orana sahip olmakta ve en öndeki 10 sektör olarak görülmektedir (Zhang Jin Ru, 20013, s. 18).

Zhe Jiang'daki, KOBİ'lerin çoğu Hang Zhou, Ning Bo, Jia Xing, Wen Zhou, Shao Xing, Tai Zhou şehirlerine yerleşmektedir. Aşağıdaki şekilde şehirlere göre KOBİ'lerin yerleşim oranı gösterilmektedir.

Şekil 3.Zhe Jiang KOBİ'lerinin Bölgedeki Dağılımı



**Kaynak:** Zhang Jin Ru, Çin Zhe Jiang Bölgesindeki KOBİ'lerin 2013 Yılındaki Gelişme Durumu, 2013, s. 30.

Zhe Jiang bölgesindeki KOBİ'ler, Çin'deki en hızlı gelişen KOBİ'ler olarak görülmektedir. KOBİ'ler toplumu aktif bir biçimde beraber büyümeyi hedefleyip, profesyonel pazarlar açmaktadır. Örneğin, Jin Hua şehrindeki Yiwu Uluslararası Küçük Emtia Pazarı 1982 yılından beri hizmet göstermektedir, pazarda yaklaşık 60,000 toptan satıcı, 30 milyon değişik ürün bulunmaktadır, her gün 200,000 civarında ziyaretçi gelmektedir (Yi Wu Halk Hükümeti, 2012, s. 2-5). Zhe Jiang bölgesinde bu şekilde toptancıların merkezileştiği çok şehir ve ilçeler bulunmaktadır, bu pazarlar civarındaki bölgelere ise imalat fabrikaları yerleşmekte olup, birbirinin eksikliklerini tamamlayan çeşitli sektörlerde hizmet gösteren KOBİ'ler, Zhe Jiang bölgesini ulusal ve uluslararası büyük bir market niteliğine kavuşturmuştur.

## 4. ÇİN ZHEJIANG BÖLGESİNDEKİ KOBİ'LERİN GİRİŞİMCİLİK PROFİLİ

### 4.1. Araştırma Süreçleri

#### 4.1.1. Araştırmanın Amacı ve Modeli

Araştırmanın amacı KOBİ'lerin var olan durumunu tanımlamak, kişilerin girişimcilik sürecini irdelemek, girişimcilere yöneltilen sorular ile kişilerin girişimcilik profillerini liderlik bağlamında analiz etmektir.

Araştırma tarama modeli ile ilgilidir. Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Bu çalışmada da Çin'in Zhe Jiang bölgesindeki KOBİ'lerin girişimcilik profili değerlendirilmek üzere bazı ölçekler kullanılmış ve mevcut durum betimlenmeye çalışılmıştır.

#### 4.1.2. Anket Formunun Hazırlanması

Araştırmada kullanılan anket formundaki ölçekler daha önce yapılmış araştırmalar dikkate alınarak hazırlanmıştır. Kullanılan ölçekler tezin EK-1 kısmında yer almaktadır. Anket beş bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, girişimcilerin demografik bilgileri ile KOBİ profili hakkındaki sorular yer almaktadır. Anket formunun ikinci bölümde girişimci olmayı etkileyen faktörler için bir Likert ölçeği yer almaktadır. Üçüncü bölümde girişimcilik faaliyetleri gerçekleştirilirken kişilerin karşılaştıkları sorunlar ile ilgili Likert tipi ölçek vardır. Dördüncü bölümde girişimcilere ileriki beş yıl için hedefleri hakkındaki bir Likert ölçeği ile derlenmiştir. Anket formunun son bölümünde bulunan ölçek ile kişilerin girişimcilik özelliklerini liderlik bağlamında analiz etmeye yönelik maddelerden oluşmaktadır.

### **4.1.3. Araştırma Kapsamı ve Örneklem**

Araştırmada evren Çin'in Zhe Jiang bölgesi olup bu bölgedeki KOBİ'lere ulaşılmaya çalışılmıştır. Zhe Jiang bölgesinde kurulmuş KOBİ'lerin semtlere göre yerleşimleri incelenerek, her semtten KOBİ'lere ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu anlamda tabakalı örnekleme metodu esas alınmıştır. Tabakalı örnekleme metodu, ana kütlelin belirlenen kritere göre tabakalı adı verilen daha homojen alt gruplara ayrılması ve bu tabakalardan örnek birimlerinin seçilmesi ile oluşturulan örneklemedir. Örneklem 380 katılımcıdan oluşmaktadır.

### **4.1.4. Verilerin Çözümü**

Araştırma için anket yöntemi ile toplanan verilerin analizi SPSS 21 paket programı kullanılarak bilgisayar ortamında analiz edilmiştir. Analizlerde tabakalı örnekleme metodu ile seçilmiş 380 katılımcı içeren örneklem üzerinden gidilmiştir.

Anket formunda yer alan demografik veriler frekans analizleri ile tanımlanmıştır. Bu bölümden sonra yer alan KOBİ'ler hakkında bilgi edinme ve girişimcilere yönelik sorular gelmektedir. Bu kısım demografik bilgilerin analizinden sonra ayrı bir bölümde tanımlayıcı istatistikler içeren tablolar ile özet bilgi halinde derlenmiştir. Anket formunun diğer kısmında kalan sorular Likert yapısı şeklinde ölçekler halinde kişilere sunulmuş ve alınan yanıtlar ortalama, standart sapma gibi frekanslar analizleri ile tablo haline getirilmiştir. Varyans, Korelasyon ve Anova analizlerinden çıkan sonuçlar yorumlanmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formu beş bölümden oluşmaktadır. İlk bölümdeki 17 soru girişimcileri tanımak ve işleri hakkında bilgi edinilmek amacı ile kişilere yöneltilmiş sorulardır. İkinci, üçüncü ve dördüncü bölümde sırasıyla girişimci olmayı etkileyen faktörler, girişimcilik faaliyetleri sırasında karşılaşılan sorunlar ve girişimcilerin ileriki beş yıl için ulaşmak istedikleri amaçlar 1. Hiç

önemli değil, 2. Kısmen önemli, 3. Orta derecede önemli, 4. Oldukça önemli, 5.Çok önemli şeklindeki Likert yapısı ile anket formunda yer almaktadır. Kişilerin girişimcilik profillerini incelemek için anketin son bölümünde yer alan Likert ise 1. Kesinlikle katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3.Kararsızım, 4.Katılıyorum, 5.Kesinlikle katılıyorum şeklindeki skala ile kişilere yöneltilmiştir. Buradaki 32 sorunun amacı, girişimcilik ile girişimsel eğilim, bağımsız olma, risk alma, belirsizliğe tahammül, başarı ihtiyacı, kendine güven, yenilikçilik, kendilik kontrolü arasında ilişki olup olmadığını belirlemektir.

## 4.2. Verilerin Analizi

### 4.2.1. Demografik Veriler

**Tablo17. Girişimcilerin Yaş Gurubu**

		Frekans	Yüzde
<b>Değer</b>	21-30	87	22,8
	31-40	184	48,4
	41-50	90	23,7
	51 ve daha fazla	19	5,0
<b>Total</b>		380	100,0

Araştırmaya katılan kişilerin neredeyse yarısı (%48,4) 31 ve 40 yaşları arasındadır. Kişilerin %22,8'i 21-30 yaşları arasında, %23,7'si 41-50 yaşları arasında, %5'i ise 51 yaş ve üzeridir.

**Tablo 18. Girişimcilerin Eğitim Seviyesi**

		Frekans	Yüzde
<b>Değer</b>	İlköğretim	11	2,9
	Ortaöğretim	116	30,5
	Üniversite	191	50,3
	Yüksek lisans- Doktora	62	16,3
	<b>Total</b>	380	100,0

Katılımcıların çoğunluğunu ortaöğretim (%30,5) ve üniversite (%50,3) mezunları oluşturmaktadır. %16,3 ile 62 kişi yüksek lisans ve doktora yapmıştır. Üniversite mezunları en fazla orana sahiptir.

**Tablo 19. Girişimcilerin Yabancı Dil Bilme Durumu**

		<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Değer</b>	Bilmiyorum	64	16,8
	Düşük düzeyde biliyorum	131	34,5
	Orta düzeyde biliyorum	133	35,0
	İyi düzeyde biliyorum	52	13,7
	<b>Total</b>	380	100,0

Girişimcilerin yabancı dil seviyelerine ilişkin bilgiler yukarıdaki tabloda derlenmiştir. İyi düzeyde yabancı dil bilen 52 kişidir (%13,7). Kişilerin %70 lik gibi bir kısmı düşük ve orta düzeyde yabancı dile sahiptir. Hiç yabancı dil bilmeyenlerin yüzdesi ise 16,8 ile 64 kişidir.

**Tablo 20. Girişimcilerin Medeni Durumu**

		<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Değer</b>	Bekâr	96	25,3
	Dul	6	1,6
	Boşanmış	30	7,9
	Evli	248	65,3
	<b>Total</b>	380	100,0

Girişimcilerin %65'lik gibi bir kısmı evli, %25,3'ü ise bekârdır. Diğer girişimciler dul ve boşanmış olmak üzere 36 kişidir.

