

**T.C.
KAFKAS ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT**

**KOBİ'LERDE GİRİŞİMCİLİK DEĞERLERİ, İŞLETME
PERFORMANSI ve DIŞ TİCARET İLİŞKİSİ: GİRESUN
SANAYİ İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DEMET GÖKTAŞ

**TEZ YÖNETİCİSİ
Yrd. Doç. Dr. Adem KARAKAŞ**

KARS-2013

T.C.
KAFKAS ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Demet GÖKTAŞ'a ait "KOBİ'lerde Girişimcilik Değerleri, İşletme Performansı ve Dış Ticaret İlişkisi: Giresun Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma" konulu çalışma, jürimiz tarafından İktisat Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak oybirliği ile kabul edilmiştir.

Öğretim Üyesinin Ünvanı, Adı ve Soyadı

Yrd.Doç.Dr. Adem KARAKAŞ

Yrd.Doç.Dr. Erdoğan KAYGIN

Yrd.Doç.Dr. Ahmet DENİZ

İmza



Bu tezin kabulü Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun/...../2013 tarih ve/..... Sayılı kararı ile onaylanmıştır.

UYGUNDUR

.../.../...

Yemin Metni

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum, "KOBİ'lerde Girişimcilik Değerleri, İşletme Performansı ve Dış Ticaret İlişkisi: Giresun Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma" adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

05.../08.../2013

Adı Soyadı: Demet GÖKTAŞ


İmza: 

PLAGIARISM

I hereby declare that all information in this document has been obtained and presented in accordance with academic rules and ethical conduct. I also declare that, as required by these rules and conduct, I have fully cited and referenced all material and results that are not original to this work.

05.../08.../2013

Name Surname: Demet GÖKTAŞ

Signature: 

ÖZET

KOBİ'ler ekonomik ve toplumsal kalkınmaya yaptıkları olumlu katkıları, piyasa koşullarında meydana gelen değişmelere hızlı uyum sağlayabilen esnek bir üretim yapısına sahip olmaları, yeni ve çeşitli istihdam alanları oluşturmada üstlendikleri rolleri sayesinde hem ülkemiz ekonomisinde hem de dünya ekonomisinde çok önemli bir yere sahiptir.

Bu tez çalışmasında hem dünya hem de Türkiye ekonomisinin gelişmesi ve kalkınması bakımından büyük önem taşıyan KOBİ'lerin; Girişimcilik Değerleri, İşletme Performansı ve Dış Ticaret İlişkisi üzerine bir araştırma yapılmıştır. Araştırma Doğu Karadeniz Bölümündeki Giresun ilinde imalat sanayinde faaliyet gösteren 45 KOBİ üzerinde yapılmıştır. Araştırma kapsamına alınan KOBİ'lerin Girişimcilik Değerleri, İşletme Performansı ve Dış Ticaret İlişkisi arasındaki bağlantıyı belirlemek amacıyla KOBİ yöneticilerine yönelik anket soruları düzenlenerek uygulanmıştır.

Anket sorularının analizi yapılarak, anket uygulamasından elde edilen bulgular ışığında KOBİ'lerde Girişimcilik Değerleri, İşletme Performansı ve Dış Ticaret İlişkisi izlemlerinin önemi tartışılmış ve çözüm önerileri yapılmıştır.

Anahtar Sözcükler: KOBİ, Girişimcilik, İşletme Performansı, Dış Ticaret.

ABSTRACT

Due to their positive contributions to the economic and social progress, their flexible production structure that enables them to adapt easily to the changes taking place in market conditions, and the roles that they bear in creating new and various employment areas, SMEs (KOBİ) have a significant place both in national and world economy.

In this dissertation study, a research has been carried out on the Entrepreneurial Values, Business Performance and External Trade Relations of SMEs, which are vital in terms of the development and progress of both world and Turkish economy. The research has been conducted on 45 SMEs operating in production industry in Giresun which is located in the Eastern Black Sea Region. To determine the association between the Entrepreneurial Values, Business Performance and External Trade Relations of SMEs that have been included in the research, some survey questions have been applied to SME managers.

Analysing the survey questions, the importance of impression of the Entrepreneurial Values, Business Performance and External Trade Relations of SMEs has been discussed in the light of the data obtained from the survey and some solutions have been offered.

Keywords: SME, Entrepreneurial, Business Performance, External Trade

ÖNSÖZ

Bu çalışmada, Giresun ilinde faaliyet gösteren imalat sanayi işletmelerinin girişimcilik değerlerinin işletme performansı ve dış ticaret üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Araştırma yapılırken Giresun ilinde bulunan sanayi işletmelerine yönelik anket çalışması ile birincil verilere ulaşılmıştır. Çalışmanın amacı, girişimcilik değerleri ile dış ticaret arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasıdır.

Bu tez çalışmasının hazırlanması sırasında her zaman özverili ve sabırlı bir şekilde desteğini eksik etmeyerek çalışmanın bu aşamaya gelmesinde büyük emeği olan tez danışmanım değerli hocam Yrd. Doç. Dr. Adem KARAKAŞ başta olmak üzere yine tezimi hazırlarken danıştığım ve değerli katkılarını gördüğüm Yrd. Doç. Dr. Sebahattin YILDIZ'a, kıymetli katkılarından dolayı Yrd. Doç. Dr. Yüksel KOÇAK'a, özellikle anketlerin analizlerinin yapılmasında büyük katkısı olan Yrd. Doç. Dr. Erdoğan KAYGIN'a, hem lisans hem de yüksek lisans eğitimim süresince değerli fikirlerinden her zaman yararlandığım değerli hocam Doç. Dr. Adem ÜZÜMCÜ'ye ve son olarak maddi manevi desteklerini hiçbir zaman eksik etmeyen sevgili anneme babama ve özellikle de anketlerin yapılması aşamasında göstermiş olduğu sabır ve emek için eşime teşekkürlerimi bir borç bilirim.

DEMET GÖKTAŞ

Temmuz 2013

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	I
ABSTRACT.....	II
ÖNSÖZ.....	III
İÇİNDEKİLER.....	IV
TABLO ve ŞEKİL LİSTESİ.....	VIII
KISALTMALAR.....	XI
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KOBİ ve GİRİŞİMCİLİK

1.KOBİ ve GİRİŞİMCİLİK.....	4
1.1. Tanım.....	5
1.1.1. Türkiye’de kullanılan KOBİ Tanımı.....	5
1.1.2. Avrupa Birliği (AB) Tarafından Kullanılan KOBİ Tanımı.....	6
1.1.3. OECD Tarafından Kullanılan KOBİ Tanımı.....	7
1.2. KOBİ’lerin Genel Kriterleri.....	7
1.3. KOBİ Tanımında Kullanılan Ölçütler.....	9
1.3.1. Nicelik (Kantitatif) Tanımlama Kriterleri.....	9
1.3.2. Nitelik (Kalitatif) Yönünden tanımlama Kriterleri.....	11
1.4. KOBİ’lerin Dünya ve Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi.....	11
1.5. KOBİ’lerin Avantaj ve Dezavantajları.....	16
1.5.1. KOBİ’lerin Avantajları.....	16
1.5.2. KOBİ’lerin Dezavantajları.....	18
1.6. KOBİ’lerin Genel Sorunları.....	19
1.6.1. Finansman Sorunu.....	20
1.6.2. Örgütlenme ve Yönetim Sorunları.....	21
1.6.3. Üretim Sorunları.....	22
1.6.4. Yatırıma İlişkin Sorunlar.....	23
1.6.5. Pazarlama Sorunları.....	23
1.6.6. Ar-ge ve Teknolojik Yapıya İlişkin Sorunlar.....	23
1.6.7. Rekabet sorunu.....	24
1.7. KOBİ’lerin Özellikleri.....	24
1.8. KOBİ’lerin Güçlü ve Zayıf Yönleri.....	25

1.8.1. KOBİ'lerin Güçlü Yönleri.....	25
1.8.2. KOBİ'lerin Zayıf Yönleri.....	26
1.9. KOBİ'lerin Ekonomik ve Bölgesel Kalkınmadaki Rolü.....	27
1.10. Organize Sanayi Bölgeleri.....	31

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK DEĞERLERİ, İŞLETME

PERFORMANSI ve DIŞ TİCARET İLİŞKİSİ

2.GİRİŞİMCİLİK DEĞERLERİ, İŞLETME PERFORMANSI ve DIŞ TİCARET İLİŞKİSİ.....	33
2.1. Girişimcilik Tanımı ve Kavramsal Değerlendirme.....	33
2.2. Girişimcilik Yaklaşımları.....	34
2.2.1. Bireysel Yaklaşım.....	34
2.2.2. Çevresel Yaklaşım.....	35
2.2.3. Firma Yaklaşımı.....	36
2.3. Girişimcilik Özellikleri	36
2.3.1. Başarı İhtiyacı.....	37
2.3.2. Risk Alma Eğilimi.....	38
2.3.3. Belirsizliğe Karşı Tolerans.....	38
2.3.4. Kontrol Odağı.....	39
2.3.5. İyimserlik ve Sorunlarla Başa Çıkma.....	39
2.3.6. Liderlik.....	39
2.3.7. Yenilikçilik ve Yaratıcılık.....	40
2.3.8. Kendine Güven.....	41
2.4. İç Girişimcilik.....	41
2.4.1. İç Girişimcilik Kavramı.....	41
2.4.2. İç Girişimciliğin Önemi.....	42
2.4.3. İç Girişimcilik Süreci.....	43
2.4.3.1. Fırsat Tanımlama.....	44
2.4.3.2. Kaynaklar.....	44
2.4.3.3. Organizasyon.....	45
2.4.4. İç Girişimcilik Boyutları.....	45
2.4.4.1. Yenilik.....	46

2.4.4.2. Stratejik Yenilenme.....	46
2.4.4.3. Yeni İş Kurma.....	47
2.4.4.4. Proaktiflik.....	47
2.5. Türkiye’de Girişimcilik Potansiyeli.....	48
2.6. İşletme Performansı.....	49
2.6.1. Performans Kavramı ve İşletmelerde Performans Boyutları.....	49
2.6.1.1. Etkinlik (Etkenlik).....	50
2.6.1.2. Verimlilik.....	50
2.6.1.3. Kalite.....	50
2.6.1.4. Kârlılık.....	51
2.6.1.5. Yenilik.....	52
2.6.2. İşletmelerde Performans Ölçümü.....	53
2.6.2.1. İşletmelerde Performans Ölçümünün Amaçları.....	59
2.7. Dış Ticaret, Tanımı ve Kapsamı.....	59
2.7.1. İhracat.....	61
2.7.2. İthalat.....	61
2.7.3. Dış Ticaret Çeşitleri.....	61
2.7.3.1. Normal ticaret.....	61
2.7.3.2. Bağlı Ticaret.....	61
2.7.4. Serbest Bölgeler.....	62
2.7.5. Sınır Ticareti.....	63

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GİRESUN İLİ İSTATİSTİKLERİ VE İŞLETME PRFORMANSI ANALİZİ

3. GİRESUN İLİ İSTATİSTİKLERİ VE İŞLETME PRFORMANSI

ANALİZİ.....	64
3.1. Trabzon Alt Bölgesi ve Bazı Temel Göstergeler.....	64
3.1.1. İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması.....	64
3.1.2. TR90 Bölgesi Genel Tanıtımı.....	67
3.1.2.1. Giresun İlinin TR90 Düzey 2 Bölgesindeki Yeri.....	69
3.1.2.1.1. Tarihçesi.....	69
3.1.2.1.2. Coğrafi Durum.....	70
3.1.2.1.3. Nüfus ve Sosyo-Ekonomik Durum.....	71
3.1.2.1.4. Sanayi.....	73

3.2. Araştırmanın Amacı.....	74
3.3. Araştırmanın Önemi.....	74
3.4. Araştırmanın Kapsamı.....	75
3.5. Araştırmanın Kısıt ve Ön kabulleri.....	75
3.6. Araştırmanın Yöntemi.....	75
3.7. Araştırmanın Örneklem Seçimi.....	75
3.8. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	76
3.9. Araştırmanın Geçerlilik ve Güvenilirliği.....	76
3.10. Bulgular.....	77
SONUÇ.....	94
KAYNAKLAR.....	97
EKLER.....	111
ÖZGEÇMİŞ.....	115

TABLO ve ŞEKİL LİSTESİ

	<u>SAYFA NO</u>
Tablo 1.1. : Türkiye'deki Yasal KOBİ Tanımı	5
Tablo 1.2. : AB'de Kullanılan KOBİ Eşik Değerleri	6
Tablo 1.3. : OECD Tarafından Kullanılan KOBİ Tanımı	7
Tablo 1.4. : Nicel Ölçütlerin Sınıflandırılması	10
Tablo 2.1. : Yıllar Bazında İncelenen Performans Ölçütleri	49
Tablo 2.2. : Performans Ölçümünün Gelişimi	51
Tablo 3.1. : İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS)	60
Tablo 3.2. : Giresun 2012 (ADNKS) Nüfusu	64
Tablo 3.3. : Güvenirlik Sonuçları	77
Tablo 3.4. : İşletmeniz Kaç Yıldır Faaliyet Göstermektedir	77
Tablo 3.5. : Firmanın Faaliyet Gösterdiği Sektör	78
Tablo 3.6. : Firmanızın Toplam Çalışan Sayısı	78
Tablo 3.7. : İşletmenizin Türü	79
Tablo 3.8. : İşletmenin Mülkiyet Durumu	79
Tablo 3.9. : Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır	79
Tablo 3.10. : Dış Ticaretin (İhracatın) Firmanız Açısından Önemli Olduğuna İnanıyor musunuz	79
Tablo 3.11. : Dış Ticaret (İhracat) İmkanına Sahip Olmanızın Sizi Daha Fazla Yatırım Yapmaya Yönlendireceğini Düşünüyor musunuz	80
Tablo 3.12. : Kaç Yıldır Dış Ticaret (İhracat) Yapıyorsunuz	80
Tablo 3.13. : Dış Ticaret İle İlgili Olarak Karşı Karşıya Olduğunuz En Önemli Sorun Hangisidir	81
Tablo 3.14. : Ürünleri ve Üretim Sistemlerini Farklılaştırmak	81

Tablo 3.15. : Yeni Ürün, Teknik, Yönetim Sistemi ve Uygulamalarda Öncü Olmak	81
Tablo 3.16. : Yeni Ürün, Üretim Süreci ve Teknoloji Geliştirmek İçin AR-GE'ye Kaynak Ayırmak	81
Tablo 3.17. : Yenilik ve Yaratıcılığı Teşvik Etmek İçin Yeni İnsan Kaynakları Program ve Politikaları Uygulamak	82
Tablo 3.18. : Yeni Geliştirilen ve Denenmemiş Olan süreç, Sistem ve Yöntemleri Kullanmak	82
Tablo 3.19. : Reklam ve Pazarlama Faaliyetleri Yolu ile Var Olan Ürünler İçin Yeni Talepler Yaratmak	82
Tablo 3.20. : Faaliyet Gösterilen Endüstride İş Kollarını Sürekli Olarak Genişletmek	83
Tablo 3.21. : Faaliyet Gösterilen Endüstrinin Dışındaki Endüstrilerde, Faaliyet Alanımızla İlgili Yeni İşler Almak ve Yeni İşletmeler Açmak	83
Tablo 3.22. : Yeni Ürünlerle Yeni Pazarlara Girmek	83
Tablo 3.23. : Var Olan Ürünler İçin Yeni İş/işletme Fırsatları Aramak	84
Tablo 3.24. : Misyonu ve Yapılan İşle İlgili Unsurları Sık Sık Gözden Geçirmek	84
Tablo 3.25. : Rekabet Edilecek Endüstrileri Sık Sık Yeniden Tanımlamak	84
Tablo 3.26. : Birim ve Bölümleri Sık Sık Yeniden Organize Etmek	84
Tablo 3.27. : Çalışanları Yaratıcılık ve Yenilik Yapabilmeleri İçin Sürekli Eğitmek	85
Tablo 3.28. : Rakiplere Cevap Vermekten Ziyade Rakiplerle Mücadele Etmek	85
Tablo 3.29. : Yüksek Risk Taşıyan Projeleri Uygulamak	85
Tablo 3.30. : Amaçları Başarmak için Taktiklerde Küçük	

Çaplı Değişimlerden Ziyade, Geniş Kapsamlı Stratejik Faaliyetleri	
Tercih Etmek	86
Tablo 3.31. : Karar Verme Durumunun Belirsizlik İçermesi	
Durumunda Beklemek Yerine, Cesur Davranarak Karar Almak	86
Tablo 3.32. : İşletmeyi Kurarken Karşılaştığınız En Büyük	
Sorunlar Nelerdi	87
Tablo 3.33. : İşletmeyi Kurduktan Sonra Karşılaştığınız	
Sorunlar Nelerdi	87
Tablo 3.34. : Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır	88
Tablo 3.35. : Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır? Yenilik	88
Tablo 3.36. : Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?	89
Tablo 3.37. : Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır? Proaktiflik	89
Tablo 3.38. : Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?	90
Tablo 3.39. : Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır? Stratejik Yönetim	90
Tablo 3.40. : Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?	90
Tablo 3.41. : Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır? Yeni Girişim	91
Tablo 3.42. : İşletmenizin Türü Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?	92
Tablo 3.43. :Kaç Yıldır Dış Ticaret (İhracat) Yapıyorsunuz?	
Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?	93
Şekil 2.1. Girişimcilik Sürecindeki Temel Faktörler	44
Şekil 3.1. : Araştırmanın Modeli	76

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ADNKS	: Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi
AR-GE	: Araştırma Geliştirme
DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü
DOKA	: Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
İBBS	: İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması
KİT	: Kamu İktisadi Teşebbüsleri
KOBİ	: Küçük ve Orta Boy İşletme
KÖY	: Kalkınmada Öncelikli Yöreler
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development
OSB	: Organize Sanayi Bölgesi
TSO	: Ticaret Sanayi Odası
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

GİRİŞ

18. yüzyılın başlarında İngiltere’de ortaya çıkan, önce Avrupa’ya ardından da tüm dünyaya yayılan Sanayi Devrimi ve etkisi, dünya ekonomisini tamamıyla yeni boyutlara taşıyan çok önemli bir gelişme olmuştur. Sanayi devrimiyle birlikte hızla büyüyen işletmeler üretimde insan gücünün yerine kitle üretimi yapan büyük makinelerle geçmiştir. Yaşanılan bu süreçte küçük el işletmeleri zamanla önemini kaybetmiş yerini seri üretim yapan büyük fabrikalara bırakmıştır.

Bu dönemde ekonomik kalkınma ve gelişmenin büyük firmalarca gerçekleştirilebileceği görüşü önem kazanmıştır. Kaldı ki o yıllarda ki bazı gelişmeler bu görüşü destekler niteliktedir. İstikrarlı ve devamlı büyüme ile sanayileşme, büyük kapasiteli işletmelerin birim maliyetlerini düşürerek, içsel ve dışsal tasarruflarını artırmalarıyla sağlanmıştır. Fakat 18. Yüzyılın sonlarına doğru dünya ekonomilerinde bir takım değişiklikler ortaya çıkmaya başlamıştır. Özellikle Amerikan ekonomisinin İngiltere’yi geride bırakacak şekilde sanayileşme alanında güçlenmesi dünya ekonomisini yepyeni farklı boyutlara taşımıştır.

Sanayi devrimi ile öne çıkan ve dünya ekonomisini büyük ölçüde yönlendiren büyük firmalar 1930’lardaki ekonomik durgunluk ve 1970’lerdeki enerji krizi ile birlikte eski güçlerini bir anda kaybetmiştir. 1974 petrol kriziyle birlikte büyük firmaların hızla değişen piyasa şartlarına kısa sürede cevap veremediği ortaya çıkmıştır. Büyük firmaları derinden etkileyen bu kriz, esnek yapıları sayesinde piyasa koşullarına daha çabuk uyum sağlayan küçük firmaları büyük firmalar kadar etkilemediği görülmüştür.

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle yaşanan teknolojik ilerleme dünyanın hızla küçülmesini yani küreselleşmesini sağlamıştır. Küreselleşme süreciyle birlikte piyasalarda artan rekabete uyum sağlayabilmenin ancak küçük işletmelerce yapılmasının mümkün olduğu anlaşılmıştır. Sürekli yaşanan krizler sonucu büyük firmalar temel üretim kollarında yoğunlaşarak ve bölünmeye giderek kendi bünyelerinde küçük işletmeler kurmuşlardır. Böylece hem değişen tüketici zevk ve isteklerine karşı farklılaşmış ürünlerle küçük işletmeler sayesinde daha çabuk cevap verebilecekler hem de ortaya çıkabilecek yeni darboğazları küçük işletmeler üzerinden en az zararla atlatabileceklerdi. Böylece büyük işletmeler ölçek ekonomisinden vazgeçerek üretimlerini daha esnek bir yapıya yöneltmişlerdir. Ekonomide yaşanan tüm bu gelişmelerin etkisi ile dünya genelinde küçük işletmelerin yeri ve önemi artmaya başlamıştır.

Ülkemiz ekonomisinde ise KOBİ kavramının 1970'li yıllardan sonra daha sık kullanılmaya başladığı görülmektedir. Bugüne kadar dünya genelinde kabul görmüş tek bir tanımı bulanmayan, ülkeden ülkeye hatta aynı ülke içerisinde bile farklı tanımlamaların yapıldığı KOBİ'ler, istihdamı artırıp işsizliği azaltmaya, bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmaya, orta sınıfı destekleyerek gelir dağılımını dengelemeye, yeni fikir ve buluşlara imkan sağlayarak girişimcileri desteklemeye, ara mal temini ile büyük işletmelerin eksiklerini tamamlama, sanayileşme ve kalkınmanın ülke geneline yayılmasını sağlayarak daha dengeli bir ekonomik büyümeye yardımcı olurlar.

Bugün KOBİ'ler dünya genelindeki çoğu ülkenin ekonomisini ayakta tutan en dinamik yapılarıdır. Ülkemizde dahil olmak üzere birçok ülkenin işletme paylarının dağılımına bakıldığında işletmelerin yaklaşık %98'ini KOBİ'ler oluşturmaktadır. Aynı şekilde istihdama, milli gelire, katma değere katkısı yaklaşık olarak %40-50 arasında değişmektedir. Bu da KOBİ'leri ekonomik hayatın vazgeçilmez birer unsurları haline getirmektedir.

KOBİ'lerin ülkemiz ekonomisindeki yeri çok eskiye uzanmakla birlikte ülke ekonomimiz açısından önemi son yıllarda fark edilmeye başlamıştır. Özellikle son zamanlarda bu işletmelerin kuruluşu ve gelişimini teşvik edici ekonomik politikalar da etkin bir şekilde uygulanmaya başlamıştır.

Türkiye'nin Gümrük Birliği'nin bir üyesi olduğu ve Avrupa Birliği'ne tam üyelik çalışmalarının hız kazandığı günümüzde, KOBİ'lerin rekabet gücünü korumak ve geliştirmek amacıyla etkinlik, süreklilik ve verimlilik unsurlarına dayalı yeni bir destekleme sisteminin oluşturulması KOBİ'ler için son derece önemli bir konudur.

Bu tez çalışmasında, Giresun ilinde faaliyet gösteren imalat sanayi işletmelerinin girişimcilik değerlerinin işletme performansı ve dış ticaret arasındaki bağlantının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Araştırma, firma sahiplerin girişimcilik değerleri ile dış ticaret arasındaki ilişkiyi yorumlamayı amaçlamaktadır. Giresun ilindeki girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar, bunların dış ticarete yansımaları, beklentiler ve yetersizliklere ilişkin birincil verilere dayalı değerlendirmeler yapılmıştır.

Araştırma Giresun ilinde imalat sanayinde faaliyet gösteren 45 KOBİ üzerinde yapılmıştır. Araştırma kapsamına alınan KOBİ'lerin Girişimcilik Değerleri, İşletme Performansı ve Dış Ticaret İlişkisi arasındaki bağlantıyı belirlemek amacıyla KOBİ yöneticilerine yönelik anket soruları düzenlenerek uygulanmıştır. Araştırma, yüz yüze görüşme yapılarak gerçekleştirilen anket uygulaması ile gerçekleştirilmiştir. SPSS 20.0 programı ile analiz gerçekleştirilmiştir.

Tez çalışmasının birinci bölümünde; ilk olarak KOBİ'lerin tanımı üzerinde durulmuştur. Türkiye, Avrupa Birliği ve OECD tarafından yapılan KOBİ tanımları verilmiştir. Daha sonra KOBİ'lerin genel kriterleri, KOBİ tanımında kullanılan nicel ve nitel kriterler, KOBİ'lerin Türk ve Dünya ekonomisindeki yeri üzerinde durulmuştur. KOBİ'lerle ilgili avantaj ve dezavantajlar, KOBİ'lerin genel sorunları, KOBİ'lerin özellikleri, güçlü ve zayıf yönleri, KOBİ'lerin ekonomik ve bölgesel kalkınmadaki rolü ile Organize sanayi bölgelerine bu bölümde değinilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise; girişimcilik, işletme performansı ve dış ticaret konuları ele alınmıştır. İlk olarak, girişimciliğin tanımı ve kavramsal değerlendirme yapılmıştır. Daha sonra ise girişimcilik yaklaşımları, girişimcilik özellikleri ve Türkiye'de girişimcilik potansiyeli üzerinde durulmuştur. Bu bölümde girişimcilik konusundan sonra işletme performansı anlatılmaya çalışılmıştır. İlk olarak performans kavramı ve işletmelerde performans boyutları nelerdir bu kavramlar açıklanmıştır. İşletmelerde performans ölçümü ve performans ölçümünün amaçları ile girişimciliğin işletme performansı üzerindeki etkisi anlatılmıştır. Son olarak bu bölümde dış ticaret kavramı üzerinde durulmuştur. Dış ticaretin tanımı ve kapsamı, dış ticaret çeşitleri, serbest bölgeler ve sınır ticareti konuları anlatılmaya çalışılmıştır.

Tez çalışmasının üçüncü ve son bölümünde ise; Giresun iline ait genel özellikler, istatistiki veriler ve işletme performansı analizi yapılmıştır. Yine bu bölümde anket uygulamasının sonuçları ayrıntılı bir şekilde analiz edilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KOBİ ve GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik ve KOBİ kavramları birbiriyle yakından ilişkili kavramlardır. Dolayısıyla bu iki kavramın birbirinden bağımsız olarak düşünülmesi söz konusu değildir. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş aşamasının en önemli sonucu dünyanın küreselleşmesi veya küçülmesidir. Küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, rekabet etkinliği ve uyumun ancak küçük işletmelerce sağlanabileceği düşünülerek “küçük güzeldir” deyişi yaygınlaşmış ve birçok büyük firma üretimde “ölçek ekonomisi”ne ulaşmaktan vazgeçerek büyüklük içinde küçük firmalar oluşturmaya ve bu firmalara daha çok özerklik vermeye başlamışlardır (Yücel, 2000:3).

KOBİ (Küçük ve Orta Boy İşletme)’lerin bir sosyo-ekonomik örgütlenme biçimi olarak yükseliş eğilimine geçmeleri endüstriyel toplumu niteleyen kitlesel üretimin kriz dönemine rastlamaktadır. 1970’lerde yaşanan derinlikli küresel ekonomik kriz, devlet destekli kitlesel üretimin güçlü kalelerini oluşturan dev firmaların büyük bir bölümünün iflasına neden olmuştur. Fakat, aynı kriz koşullarında KOBİ’lerin varlıklarını koruyup devam ettirebilmeleri, kitlesel üretime dayalı ekonomik örgütlenme biçimine olan güveni tümenden sarsarak dikkatlerin KOBİ’lere yönelmesine neden olmuştur. Özellikle, gelişmiş ülkelerde KOBİ’lerin sayısını arttırmayı ve güçlendirmeyi amaçlayan politikalara ağırlık verilmesi, KOBİ’leri ekonomik yapının merkezine oturtmuş ve ekonomik yapı giderek KOBİ’ler temelinde yeniden şekillenmeye başlamıştır (İlhan, 2006:270).

Küreselleşme aşamasında sanayileşmiş ülkelerde üretim süreci ve endüstriyel yapıda meydana gelen önemli değişimlerden biri de kitle üretiminin yerine girişimciliğin ve KOBİ’lerin yükseliş trendine geçmesidir. Küreselleşme ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak gelişmiş ülkelerde, 1980’den itibaren kapsamlı bir endüstriyel yeniden yapılanma süreci gerçekleşmiştir. Bu süreç, gelişmiş ülkelerde büyük ve istikrarlı piyasaların ön koşul olduğu kitle üretim sisteminin çöküşü ve onun yerine ileri teknoloji kullanan küçük ölçekli işletmelerin ve girişimciliğin baskın olduğu yeni ve esnek bir üretim modelinin yükselişi olarak görülmüştür. Bu yeni üretim modelinin temel özelliği, endüstriyel gelişmede girişimcilik ve küçük işletmelere merkezi bir rol vermesidir. Küreselleşen ve istikrarsızlaşan piyasalarda büyük ölçekli üretimi devam ettirmek artık imkansızdır. Artan uzmanlaşma ile yaygın bir dış tedarik ve ağ stratejilerini esas alan küresel endüstriyel yeniden yapılanma küçük işletmelerin önemini artırmakta ve onları ekonominin vazgeçilemez birer elemanı haline getirmektedir (Aykaç, Parlak ve Özdemir, 2009: 79).