**Tablo 21. Girişimcilerin Annelerinin İşi**

		<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Değer</b>	Girişimci	37	9,7
	Ev hanımı	108	28,4
	İşçi	106	27,9
	Memur	85	22,4
	Diğer	44	11,6
	<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,0</b>

Girişimcilere ait yöneltilen diğer bir soru annelerinin mesleğidir. Ev hanımı, işçi ve memur annelerin çoğunlukta olduğu yukarıdaki tabloda görölmektedir.380 kişiden yaklaşık %10'unun annelerinin girişimci olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 22. Girişimcilerin Babalarının İşi**

		<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Değer</b>	Girişimci	91	23,9
	İşçi	147	38,7
	Memur	73	19,2
	Diğer	69	18,2
	<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,0</b>

Girişimcilerin baba meslekleri genelde işçi ve memur ile sırasıyla 147 ve 73 frekansları ile tabloda görölmektedir.91 kişinin babasının girişimci olduğu sonucu çıkmıştır.

**Tablo 23. Girişimcilerin Otomobilinin Bulunma Durumu**

		<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Değer</b>	Evet	294	77,4
	Hayır	86	22,6
	<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,0</b>

Kişilerin %77,4'ü otomobile sahip, diğerlerinin otomobili yoktur.

**Tablo 24. Girişimcilerin Kendi Evinin Bulunma Durumu**

		<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Değer</b>	Evet	347	91,3
	Hayır	33	8,7
	<b>Total</b>	380	100,0

Kişilerin %91,3'ünün evi var, diğerlerinin evi yoktur.

**Tablo 25. Girişimcilerin Daha Önce Başkalara Ücretli Çalışma Oranı**

		<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Değer</b>	Evet	341	89,7
	Hayır	39	10,3
	<b>Total</b>	380	100,0

Kişilerin çoğunun girişimci olmadan önce başka bir işte çalışmış oldu tabloda görölmektedir.380 girişimciden 341'inin daha önceden ücretli bir işte çalışmış olduğunu görmekteyiz.

**Tablo 26. Girişimcilerin Daha Önce Başka İşletme Kurma Oranı**

		<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Değer</b>	Evet	40	11,0
	Hayır	340	89,0
	<b>Total</b>	380	100,0

Girişimcilere yöneltilen diğer soru daha önceden başka bir iş kurup kurmadıklarıdır. Kişilerin %89'u daha önce bir iş kurmamış ve şimdiki işlerinde devam etmektedir. %11'i ise daha önceden başka bir iş kurduklarını ifade etmişlerdir.



**Tablo 27. Girişimcilerin İşine Sahip Olma Süresi**

		<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Değer</b>	0-5	161	42,4
	6-10	112	29,5
	11-15	56	14,7
	16 ve daha fazla	51	13,4
	<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,0</b>

Girişimcilerin çoğu kurdukları işe 0-10 yıldır sahip olduklarını söylemişlerdir. 11 yıldan fazladır kendi işlerinde devam eden girişimciler ise yaklaşık %28 ile 107 kişiden oluşmaktadır.

**Tablo 28. KOBİ'deki Çalışan Personellerin Sayısı**

		<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Değer</b>	1-9	101	26,6
	10-49	194	51,1
	50-249	73	19,2
	250 ve daha fazla	12	3,2
	<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,0</b>

Kişilerin çalıştıkları personel sayıları 26,6'lık yüzde ile 1-9 kişi, 51,1 yüzde ile 10-49 kişi arasında, 50-249 arasında personel ile 19,2 yüzdeye sahiptir. Personel sayısı 250 ve daha fazla olan şirketler %3, 2'lik kesimi kapsamaktadır.

**Tablo 29. KOBİ'lerin Ortalama Yıllık Ciro**

		<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Değer</b>	1 milyon RMB ve daha az	119	31,3
	1,01- 8 milyon RMB	134	35,3
	8,01- 40 milyon RMB	98	25,8
	40,01 milyon RMB ve daha fazla	29	7,6
	<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,0</b>

KOBİ'lere ait yıllık cirolara bakıldığında 1 milyon RMB ve daha az ciroya sahip olan 119 KOBİ, 1,01- 8 milyon RMB arasında ciroya sahip olan 134 KOBİ, 8,01- 40 milyon RMB arasında ciroya sahip olan 98 KOBİ, 40,01 milyon RMB ve daha fazla ciroya sahip olan 29 KOBİ vardır.

**Tablo 30. KOBİ'lerin Kurulmasındaki Başlangıç Yöntemi**

		<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Değer</b>	Sıfırdan kuruldu	148	38,9
	Miras kaldı	65	17,1
	Ortak olundu	157	41,3
	Tümüyle satın alındı	10	2,6
	<b>Total</b>	380	100,0

Yukarıdaki tabloda kurulan işlerin başlangıç yöntemlerine ait oranlar derlenmiştir. Sıfırdan kurulan 148 firma, kişilere miras kalan 65 firma, ortaklık ile kurulmuş 157 firma ve satın alınarak faaliyet gösteren 10 firma vardır.

**Tablo 31. İşin Başlangıç Sermayesinin Temin Yöntemi**

		<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Değer</b>	Kişisel temin	93	24,5
	Banka kredisi	100	26,3
	Aileden temin	175	46,1
	Diğer	12	3,2
	<b>Total</b>	380	100,0

Yukarıdaki tabloda girişimcilerin işe başlarkenki gerekli sermayeyi nereden temin ettiklerine ilişkin oranlar yer almaktadır. Girişimcilerin %46'sı sermayesini ailelerinden temin etmiş, %26,3'ü bankadan kredi olarak temin etmiştir. Diğer girişimciler kişisel olarak ve başka yöntemler ile sermayelerini temin ettiklerini belirtmişlerdir.

**Tablo 32. Girişimcinin Yıl Sonunda Kazandığı Karı Değerlendirme Yöntemi**

		<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Değer</b>	Şirket sermayesine ekleme	77	20,3
	Şirketi büyütecek yatırımlar yapma	197	51,8
	Yeni şirket kurma	34	8,9
	Kişisel harcamalar	72	18,9
	<b>Total</b>	380	100,0

Girişimcilerin hemen hemen yarısı yıllık kazandıkları karları genellikle şirketi büyütmek için gerekli olan yatırımlara harcamaktadırlar. Girişimcilerin %20'si karlarını şirket sermayesine eklemekte, %8,9'u karlarını yeni bir şirket kurmak için değerlendirmekte, %18,9'u ise yıllık karları ile kişisel harcamalarını gerçekleştirmektedir.

#### **4.2.2. Girişimci Olmayı Etkileyen Faktörler**

Kişilerin girişimci olmalarını etkileyen durumlar aşağıdaki tabloda maddeler halinde derlenmiştir. Kişilerin bu yargılara verdikleri cevaplar yorumlanmıştır.

**Tablo 33. Girişimci Olmayı Etkileyen Faktörleri Tanımlayıcı İstatistikler**

	<b>Ortalama</b>	<b>Standart sapma</b>
Aile ihtiyaçlarını karşılamak	3,92	1,280
Ekonomik bağımsızlık	<b>4,12</b>	1,119
Mesleğimi yapmak	3,94	1,130
İş yaşamına atılmak	3,95	1,162
Sosyal ilişkiler geliştirmek	<b>4,14</b>	1,144
İdealimi gerçekleştirmek	3,99	1,136
Zamanımı değerlendirmek	3,86	1,145
Kendimi geliştirmek/gerçekleştirmek	<b>4,19</b>	1,072
Diğer insanlara faydalı olmak	3,89	1,096
N: 380		

1. Hiç önemli değil,
2. Kısmen önemli,
3. Orta derecede önemli,
4. Oldukça önemli,
5. Çok önemli

Kişiler bu bölümdeki yargı cümlelerini 1. Hiç önemli değil ve 5. Çok önemli olmak üzere 5 Aralıklı Likert ölçeği ile değerlendirmiştir. Yukarıdaki tabloda kişilerin yargılara vermiş oldukları cevap ortalamaları ve standart sapmaları yer almaktadır. Kişilere göre girişimci olmayı en çok etkileyen önemli faktörler kendimi geliştirmek/gerçekleştirmek, sosyal ilişkiler geliştirmek, ekonomik bağımsızlık yargıları vardır. Diğer yargılara karşılık gelen ortalamalar 3 ile 4 puanları arasında olup kişilerce yine önemli bulunmuştur.

#### 4.2.3. Girişimcilikte Karşılaşılan Sorunlar

Aşağıdaki Likert ölçeğinde yer alan maddeler kişilerin girişimcilik faaliyetlerinde karşılaşılabilecekleri sorunları içermektedir.