1.1. Tanım

Genelde KOBİ tanımları belirli rakamsal ölçüler ve büyüklük kriterleri ile tanımlanmaktadır. KOBİ'ler üretim, pazarlama, finansman, personel ve yönetim gibi temel işletmecilik fonksiyonlarının yanı sıra istihdam ettikleri personel sayısı, satış hacmi, sabit sermaye ve makine parkı değeri, kullandıkları enerji miktarı, kurulu kapasite düzeyi, katma değerleri, kâr büyüklüğü ve piyasa payı gibi ölçülebilen özellikleri açısından da büyük farklılıklar göstermektedirler. Bu durum, tüm bu nitel ve nicel özellikleri kapsayan ve genel geçerliliği olabilecek bir tanım yapılmasını gerektirir. 2005 yılına gelinceye kadar, KOBİ'lere yönelik kurumların her biri kendine göre bazı tanımlar yapmışlardı. Tanımlardaki sınırlar genellikle ülkelerin ekonomilerinin büyüklüklerine bağlı olarak değiştiğinden KOBİ deyimini hukuki olmaktan çok ekonomik bir anlam taşıdığını söyleyebiliriz. Tüm bu tanımlamalarda kullanılan genel ölçüt, istihdam edilen kişi sayısıdır. Bu genel ölçüte ilave olarak bazı kuruluşlarca farklı kriterlerin de kullanıldığı olmuştur (Çatal, 2008: 334).

1.1.1. Türkiye'de kullanılan KOBİ Tanımı

16 Nisan 2005 tarihli resmi gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren 5331 sayılı Kanun ile kurum ve kuruluşların KOBİ'lere ilişkin uygulamalarında kullanılacak tek bir tanım yapılmıştır. Bu kanuna göre KOBİ tanımının yapılmasında esas alınacak kriterler; KOBİ'lerin net satış hâsılatları, malî bilânço tutarları ve çalışan sayılarıdır. Bu yasayla ülkemizdeki KOBİ tanım kargaşası da giderilmiştir (Çatal, 2008:334). Yasadaki KOBİ tanım kriterleri aşağıda tablo halinde gösterilmiştir.

Tablo 1.1. Türkiye'deki Yasal KOBİ Tanımı

KOBİ Tanımı	Çalışan Sayısı	Yıllık Net Satış Hâsılatı veya Mali Bilânçosu	Bağımsızlık
Mikro İşletme	1 – 9	< 1 Milyon YTL	Bir/birkaç şirkete %25 veya fazla olmaması
Küçük İşletme	10 – 49	< 5 Milyon YTL	
Orta Büyük. İşletme	50 –249	< 25 Milyon YTL	

Kaynak: M. Faruk Çatal, Bölgesel Kalkınmada Küçük ve Orta boy İşletmelerin (KOBİ) Rolü, Atatürk Üniversitesi, Erzurum MYO., İktisadi ve İdari Programlar ABD , s.334.

Bakanlar Kurulu'nca 19/10/2005 tarihinde kararlaştırılan yönetmeliğe göre;" Mikro işletme, 10 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosu 1 milyon YTL'yi aşmayan çok küçük işletme, Küçük işletme; 50 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosu 5 milyon YTL'yi aşmayan işletme, Orta büyüklükteki işletme; 250 kişiden az yıllık

çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosu 25 milyon YTL'yi aşmayan işletme" (2005/9617 md. 5) olarak sınıflandırılmıştır (Güler ve Taner, 2008:521).

1.1.2. Avrupa Birliği (AB) Tarafından Kullanılan KOBİ Tanımı

Avrupa Birliği, KOBİ tanımları konusunda gerek ulusal gerekse Birlik bazında karışıklığa yol açmamak amacıyla bir ortak tanım geliştirmiştir. Konsey kararı çerçevesinde açık bir şekilde ortaya konulan KOBİ tanımı işçi sayısı, bilanço büyüklüğü ve bağımsızlık derecesinden oluşan ölçütleri kapsamaktadır. 25 üyeli AB'de 23 milyon KOBİ bulunmakta olup, KOBİ'lerin istihdam ettiği kişi sayısı 75 milyonu ve ekonomideki girişimler içindeki payı % 99'u bulmaktadır. KOBİ'lerin ekonomideki ağırlıkları göz önünde tutulduğunda, üye ülkeler arasında ekonomik sınırların kalktığı Tek Pazar içinde, birtakım desteklerle işletmelerin rekabet edebilirliklerinin korunması, KOBİ politikalarında tutarlılığın sağlanması ve etkinliğin geliştirilmesi amacıyla, ortak bir KOBİ tanımı oluşturulması önem kazanmaktadır (Küçüktekin, 2006: 11). Komisyon 1 Temmuz 2005'ten itibaren geçerli olmak üzere 6 Mayıs 2003'te, KOBİ'lere ilişkin olarak 1996 yılında yayımlanan tavsiye kararının yerine (Recommendation 96/280/EC) yeni bir tavsiye kararı (Recommendation 2003/361/EC) benimsemiştir. Bu düzenleme 1996'dan itibaren gerçekleşen ekonomik gelişmeler göz önünde bulundurularak yapılmıştır. Bu tanımlamaya göre 10'dan az çalışanı olan ve toplam bütçesi ya da iş hacmi 2 milyon Avro'nun altında olan işletmeler mikro, 50'den az çalışanı olan, toplam bütçesi veya iş hacmi 10 milyon Avro'nun altındaki işletmeler küçük, 250'den az çalışanı olan, toplam iş hacmi 50 milyon veya toplam bütçesi 43 milyon Avronun altında olan işletmeler orta büyüklükte işletme olarak tanımlanmaktadır (Öztürk, 2007:9).

Tablo 1.2. AB'de Kullanılan KOBİ Eşik Değerleri

İşletme Büyüklüğü	Kişi Sayısı	Toplam İş Hacmi veya Toplam Bilanço	
Orta	< 250	≤ € 50 milyon 1996'da 40 milyon	≤ € 43 milyon 1996'da 27 milyon
Küçük	< 50	≤ € 10 milyon 1996'da 7 milyon	≤ € 10 milyon 1996'da 5 milyon
Mikro	< 10	≤ € 2 milyon 1996'da tanımlanmamış	≤ € 2 milyon 1996'da tanımlanmamış

Kaynak: Özkan Öztürk, İstihdam Konusunda KOBİ'lerin Önemi ve KOBİ Alanında Eğitim İstihdam İlişkisi Açısından Kamu İstihdam Kurumunun Rolü, Ankara, 2007, s.9.

Belirtilen ölçütlere ilave olarak AB tavsiye kararında (Recommendation 2003/361/EC), KOBİ tanımlamasında bu sınıflamaya dahil olacak işletmeler için, hisselerinin ve şirket yönetim hakkının %25'inden fazlasının başka bir şirkete ait olmaması gerekmektedir (Öztürk, 2007:9).

Günümüzde Avrupa bünyesinde yaklaşık olarak 23 milyon KOBİ bulunmaktadır ve tüm Avrupa işletmelerinin %99'u KOBİ'dir. Avrupa genelinde yaklaşık 75 milyon kişiyi KOBİ'ler istihdam etmektedir. KOBİ'lere ilişkin olarak yıllık karlılık, verimlilik ve işçi maliyetleri üzerinden yapılan araştırmalar göstermiştir ki büyük ölçekli firmalara oranla KOBİ'ler daha başarılı sonuçlar elde etmektedir. Bu nedenle AB üyeleri KOBİ'lere daha iyi şartlar sağlayacak destekler oluşturmaya karar vermişlerdir (Küçükylmazlar, 2007:10).

1.1.3. OECD Tarafından Kullanılan KOBİ Tanımı

OECD KOBİ'leri sınıflandırırken 1-4 arasında işçi çalıştıranları mikro, 5-19 arasında işçi çalıştıranları çok küçük, 20-99 arasında işçi çalıştıranları küçük, 100-500 arasında işçi çalıştıranları orta büyüklükte işletme olarak tanımlamaktadır. OECD ülkelerinde genel olarak kullanılan tanımlamada KOBİ'ler 500'den daha az işçi çalıştıran işletmeler olarak ifade edilmektedir. Yapılan açıklamadan da anlaşılacağı üzere OECD işletmeleri çalıştırmış oldukları işçi sayısına göre sınıflandırmaktadır (Öztürk, 2007:8).

Tablo1.3. OECD Tarafından Kullanılan KOBİ Tanımı

	İşletme Büyüklüğü			
	Mikro	Çok Küçük	Küçük	Orta
Çalışan sayısı	1-4	5-19	20-99	100-500

Kaynak: Özkan Öztürk, İstihdam Konusunda KOBİ'lerin Önemi ve KOBİ Alanında Eğitim İstihdam İlişkisi Açısından Kamu İstihdam Kurumunun Rolü, Ankara, 2007.

1.2. KOBİ'lerin Genel Kriterleri

Ülkelerin kalkınma seviyesi ve sektörler arasındaki farklılıklar nedeniyle KOBİ tanımlamaları, ülkeden ülkeye, sektörden sektöre hatta bölgeden bölgeye bile değişmektedir. Her ülke, kendi iktisadi şartlarını göz önüne alarak ihtiyaca cevap verecek tanımlar oluşturmaktadır. Her ne kadar KOBİ'lerin tanımlanmasında, kullanılan kriterler çok farklı şekiller almakta ise de, bu kriterlerin birçoğunun tüm ülkelerde kullanıldığı görülmektedir (Turgut,2008: 37). Çok defa “ küçük işletme” diye de anılan KOBİ terimi çok farklı yapılarıdaki işletme birimlerini anlatır. Açık kesin ve evrensel olarak tanımlanmış bir tanımı bulunmamaktadır. Gelişmekte olan bir ülkede büyük olarak tanımlanan işletmeler gelişmiş bir ülkede küçük olarak

sınıflandırılabilir. Dolayısıyla “küçük” terimi analizden ve durumdan duruma farklılık göstermektedir (Türkoğlu, 2002:277-300).

Küçük işletmeler, genellikle az sermaye kullanımı yanında daha çok el emeği ile faaliyette bulunan, ayrıca çabuk karar verme imkanına sahip ve düşük düzeyde yönetim gideri ile çalışan, ucuz bir üretim gerçekleştiren ekonomik teşebbüsler olarak tanımlanabilir (Savaş, 1999:4).

Bu tanıma rağmen küçük firmaların bir yandan performanslarını yükselttiğine inanılan ve diğer büyük firmalardan farklı problemlerle karşılaşmalarına sebep olduğu düşünülen, karakteristik özelliklerini yansıtan bir tanımlamaya ihtiyaç duyulduğu görüşünden yola çıkılarak, küçük firmayı tanımlarken dikkate alınmak üzere şu üç karakteristik özellik tespit edilmiştir (Savaş, 1999.5);

1. Küçük firma çalıştığı pazarın nispeten küçük bir payına sahiptir.
2. Küçük firma, şekilci bir işletme yapısı yoluyla (profesyonel işletmeciler tarafından değil) bizzat sahipleri veya ortakları tarafından yönetilir.
3. Küçük firma, büyük bir teşebbüsün parçası olmamak anlamında bağımsızdır. Öyle ki firma sahipleri (yöneticileri) önemli kararları alırken harici bir denetime tabi değildir.

Bu özellikler firmanın iktisadi tanımını oluştururken, birde istatistikî bir tanıma ihtiyaç duyulmaktadır. Yukarıdaki üç özelliği yansıtabilmek bakımından da istatistikî bir tanımda, Küçük ölçekli firma kriterinin sektörden sektöre değişik olması gereği ortaya çıkmaktadır (Yücel, 2000:4).

Orta ölçekli işletmeler için de yine bir tanımlama zorluğu mevcut olmakla birlikte küçük ölçekli işletme tanımından yola çıkarak, orta ölçekli işletme tanımları yapılabilmektedir. Bazı ülkeler işletmeleri sadece büyük ve küçük ölçekli olarak ikiye ayırmakta, orta ve mikro ölçekli işletmeler ayrıca ele alınmamaktadır.

KOBİ'lerin gerek bizim ülkemizde gerekse diğer ülkelerdeki teşebbüsler içinde önemli bir yere sahip olmalarına rağmen dünyada evrensel bir tanımlama da bugüne kadar yapılmış değildir. İşletmeler sayısal veriler kullanılarak aşağıdaki şekilde gruplandırılmaktadır (Kaya, 2007:123).

- Mikro İşletmeler
- Küçük İşletmeler
- Orta Büyüklükteki İşletmeler
- Büyük İşletmeler

- Çok Uluslu İşletmeler

Günümüzde küçük ve orta ölçekli işletmeler deyince eskiden olduğu gibi başarısız olduğundan dolayı büyüyememiş işletmeler değil, dinamik yenilikçi, vizyonu ve misyonu olan, güçlü yönetim yapısına çağdaş yönetim anlayışına, kurumsallaşmış ve sağlıklı büyüyen, fırsatlardan ve imkânlardan yararlanan, toplam kalite ile rekabet şansını yükselten, insan ile teknolojik uyumu sağlamış bilime inanmış, iletişimin hızından yararlanan kuruluşlar akla gelmektedir (Kaya, 2007:127).

Diğer bir yaygın yaklaşım da, KOBİ'lerin tanımlanması ve sınıflandırılmasında nitel ve nicel ölçütlerin bir birleşiminin ele alınmasıdır. Bu bileşimin hangi nitel ve nicel ölçütlerden oluşacağı konusundaki görüşler ise, farklılık göstermektedir.

1.3. KOBİ Tanımında Kullanılan Ölçütler

18. yüzyıldan itibaren gerek dünya genelindeki ekonomilerin gerek de ülkemizin ekonomisinin en temel dinamiğini oluşturan KOBİ'lerin herkes tarafından kabul görmüş ortak bir tanımı yoktur. KOBİ olarak değerlendirilen işletmeler, ülkeden ülkeye hatta ülke içerisinde bölgeler arasında bile farklı şekilde tanımlanabilmektedir. Farklı tanımların ortaya çıkması kullanılan ölçütlerden kaynaklanmaktadır. Bazı tanımlamalarda nicel kriterler önemli iken bazılarında da nitel kriterler öne çıkmaktadır (Boz, 2005: 5). KOBİ'leri tanımamızda hem nitel hem de nicel özellikler önemlidir. Ama sınıflama yaparken özellikle AB ve Basel II tanımlarında nicel özellikler kullanılmaktadır. Bunun bu şekilde olmasında da fayda vardır. Çünkü nitel özellikler KOBİ'ler büyüdükçe olumlu yönde farklılıklar gösterecektir. Ve böylece işletmeler nicel sınıflamalara uygun hale gelecektir (Koç, 2008: 5)

1.3.1. Nicelik (Kantitatif) Tanımlama Kriterleri

KOBİ tanımı, ülkelerin gelişmişlik düzeylerine, kültürüne ve hatta bir ülke içinde bölgelere ya da KOBİ'lerle ilgilenen uzman kuruluşların hedeflerine göre değişiklik gösterdiğinden, KOBİ'lere yönelik desteklerin hedef kitlesinin tanımlanmasında kullanılan ölçütler de, ülkelere göre farklılık göstermektedir. Fakat çoğu ülkede, KOBİ'lerin nicel tanımında "işletmede çalışan personel sayısı" esas alınmakta; bu ölçüte kimi yerde "işletmenin toplam sermayesi" ya da "işletmenin cirosu" gibi ölçütler de eklenebilmektedir (Tanyel, 2001:16-17).