**Tablo 34. Girişimcilikte Karşılaşılan Sorunları Tanımlayıcı İstatistikler**

	<b>Ortalama</b>	<b>Standart sapma</b>
Sermaye temin edememe	<b>4,17</b>	1,056
Kiraların/arazi bedellerinin yüksek olması	<b>4,10</b>	1,049
Pazarın durgun olması	3,20	1,076
Rekabetin yoğun olması	<b>4,18</b>	1,068
Alacak tahsil sorunları	3,56	1,277
Borçları zamanında ödeyememe	3,11	1,064
Kredi temin edememe	2,76	1,110
Bürokratik engeller	2,88	1,107
Devlet teşviklerinden yeterince yararlanamama	2,66	1,082
Malzeme, ürün, makine kalitesinin sağlanmasına yönelik teknik engeller	<b>4,14</b>	1,083
Donanım, demirbaş, makine temin edememe	2,71	1,211

**Tablo 34. Devamı**

Nitelikli eleman temin edememe	2,61	1,212
Ücret düzeylerinin yüksek olması	2,21	1,056
Isıtma, aydınlatma, iletişim maliyetlerinin yüksek olması	2,78	1,106
Müşterilerle ilgili sorunlar	<b>4,19</b>	1,147
Hammadde, yarı mamul temin edememe	2,14	1,202
Nakliye-lojistik sorunları	2,18	1,150
Vergilerin yüksek olması	2,84	1,072
Yabancı pazara yayılma sorunları	<b>4,30</b>	1,066
Ticaret ve Sanayi Odalarından yeterince destek alamama	3,46	1,081
N: 380		

1. Hiç önemli değil, 2. Kısmen önemli, 3. Orta derecede önemli, 4. Oldukça önemli, 5. Çok önemli

Kişilerin karşılaştıkları sorunlara ait yargı cümleleri yukarıdaki tabloda derlenmiştir. Girişimcilerin en çok karşılaştıkları sorunlar sermaye temin edememe, kiralardan/arazi bedellerinin yüksek olması, rekabetin yoğun olması, malzeme, ürün, makine kalitesinin sağlanmasına yönelik teknik engeller, müşterilerle ilgili sorunlar ve yabancı pazara yayılma ile ilgili sorunlardır. Bunlar dışında orta derecede önem teşkil eden sorunlar ise Pazarın durgun olması, Alacak tahsil sorunları, Ticaret ve Sanayi Odalarından yeterince destek alamama gibi sorunlardır. Tabloda yer alan yaşanan sorunları ait diğer yargılar girişimciler tarafından kısmen önem arz etmekte fakat kritik sorunlar arasında değildir.

#### **4.2.4. İşle İlgili Gelecekteki Amaçlar**

Kişilere gelecekteki beş yıllık hedefleri aşağıdaki maddeler ile sorulmuş ve alınan yanıtlar aşağıdaki tabloda derlenmiştir.

**Tablo 35. İşle İlgili Gelecekteki Amaçlar**

	<b>Ortalama</b>	<b>Standart sapma</b>
Küçülmek	1,21	1,173
Mevcut durumu korumak	3,10	1,637
Karlılık oranını artırmak	3,88	1,352
Yeni ürünler/hizmetler geliştirmek	4,09	1,155
Ürünlerin/hizmetlerin kalitesini iyileştirmek	4,39	1,128
Ulusal pazarda büyümek	4,11	1,171
Yabancı pazarlara yayılmak	3,91	1,314
İşi satmak	1,26	1,184
İşi varislere devretmek	2,72	1,385
N: 380		

1. Hiç önemli değil, 2. Kısmen önemli, 3. Orta derecede önemli, 4. Oldukça önemli, 5. Çok önemli

Kişilere ileriki beş yıl için hedefleri sorulmuş, alınan cevapların ortalama ve standart sapmaları hesaplanmıştır. Tablodaki ortalamalara baktığımızda kişilerin girişimcilik hedefleri arasında küçülmek ve işi satmak gibi yargıların olmadığını görmekteyiz. Kişilerin amaçları daha çok karlılık oranını artırmak, yeni ürünler/hizmetler geliştirmek, ürünlerin/hizmetlerin kalitesini iyileştirmek, ulusal pazarda büyümek, yabancı pazarlara yayılmak gibi yargılar yer almaktadır. Kişiler mevcut durumu korumak, işi varislere devretmek yargılarını orta derecede önemli görmektedir. Ayrıca burada kişilerin en çok yeni ürünler ve hizmetler geliştirme ve bunların kaliteli olmasına dikkat ettiklerini görmekteyiz.

#### **4.2.5. Kişilerin Girişimcilik Özelliklerine İlişkin Ölçeğin İncelenmesi**

Aşağıdaki tabloda yer alan yargılar kişilerin girişimcilik özelliklerini tespit etmeye yönelik hazırlanmış ve kişilerin bu yargılara verdikleri cevaplar tabloda istatistiklerle derlenmiştir.

**Tablo 36. Kişilerin Girişimcilik Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>
<b>Girişimsel Eğilim</b>		
Yalnız başıma alışverişe çıkmayı daha çok severim.	3,56	1,266
Sinemaya gittiğimde eğer arkadaşlarım benim izlemek istediğim filmi izlemek istemezlerse tek başıma gider ve izlerim.	3,39	1,263
<b>Bağımsız Olma</b>		
Ekonomik olarak kimseye bağımlı olmayı istemem.	3,68	1,257
Önemli bir konuda karar verirken diğer insanların fikirlerini sormam.	3,71	1,058
Arkadaşlarımla dışarı çıkarken nereye gideceğimize arkadaşlarım karar verir.	2,26	1,073
Savunduğum bir şeyi kimse beğenmese dahi ben doğru bildiğimi savunmaya devam ederim.	3,74	1,065
<b>Risk Alma</b>		
Paramı sonucunu kestiremediğim bir şekilde değerlendirmek yerine risksiz değerlendirme yollarını seçerim.	3,22	1,308
Bir lokantaya gittiğimde adını dahi duymadığım bir yemek yerine bildiğim bir yemeği yerim.	3,71	0,997
Yakalanıp ceza yeme pahasına da olsa hız limitini bazen aşarım.	3,20	1,217
Son aylarda önemli riskler aldım.	3,37	1,140
Bir şeyi daha önce başkaları denememişse bende denemem.	2,91	1,039
Arkadaşlarım beni meraklı ve maceraperest biri olarak tanırlar.	3,44	1,029
<b>Belirsizliğe Tahammül</b>		
Belirsiz durumlara fazla tahammül edemem.	3,95	1,250
Belirsizlikler fırsatları da beraberinde getirdiğinden faydalıdır.	3,53	0,911
Yeni şeyleri denemek o kadar da korkulacak bir şey değildir.	3,66	1,131
Belirsiz şüpheli durumlardan sakınırım.	3,93	1,200
Beklemediğim bir olay olduğunda bu olaya karşı hemen tepki vermem mümkün değildir.	3,93	1,026
Kazancı az olan sevdiğim bir işi yapmaktansa kazancı daha fazla olan ama sevmediğim bir işi yapmayı tercih ederim.	3,75	1,145

**Tablo 36. Devamı**

<b>Başarı İhtiyacı</b>		
Kendimi kanıtlayabilmek için 1-2 günümü alacağımı bildiğim bir matematik problemini çözmeye çalışırım.	3,35	1,192
Eski para toplama, pul biriktirme gibi sonuçları uzun dönemde elde edilecek işlerle uğraşmak yerine sonuçlarını daha kısa sürede elde edebileceğim işlerle uğraşırım.	3,65	1,161
Bir kez belli bir hedef seçtikten sonra, o işi başarı ile tamamlayana kadar başka hiçbir şeyle ilgilenmem. Bir işi yarım bırakmam ve çok çaba harcarım.	3,79	1,081
Başladığım bir işi başarıyla tamamladığımda kendimle gurur duyar ve kendimi mutlu hissederim.	4,04	0,990
<b>Güven</b>		
Kendime her konuda güvenim tamdır.	3,70	1,153
Yeteneklerimin ve becerilerimin diğer insanlardan daha üstün olduğumu düşünüyorum.	3,31	1,130
Başkaları yaptığım bir işi küçümsese ya da alay etse dahi onlara aldırış etmeden yaptığım işe devam ederim.	3,94	1,059
<b>Yenilikçi Olma</b>		
Saçımın modelini, saçımın rengini, giyim tarzımı, dış görünüşümü v.b sık sık değiştiririm.	3,67	0,899
Bilgisayar, otomotiv, teknoloji v.b de ortaya çıkan yenilikleri ve gelişmeleri takip etmem. Bunu bir zaman kaybı olarak görüyorum.	2,76	1,305
Yeni fikirlere her zaman açığım. Ve yeni fikirler üretmek hoşuma gider.	4,08	0,982
Yeni bir şeyi deneme riskini göze almak yerine daha önce denenmiş olanları tercih ederim.	3,40	1,274
<b>Kendilik Kontrolü</b>		
Kendi dışımda gelişen güçlerin hayatımı kontrol ettiğine inanırım. Başarısız olduğumda olayların kendi kontrolüm dışında geliştiğini düşündüğümünden o an şansımın iyi olmadığını veya kaderimin böyle olduğunu düşünürüm. Başkalarının başarılı oldukları durumları onların şanslı olmalarına ya da verilen görevin basitliğine yorumlarım.	2,48	1,206
Eğer bir şey yapmaya karar verirsem, bunu mutlaka yaparım ve hiçbir şey beni engelleyemez.	3,84	0,999
Sahip olduğum davranışların ve yaptığım hareketlerin hayatımda gelişen olayları etkilediğine inanırım. Başarılı veya başarısız olduğumda bunun kendimden kaynaklandığına inanırım.	3,83	1,060
N: 380		



Yukarıda, ölçeğe ait faktörler ve her faktöre ait yargılar sıralanmıştır. Tabloda belirtilen yargılar yardımı ile kişilerin, girişimsel eğilim, bağımsız olma, risk alma, belirsizliğe tahammül, başarı İhtiyacı, güven, yenilikçi olma, kendilik kontrolü gibi girişimcilik özellikleri hakkında bilgi edinilmeye çalışılmıştır. Tablodaki ortalamalara baktığımızda belirsizliğe tahammül faktörüne ait maddeler yüksek değerlere sahiptir. Girişimcilerin belirsiz durumundan hoşnut olmadıklarını söyleyebiliriz. Bunun dışında yenilikçi olma ve başarı ihtiyacı faktörlerine ait ortalamalarda yüksektir. Bu faktörler arasında yeni fikirlere açık olma, yeni fikirler üretme ve başlanılan bir işin başarı ile tamamlanması kişileri mutlu etmektedir.

#### 4.2.6. Ölçeğe Ait Faktörlerin Güvenilirliklerinin İncelenmesi

Aşağıdaki tablolarda ölçek faktörlerine ait güvenilirlik katsayıları incelenmiştir. Tablolardaki Cronbach's Alpha değerlerine bakılarak ölçeklere ait maddelerin iç tutarlılıklarının uygun olup olmadığına karar verilir. Faktörlerin Cronbach's Alpha değerleri bu faktörleri ileriki analizlerimizde kullanabilmemiz için önemlidir.

Ölçek Güvenilirliğine Ait Uygun Cronbach's Alfa Değerleri ve Sınıflandırılması

0,80 - 1,00 arası	Yüksek
0,60 - 0,80 arası	Oldukça güvenilir
0,40 - 0,60 arası	Güvenilirlik düşük
0, 40'dan aşağısı	Güvenilir değil

Tablo 37. Girişimsel Eğilim Güvenilirlik İstatistiği

Cronbach's Alpha	Maddeler için standartlaştırılmış Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
0,739	0,739	2

Girişimsel eğilim faktörüne ait maddelerin Cronbach's Alpha değeri 0,739'dur. Araştırma sonuçlarından elde edilen verilere göre bu maddeler oldukça güvenilir derecede faktörleşme göstermiştir.

**Tablo 38. Bağımsız Olma Güvenilirlik İstatistiği**

Cronbach's Alpha	Maddeler için standartlaştırılmış Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
0,709	0,701	4

Bağımsız olma faktörüne ait maddelerin Cronbach's Alpha değeri 0,709'dur. Araştırma sonuçlarından elde edilen verilere göre bağımsız olma faktörüne ait maddelerin güvenilirlik değeri oldukça yüksektir.

**Tablo 39. Risk Alma Güvenilirlik İstatistiği**

Cronbach's Alpha	Maddeler için standartlaştırılmış Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
0,686	0,706	6

Risk alma faktörüne ait maddelerin Cronbach's Alpha değeri 0,684 'tür. Faktöre ait altı madde için güvenilirlik değeri uygun büyüklüktedir.

**Tablo 40. Belirsizliğe Tahammül Güvenilirlik İstatistiği**

Cronbach's Alpha	Maddeler için standartlaştırılmış Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
0,754	0,772	6

Belirsizliğe tahammül faktörüne ait maddelerin Cronbach's Alpha değeri 0,754'tür. Faktöre ait altı madde için bulunan güvenilirlik değeri oldukça yüksektir.

**Tablo 41. Başarı İhtiyacı Güvenilirlik İstatistiği**

Cronbach's Alpha	Maddeler için standartlaştırılmış Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
0,752	0,762	4

Başarı ihtiyacı faktörüne ait maddelerin Cronbach's Alpha değeri 0,752'dir. Faktöre ait altı madde için bulunan güvenilirlik değeri oldukça yüksektir.

**Tablo 42. Güven Güvenilirlik İstatistiği**

Cronbach's Alpha	Maddeler için standartlaştırılmış Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
0,660	0,655	3

Güven faktörüne ait maddelerin Cronbach's Alpha değeri 0,660'dir. Faktöre ait üç madde için bulunan güvenilirlik değeri faktörleşmeler için uygun büyüklüktedir.

**Tablo 43. Yenilikçi Olma Güvenilirlik İstatistiği**

Cronbach's Alpha	Maddeler için standartlaştırılmış Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
0,742	0,735	4

Yenilikçi olma faktörüne ait maddelerin Cronbach's Alpha değeri 0,742'dir. Faktöre dört madde için bulunan güvenilirlik değeri oldukça yüksektir.

**Tablo 44. Kendilik Kontrolü Güvenilirlik İstatistiği**

Cronbach's Alpha	Maddeler için standartlaştırılmış Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
0,604	0,663	3

Kendilik kontrolü faktörüne ait maddelerin Cronbach's Alpha değeri 0,604'tür. Faktöre üç madde için bulunan güvenilirlik değeri uygun büyüklüktedir.

#### **4.2.7. Korelasyon Analizi**

Aşağıdaki tabloda ölçek faktörleri ve demografik değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

**Tablo 45. Korelasyon Analizi**

	Yaş	Eğitim Seviyesi	Yabancı Dil Seviyesi	Medeni Durum	Girişimsel Eğilim	Bağımsız Olma	Risk Alma	Belirsizliğe Tahammül	Başarı İhtiyacı	Güven	Yenilikçi Olma	Kendilik Kontrolü
Yaş	1											
Eğitim Seviyesi	0,082	1										
Yabancı Dil Seviyesi	0,010	0,572**	1									
Medeni Durum	0,452	0,351**	0,145**	1								
Girişimsel Eğilim	0,290**	0,196**	0,299**	0,246**	1							
Bağımsız Olma	-0,036	0,403**	0,240**	0,239**	0,375**	1						
Risk Alma	-0,114*	0,281**	0,231**	0,081	0,332**	0,776**	1					
Belirsizliğe Tahammül	0,196	-0,075	0,344**	-0,163**	0,261**	0,516**	0,610**	1				
Başarı İhtiyacı	0,251**	0,206**	0,270**	0,054	0,335**	0,639**	0,762**	0,707**	1			
Güven	-0,047	0,063	0,267**	-0,076*	0,465**	0,316**	0,359**	0,632**	0,499**	1		
Yenilikçi Olma	0,090	0,002*	0,100*	0,051*	0,495**	0,104*	0,020*	0,018*	0,135**	0,229**	1	
Kendilik Kontrolü	-0,104*	0,068*	0,034*	-0,077	0,151**	0,125*	0,003*	0,159**	0,186**	0,187**	0,602**	1

\*\*p< 0,01 \*p<0,05

Kişilerin girişimcilik özellikleri ile demografik değişkenler arasında 0,01 ve 0,05 önem düzeylerine göre ilişkiler tabloda yer almaktadır. Girişimsel eğilim ile yaş değişkenleri arasında 0,01 önem düzeyinde 0,290 değerinde anlamlı bir ilişki vardır. Kişilerin yaşları girişimsel eğilimlerini etkilemektedir. Kendilik kontrolü ile yaş arasında 0,104 değerinde ters yönlü bir korelasyon görülmektedir. Kişilerin yaşları ilerledikçe kendilik kontrolü değişkeninde tam tersi yönde değişim göstermektedir. Kişilerin eğitim seviyesi ile girişimcilik özellikleri arasında pozitif yönlü ve belirtilen önem düzeylerine göre anlamlı ilişkiler vardır. Girişimcilik özelliklerinden güven ve belirsizliğe tahammül ile eğitim seviyesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki görülmemektedir. Yabancı dil seviyesi ile girişimcilik özelliklerine ait tüm değişkenler arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Kişilerin medeni durumu ile girişimsel eğilim, bağımsız olma ve yenilikçi olma değişkenleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki vardır. Diğer taraftan kişilerin medeni durumu ile belirsizliğe tahammül ve güven değişkenleri arasında negatife yönlü ilişkiler görülmektedir.

Korelasyon değerlerine baktığımızda demografik değişkenlerin kişilerin girişimcilik özelliklerine etkisinin olduğunu görmekteyiz. Bu özelliklerden en çok eğitim seviyesi ve yabancı dil bilgisi demografik değişkenler ile pozitif korelasyonlar göstermektedir. Yaş değişkeni ile risk alma ve kendilik kontrolü değişkenleri arasında negatife yönlü ilişkiler vardır. Girişimcilerin eğitimi ve yabancı dil bilgileri girişimcilik özellikleri üzerinde olumlu etki sağlamaktadır.

#### 4.2.8. Yaş İle Yenilikçi Olma Arasındaki İlişkiyi Ölçmek İçin Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi

**Tablo 46. Yaş İle Yenilikçi Olma Arasındaki İlişkiyi Ölçmek İçin Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi**

ANOVA

		<b>Toplam İstatistikler</b>	<b>df</b>	<b>Ortalama İstatistikler</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
Saçımın modelini, saçımın rengini, giyim tarzımı, dış görünüşümü v.b sık sık değiştiririm.	Gruplar arası	20,514	4	5,129	6,678	0,000
	Gruplar içi	285,703	372	,768		
	Toplam	306,218	376			
Bilgisayar, otomotiv, teknoloji v.b de ortaya çıkan yenilikleri ve gelişmeleri takip etmem. Bunu bir zaman kaybı olarak görüyorum.	Gruplar arası	39,388	4	9,847	6,141	0,000
	Gruplar içi	596,448	372	1,603		
	Toplam	635,836	376			
Yeni fikirlere her zaman açığımdır. Ve yeni fikirler üretmek hoşuma gider.	Gruplar arası	100,129	4	25,032	35,544	0,000
	Gruplar içi	261,983	372	,704		
	Toplam	362,111	376			
Yeni bir şeyi deneme riskini göze almak yerine daha önce denenmiş olanları tercih ederim.	Gruplar arası	72,968	4	18,242	12,702	0,000
	Gruplar içi	534,263	372	1,436		
	Toplam	607,231	376			

Yukarıdaki tabloda yapılan incelemede; yaş değişkeninin, ‘Saçımın modelini, saçımın rengini, giyim tarzımı, dış görünüşümü v.b sık sık değiştiririm.’, ‘Bilgisayar, otomotiv, teknoloji v.b de ortaya çıkan yenilikleri ve gelişmeleri takip etmem. Bunu bir zaman kaybı olarak görüyorum.’, ‘Yeni fikirlere her zaman açığımdır. Ve yeni fikirler üretmek hoşuma gider.’, ‘Yeni bir şeyi deneme riskini göze almak yerine daha önce denenmiş olanları tercih ederim.’ değişkenleri üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Tabloda maddelere ilişkin F istatistikleri signifikans değerlerinden büyük olduğundan, yaş değişkeninin bu değişkenler üzerinde etkisi olduğu söylenir. Yenilikçi olma kişilerin yaşlarına göre farklılık gösterebilmektedir.