Nicelik yönünden tanımlama kriterleri çok çeşitli olmakla birlikte, uygulamalı çalışmalarda kullanılan, kullanılması önerilen veya alternatif olarak sadece değinileceği belirtilen bazı nicel ölçütleri şu şekilde sıralayabiliriz (Alpugan, 1998:6);

- Çalıştırılan personel sayısı
- İşletme kapasitesi
- Personele ödenen ücret ve maaşların tutarı
- İşletme sermayesinin tutarı
- Üretim miktarı
- Satışların tutarı
- Aktif değerlerin toplamı
- Makine parkının büyüklüğü
- Kullanılan hammadde miktarı
- Kullanılan enerji miktarı
- Yaratılan katma değer

Aslında bu ölçütlerin bazıları temel olanlardır. Bu sebeple bunları bir tablo haline getirirsek ölçütleri değerlendirmek daha da kolaylaşacaktır (Koç, 2008: 7).

Tablo1.4. Nicel Ölçütlerin Sınıflandırılması

Fiziki Miktar	Parasal Değer	
-çalışan sayısı -makine (tezgah,tesis) sayısı -kullanılabilir alan (arazi, bina)	-sabit varlıkların değeri -makine parkı değeri	G İ R D İ
-kullanılabilir hacim -kapasite	-satış tutarı -kar hacmi -katma değer -ödenen vergi tutarı -Pazar payı	Ç İ K T İ

Kaynak: İdil Özlem Koç (2008), Türk KOBİ'leri Bugünü ve Geleceği, Arıkan, s.7

Kimi araştırmacılar tarafından "teknik ölçüler olarak tanımlanan nicel ölçüler içerisinde, en kolay saptanabileni olması nedeniyle, çalıştırılan işçi (personel) sayısı en çok kullanılanı durumundadır. Bununla beraber, çalışan personel sayısı da dahil olmak üzere, yukarıda sayılan ölçütlerden herhangi birinin tek başına işletme büyüklüğünün belirlenmesinde bir ölçüt oluşturması oldukça güçtür. Bu nedenle, birkaç ölçütü temel tutarak kombine bir büyüklük ölçüsü oluşturmanın daha geçerli bir yöntem olacağı söylenebilir (Alpugan, 1998:7).

1.3.2. Nitelik (Kalitatif) Yönünden tanımlama Kriterleri

Küçük ve orta ölçekli işletmeler çok boyutlu bir kavramdır. Bu boyutlardan bazılarının nicel ifadesi mümkündür. Ancak büyük kısmı sadece nitel olarak belirlenebilir. Bu nedenle KOBİ tanımında işletmelerin nitel özelliklerine ağırlık verilmelidir (Müftüoğlu, 1998:141). Nicel kriterlerin yanı sıra ele alınan niteliksel tanımlama kriterlerini de şu şekilde sıralayabiliriz (Yücel, 2000:5);

- Girişimcinin işletmede fiilen çalışması
- İşletmeyle özdeşleşme ve tüm riski üstlenme
- İşletme bölümü ve uzmanlaşma derecesi yetersiz
- Sermayenin işletme sahipleri tarafından sağlanması
- Sermayenin sınırlı oluşu, finansal yetersizlik
- Bağımsız yönetim
- Yönetim tekniklerinin uygulanamaması veya yetersizliği
- Bağımsız mülkiyet
- Pazar payının ve etkinliğinin küçük olması
- Makine ve ekipman kullanım durumunun düşük olması
- İşletmenin pazarlık gücünün düşük olması

Bu kriterlerin sayısının daha da artırılabilmesine rağmen genelde ortak bir tanımlamaya gidildiğinde tek başına hiçbir kriter yeterli olmamaktadır. Birden fazla kriter kullanılarak yapılacak bir tanımlama ise çok karmaşık teknik sorunlara yol açmaktadır (Yücel, 2000:5).

1.4. KOBİ'lerin Dünya ve Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi

20. yüzyılın ilk yarısında işletmelerin giderek büyümeleri nedeniyle, KOBİ'lerin yaşamlarına devam edemeyecekleri düşüncesi gündeme gelmişti. Ancak günümüzde KOBİ'ler ortadan kalkmamış, aksine 1970'li yıllardan itibaren teknolojinin gelişmesi, kişi ve toplumlardaki bağımsızlık eğiliminin artması ve bilgi toplumuna geçiş gibi nedenlerden dolayı daha önemli hale gelmiş bulunmaktadır (Akgemici, 2001:16).

KOBİ'lerin öneminin gerek dünyada gerekse Avrupa da anlaşılması küreselleşmenin giderek hız kazandığı 1970 ve 1980'li yıllardır. Tüm dünyada 1970'li yıllara gelinceye kadar düşük seyreden işsizlik oranı 1973 petrol krizinden sonra giderek yükselmeye

başladı ve % 10 lara kadar ulaştı. Diğer taraftan tüm dünyada yaşanan küçülme, sanayi sektörü ile imalat sektörünün % 15'lere kadar küçülmesine yol açmıştır. Bu durum istihdam oranının aynı seviyede azaltılmasına neden oldu. Bundan dolayıdır ki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler büyük işletmelerin aksine krizden en az etkilenen ve ekonominin vazgeçilmez kuruluş ve teşebbüsleri olduklarını gösterdiler (Kaya, 2007:139).

KOBİ'ler ekonomik ve sosyal kalkınmaya yaptıkları olumlu katkıları, yeni istihdam alanları oluşturmada oynadıkları rolleri ve piyasa koşullarında meydana gelen değişimlere hızlı uyum sağlayabilen esnek bir üretim yapısına sahip olmaları nedeniyle hem ülkemiz ekonomisinde hem de dünya ekonomisinde çok önemli bir yere sahiptir (Gökalp, Ada ve Demirhan, 2006:118).

İmalat sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin %95'ini oluşturan KOBİ'ler aynı zamanda bu alandaki istihdamın ve yaratılan katma değerle sırasıyla %61,1 ve %27,3'üne sahip olmakla, Türkiye'nin sosyal ve ekonomik dokusunda önemli bir yere sahiptirler (Zengin, 2001:1).

Ekonomik ve teknik açıdan hızla değişen, dinamik bir çevre içinde bulunan işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri ve hedeflerine ulaşabilmeleri ancak kendilerinin de bir değişim içinde olmaları ile mümkündür. Özellikle küresel rekabetle birlikte ülke ekonomisindeki ve endüstrideki yeri ve önemi gün geçtikçe artmakta olan küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) bu değişimden büyük işletmelere göre daha fazla etkilenmektedirler. Türkiye ekonomisi içinde önemli bir yere sahip olan KOBİ'ler tüm işletmelerin %99,8'ini, istihdamın %76,7'sini oluşturmaktadır (Çalpınar ve Baç, 2007:445-458).

Dünya ekonomilerinde KOBİ'lerin ekonomik hayatta rekabetin oluşması ve sürdürülmesinde vazgeçilmez temel ekonomik birimler oldukları ve ekonomilerin kemikleşmelerini ve yok olmalarını engelleyerek, canlılık getirdikleri kabul edilmektedir. Ayrıca KOBİ'ler değişimleri, yenilikleri takip ederek, kısa zamanda değişikliklerin uygulanabilme esneklikleri olduğu için sanayileşmeyi hızlandırdıkları gözlenmektedir ve toplumun geniş kesimlerinin yeni yaratıcı fikirlerinin uygulanabilmesi ile de ekonomik gelişmelerin hız kazanması sağlanabilmektedir. KOBİ'ler istihdam yaratarak ve bölgesel kalkınmayı hızlandırarak, böylece küçük yerleşimlerden büyük kentlere göçü de engelledikleri düşünülmektedir.

KOBİ'ler gelişmekte olan ülkelerde ekonomik istikrar ve dışa açılma problemlerinin çözümünde ihracatla birlikte büyük döviz girişi sağlayabilirler. Avrupa Birliği ülkelerinde de KOBİ'ler, dinamik ve esnek karar alma yapıları ile yeniliklere ve

talepteki değişikliklere ve çeşitliliğe daha kolay uyum sağlayabilen, daha az yatırım maliyetleriyle istihdam yaratan ve ekonomik konjonktürden daha az etkilenen, istikrarlı ve sürdürülebilir bir büyümenin sağlanmasında temel unsur olarak görülmektedir. Dünyada, rekabette ve dinamizmde en önde olan ekonomiye sahip olmayı amaçlamış Avrupa Birliği'nde, KOBİ'lerin ekonomiye ve dolayısı ile makro ekonomik hedeflere ulaşımada sağladığı katkılar tüm üye ülkelerde benimsenmektedir (Bilici, 2008:386).

KOBİ'lerin faaliyette bulunan işletmelerin yaklaşık %99'unu oluşturduğu Avrupa Birliği (AB)'nde işletme politikası, KOBİ'lerin ihtiyaçlarını ve karşılaştıkları sorunları dikkate alarak, rekabet edebilirliklerini güçlendirecek şekilde yapılandırılmakta ve bu doğrultuda çeşitli mekanizmalar uygulamaya konulmaktadır (Özkan vd, 2003:10).

Avrupa Birliği ve üye ülkeleri KOBİ'lerle ilgili çeşitli düzenlemeler yapmış ve topluluk genelinde KOBİ'lerin desteklenmesi gerektiği ifade edilmiştir. Tüm dünyada KOBİ'leri önemli kılan değerlerden bazıları aşağıdaki gibi ifade edilebilir (Kaya, 2007:138);

1. Teknolojik yenilik ve gelişmelere kolay uyum sağlayabilme yetenekleri,
2. Mesleki ve teknik eğitim alanında okul işlevini üstlenmiş olmaları
3. Üretim faktörlerindeki mülkiyetin topluma yaygınlaştırılması işlevini üstlenmesi
4. Toplumsal yapıda sosyal denge unsuru olmaları

Avrupa Birliği ve üye ülkeleri KOBİ'ler hakkında yapmış oldukları bu çalışmalar neticesinde KOBİ'leri ülkelerin ticari ve endüstriyel yapılarının gerekli bir parçası olduğunu kabul etmiş ve ayrıca ekonominin dinamizmi ve canlılığının da kaynağı olarak değerlendirilmişlerdir.

Diğer yandan yalnızca kalkınmakta olan ülkeler değil, gelişmesini tamamlamış refah ülkeleri de KOBİ'leri ülkenin kalkınmasının temel taşları olarak görmektedirler. Buna bağlı olarak dünyanın pek çok ülkesinde KOBİ'lerin desteklenmesi ve geliştirilmesi gibi düzenlemeler temel hükümet politikaları arasında yer almaktadır. Mesela (Tutar ve Küçük, 2003:214);

Japonya'da KOBİ Ana Kanununun yanı sıra 29 adet kanuna bağlı 20 ana kuruluş ile 400 ü aşkın merkez, KOBİ'lerin ihtiyaç duyduğu uzun vadeli yatırım, ekipman, makine, teçhizat, ve işletme kredisine yönelik hizmetler sunmaktadır.

İngiltere’de ise sanayinin % 25 ini ve sanayi cirosunun %20 sini oluşturan KOBİ’lere özellikle pazara uyum konusunda danışmanlık yapılmakta ve buna karşı %50 si devlet tarafından sübvansede edilmektedir.

ABD de finansal destek, garantörlük fon katkıları, alt yapı desteği, danışmanlık, eğitim ve risk sermayesi gibi konularda KOBİ’lere destek sağlanmaktadır. Bu alanda faaliyet gösteren 10 yerel birim 111 adet bölgesel merkezle desteklenmiş ve 15 kanunla faaliyet göstermektedir.

Fransa ve İtalya’da da benzeri teşvik ve desteklerle KOBİ’ler büyük oranda desteklenmekte bir çok konuda Ar-Ge dahil olmak üzere sübvansiyonlar verilmektedir.

Ülkemizde ise 1980 yılında imalat sanayinde faaliyet gösteren toplam işletme sayısı 185.869 olarak belirlenmişti. 1994 yılında ise 198.265 e çıkmıştır. Artış 13.000 civarındadır. Bu artış incelendiğinde 1980-1994 dönemlerde kurulan işletmelerin neredeyse tamamı KOBİ’dir (Kaya, 2007:139).

Bugün küçük işletmelerin yatırım payları gelişmiş ülkelerde % 40 ı aşarken ülkemizde de % 27 ye ulaşmıştır. Küçük işletmelerin üretim paylarının Almanya, Fransa, İtalya ve Hindistan’da % 50 civarında, ABD ve Güney Kore’de % 35’lerde İngiltere’de %25 ülkemizde ise % 38’e varan rakamlarla gerçekleşmiştir. Ülkemizde istihdamın % 53’ü 100 den az işçi çalıştıran işletmeler tarafından karşılanmaktadır. Japonya’da bu oran % 54 İsviçre’de % 62’dir. AB’ye üye ülkelerde toplam işletmelerin hemen hemen tamamı KOBİ’ler olup toplam istihdamın % 61’i bu işletmeler tarafından karşılanmaktadır. AB’ye üye ülkelerde 100’den az çalışanı olan işletmelerin toplam işletmeler içindeki payı % 98’dir (Kaya, 2007:139).

Türkiye’nin dünya piyasalarıyla bütünleşmesi ve Avrupa Birliği’ne uyumu çerçevesinde dışa açık, rekabet gücü yüksek ve ihracata dönük bir sanayileşme anlayışının yerleştirilmesi gerekmektedir. Yeni sanayi anlayışının oluşturulmasında ise KOBİ’lerin önemi büyüktür. Bu çerçevede ekonomik gelişmeyi hızlandıran ve toplumun yaratıcı potansiyelini ortaya çıkaran KOBİ’lerin korunması, destek ve teşvik programlarının hazırlanması Türkiye’nin kalkınıp gelişmesi için bakımından büyük önem taşımaktadır (Uslu ve Şamiloğlu, 2002:241). Dünya Bankasının bir raporuna göre, küçük işletmelerde bir kişi istihdam etmek için büyük işletmelere göre 1/3 kadar az sermaye yatırımı gerekmektedir. Sermayenin kıt olduğu Türkiye açısından söz konusu durum, küçük işletmelerin önemini artıran bir başka faktördür (Tutar ve Küçük, 2003:209).

Küçük ve orta ölçekli işletmeler, her ülkede olduğu gibi, ülkemizde de önemli bir yere sahip olup, ülke ekonomisinin en dinamik kuruluşlarıdır. KOBİ'ler ekonomik gelişmenin ve sürdürülebilir kalkınmanın temel taşlarıdır. Ülkenin her tarafına dağılmış olduklarından milli gelirin dengeli bir şekilde dağılımında önemli role sahiptirler (Oraman, 2004:207-217).

Türkiye'de KOBİ'lerin geçmişi 13. yüzyılda kurulan Ahilik teşkilatına kadar uzanmaktadır. 1933 yılında esnaf ve küçük sanayicilerin kredi ihtiyaçlarını karşılamak için Halk bankası kurulmuştur. Türkiye'de 1963 yılından itibaren başlatılan planlı kalkınma dönemi kapsamında hazırlanan 5 yıllık kalkınma planlarında KOBİ'lere de yer verilmiş ve günümüze kadar gelinmiştir (Alptürk, 2008:21).

Türk ekonomisi açısından KOBİ'lerin önemini artıran faktörlerden biri küçük ve orta ölçekli işletmelerin kullandıkları girdilerin birçoğunu yurt içi kaynaklardan karşılamalarıdır. Bu durum ülke ekonomisinin dışa bağımlılığını belli bir oranda azaltmaktadır. Ülkemizdeki küçük ve orta ölçekli işletmelerin önemini aşağıdaki nedenlerle açıklayabiliriz (Kaya, 2007:134-135);

- Ülkemizdeki KOBİ'ler ülke çapında emek yoğun teknoloji ile çalıştıklarından ülke genelinde istihdamı artırmaya, işsizliği azaltmaya katkı sağlamaktadırlar.
- Ülkemizdeki KOBİ'ler bölgeler arası gelişmeyi ve büyümeye önemli katkı sağlarken dengesizlikleri azaltıcı etki yaparlar.
- Ülkemizdeki KOBİ'ler büyük sanayinin ihtiyaç duyacağı mallar konusunda destekleyici olma yanında, onların ihtiyaç duyacağı nitelikli elemanları yetiştirme konusunda da destek sağlarlar.
- Ülkemizdeki KOBİ'ler orta sınıfı desteklemek, gelir dağılımını dengelemek, toplumdaki sosyal çalkantıları azaltmak konusunda katkılar sağlarlar.
- Ülkemizdeki KOBİ'ler işçi-işveren ilişkilerini dengeleyerek sosyal dengenin, sosyal adalet ile sosyal barışın tesisine katkıda bulunurlar.
- Ülkemizdeki KOBİ'ler büyük işletmelerin başarılı olamadıkları alanlarda ve daha çok nüfus yoğunluğunun fazla olduğu alanlarda değil kırsal kesimde başarılı olurlar. Bu da o yörenin kalkınmasına katkı sağlayarak sosyal göçün önlenmesine de katkı sağlarlar.

- Ülkemizdeki KOBİ'ler ekonominin farklı pazarlarına hitap ederek farklı ihtiyaçları karşılarlar.
- Ülkemizdeki KOBİ'ler yeni fikirlerin ve buluşların kaynağı olup endüstride gereken esnekliğin de kaynağı olurlar.
- Ülkemizdeki KOBİ'ler çabuk karar verme olanaklarına sahip oldukları gibi, daha az yönetim ve işletme gideri kullanarak ucuza mal üretimi yaparlar.
- Ülkemizdeki KOBİ'ler ya ihracatçıya yan sanayi ürünü sağlayarak ihracatını kolaylaştırır ya da direkt kendileri ihracat yaparak ülkeye döviz girişi sağlarlar.
- Ülkemizdeki KOBİ'ler üretim ve sanayileşmenin ve ülke kalkınmasının bütün yurda yayılmasının etkin bir aracı konumundadırlar.
- Ülkemizdeki KOBİ'ler küçük birikimleri ve aile tasarruflarını doğrudan yatırıma dönüştürebilmeleri bakımından önemli bir işlevi yerine getirirler.

1.5. KOBİ'lerin Avantaj ve Dezavantajları

Dünya genelindeki ülkelerin ve özellikle de ülkemizin ekonomisinin temel taşlarını oluşturan KOBİ'lerin son yıllarda ekonomik ve sosyal açıdan sağlamış oldukları katma değer önemli oranda arttığı görülmektedir. Toplumun tüm kesimini kapsayan ve her yerleşim birimine yayılmış olan KOBİ'ler, gerek kendi içyapıları gerekse de dış çevreden kaynaklanan pek çok problemle iç içe yaşamaktadır. Ülke ekonomisindeki durgunluk, yüksek enflasyon, istikrarsızlık ve sık sık başvurulmuş ekonomik tedbirler KOBİ'lerde başarısızlığa ve performans düşüklüğüne sebep olabilmektedir. KOBİ'lerin bazıları bu sorunlarla baş edemeyerek piyasadan çekilmekte, bazıları da zor şartlara rağmen varlığını sürdürmeye çalışmaktadır. Bunun yanında, gelişmeleri ve değişimleri yakından izleyebilen KOBİ'ler, bir çok fırsatı iyi bir şekilde değerlendirerek önemli avantajlar elde ederek büyüyüp gelişmektedir (Okay, 2009: 13-15).

1.5.1. KOBİ'lerin Avantajları

Ulusal ekonominin önemli bir bölümüne KOBİ'lerin sahip olması tarihsel bir rastlantı değildir. Bu durum, ne büyük firmalar tarafından oluşturulan yardımsever politikalar, ne de devletin KOBİ'lere yardım programlarının sonucu oluşmuş bir olgu değildir. KOBİ'ler, birçok durumda büyük firmalardan daha fazla avantajlara sahiptirler. Şimdiki büyük firmaların birçoğu, dinamik lider tipleriyle iyi yönetilmesi sonucunda önceden birer KOBİ iken artık büyük bir firma haline gelmişlerdir.

Küçük bir işletmeye sahip olmak öncelikle büyük işletmelerle rekabet etmede girişimciye iki temel avantaj sağlayabilir. Bunlar; müşteri ve işletme personeli ile daha yakın ilişkiler içerisine girebilmek ve pazarlama, üretim ve hizmet konularında büyük işletmelere göre daha esnek olabilmektedir. KOBİ girişimcileri, faaliyette buldukları yerel pazarı daha iyi tanıyan, pazarın özelliklerini ve gereksinimlerini daha iyi görebilen, pazardaki alıcı ve satıcılarla daha yakın ilişkiler içerisinde olabilen kişilerdir. Özellikle, müşteriyle olan yakın ilişkileri, bu işletmelere büyük işletmelerin sahip olamayacakları bir üstünlük sağlamaktadır. Pazarı yakından takip edebilen, müşterilerin ihtiyaçlarını daha iyi bilen ve personeliyle daha yakın ilişkiler kurabilen KOBİ'ler, üretim, pazarlama ve hizmet konularında büyüklerden daha fazla bir esnekliğe sahiptirler. Bu esneklik, dış çevrede meydana gelebilecek değişikliklere yerinde ve zamanında uyum sağlayabilme olanağı tanıdığından, KOBİ'ler birçok olumsuzluğu daha az bir zararla geçiştirebilmektedirler (Çelik ve Akgemici, 1998:125). Şirketler, rekabet güçlerini korumak için, bir parçası oldukları pazardan ve toplumdaki taleplere uyum sağlayabilecek durumda olmak zorundadır. Çoğu küçük ve orta boy işletme (KOBİ), esnek ve kişisel bir yapıda olmaları sayesinde, bu değişimlere derhal cevap verebiliyor, çünkü pazardaki fırsatlardan birçok büyük şirkete göre daha kolay haberdar oluyor ve yararlanabiliyor (AB Komisyonu Genel Direktörlüğü, 2005:3).

İşletmelerin özellikle büyük işletmeler karşısındaki kuvvetli yönlerini ve sonuçta ülke ekonomisi için önemli üstünlüklerini kısaca (Eğre, 2000: 15);

- Tüketici tercihlerine daha esnek bir yaklaşımda olunması,
- Yeniliklere daha yatkın ve yakın olması,
- Teknik yeniliklerde daha fazla verimli olunması,
- Küçük işletmelerde çalışanlarla daha yakın ilişkide olunması,
- Üretimdeki boşlukların hızla doldurulması,
- Daha az bürokrasi ve kurmay olması,
- Ferdi tasarrufların teşvik edilmesi,
- Daha yüksek oranda istihdama katkıda bulunması,
- Rekabetin teşvik edilmesi ve
- Bölgeler arası dengeli büyümeye katkıda bulunması şeklinde sıralamak mümkündür.

1.5.2. KOBİ'lerin Dezavantajları

KOBİ'lerin yukarıda saydığımız avantajlarının yanında kendi bünyelerinden kaynaklanan yapısal nitelikte bazı sakıncaları da bulunmaktadır. Sermayeleri yeterli olmadığından çoğu zaman optimum büyüklükte kurulamazlar ve bunun sonucu olarak optimum büyüklüğün avantajlarından yararlanamazlar. Aynı zamanda ürettikleri mala karşı talebin yoğun olduğu dönemlerde müşterilerin isteklerini zamanında karşılayamadıklarından müşterilerini kaybetme riski vardır. Bunun yanında olumsuz rekabet, pazarlamaya ilişkin sorunlar, finansal planlama eksikliği, işyeri veya yerleşim alanının küçüklüğü, mevzuat ve bürokraside bulunan bir takım şartların sağlanamaması gibi nedenleri KOBİ'lerin dezavantajları olarak sıralayabiliriz (Uzel, 2001:7).

Ölçek ekonomileri kavramına ilişkin yukarıda yer verilen genel değerlendirme sonrasında KOBİ'lerin rakipleri olan büyük ölçekli işletmelere göre sahip oldukları dezavantajlar, sektörel farklılıklar hariç olmak üzere, aşağıdaki şekilde özetlenebilir (Tomur, 2004: 20).

- KOBİ'ler çoğunlukla kısa vadeli banka kredileri kullandıkları ve sermaye piyasası araçlarından etkin bir biçimde yararlanamadıkları için büyük ölçekli işletmelere göre sınırlı sermayeye sahiptir Türkiye'de KOBİ'ler sermaye piyasası araçlarından yeterince yararlanamamakta, bu durum sadece menkul kıymet ihracı ile sınırlı kalmayıp, risk sermayesi ve finansal kiralama gibi mali enstrümanların da yeterince kullanılmaması ile ortaya çıkmaktadır.
- KOBİ'ler vasıflı çalışan istihdamında güçlük yaşamaktadır.
- KOBİ'lerin üretim artışına paralel olarak maliyet düşürücü kazanımlar elde etme olanakları sınırlıdır.
- KOBİ'lerin üretim ve satış risklerini dağıtmaları ve/veya telafi edici fiyatlama politikaları uygulamaları, genelde tek bir ilgili ürün pazarında faaliyet göstermeleri sebebiyle sınırlıdır.
- KOBİ'lerin hammadde ve ara malı temininde büyük ölçekli işletmelere göre dezavantajları bulunmaktadır.
- KOBİ'ler reklam, satış sonrası hizmetler, kredili satışlar v.b. pazarlama araçlarından yeterince yararlanamamaktadır. Bu durum özellikle ihracat pazarlamasında belirgindir

- Küçük işletmeler, pek çok işi iyi bir şekilde yapabilirler ama uzmanlaşmış bir faaliyet göstermesi oldukça zordur.
- Üretim ve satış miktarları düşük olan firmalar, büyüklüğün sağlayacağı maliyet düşmelerinden faydalanamadıkları için yüksek maliyetlerle çalışmak durumunda kalmaktadırlar.
- Modern yönetim, işletmecilik ilke ve gelişmeleri tam anlamıyla tatbik edilmediği için faaliyet alanı oldukça sınırlı kalmakta ve gelişmeleri yavaş olmaktadır.
- Pazar araştırmaları yapma ve yaptırma imkânlarından yoksundurlar. Bunların masraflarına da katlanamazlar.
- Bir tek kişi veya çok az sayıda kişinin oluşturduğu işletmelerdir. Onun için sermaye yönünden zayıftırlar. Küçük bir finansal sorunda işletmenin devamlılığı tehlikeye girebilir.

İşletme sahipliği ile yöneticilik aynı kişide olduğu için yönetimde keyfilik ve kişisellik hakim olur.

Yukarıda yer verilen tüm bu temel dezavantajlar sebebiyle KOBİ'ler için pazardaki büyük rakip firmaların rekabeti, uluslararası rekabetten daha zorlayıcı olabilmektedir (Tomur, 2004: 21).

Netice olarak KOBİ'lerin sorunlarının çözümü için, ekonomide büyük işletmeler yanında küçük işletmelerin önemleri daha iyi kavranarak, uygulamada var olan küçük işletmeler aleyhine tüm tatbikatlara son verilerek büyük ve küçük işletmelere rekabet şartlarında aynı şanslar verilmelidir (Karataş, 1991: 27).

1.6. KOBİ'lerin Genel Sorunları

Dünya'da ve Türkiye'de KOBİ'ler ekonomik hayatta sağladıkları avantajlarına karşılık önemli sorunlarla da karşı karşıya kalmaktadırlar. Ekonomideki işletme sayıları arasındaki yüzdelerinin çokluğu nedeniyle bu sorunları bilmek ve bu işletmelerin karşılaşılabilecekleri sorunlarının çözümüne yardımcı olmak için çok önemlidir.

KOBİ'ler günümüzde çeşitli sorunlarla karşı karşıyadır. Bu sorunların bir kısmı, KOBİ'lerin görece olarak küçük olması gibi işletmenin kendi yapısından kaynaklanmakta, diğer bir kısmı ise işletme dışı faktörler olarak nitelendirilebileceğimiz ve sürekli değişmekte olan ekonomik ve siyasi yapıdan kaynaklanmaktadır (Türkoğlu, 2002:277-300).

İşletmelerin karşılaştıkları bu sorunları; finansal kaynak yetersizliği, yeterli kalifiye eleman temin edilememesi ve hizmet içi eğitimin eksikliği nedeniyle yaşanan problemler, mali olanaklar nedeniyle yeni teknolojilerden yararlanılamaması, üretimle ilgili hammadde ve malzeme temininde yaşanan güçlükler ve pazarlama, Ar-ge, kapasite kullanımları, teşvikler, kredi temininde yaşanan zorluklar şeklinde sıralayabiliriz (Bilici, 2008: 387).