#### 4.2.9. Medeni Durum İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Ölçmek İçin Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi

**Tablo 47. Medeni Durum İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Ölçmek İçin Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi**

ANOVA

		Toplam İstatistikler	df	Ortalama İstatistikler	F	
Yalnız başıma alışverişe çıkmayı daha çok severim.	Gruplar arası	94,397	4	23,599	17,236	0,000
	Gruplar içi	513,443	375	1,369		
	Toplam	607,839	379			
Sinemaya gittiğimde eğer arkadaşlarım benim izlemek istediğim filmi izlemek istemezlerse tek başıma gider ve izlerim.	Gruplar arası	39,865	4	9,966	6,618	0,000
	Gruplar içi	564,712	375	1,506		
	Toplam	604,576	379			

Yukarıdaki tabloda medeni durum değişkeni ile girişimsel eğilim değişkeni arasındaki ilişkiler incelenmiştir. F istatistikleri oldukça yüksek çıkmıştır. Bu durumda kişilerin medeni durumunun, ‘Yalnız başıma alışverişe çıkmayı daha çok severim.’, ‘Sinemaya gittiğimde eğer arkadaşlarım benim izlemek istediğim filmi izlemek istemezlerse tek başıma gider ve izlerim.’ Değişkenleri üzerinde etkisi olduğu söylenir. Yani kişilerin girişimcilik eğilimleri medeni durumlarına göre değişiklik gösterebilmektedir.

#### 4.2.10. Yabancı Dil Seviyesi İle Güven Arasındaki İlişkiyi Ölçmek İçin Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi

Tablo 48. Yabancı Dil Seviyesi İle Güven Arasındaki İlişkiyi Ölçmek İçin Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi

ANOVA

		Toplam İstatistikler	df	Ortalama İstatistikler	F	Sig.
Kendime her konuda güvenim tamdır.	Gruplar arası	84,394	4	21,099	18,847	0,00
	Gruplar içi	419,803	375	1,119		
	Toplam	504,197	379			
Yeteneklerimin ve becerilerimin diğer insanlardan daha üstün olduğumu düşünüyorum.	Gruplar arası	27,113	4	6,778	5,567	0,00
	Gruplar içi	456,622	375	1,218		
	Toplam	483,734	379			
Başkaları yaptığım bir işi küçümsese ya da alay etse dahi onlara aldırış etmeden yaptığım işe devam ederim.	Gruplar arası	57,427	4	14,357	14,658	0,00
	Gruplar içi	367,299	375	,979		
	Toplam	424,726	379			

Yukarıdaki tabloda kişilerin yabancı dil seviyesi ile güven faktörünün arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Tabloda F istatistiği değerleri yüksek çıkmıştır. Bu durumda kişilerin yabancı dil seviyesinin, ‘Kendime her konuda güvenim tamdır.’, ‘Yeteneklerimin ve becerilerimin diğer insanlardan daha üstün olduğumu düşünüyorum.’, ‘Başkaları yaptığım bir işi küçümsese ya da alay etse dahi onlara aldırış etmeden yaptığım işe devam ederim.’ değişkenlerine etkisi olduğu söylenir. Yani kişilerin girişimcilik yolundaki güven faktörü, yabancı dil seviyelerine göre değişkenlik gösterebilmektedir.



## SONUÇ

Araştırmada Çin'in Zhe Jiang bölgesindeki KOBİ'lere ulaşılarak girişimcilik profili incelemeleri yapılmıştır. Araştırma formu 380 girişimciye uygulanmıştır. Araştırmada kişilerin demografik bilgileri, kişileri girişimciliğe iten faktörler, girişimcilik süresince karşılaştıkları sorunlar, işleri ile ilgili ileriki 5 yıl için ulaşmak istedikleri amaçlar incelenmiştir. Araştırma formunun son bölümünde yer alan ölçek ile kişilerin girişimcilik özellikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma analizinde Likert ölçeklerine verilen cevaplar frekans analizleri ile açıklanmış, bazı değişkenler arasındaki korelasyonlar incelenmiştir. Girişimcilik özellikleri ile ilgili ölçek için faktörlerin güvenilirlik değerlerine bakılmıştır. Demografik değişkenlere göre girişimcilik özellikleri arasındaki ilişkileri irdelemek için tek yönlü varyans analizleri yapılmıştır.

Araştırma formunda kişilerin girişimci olmasını en çok etkileyen faktörler arasında kendilerini geliştirmek/gerçekleştirmek, sosyal ilişkiler geliştirmek, ekonomik olarak bağımsız olma vardır. Bunlar dışında kişiler aile ihtiyaçlarını karşılamak, ideallerini gerçekleştirmek ve diğer insanlara faydalı olmak için girişimcilik yolunda ilerlediklerini belirtmektedirler.

Araştırmada kişilerin girişimcilik yolunda karşı karşıya geldiği sorunlar üzerinde de durulmuştur. Kişiler iş kurarken sermaye temini sorunu ile karşılaştıklarını söylemektedirler. Kira ve arazi bedellerinin yüksek olması girişimcileri olumsuz yönde etkileyen sebepler arasındadır. Malzeme, makine, ürün kalitesi çalışmalarına yönelik eksik gelen teknik bilgiler de kişileri bu yolda zorlamıştır. Müşteriler ile ilgili meydana gelen sorunları çözmede uğraş verdiklerini belirtmektedirler. Yabancı pazara açılma yolunda da sorunlar yaşadıklarını belirtmişlerdir.

Kişilere ileriki beş yıl süresince ulaşmak istedikleri amaçlar ile ilgili yargılar Likert şeklinde ölçek ile yöneltilmiştir. Kişiler karlılıklarını arttırmayı, yeni ürün ve hizmetler geliştirmeyi, ürün ve hizmetlerin kalitesini iyileştirmeyi, ulusal pazarlarda büyümeyi ve yabancı pazarlara yayılmayı amaçlamaktadırlar.

Anket formunun son bölümündeki ölçekte kişilerin girişimcilik özelliklerine ilişkin yargılar incelenmiştir. Kişilerin yargılara verdikleri cevaplara bakıldığında kişilerin ekonomik olarak kimseye bağımlı olmak istemediklerini söylemektedirler. Kendi savundukları fikrin her zaman arkasında duracaklarını belirtmişlerdir. Risk alma konusunda temkinli hareket etmekte, bilinen ve denenmiş fikirler üzerinden gidilmesini yararlı görmekte. Kendilerine güvenleri konusunda herhangi bir tereddütleri yoktur. Başkalarının kendilerini küçümsemesi onları hiçbir zaman etkilememektedir. Değişime açık ve yeniliği seven tarafları vardır. Girişimciler kendilerini mümkün olduğunca kontrollü bulmakta ve kendi kontrolleri dışında gelişen bir durum olduğunda kontrollerinin sekteye uğradığına dair şüpheye düştüklerini belirtmişlerdir. Kendi verdiklerini kararları uygulama konusunda onları kimsenin sekteye uğratamayacağını söylemektedirler.

Girişimcilik özellikleri ile demografik değişkenler arasında da ilişkiler korelasyon ve Anova analizleri ile açıklanmıştır. Eğitim düzeyinin yüksek olması ve yabancı dil bilgilerinin fazla olması girişimcilik özelliklerini olumlu yönde etkilemektedir. Anova analizlerine bakıldığında, kişilerin yaş aralıklarına göre yenilikçi olma özelliklerinde farklılık göstermektedir. Aynı şekilde kişilerin medeni durumlarına göre girişimcilik eğilimlerinde farklılık göstermektedir. Son Anova analizinde kişilerin yabancı dil bilgisi ile kendilerine güveni arasındaki farklılık incelenmiştir. Kişilerin dil bilgisine göre kendilerine olan Güvenlerinde değişim göstermektedir.

Araştırmada KOBİ'lerdeki girmcilere ulaşarak elde edilen bilgiler ile kişilerin girişimcilik özellikleri analiz edilmeye çalışılmıştır. Demografik verilerin girişimcilik özellikleri arasındaki etkileşim ve ilişkilere bakılmıştır. Bununla birlikte kişilerin iş ile ilgili bilgileri, onları girişimciliğe iten faktörler, bu aşamalarda karşılaştıkları sorunlar ve ilerideki amaçları hakkında edinilen bilgiler ile potansiyel girişimcilere faydalı olabilecek bir profil çizilmeye çalışılmıştır.