1.6.1. Finansman Sorunu

KOBİ'ler için Dünya'da olduğu gibi Türkiye'de de birçok teşvik sistemi yürürlükte olmasına rağmen KOBİ'lerin halen karşı karşıya oldukları birçok sorun bulunmaktadır. Bu sorunlardan en önemlileri finansman ile ilgili sorunlardır. Kredi kullanımı, KOBİ'lerin finansal problemleri çözümlemede en sık kullandıkları yol iken, diğer bir yol da sermaye piyasalarından fon sağlamaktır (Güler ve Taner, 2008:519-540).

Finansman sorunu bugün KOBİ'lerin yüz yüze oldukları en temel sorunların başında gelmektedir. Bankalar yıllar boyunca KOBİ'lere mesafeli yaklaşmış onlara kredi verme veya finansman sağlama konusunda çekimser davranmışlardır. Bu durum ülkemizdeki KOBİ'lerin mevcut yapısıyla da yakından alakalıdır (Çanata, 201:3).

Türk KOBİ'lerinin %50'si finansman sorununu, uzun vadede gelişmeyi en çok etkileyen kısıtlama olarak göstermektedirler. Bu oran, AB ortalamasının (%20) yine iki katından fazladır. Finansmanı alternatifini kredi alma ve sermayeye artırıma olarak ikiye ayırdığımızda tablo şöyledir: Krediye ulaşma zorluğu Türk KOBİ'lerinin % 28'i tarafından öne sürülürken, bu oran AB ortalamasında sadece %8'dir. Sermaye şeklindeki finansman araçlarına ulaşma zorluğu Türk KOBİ'leri için %23, AB ortalamasında % 12'dir. Finansman maliyeti yüksekliğinin Türk KOBİ'lerine olumsuz etkisi %48 iken, AB ortalamasında bu oran % 16'yı geçmemektedir. Bu durum özellikle yeni kurulan KOBİ'leri daha olumsuz yönde etkilemektedir. Bilindiği gibi, yeni kurulan işletmelerin çoğu KOBİ niteliğindedir. Yeni işletmelerin yapıları gereği yeniliğe yatkın olmasının KOBİ olmakla yakından ilişkisi bulunmaktadır. Ancak bu işletmelerin çoğu uzun süre hayatta kalamamakta ve KOBİ'lerin yaklaşık % 20'si kurulduktan itibaren bir yıl içinde kapanmakta, daha fazlası da ikinci yıllarında pazarı terk etmektedirler. Bu olumsuz tablo yeni girişimlerin ülkemizde yeterince filizlenememesini gayet güzel bir şekilde açıklamaktadır (Aktaş, 2005: 2).

Yapılan çeşitli çalışmalar ve araştırmalar incelendiğinde KOBİ'lerin finansman sorunları temel olarak şu şekilde sıralanabilir (İraz, 2010:234);

- Yetersiz işletme sermayesi
- Yetersiz öz sermaye
- Kredi sağlamada karşılaşılan zorluklar
- Kredi maliyetlerinin yüksekliği
- Tahsilâtlarda etkinliğin sağlanamaması
- Teşviklerden yararlanamama
- Ekonomi politikalarının ve enflasyonun işletmeler üzerindeki etkisi
- Sermaye piyasalarından yararlanma olanaklarının kısıtlı olması

KOBİ'lerin sözü edilen mevcut sorunlarının temel olarak iki nedeni vardır. Bunlardan birincisi, çeşitli nedenlerle yeterli düzeyde fon sağlanamaması ve ikincisi, fon maliyetinin KOBİ'lere getirdiği yük yani kaynak maliyetidir (İraz, 2010:234).

1.6.2. Örgütlenme ve Yönetim Sorunları

KOBİ'lerin en önemli zaaflarından biri yönetim yetersizliğidir. Genellikle iki tür yönetim yeteneğinden bahsedilir. Birinci olarak işletme kurmak için girişim ruhu ve yönetim yeteneği, ikincisi ise işletmeyi idare etmek için yönetme yeteneğine sahip olmaktır (Kaya, 2007:146). KOBİ'lerin kurumsallaşamamalarının yarattığı en temel sorun, yönetim sorunudur. Planlama, karar alma, iletişim, örgüt hiyerarşisi, insan kaynaklar, organizasyon ve sistematik yapı ile ilgili sorunlar aslında profesyonel bir yönetim anlayışının ve sisteminin olmamasından kaynaklanmaktadır. KOBİ'lerde yönetim sorunları şu şekilde sıralanabilir (Aksoy ve Çabuk, 2007: 44-45);

- Plansızlık
- Profesyonelleşememek
- İletişim sorunları
- Organizasyon şemasının olmaması, yapılanma sorunu
- Dokümanite edilmiş görev tanımlarının olmaması, sorumluluk ve yetki dağılımlarının planlı düzenlemelerle yapılmaması.
- Uzmanlığa ve deneyime göre bilimsel temelli bir görevlendirme yapılmaması, her adamın her işi yapabildiğinin varsayıldığı bir çalışma ortamı
- Aile üyeleri arasındaki iletişim sorunları
- İnsan kaynaklarına yeterli önemin verilmemesi

- Çalışanlar ile aile bireyleri arasındaki ilişkilerin profesyonel düzeyde olmaması, ilişkilerin kurumsal bir kimlik kazanamaması
- Karar süreçlerinde örgüt hiyerarşik yapısının göz ardı edilerek, aile içi hiyerarşik yapının işlenmesi
- Yüksek iş gücü devri
- Şirket sahibinin / kurucusunun şirketin bütününe ilgilendiren kararları tek başına alması
- Yakın denetime ağırlık verilmesi, kontrollerin sistematik değil bireysel yapılması
- Çıkar çatışmaları
- İş akışını düzenleyen dokümantasyonun olmaması
- Eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin yetersiz olması
- Eski alışkanlıklara bağlılık: çekirdekten yetişme bireylere öncelik vermek, uygun bulunduğu aile bireyleri ya da yakın çevresini, yeterlilik ve yetkinliklerini değerlendirmeden işe almak
- Harcama kontrollerinde aile bireylerinin harcamalarının dikkate alınmaması
- Olağan dışı durumlarda aile bireylerinin profesyonel yöneticiyi/yöneticileri dışlayarak karar almaları
- Çatışmaların yönetilememesi
- Aile içi ilişkilerle şirket içi ilişkilerin karışması

İşletme ölçeğine göre farklılık taşısa da, genel anlamada bir çok KOBİ'nin, zaman yönetimi, plansızlık, performans değerlendirme, bilgi işlem sistemlerinden yeterince yararlanamaması ve düzeltici eylemlerin yöneticilerin inisiyatifine bırakılması gibi denetim sorunları yaşayabilmektedirler (Kocabıyık ve Altunay, 2008:746).

1.6.3. Üretim Sorunları

Teknolojik yetersizlik, üretim kapasitesi yetersizliği, pazar araştırması yapılmaması, Araştırma-Geliştirme (AR-GE) faaliyetlerinin eksikliği, kapasite belirlenmesindeki yanlışlıklar, hammadde, işletme malzemesi vb tedarikindeki sorunlar, uluslararası kalite normlarında ürün üretememe, fason üretim planında karşılaşılan sorunlar ve stoklama sorunlarıdır (Çatal, 2008: 334).

1.6.4. Yatırıma İlişkin Sorunlar

KOBİ'ler, çoğunlukla yapacakları yatırımlar için, fiyat, hammadde, kullanılan teknoloji gibi konularda yeterli bilgiye sahip bulunmamaktadırlar. Bunun doğal sonucu olarak işletmeler genellikle yapacak oldukları yatırımları fizibilite ve piyasa araştırması gibi gerekli ön çalışmalardan uzak gerçekleştirmektedirler. Ayrıca bu işletmeler çoğunlukla düşük sermaye ile kurulmaları nedeniyle teknoloji ağırlıklı üretime yatırım yapamadıklarından emek yoğun üretim teknikleri kullanmaktadırlar (Öztürk, 2007:38).

1.6.5. Pazarlama Sorunları

KOBİ kavramı 1-2 kişinin çalıştığı mikro işletmelerden, 250 kişinin çalıştığı, kurumsallaşmış orta ölçekli şirketlerin hepsini bir arada genelleleyen bir kavramdır. Hepsi için aynı olmasa da, KOBİ'lerin pazarlama işlevine ilişkin özellikleri şu şekilde özetlenebilir: KOBİ'lerde pazarlama konusunda uzman kişilerin çalıştığı ayrı bir pazarlama bölümü genellikle yoktur. Özellikle küçük KOBİ'lerde pazarlama araçlarından yeterince yararlanılamamaktadır. Pek çoğunda pazarlama araştırmalarından faydalanılamamaktadır. Genel olarak ihracat yetenekleri kısıtlıdır, ihracat pazarlarına girmelerini sağlayacak eleman ve dış pazar deneyimleri yoktur. Ürünlerin pazarlanmasında pahalı ve karmaşık satış kanalları kullanamazlar ve bu nedenlerle daha çok yerel pazarlara hitap etmektedirler (Gelibolu, 2009:154). Bütün bu sorunlara ilaveten pazarlama kanalında dağıtım maliyetlerinin yüksekliği, kar marjının pazarlama kanalında yitirilmesi, tanıtım yetersizlikleri, kalite güvencelerinden yoksunluk veya yararlanamama, yurt dışı tanıtımındaki ve yeni pazarlama tekniklerinin kullanılmasında KOBİ'lerin kaynak yetersizlikleri nedeniyle yaşabilecekleri güçlükler sorunlar arasında sayılabilirler (Açıkgöz, 2006:20). Son olarak KOBİ'lerin genellikle pazar payları küçüktür, müşterilerin özel isteklerine daha hızla cevap verebilmelerine rağmen, ölçek ekonomisinden yararlanamamaktadırlar ve bu nedenle fiyat rekabeti yapamamaktadırlar (Gelibolu, 2009:154).

1.6.6. Ar-ge ve Teknolojik Yapıya İlişkin Sorunlar

Büyük Ölçekli İşletmeler, genelde bütün faaliyetlerini ekonomik açıdan inceleyebilmekte, analiz edip yorumlayabilmekte ve bu yolla bir takım ekonomik sonuçlar ortaya koyabilmektedir. Farklı bir deyişle Büyük İşletmeler, yeni mal ve üretim süreçlerinin ortaya çıkarılmasına yönelik sistemli çalışmalar yapabilmektedirler. Ne var ki, bu fırsatlar KOBİ'ler açısından kısıtlıdır. Gelişen endüstriyel yapılanmalar, küresel rekabet, değişen tüketici zevk ve alışkanlıkları vb. gelişmelerin KOBİ'ler açısından izlenebilmesi birçok zorluk ortaya çıkarmaktadır.

KOBİ'lerin sadece bir kısmının Ar-ge faaliyetlerine yönelip; ilgili verilere ulaşabilmeleri, bilgileri anlamlı hale getirebilmeleri, teknolojik yenilikleri izleyebilmeleri, temel ve uygulamalı araştırma yapabilmeleri ve nihayet geliştirme faaliyetlerinde bulunabilmeleri olasıdır. Özellikle küçük işletmeler pazara ilişkin nedenler, toplumsal nedenler ve örgütsel nedenlerle Ar-ge bölümü kurmayı düşünseler bile buna ilişkin program ve bütçe oluşturamayabilmektedirler (Çelik ve Akgemici, 1998:139).

Küçük işletmelerin Ar-ge yapmakta güçlük çekmeleri ve sermayelerinin yetersiz olması, küresel üretim zinciriyle gerektiği gibi bütünleşmelerini ve konumlarını yükseltmelerini imkansız hale getirmektedir. Çünkü küresel üretim, bu işletmeleri ürün geliştirmeye katkıda bulunmaya ve kendi üretim ağlarını oluşturmaya zorlamaktadır. Bunları sermaye ve uygun finansal destek yokluğunda gerçekleştirmeleri mümkün değildir (Aykaç, Parlak ve Özdemir, 2009:96).

1.6.7. Rekabet sorunu

Rekabet bakımından da KOBİ'ler çeşitli sorunlar yaşamaktadır. Alıcılarda kaliteli mal bilinci fazla yerleşmediğinden, özellikle fiyat düzeyi asli rekabet unsuru olarak ortaya çıkmaktadır. Kalitesiz üretilen malların ucuza mal olması nedeniyle, fiyat rekabeti, alıcının kalite konusunda bilinçsiz olmasından dolayı da haksız rekabet doğmaktadır. Mallarda kalite belgesi aranması, servis garantisinin artırılması ve tüketicinin bilinçlendirilmesi ile kaliteli üretim ortaya çıkacak ve haksız rekabet büyük ölçüde önlenmiş olacaktır (Küçük, 2001:278). Haksız rekabetin önlenmesinin yanında KOBİ'lerin rekabet gücünün artırılması ve sürdürülebilirliği için, girişimcilerin önündeki bürokratik engellerinde kaldırılması son derece önemlidir (Uzunoğlu, Apak ve Açıkgöz, 2005: 10).

1.7. KOBİ'lerin Özellikleri

KOBİ'leri tanımlama konusunda bir fikir birliği bulunmamasına karşın, genel özellikleri konusunda yeterli açıklık bulunmaktadır. Bu işletmelerde sahiplik ve yöneticilik aynı kişide birleştiği için bu işletmelerin özellikleri genel olarak sahiplerinin özellikleri ile özdeşleştirilir. Bağımsız bir biçimde küçük işletme kurarak başarıyla yöneten küçük işletme sahiplerinin özellikleri konusunda ABD'de yapılan araştırmaların sonuçlarına göre küçük işletme sahipleri genel olarak aşağıdaki özellikleri taşımaktadırlar (Sarıaslan, 1996:8);

- Bağımsız çalışmayı arzu etmektedirler.
- Kuvvetli bir girişim hissine sahiptirler.
- Kişisel ve ailevi nedenlerle motive edilmişlerdir.
- Çabuk ve somut sonuçlar beklemektedirler.
- Çok çabuk karşılık verme (reaksiyoner) yeteneklerine sahiptirler.
- Kendilerini işlerine adanmışlardır.
- Planlı olduğu kadar şans eseri olarak da işe girişmişlerdir.

KOBİ sahiplerinin bağımsız çalışma arzularının temelinde, kendi işlerini kendilerinin yapması ve kendi kararlarını kendilerinin vermesi yatmaktadır. Bu arzu doğrultusunda iş kurarlarken iyi bir iş yapma, güçlülerle direnme, tüm yeteneklerini ortaya koyma ve geçimlerini garantiye alma güdülerini başarı yönelimli bir eğilim içinde bulunurlar. Dolayısıyla bağımsız olarak ayakta kalabilmek için işlerine büyük bir ilgi ile bağlanırlar ve fikirleri ile yeteneklerini sonuna kadar kullanmaya çalışırlar. Bu tür bir başarı motivasyonunu büyük işletmelerde bulmak pek yaygın bir durum değildir. Büyük işletme yöneticileri daha çok güç ve itibar sağlamaya yönelik bir eğilim içindedirler (Özkan vd, 2003:8).