## KAYNAKÇA

### *Kitaplar*

Akgemici, T. ve Çelik, A. (2007). Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler (2.Baskı).  
Ankara: Gazi Kitapevi

Akgemici, T. (2001).KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler. KOSGEB  
Yayımları.

Aykaç, M. , Parlak, Z. ve Özdemir, S. (2007).Küreselleşme Sürecinde Rekabet  
Gücünün Arttırılması ve Türkiye'de KOBİ'ler. İstanbul: İTO Yayımları.

Çetin, C. (1996). Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve  
Bunların Özendirilmesi. İstanbul: Der Yayını.

Çolakoğlu, M. H. ve Mecit, B. (2005).Teknoloji Geliştirme ve Yenilik Destekleri  
Rehberi. İstanbul: TOBB yayımları.

Demirbağ, E. (2004). Sorularla Müşteri İlişkileri Yönetimi. İstanbul Ticaret Odası  
Yayımları.

Demirez, M. ve Cebeci, R. (2005).Türkiye'de Girişimciliğin Tarihçesi ve  
Girişimciliğin Sosyolojik Profili. Ulusal Girişimcilik Raporu. Ankara:  
KOSGEB

Denisi, A. S. & Griffin, R. W. (2001).*Human Resource Management*. New York:  
Houghton Mifflin Company.

Doğan, Ş. (2010). Avrupa Birliği'nin Girişimcilik Politikası KOBİ Yaklaşımı ve  
Türkiye. İstanbul: İTO Yayımları.

- Drucker, P. F. (1998) Fırtınalı Dönemlerde Yönetim. (B. Toksöz, Çev.). İstanbul: İnkılap Kitabevi. (Orijinal çalışma basım tarihi 1985.)
- Eren, E. (2001). Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi (7.Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
- Ersöz, H.Y., Özdemir, S. ve Sarioğlu, İ.(2006). İşsizlik Sorununun Çözümünde KOBİ'lerin Desteklenmesi. İstanbul: İTO Yayınları.
- Güney, S. (2008). Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hisrich, R.D. & Michael P. P (1998).*Entrepreneurship* (4 ed.). United States: The McGraw-Hill Book Co.
- Hisrich, R. D. & Peters, M. P. (1985).*Entrepreneurship Starting, Developing and Managing A new Enterprise* (2nd ed). Homewood, IL: Irwin.
- Hofstede, G. (1984). *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values.*(Abridged Edition.). Newbury: Sage Publications.
- İraz, R. (2005).Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Karacan, S. ve Kaya, M. (2011). Lojistik Faaliyetlerde Maliyetleme. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Kaya, A. (2007). Bilişim ve İletişim Işığında Girişimcilik ve KOBİ Yönetimi (2.Baskısı). Konya: Eğitim Kitabevi.
- Kirby, D. (2002). Entrepreneurship. McGraw Hill Publish.

- Küçük, O. (2007). Girişimcilik ve Küçük İşletmeler Yönetimi (3.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Li, Zi. Bin. (2013). *Çin KOBİ'leri İçin 2013 Yıllık Mavi Kitap*. Bei Jing. Çin gelişim Yayınları. 2013.
- 李子彬 .(2013). 中国中小企业 2013 蓝皮书. 北京: 中国发展出版社.
- Marangoz, M. (2012). Girişimcilik. İstanbul: Beta Yayınları.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. New York: D.Van Nostrand
- Müftüoğlu, T. (2007). Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekteki İşletmeler KOBİ’ler (6. Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.
- Müftüoğlu, T. (1991). Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekteki İşletmeler: Sorunlar ve Öneriler. Ankara: Sevinç Yayınevi.
- Müftüoğlu, T. ve Durukan, T. (2004). Girişimcilik ve KOBİ’ler. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Morris, M. H. (1998). *Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals, Organizations, and Societies*. Greenwood Publishing Group.
- Naktiyok, A.(2004). İç Girişimcilik. İstanbul: Beta Basım
- Oktav, M. (1990). Orta ve Küçük İşletmelerde İhracata Yönelik Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri. Ankara: Semih Ofset.
- Orhan, O. Z. (2003). Dünyada ve Türkiye’de Lojistik Sektörünün Gelişimi. İstanbul: İTO Yayınları
- Ou, Y. X.(2009).*Çin Halk Cumhuriyeti'nin KOBİ'leri Geliştirme Politikaları ve Hizmetlerin Araştırılması*. Bei Jing: China Social Sciences Publishing.

- 欧阳峤. (2009) 中国中小企业发展的政策和服务体系研究. 北京: 中国社会科学出版社.
- Taş, H. Y. (2010). Avrupa Birliği ve Türkiye’de KOBİ’lerin İstihdam Artırıcı Etkileri. İstanbul: İnter Basım
- Tekin, M. (2004). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Timmons, J. A. (1999). *New Venture Creation: Entrepreneurship For The 21<sup>st</sup> Century* (5th ed). United States: The McGraw- Hill Book Co.
- Toksay, E. (1973). AET Ülkelerinde Küçük ve Orta Sanayi Teşebbüsleri ile İlgili Gelişmeler. Ankara: MPM Yayını.
- Top, S. (2006). Girişimcilik Keşif Süreci (1. Baskı). İstanbul: Beta Yayınevi.
- Wilken, P. H. (1979). *Entrepreneurship A Comparative and Historical Study*. Ablex Publishing Corporation.
- Yurtsever, G., Atış, C. Ve Yurtsever, Ş. (2006). Girişimcilik. Adana: Karahan Kitabevi.
- Yörük, N. ve Ban, Ü. (2003). KOBİ’lerin Finansman Sorunları ve Finansman Sorunlarının Kaynaklarının Belirlenmesine Yönelik Uygulama. Ankara: Gazi Kitabevi
- Zhang, J. R.(2013). *Çin Zhe Jiang Bölgesindeki KOBİ’lerin 2013 Yılındaki Gelişme Durumu*. Hang Zhou: Zhe Jiang Ticaret Üniversitesi Yayınları..
- 张金如. (2013). 2013 浙江省中小企业发展报告. 杭州: 浙江工商大学出版社

### ***Makaleler ve Tezler***

- Antoncic, B. & Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship Construct Refinement and Cross- Cultural Validation. *Journal of Business Venturing*, 16, 497-527.
- ASLAN, Y. (2009) *Türkiye’de Büyüme Odaklı ve Yenilikçi Bir Girişimcilik Politika Çerçevesi Geliştirme ve Politika Açıklarının Belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Avşar, M. (2007).*Yüksek Öğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesi’nde Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adana Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007). Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 101-120.
- Bakırtaş, H. ve Tekinşen, A. (2006).E-Ticaretin Girişimcilik Üzerindeki Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 125-138.
- Börü, D. (2006). Girişimcilik Eğilimi Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayını, No.733.
- Bulut, Ç. (2007). *Stratejik Oryantasyonlar ve Firma Performansı*.Yayınlanmamış Doktora Tezi, GYTE, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Cottrill, K. (1998). Strategies for World Domination.*Journal of Business Strategy*, 19 (3), 36-40.



- Çabuk, A. ve Aksoy, A. (2006).KOBİ'lerdeki Toplam Kalite Yönetimi Uygulamalarının Kurumsallaşma Üzerindeki Etkisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(16), 39-45.
- Çelik, A. (27 Mayıs 2006).Bir İstihdam Politikası Olarak Girişimcilik.Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesi İ.İ.B.F. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi*. 11 (86), 468-469.
- Çelik, A. ve Göksu, N.(2007). Türkiye'de Girişimcilik Kültürünün Teorik Temelleri ve KOBİ'lerin Yeri. *İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi Türk Dünyası İşletme Fakültesi Dergisi*,7, 83-96.
- ÇETİNKAYA, Ö. ,KALKAN, A. , KOYUNCU, O. ve ALPARSLAN, A. (2012) Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 15, s. 236.
- Demirel, E. T. (2003). *Girişimcilik Kültürü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Malatya İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dolgun, U. (2006). Schumpeter'e Göre Ekonomik Gelişimde Girişimcilerin Dinamik Rolü. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 145-148.
- Durukan, T. (Aralık 2006). Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(4), 25-37.
- DEMİR, E. (2002). *Kişilik Özelliklerinin Girişimciliğe Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü, s. 89-90.
- Gibb, A. A. (1987). Enterprise Culture-Its Meaning and Implications for Education and Training. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 4, 7-42.

- Kılıçer, T. (2011). *KOBİ'lerin Girişimci Pazarlama Yaklaşımı, Yenilik Yaratma Çabaları, Performansları ve Sahip Yöneticilerinin Girişimcilik Tutumları Açısından Profilleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Küçüktekin, K. (2006). *Girişimcilik Politikası Çerçevesinde Avrupa Birliği'nin KOBİ Politikası ve Avrupa Birliği Müktesebatına Uyum Çerçevesinde Türkiye'nin KOBİ Politikası*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Morris, M. H. & Jones, F.F. (1999). Entrepreneurship in Established Organizations: The Case of the Public Sector. *Journal of Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall, 24 (1), 71-91.
- Oktay, E. Alptekin, G.(3-4 Ocak, 2002).Türkiye'de KOBİ'lerin Finansman Sorunu ve Çözüm Önerileri.21. *Yüzyılda KOBİ'ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyumu*. Doğu Akdeniz Üniversitesi.
- Özkara, B. Karayormuk, K. ve Köseoğlu, M. A. (2006). Girişimcinin Son Köyü: Girişimlerin Sürekliliğinin Sorgulanması. Kırgızistan, Bişkek, Türkiye *Manas Üniversitesi Uluslararası Girişimcilik Kongresi*. 11(86), 222.
- ÖZDER, R. (23 Kasım 2006). Küresel Rekabet ve Değişim Sürecinde Yöresel KOBİ'lerin Sorunları ve Çözüm Yolları Türkiye Üzerine Bir Uygulama. Amasya Üniversitesi. *Buldan Sempozyumu*, s. 916-917.
- MUHAMMET, S. VASFİ, S. ve GÜLER, İ. (2012), Girişimci Olmaya Karar Vermeyi Etkileyen Faktörler ve Girişimcilerin Beklentileri: Ankara İlindeki Kuaför ve Cilt Bakımı Salonları Örneği. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı 2, s.75

ŞAHİN, E. (2006). *Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Şengezer, E. (1992).Türk KOS'u için Uygun Büyüklük Tanımı. *Ankara Sanayi Odası Dergisi*, Sayı 115.

Tan, J. (2009). *CIS'in KOBİ'lerin Marka Yaratma Sürecindeki Kullanımı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Chong Qing, Çin Güneybatı Maliye Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Thurik, R. & Wennekers, S. (2004). Entrepreneurship, Small Business and Economic Growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(1), 140 – 149.

Wiklund, J. & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20, 71–91.

### ***İnternet Erişimleri ve Diğer Kaynaklar***

Audretsch, D. B. (2002) **Entrepreneurship: A Survey of the Literature**, prepared for the European Commission. Enterprise Directorate General.20 .Mayıs 2015,<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/2977/attachments/1/translations/en/renditions/native>

Anonim, (2010).**Çin KOBİ'lerinin Bölgelere Göre Sektörlerin Dağılım Üzere Bir Araştırma(1949-2009)**. 全国中小企业在各地各行业的分布情况及初步分析 (1949-2009).15 Mayıs 2015, <http://bbs.tianya.cn/m/post-develop-374051-2.shtml>

Commission Recommendation (96/280/EC) of 3 April 1996 **Concerning The Definition of Small and Medium-sized Enterprises** Official Journal L 107 of 30.04.1996.

Commission Recommendation of 6 May 2003 **Concerning the Definition of Micro, Small and Medium-sized Enterprises** (2003/361/EC) Official Journal L 124 of 20 May 2003.

Çin Sanayi ve Ticaret Bakanlığı.**2012 Yılı Çin Piyasasının Gelişme Durumu**.State Administration for Industry and Commerce of the PRC (SAIC). 28 Nisan 2015,<http://www.saic.gov.cn/zwgk/zyfb/qt/xxzx/201301/P020130111339257864078.pdf>, 2012 全国市场主体发展总体情况

Çin Halk Cumhuriyeti İstatistik Kurumu.(21 Ocak 2014).**2013 Yılındaki GDP Hesaplanması**.BeiJing.18Mayıs 2015,[http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201401/t20140121\\_502731.html](http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201401/t20140121_502731.html)

Çolpan, B. (2007). **Amerika Birleşik Devletleri'nde Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Finansmanı**. (sba.gov; Financing for the Small Business çevirisi).20 Mayıs 2015, <http://enm.blogcu.com/a-b-d-de-kobilerin-finansmani/3177741>

Demirez, M. (27 Şubat 2006).**Girişimciliğin Tarihçesi**. 20 Şubat 2015, <http://sdu.edu.tr/diger/ugik/pdf/tarihce.pdf>

Dan Dong. (2011). **KOBİ'lerin Gelişmesindeki birkaç Önemli Noktalar**.扶持中小企业发展的几个关键问题.Zhe Jiang Dayly. 25 Austos 2014, [http://www.zjrb.zjol.com.cn/html/2011-12/12/content\\_1246228.htm?div=-1](http://www.zjrb.zjol.com.cn/html/2011-12/12/content_1246228.htm?div=-1)

- European Commission (2005).**The New SME Definition: User Guide and Model Declaration.** EC Enterprise and Industry Publications.
- Ercan, M.K. (2005). **KOBİ Borsaları.** 20 Mayıs 2015, <http://w3.gazi.edu.tr/~mkercan/kobiborsalari.pdf>
- Kalkınma Bakanlığı **Türkiye 2006 Yılı Programı.** 10 Mayıs 2015, <http://www.kalkinma.gov.tr/program/2006.pdf>
- Salim, A. & Deakins, A.(2010). **1001 Inventions and the Library Secrets: The Edge Picture Company,** London. 2 Ekim 2014,<http://www.1001inventions.com/node/272>
- Türkiye Bakanlar Kurulu. (4 Kasım 2012).**Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmenlik.**5(44), 4778-2. 8 Mayıs 2015,[http://www.kosgeb.gov.tr/UserFiles/File/kobi\\_tanimi.pdf](http://www.kosgeb.gov.tr/UserFiles/File/kobi_tanimi.pdf)
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği. KOBİ Bilgi Sitesi, KOBİ Araştırma ve Danışmanlık Merkezi Müdürlüğü,**Türkiye'deki KOBİ Tanımı.**21 Mayıs 2015,<http://www.kobi.org.tr/index.php/tanimi/layout>.
- Yi Wu Halk Hükümeti (2012). Yi Wu Hakkındaki Reklamlar. 18 Mayıs 2015,<http://www.yw.gov.cn/zjyw/csmp/szyw/>
- Zhe Jiang Halk Hükümeti. **Çin Zhe Jiang Bölgesinin Coğrafi Özellikleri.**20 Mayıs 2015, <http://www.zj.gov.cn/col/col922/index.html>
- Zhe Jiang İstatistik Kurumu (11 Mart 2014).**Çin Zhe Jiang Bölgesinin2013 Yılındaki Sosyo-Ekonomik Gelişme Durumu.** Hang Zhou. 20 Mayıs 2015,[http://www.zj.gov.cn/art/2014/3/11/art\\_961\\_1131460.html](http://www.zj.gov.cn/art/2014/3/11/art_961_1131460.html)

## **EKLER**

### **EK-1. Türkçe Anket Soruları**

Araştırmadaki anket soruları bu konuda daha önce yapılmış çalışmalar dikkate alınarak hazırlanmıştır. Aşağıda anketin hazırlanmasında kullanılan ölçekler sıralanmaktadır.

Anketin ilk bölümündeki, birinci sorudan 17. soruya kadar kişilerin demografik bilgileri ve işletmelerin genel durumu hakkındaki sorular Esen ŞAHİN'in yaptığı "Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama" adlı çalışması; Yasemin ASLAN'ın yaptığı "Türkiye'de Büyüme Odaklı ve Yenilikçi Bir Girişimcilik Politika Çerçevesi Geliştirme ve Politika Açıklarının Belirlenmesi" adlı çalışması; Rena ÖZDER'in "Küresel Rekabet ve Değişim Sürecinde Yöresel KOBİ'lerin Sorunları ve Çözüm Yolları Türkiye Üzerine Bir Uygulama" adlı çalışması; Özlem ÇETİNKAYA, Adnan KALKAN, Osman KOYUNCU ve Ali Murat ALPARSLAN'ın yaptığı "Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma" adlı çalışması; Sinan Mithat MUHAMMET, Suzan VASFİ ve İlkay GÜLER'in "Girişimci Olmaya Karar Vermeyi Etkileyen Faktörler ve Girişimcilerin Beklentileri: Ankara İlindeki Kuaför ve Cilt Bakımı Salonları Örneği" adlı çalışmalarından örnek alınarak hazırlanmıştır.

Anketin ikinci bölümündeki girişimci olmayı etkileyen faktörler hakkındaki soru 18 ise Esen ŞAHİN'in yaptığı "Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama" adlı çalışmasından alınmıştır.

Anketin üçüncü bölümündeki girişimcilik faaliyetler sırasında karşılaşılan sorunlar hakkındaki Likert yapısındaki soru 19 ise tarafımızdan geliştirilmiştir.

Anketin dördüncü bölümündeki girişimcilerin gelecekteki amaçları hakkındaki Likert yapısındaki soru 20 ise Sinan Mithat MUHAMMET, Suzan

VASFİ ve İlkaY GÜLER'in "Girişimci Olmaya Karar Vermeyi Etkileyen Faktörler ve Girişimcilerin Beklentileri: Ankara İlindeki Kuaför ve Cilt Bakımı Salonları Örneği" adlı çalışmasıyla Esen şAHİN'in "Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama" adlı çalışmasından yararlanarak düzenlenmiştir.

Anketin son bölümündeki girişimcilerin girişimcilik özelliklerine ilişkin soru 21 ise Erdem DEMİR'in "Kişilik Özelliklerinin Girişimciliğe Etkisi" adlı çalışmasından alınmiştır.