1.8. KOBİ'lerin Güçlü ve Zayıf Yönleri

Günümüzde ülke ekonomileri için hayati bir öneme sahip olan KOBİ'ler, büyük işletmelerin çekirdeğini oluşturarak ekonomilere dinamizm kazandıran ve ülke ekonomilerinin ölçütü olan işletmelerdir. Aynı zamanda büyük işletmelerin kullandıkları mamul ve yarı mamul girdilerini üreterek, onların girişimlerini tamamlamaktadır. Bu sayede ekonomide bir yan sanayi oluşturarak büyük işletmelerle işbölümü ve işbirliği yaparak ortak bir yaşam sürmektedirler. Ekonomilere bu katkılarından dolayı da ekonomilerin vazgeçilmez bir unsuru hatta dinamosu olarak görülmektedirler (Akgözlü, 2008:7). Ekonomi için vazgeçilmez bir unsur olan KOBİ'lerin büyük işletmelerle kıyaslandığında güçlü ve zayıf yönleri bulunmaktadır. Güçlü yönleri KOBİ'leri büyük işletmelere göre avantajlı hale getirirken, zayıf yönleri KOBİ'ler için olumsuz bir takım sonuçlar doğurabilmektedir.

1.8.1. KOBİ'lerin Güçlü Yönleri

KOBİ'lerin ekonomilere katkıları sadece belli kriterler bazında sınıflandırmada çoğunluğu oluşturmaları değildir. KOBİ'lerin önemini kavrayabilmek için, global ölçekte, ekonomilere katkıları ve güçlü yönlerini ele almak gereklidir (Aksoy ve Çabuk, 2007: 42).

- İstihdamın olumlu bir unsuru olup işsizlik sorununa çözümde önemli bir rol oynarlar.
- Bölgesel kalkınmaya katkı sağlarlar.
- KOBİ'lerde modern üretim tekniklerinin daha fazla benimsenmesi konusunda sürekli artan bir istek vardır. KOBİ'lerde bilinç oluşmaya başlamıştır.
- Yenilik, atılım ve girişimcilik için istek duymaktadırlar.
- Ekonomik konjonktürdeki değişikliklere kolay uyum sağlayabilmektedirler.
- Dinamik yapısıyla KOBİ'ler ekonomi için dinamizm kaynağıdır.
- Girişimcilik yönü kapasitesi yüksek olması nedeniyle uluslar arası rekabet koşullarına uyumda azimli ve isteklidirler (Aktaş, 2005:11).

1.8.2. KOBİ'lerin Zayıf Yönleri

KOBİ'lerin yukarıda sıraladığımız güçlü yönleri KOBİ'leri ekonomik hayatın vazgeçilmez bir parçası haline getirmekle birlikte işletmelerin kendi yapılarından kaynaklanan bazı zayıf yönleri de bulunmaktadır. Bu yetersizlikleri aşağıdaki gibi sıralayabiliriz (Yörük ve Ban, 2003: 20-21);

- Olumsuz rekabet,
- Genel yönetim yetersizliği,
- Özellikle stratejik kararların işletme sahip veya ortaklarınca alınıp, orta ve alt düzey görevlilerin tam katılımının sağlanamaması,
- İşletme bünyesinde, mali danışman veya uzman istihdam edilmemesi,
- Uzman bir finansman ekibi veya departmanının olmaması,
- Sermaye yetersizliği,
- Finansal planlama yetersizliği,
- Banka ve diğer finansal kurumlardan yeterli destek alamamak,
- Sermaye piyasalarından yeterince yararlanılamaması,
- Ürün geliştirme eksikliği,
- Üretim ve satış arasındaki koordinasyon eksikliği,
- Modern pazarlama etkinliklerini yapamama,

- İşletmelerin küçük veya orta ölçekli olması sonucu ihale vb. etkinliklere katılamamak,
- İşyerinin ve yerleşim alanının küçüklüğü,
- Bağımsızlığını kaybetme ve iflas riski,
- Nitelikli eleman sağlayamamak,
- Mevzuat ve bürokrasi

1.9. KOBİ'lerin Ekonomik ve Bölgesel Kalkınmadaki Rolü

KOBİ'lerin mikro ve makro bazda sağlamış olduğu belli başlı faydaları şu şekilde sıralamak mümkündür (Civan ve Tekinkuş, 2002:7);

- Farklı gelir grupları içerisinde denge unsuru olarak görev yaparlar. Bu denge hem sosyal açıdan hem de ekonomik açıdan önem taşımaktadır.
- Bu işletmeler yeni fikir ve buluşların kaynağı olup, endüstride gereken esnekliğin ve yeniliğin sağlanmasına katkı sağlarlar.
- Bu işletmelerde işçi-işveren ilişkilerinin daha yakın ve olumlu bir ortamda geliştiği görülmektedir. Bu durum da sosyal politikaların bu kesimde ortaya çıkmasını önlemektedir.
- Küçük birikimlerin doğrudan yatırıma aktarılmasında bu işletmeler önemli rol almaktadır.
- Uzun dönemde büyük endüstri işletmelerinin girdilerinin ve ara mallarının üreticisi konumuna gelerek onların gelişimini tamamlayıp, ekonomide yan sanayi oluşturabilmektedirler.
- Emek yoğun teknoloji ile faaliyette bulunmaları ve etkili kaynak kullanım özelliğine sahip olmaları nedeni ile istihdam oluşturarak işsizliğin azalmasına katkı sağlarlar.
- Üretim ve sanayileşmenin yurt geneline yayılmasında etkin bir araç olarak fonksiyon görürler.
- Özel beceri ve teknik gerektirmeyen bazı malları üreterek ihtiyaçların karşılanmasını sağlarlar.
- Daha çabuk karar verme olanaklarına sahip olduklarından ve daha az faaliyet giderleri ile çalıştıklarından hızlı ve ucuz üretimde bulunabilmektedirler.

Bölgesel kalkınma, bir bölgedeki gelir artışlarına ilaveten sosyo-ekonomik yapının da değiştirilmesi olarak tanımlanabilir (Uzay, 2005:19). Her ülkenin bünyesindeki

bölgeler, iktisadi ve sosyal kalkınma seviyeleri bakımından farklılıklar göstermektedir. Bölgesel dengesizlik yoğunluğu, az gelişmiş ülkelerde gelişmiş ülkelere göre daha fazladır (Dinler, 1973: 562).

Gelişmekte olan ekonomilerde liberalizasyon sürecinde atılan adımlarla ortaya çıkan değişiklikler, piyasa ve rekabet kavramlarının içi doldurulmadığı takdirde "en iyi" dünyayı yakalamak için yeterli olmadığını göstermiştir. Gerçek dünyada rekabet bir dizi piyasa başarısızlığı nedeniyle öngörülen iktisadi işlevini yerine getirememekte ve 1990'lı yıllarda dünya ekonomilerinde gözlemlenen değişimler, devletin ekonomideki rolü ve ekonomiye müdahale biçiminin yeniden sorgulanmasına neden olmaktadır. Piyasa ekonomisine geçiş sürecinde rekabet için gerekli olan kurumsal ve yasal çerçevenin oluşturulması dahi devletin iktisadi yaşama müdahalesini gerektirmektedir. Burada önemli olan nokta devletin ekonomiye müdahalesinin biçimi olmaktadır. Devlet müdahalesini zorlayan nedenlerden birisi gelişmiş veya gelişmekte olan tüm ekonomilerde ortak yaşanan bir sorun olan bölgelerarası kalkınmışlık farklarıdır (Pınar ve Arıkan, 2003: 94).

Sanayileşme süreciyle birlikte, ekonomik kalkınma sürecine giren ülkelerin, genellikle üretim kapasitesinin bölgeler arasındaki dağılımını, farklı bir ifadeyle yatırımların hangi sektörler ve hangi bölgelere yapılacağını piyasa güçlerine bıraktıkları görülmektedir. Fakat son dönemlerde bölgeler arasındaki aşırı gelişmişlik farklılığı ve bunun ortaya çıkardığı sosyo-ekonomik sorunlar, piyasa mekanizmasının tek başına üretim kapasitesinin bölgeler arasındaki dağılımının düzenlenmesinde yetersiz olduğunu ortaya koymuştur (İldırar, 2004:13).

Her ülkenin bünyesindeki bölgeler, gerek gelir dağılımı gerekse de sanayileşme ve diğer ekonomik ve sosyal kalkınma düzeyleri bakımından farklılıklar göstermektedir. Bu durumda, bölgeler arası kalkınmışlık düzeyinin belirlenmesi ve az gelişmiş bölgelerin sorunlarının ve potansiyellerinin tespit edilerek bölgesel kalkınma politikaları ile bu bölgelere müdahale ve yardım yapılarak farklılıkların giderilmesi amaç edinilmiştir (Saraç, 2006:33).

KOBİ'ler ekonomik yaşamda önemli işlevler ifa ettikleri gibi sosyal yaşamda da önemli bir işlev üstlenmektedirler. KOBİ'lerin sosyal yaşama en önemli katkılarından biri ülkedeki bölgeler arasındaki kalkınmışlık farklılıklarını azaltarak bölgesel kalkınmayı hızlandırmaktır.

KOBİ'ler Türkiye'de geniş bir alana yayılmaları sebebiyle bölgesel gelişmişlik farklarının giderilmesinde, mülkiyetin geniş alanlara yayılmasında ve istihdam imkânlarının oluşturulmasında oldukça önemlidirler. Zira KOBİ'ler yapıları gereği

ülkenin bütün coğrafi alanlarına dağılmışlardır. Büyük işletmeler ise genellikle ticaretin en canlı ve yoğun yaşandığı büyük şehirlerde toplanmışlardır. KOBİ'lerin ülkenin tüm alanlarına dağılması ile ekonomik faaliyetlerin bölgeler arasında dengeli dağılımına katkıda bulunmakla birlikte, emek-yoğun olduklarından bölgesel istihdam imkânlarını genişleterek küçük şehirlerde ve kırsaldaki insanların iş bulma sebebi ile büyük şehirlere göçlerini engelleyerek bölgenin kendi potansiyeli içinde kalkınmasını sağlarlar (Çatal, 2008: 345).

1970'lerde KOBİ'lerin kalkınma ekonomisi açısından önemi keşfedildikten sonra kalkınma sürecindeki yerleri tartışma konusu olagelmıştır. Bunun sebebi KOBİ'lerin ekonomik ve toplumsal kalkınma süreci içerisinde çok çeşitli ve kapsamlı roller üstlenmesidir. Özellikle 1973 petrol krizi ile ABD ve Batı Avrupa ülkelerinin yaşadığı ekonomik durgunluk sonucu, büyük işletmelerin iş hacimlerinin daralması ve işsizliğin artması, buna karşılık küçük işletmelerin esnek yapılarından dolayı o dönemdeki ekonomik koşullara kendilerini çabuk adapte ederek krizi atlattı ve başarıları ve istihdamda bir azalma yerine büyük işletmelerin de açığını kapatmaları dikkatleri KOBİ'lere yöneltmiştir.

KOBİ'lerin ekonomik ve toplumsal kalkınmada oynadıkları rol, ülkelerin kültürel yapılarına göre farklılık göstermektedir. Örneğin ABD'de de KOBİ'ler serbest piyasa ekonomisinin vazgeçilmez bir unsuru ve ekonomik dinamizmin temel güçleri olarak görülmektedir. Bu yüzden ABD'de de KOBİ'lere verilen Sosyo-politik ve ekonomik destek önceden olduğu gibi şimdi de önemini azaltmadan sürdürmektedir. Japonya'da bu tür işletmelere bakış açısı biraz daha farklıdır. Bu ülkede KOBİ'ler, büyük işletmelere maliyeti düşük, kalitesi yüksek ve yenilik taşıyan parçalar olarak görülmekte ve büyük işletmelerle yakın ilişkiler kuran yapıları sayesinde Japonya'nın büyük işletmelerine göre Avrupa ve Amerika'daki işletmelerle daha kolay uyum sağladıkları düşüncesiyle ön plandadırlar. Avrupa ülkelerinde de genel kanaat KOBİ'leri destekler niteliktedir (Türkoğlu, 2002:288).

İşletme ölçeği ile ekonomik kalkınma süreci arasındaki ilişki incelendiğinde, beş aşamalı bir kalkınma sürecinden söz etmek mümkündür (Çatal, 2008: 346).

- 1.Aşama: KOBİ'lerin ülkenin tüm coğrafik bölgelerine dağılmış bulunması,
- 2.Aşama: Özellikle kırsal veya taşra bölgelerinde küçük işletmelerin, bölgede istihdam ve gelir yaratarak bölge nüfusunun büyük şehir merkezlerine göçünü engellemesi,
- 3.Aşama: Duran/azalan göç sonucu bölgede ekonomik faaliyetlerin canlanması,

4.Aşama: Bölgenin imkânlarına ve izlenen kalkınma politikalarına bağlı olarak canlanan ekonomik faaliyetlerin dinamik ve büyüme potansiyeli yüksek işletmelerin doğuşunu teşvik edici bir ekonomik ortamı meydana getirmesi,

5.Aşama: Dinamik ve büyüme potansiyeli yüksek işletmelerin kurulması ile bölgesel kalkınmanın hızlanması ve dolayısıyla ülke ekonomisinin gelişmesidir.

Ancak yukarıda sıralanan bu bölgesel kalkınma aşamalarının gerçekleşmesi bütün bölgelerde aynı oranda olmayacaktır. Çünkü belli bir zaman dönemini kapsayan bir sürecin işlenmesi sırasında bölgenin eğitim, kültür ve doğal kaynakları gibi pek çok bölgesel faktör ile ülkenin izlediği makro ekonomik politikalarının farklı seviyelerde etkileri olacaktır (Uzel ve Köprülü, 2001: 6).

Bölgesel kalkınma politikalarının uygulanmasında temel alınan bölge kriteri Kalkınmada Öncelikli Yörelere (KÖY) kavramıdır. Bölgesel gelişmişlik farklarının derinleşmesi ile birlikte, bu farkların azaltılması için bölgelerin (ve/veya illerin) gereksinimlerini ön plana çıkarmak hükümetlerin gündemine gelmiştir. Böylece, başta Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerindeki iller olmak üzere, ülkenin sosyoekonomik gelişmişlik düzeyi açısından geri kalmış bazı yörelere "Kalkınmada Öncelikli Yörelere" olarak isimlendirilmiştir (Aktakas, 2006:88).