### Girişimcilik Araştırma Formu

- I. Yaşınız  21-30  31-40  41-50  51 ve daha fazla
- II. Eğitim durumunuz:  İlköğretim  Ortaöğretim  Üniversite  
 Yüksek Lisans-Doktora
- III. Yabancı dil seviyeniz  Bilmiyorum  Düşük düzeyde biliyorum  Orta düzeyde biliyorum  İyi düzeyde biliyorum
- IV. Medeni durumunuz  Bekar  Dul  Boşanmış  Evli
- V. Çocuk sayınız  Çocuğım yok  1  2  3 ve daha fazla
- VI. Annenizin işi  Girişimci  Ev Hanımı  İşçi  Memur( ) Diğer  
(lütfen belirtiniz).....
- VII. Babanızın işi  Girişimci  İşçi  Memur( ) Diğer (lütfen belirtiniz).....
- VIII. Otomobiliniz var mı?  Evet  Hayır
- IX. Eviniz var mı?  Evet  Hayır
- X. Girişimci olmadan önce bir işte ücretli çalıştınız mı?  Evet  Hayır
- XI. Bu işinizi kurmadan önce başka bir iş kurdunuz mu?  Evet  Hayır
- XII. İşin sahiplik süresi  0-5  6-10  11-15  16 ve daha fazla

- XIII. İşin personel sayısı ( ) 1-9 ( ) 10-49 ( ) 50-249 ( ) 250 ve daha fazla
- XIV. İşinizin yıllık cirosu ( ) 1 milyon RMBve daha az ( ) 1.01-8 milyon RMB ( ) 8.01-40 milyon RMB ( ) 40.01 milyon RMB ve daha fazla
- XV. İşin başlangıç yöntemi ( ) Sıfırdan kuruldu ( ) Miras kaldı ( ) Ortak olundu ( ) Tümüyle satın alındı
- XVI. İşin başlangıç sermayesini temin yöntemi ( ) Kişisel birikim ( ) Aileden temin ( ) Banka kredisi ( ) Diğer...
- XVII. Yıl sonunda kazandığınız karı değerlendirme yönteminiz ( ) Şirket sermayesine ekleme ( ) Şirketi büyütecek yatırımlar yapma ( ) Yeni şirket kurma ( ) Kişisel harcamalar
- XVIII. Girişimci olmanızı etkileyen faktörler (1:hiç önemli değil, 2:kısmen önemli, 3:orta derecede önemli, 4:oldukça önemli, 5:çok önemli)

	1	2	3	4	5
Aile ihtiyaçlarını karşılamak					
Ekonomik bağımsızlık					
Mesleğimi yapmak					
İş yaşamına atılmak					
Sosyal ilişkiler geliştirmek					
İdealimi gerçekleştirmek					
Zamanımı değerlendirmek					
Kendimi geliştirmek/gerçekleştirmek					
Diğer insanlara faydalı olmak					
Diğer (lütfen belirtiniz).....					

**Kaynak:** Esen Şahin, 2006, **Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.124-125

- XIX. Girişimcilik faaliyetlerinizi gerçekleştirirken karşılaştığınız sorunları değerlendiriniz (1:hiç önemli değil, 2:kısmen önemli, 3:orta derecede önemli, 4:oldukça önemli, 5:çok önemli)

	1	2	3	4	5
Sermaye temin edememe					
Kiraların/arazi bedellerinin yüksek olması					
Pazarın durgun olması					
Rekabetin yoğun olması					
Alacak tahsil sorunları					
Borçları zamanında ödeyememe					



Kredi temin edememe					
Bürokratik engeller					
Devlet teşviklerinden yeterince yararlanamama					
Malzeme, ürün, makine kalitesinin sağlanmasına yönelik teknik engeller					
Donanım, demirbaş, makine temin edememe					
Nitelikli eleman temin edememe					
Ücret düzeylerinin yüksek olması					
Istima, aydınlatma, iletişim maliyetlerinin yüksek olması					
Müşterilerle ilgili sorunlar					
Hammadde, yarı mamul temin edememe					
Nakliye-lojistik sorunları					
Vergilerin yüksek olması					
Yabancı pazara yayılma sorunları					
Ticaret ve Sanayi Odalarından yeterince destek alamama					
Diğer (lütfen belirtiniz).....					

xx. Önümüzdeki 5 yılda işinizle ilgili amaçlarınızı önem derecesine göre sıralayınız.(1:hiç önemli değil, 2:kısmen önemli, 3:orta derecede önemli, 4:oldukça önemli, 5:çokönemli)

	1	2	3	4	5
Küçülmek					
Mevcut durumu korumak					
Karlılık oranını artırmak					
Yeni ürünler/hizmetler geliştirmek					
Ürünlerin/hizmetlerin kalitesini iyileştirmek					
Ulusal pazarda büyümek					
Yabancı pazarlara yayılmak					
İş satmak					
İş varislere devretmek					
Diğer (lütfen belirtiniz).....					

**Kaynak:** Sinan Mithat MUHAMMET, Suzan Vasfi ve İlkay GÜLER, 2012, **Girişimci Olmaya Karar Vermeyi Etkileyen Faktörler ve Girişimcilerin Beklentileri: Ankara İlindeki Kuaför ve Cilt Bakımı Salonları Örneği**, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı 2, s.75. Esen Şahin, 2006, **Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.128.

xxi. Aşağıdaki ifadeleri değerlendiriniz (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum)

	1	2	3	4	5
Yalnız başıma alışverişe çıkmayı daha çok severim.					
Sinemaya gittiğimde eğer arkadaşlarım benim izlemek istediğim filmi					

izlemek istemezlerse tek başıma gider ve izlerim.					
Ekonomik olarak kimseye bağımlı olmayı istemem.					
Önemli bir konuda karar verirken diğer insanların fikirlerini sormam.					
Arkadaşlarımla dışarı çıkarken nereye gideceğimize başkalar karar verir.					
Savunduğum bir şeyi kimse beğenmese dahi ben doğru bildiğimi savunmaya devam ederim.					
Paramı sonucunu kestiremediğim bir şekilde değerlendirmek yerine risksiz değerlendirme yollarını seçerim.					
Bir lokantaya gittiğimde adını dahi duymadığım bir yemek yerine bildiğim bir yemeği yerim.					
Yakalanıp ceza yeme pahasına da olsa hız limitini zaman zaman aşarım.					
Son aylarda önemli riskler aldım.					
Bir şeyi daha önce başkaları denememişse bende denemem.					
Arkadaşlarım beni meraklı ve maceraperest biri olarak tanır.					
Belirsiz durumlara fazla tahammül edemem.					
Belirsizlikler fırsatları da beraberinde getirdiğinden faydalıdır.					
Yeni şeyleri denemek o kadar da korkulacak bir şey değildir.					
Belirsiz şüpheli durumlardan sakınırım.					
Beklemediğim bir olay olduğunda bu olaya karşı hemen tepki vermem mümkün değildir.					
Kazancı az olan sevdiğim bir işi yapmaktansa kazancı daha fazla olan ama sevmediğim bir işi yapmayı tercih ederim.					
Kendimi kanıtlayabilmek için 1-2 günümü alacağımı bildiğim bir matematik problemini çözmeye çalışırım.					
Eski para toplama, pul biriktirme gibi sonuçları uzun dönemde elde edilecek işlerle uğraşmak yerine sonuçlarını daha kısa sürede elde edebileceğim işlerle uğraşırım.					
Bir kez belli bir hedef seçtikten sonra, o işi başarı ile tamamlayana kadar başka hiçbir şeyle ilgilenmem. Bir işi yarım bırakmam ve çok çaba harcarım.					
Başladığım bir işi başarıyla tamamladığımda kendimle gurur duyar ve kendimi mutlu hissederim.					
Kendime her konuda güvenim tamdır.					
Yeteneklerimin ve becerilerimin diğer insanlardan daha üstün olduğunu düşünüyorum.					
Başkaları yaptığım bir işi küçümsese ya da alay etse dahi onlara aldırış etmeden yaptığım işe devam ederim.					
Saçımın modelini, saçımın rengini, giyim tarzımı, dış görünüşümü v.b sık sık değiştiririm.					

Bilgisayar, otomotiv, teknoloji v.b de ortaya çıkan yenilikleri ve gelişmeleri takip etmem. Bunu bir zaman kaybı olarak görüyorum.					
Yeni fikirlere her zaman açığımdır. Ve yeni fikirler üretmek hoşuma gider.					
Yeni bir şeyi deneme riskini göze almak yerine daha önce denenmiş olanları tercih ederim.					
Kendi dışımda gelişen güçlerin hayatımı kontrol ettiğine inanırım. Başarısız olduğumda olayların kendi kontrolüm dışında geliştiğini düşündüğümden o an şansımın iyi olmadığını veya kaderimin böyle olduğunu düşünürüm. Başkalarının başarılı oldukları durumları onların şanslı olmalarına ya da verilen görevin basitliğine yorumlarım.					
Eğer bir şey yapmaya karar verirsem, bunu mutlaka yaparım ve hiçbir şey beni engelleyemez.					
Sahip olduğum davranışların ve yaptığım hareketlerin hayatımda gelişen olayları etkilediğine inanırım. Başarılı veya başarısız olduğumda bunun kendimden kaynaklandığına inanırım.					

**Kaynak:** Erdem DEMİR, 2002, **Kişilik Özelliklerinin Girişimcilğe Etkisi**, Yüksek Lisans Tezi, Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü, s. 89-90.

## EK-2. Çin Haritası



Kaynak: Zhe Jiang Halk Hükümeti. Çin Zhe Jiang Bölgesinin Coğrafi Özellikleri.

<http://www.zj.gov.cn/col/col922/index.html>



Kaynak: Zhe Jiang Halk Hükümeti. Çin Zhe Jiang Bölgesinin Coğrafi Özellikleri.

<http://www.zj.gov.cn/col/col922/index.html>