Ülkemizde de, son yıllarda kısa bir süre öncesine kadar az gelişmiş bölge veya Kalkınmada Öncelikli Yörelere (KÖY) kapsamında nitelenen bazı illerde de, Küçük ve Orta Büyüklükteki işletme (KOBİ)'ler temelinde ve hatta ihracata dayalı olarak hızlı bir sanayileşme süreci gözlenmeye başlamıştır. Bu iller; Denizli, Gaziantep, Çorum, Kayseri, Kahramanmaraş ve Eskişehir'dir. Yeni/yerel/bölgesel sanayi odakları olarak adlandırılan bu illeri ön plana çıkaran faktör; yeni değişiklikleri algılayan, teknolojik ve örgütsel yenilikleri benimseyip uygulayan, sanayileşme için gerekli iktisadi ve sosyal kaynakları harekete geçirme kapasitesi olan girişimcidir (Acar, 2006:22).

KOBİ'ler; ülke genelinde ve bölgesel olarak istihdamı geliştirmeleri, talep değişikliklerine daha kolay bir biçimde uyum gösterebilmeleri, büyük ölçekli işletmelerin ara malı ihtiyaçlarını karşılayarak ekonomide yan sanayi oluşturmaları, rekabeti arttırmaları, esnek ve dinamik üretim ve yönetim yapıları ile teknolojik gelişmeyi teşvik etmeleri, sermayeyi tabana yaymaları, bölgesel gelişmişlik farklılıklarını azaltmaları sebebiyle Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahiptir (Tomur, 2004:19).

Bilindiği gibi KOBİ'lerin kaynak temininde yabancı kaynak yerine daha çok öz sermayeye başvurmaları ve işlerini büyütmeleri için öz kaynaklarını artırma durumunda kalmaları, bu firmaların üretim sonucu elde edilen net karlarında, tüketim

yerine yatırım harcamalarına gitmelerine yol açmaktadır. Yine bu firmaların faaliyet gösterdikleri bölgede, bölgenin ihtiyaçlarını ve girdilerini dikkate alarak modern teknolojiler yerine ara teknolojileri kullanmaları hem bölgenin kalkınmasına hem de çevrenin korunmasına yardımcı olmaktadır (Uludağ ve Serin, 1991:22).

Sonuç olarak, ülkemiz gibi bölgesel kalkınma açısından bölgeler arasında büyük dengesizliklerin görüldüğü bir ülkede, bu dengesizlikleri yok etmenin en önemli yöntemlerinden birisi, geri kalmış bölgelerimizde KOBİ'lerin kurulmasına ve gelişmesine destek vermektir.

1.10. Organize Sanayi Bölgeleri (OSB)

12.04.2000 tarihli Organize Sanayi Bölgeleri Kanununun 3. maddesinde, organize sanayi bölgeleri şu şekilde tanımlanmaktadır; "sanayinin uygun görülen alanlarda yapılmasını sağlamak, kentleşmeyi yönlendirmek, çevre sorunlarını önlemek, bilgi ve bilişim teknolojilerinden yararlanmak, imalat sanayi türlerinin belirli bir plan dahilinde yerleştirilmeleri ve ihtiyaca göre tayin edilecek sosyal tesisler ve teknoparklar ile donatılıp planlı bir şekilde ve belirli sistemler dahilinde sanayi için tahsis edilmesiyle oluşturulan, işletilen mal ve hizmet üretim bölgeleridir (Acar, 2006:24).

Kanunda belirtilen esaslara ek olarak ağır sanayi ve kompleksleri dışında, küçük ve orta ölçekli imalat sanayi türlerinin, belirli bir plan dahilinde yerleştirilmeleri ve geliştirilmeleri için, sınırları tasdikli çıplak arazi parçalarının gerekli altyapı hizmetleriyle ve ihtiyaca göre tayin edilecek sosyal tesis ve kurumlarla donatıldıktan sonra planlı bir şekilde ve belirli standartlar dahilinde küçük ve orta ölçekli sanayi için tahsis edilebilir ve işletilebilir hale getirilerek organize edilmiş sanayi bölgeleri oluşturulur (Çolakoğlu, 2002:64).

1. Beş Yıllık Kalkınma Planı'ndan itibaren Türkiye'de sanayileşmenin geliştirilmesi ve bölgesel kalkınmanın önemli bir aracı olarak görülen organize sanayi bölgeleri, orta ölçekli sanayi kuruluşları için altyapı geliştirmesinde önemli işleve sahiptir. Organize sanayi bölgeleri, dışsal ekonomilerinin oluşumunda, sanayinin yerleşmesinde, sanayi birimleri arasındaki tamamlayıcılık ilişkisinin gelişmesinde ve bu şekilde sanayinin bölgeler arasında dengeli dağılımının sağlanmasında büyük katkı sağlayarak bölgesel kalkınma üzerinde etkili olmaktadır. Sanayileşmenin ülke genelinde yaygınlaşması amacıyla özel sektör yatırımlarının teşvik edilmesinin yanı sıra, fiziki bir düzenleme aracı olarak organize sanayi bölgeleri, bölgesel dengesizliklerin diğer cephesi olan aşırı kalabalıklaşmış kent sorununun

özmlenmesi ve planlı kentleşme açısından da önemli bir yere sahiptir (Bozdoğan, 2006:205).

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK DEĞERLERİ, İŞLETME PERFORMANSI ve DIŞ TİCARET İLİŞKİSİ

2.1. Girişimcilik Tanımı ve Kavramsal Değerlendirme

Girişimciliğin tanımı ilk kez 18. yüzyılın başlarında Fransa'da yaşayan İrlandalı ekonomist Richard Cantillon tarafından yapılmıştır. Bu tanımda girişimci, "henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretimin girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişi" olarak ifade edilmiştir (Eren, 2006: 8). İlk kez Cantillon tarafından ele alınan girişimcilik konusuna sonraki yıllarda bir çok teorisyen tarafından farklı yorumlar getirilmiştir. Hemen hemen bütün iktisat ekolleri girişimciliğin kapitalist ekonominin gelişmesinde önemli bir yeri olduğunu kabul etmişlerdir. Fakat hiçbiri ünlü iktisatçı Joseph A. Schumpeter gibi girişimcinin bu konudaki önemini üzerinde yeterince durmamıştır. Schumpeter, girişimciyi ekonomik aktiviteyi yenilikçi ve değer kazandıracak bir biçimde yeniden düzenleyen kişi olarak tanımlamıştır (Uğurlu, 2007:8).

Girişimcilik kavramına ilişkin çeşitli tanımlar yapılmakla birlikte; genel olarak ekonomiyi devamlı takip ederek yeni iş imkanlarını saptayan; sermayesini ve üretim için gerekli diğer kaynakları (işgücü, hammadde, araç-gereç, üretim yeri vs), bu yenilikçi faaliyetin gerçekleştirilmesi amacına yönlendiren; bu amaçla örgütsel bir düzen kuran ve işleten gerçek ya da tüzel kişi veya kişiler "girişimci", bu sürecin bütünü ise "girişimcilik" olarak tanımlanmaktadır (Küçüktekin, 2006:6). Bu yönüyle girişimcilik ekonomik hayatta devamlı yenilikleri izleme ve bu yenilikleri hayata geçirme faaliyetlerinin bütünüdür.

Başka bir ifadeyle girişimciliği, kaynakları verimli kullanma olarak tanımladığımızda bunu mevcut kurulu kapasiteyi en etkin kullanma olarak da ifade etmek mümkündür. Çünkü bilinen tanımıyla girişimci üretim faktörlerini(emek, sermaye, teknoloji, doğal kaynaklar) bir araya getirerek üretimde bulunan ve bunun karşılığında kar /zarar varsayımını üstlenen kişidir (Özkan vd,2003: 10). Öte yandan girişimci toplumun ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri; araştırma, planlama, örgütlenme ve koordinasyon süreçleriyle; bilgi, tecrübe ve parasal kaynakları kullanarak kuran kişidir. Bunların yanı sıra günümüzde girişimcilik kavramı daha çok yenilikleri yakalama, risk alma, yeni fırsatlar görebilme ve bu fırsatları hayata geçirebilme süreci olarak anlaşılmaktadır (Öztürk, 2008:20).

Günümüzde insan yaşamının kalitesini artırmaya yönelik bütün alanlarda önemli bir dinamik öğe olarak karşımıza girişimcilik ve bunun sonucu olarak yenilik ve yaratıcılık kavramları çıkmaktadır. Girişimci ve girişimcilik kavramı sosyal bilimlerin

tüm sahalarında kalkınma ve gelişmeyi hızlandıran bir güç olarak görülmektedir. Köken olarak Latince *intare* kelimesinden gelen girişim kavramı, İngilizcede *enter* (giriş) ve *pre* (ilk) kelime kökenlerinden gelmekte ve *entrepreneur* yani ilk girişen, başlayan manasına gelmektedir. Girişimcilik, hem günlük hayatta hem de ekonomi ve yönetim gibi teknik alanlarda oldukça sık kullanılan bir kavramdır. Bu nedenle girişimcilik literatürünü genel olarak; ekonomi, psikoloji, antropoloji, organizasyon, yönetim ve sosyoloji disiplinleri oluşturmuştur. Bu kapsamlı alan içerisinde, konu hakkında çok sayıda araştırmacı yorumda bulunmaktadır. Yönetim yazınına 1980'li yıllarda giren girişimcilik kavramı, uzun bir süre yönetici ve yönetici sahipleri tarafından anlaşılmaya çalışılmış ve örgütlerde nasıl daha girişimci bir yapı kazanabilir tartışmaları da bir hayli sürmüştür (Çevik, 2006: 5-6).

Girişimciler, yalnızca üstlendikleri faaliyetlerle değil aynı zamanda yüklendikleri riskler, yeni servet yaratmada hedefledikleri özel faaliyetler dizisi ve refah yaratmadaki özel yaklaşımları ile nitelendirilebilirler (Özkan vd, 2003:12).

Girişimcinin birçok tanımı olmakla beraber, hemen hepsinde ortak olan nokta girişimcinin daima “ *başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, bunları birer iş fikrine dönüştürebilmesi*” ve “ *risk almaya yatkınlığı*”dır (Tekin, 2006:3).

Sonuç olarak girişimcilik yeni fikirlere ve yenilikle açık ve gelecekte olabilecek değişimleri öngörebilecek nitelikte kişilerin bakış açısıyla şekillenir. Girişimci belirsizlik altında karar alabilen, kararlı ve azimli, güçlü sezgi sahibi, iyi gözlemci, hayal gücü yüksek, kaynaklara ulaşabilecek ilişkiler ağına sahip, çok yönlü düşünebilen, yüksek ikna kabiliyetine sahip olan, bağımsız düşünebilen, esnek, yaratıcı, kendine güvenen bir kişilik olarak şekillenmektedir (Öztürk, 2008:21).

2.2. Girişimcilik Yaklaşımları

2.2.1. Bireysel Yaklaşım

Bireysel yaklaşım adından da anlaşılacağı gibi daha çok, girişimcinin kişisel özelliklerine ve yeteneklerine bağlı olan çalışmaları içerir. Bireysel yaklaşımı kullanan çalışmalarda en önemli soru, “ niçin belirli kişilerin bir işletme kurdukları ve girişimci olarak başarı gösterdikleriyle” alakalıdır. Bu konuda yapılan araştırmalarda kişilerin demografik, kişilik ve psikolojik özellikleri ortaya konulmaya ve açıklanmaya çalışılmış, girişimcilik vasıflarının kaynağı olarak psikolojik ve sosyolojik etkiler üzerinde çokça durulmuştur (İrmiş, Durak ve Özdemir, 2010:18).

Demografik olarak, ailede ilk çocuk olanların, erkeklerin, eğitim düzeyi yüksek olanların ve girişimci yapıya sahip ailelerde doğanların, girişimci olma olasılıkları

daha yüksektir. Yine yaş, medeni durum, ailenin gelir durumu gibi faktörler de demografik olarak önemli faktörlerdir.

Psikolojik olarak, bireylerin değerleri, tutumları, yaşadıkları tecrübeleri, davranışların bilinçaltından etkilenmesi vb etkenler girişimciliklerini belirlemede önemli faktörlerdir. Psikolojik özellikleri olarak motivasyon, kendine güven, risk alma, sabır vb davranışlar girişimciliğin belirlenmesinde önemli faktörlerdir (Özden, Temurlenk ve Başar, 2009: 5). Girişimciler bu özelliklerinden dolayı ekonomik gelişme ve iyileşmeyi sağlayan yenilikçi, yaratıcı birer lider olarak düşünülürler.

Kişilik olarak ise, insan davranışları üzerinde etkisi olan ve bir bireyin belirli bir biçimde davranma eğilimini yansıtan bir olgudur. Bir bireyin kişiliği, geniş bir özellikler ve karakter yapıları dizisinden oluşan çok boyutlu bir olgu olarak görülmektedir. Kısacası kişilik, bir bireyin ayırt edici özelliği olan, onu tek ve biricik hale getiren kazanılmış ve kalıtımla geçen ruhsal özelliklerin tümü olarak tanımlanmaktadır (Fromm, 1993:70).

Ancak bireysel yaklaşım girişimciliği sadece bireyin girişimsel özelliklerini dikkate alarak açıklamaktadır. Bu şekilde bir yaklaşım girişimcilik sürecini tam olarak anlatmakta yetersiz kalmaktadır. Girişimcilik sadece bireyin özellikleriyle gerçekleşen bir süreç değildir. Girişimcilik yukarıda bahsedilen unsurların yanında diğer faktörlerle bir bütünlük içerisinde oluşumunu tamamlayan bir süreçtir. Dolayısıyla bireysel yaklaşım tek başına girişimcilik olgusunun anlaşılabilmesi için yeterli değildir.

2.2.2. Çevresel Yaklaşım

Çevresel yaklaşıma göre bireysel yaklaşım, girişimcilik üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Ancak girişimciliği açıklamak için tek başına yeterli değildir. Çevresel yaklaşım girişimciliği, kişisel özelliklerin yanı sıra belirli bir çevreye verilen tepki olarak görmektedir. Çünkü çevre, kendi yapısı ve doğası itibarıyla girişimsel faaliyetlerle etkileşirken, girişimciliği destekleyebilir veya tam tersine engelleyebilir.

Girişimcilik kişinin karakterine bağlı olmakla beraber, aynı zamanda sonradan öğrenilen ve kalıtımla elde edilen son derece önemli bir boyutu daha vardır. Bu yüzden modern toplumlarda girişimciliğin bu yönüne vurgu yapılması çok daha gerçekçidir. Girişimciliğin içinde bulunulan kültürle çok yakından ilişkisi vardır. Gerçekten de bazı kültürler girişimciliği, yani risk almayı, bireysel davranışları, kaybederek, tecrübelerden öğrenmeyi teşvik ederken, bazı kültürler istikrara çok fazla değer verip, düzeni değiştirecek, alışılmış kalıpların dışına çıkmayı tetikleyecek ortalama dışı davranışları hoş karşılamaz ve bunu engellemek ister. Bu sorunu

ortadan kaldırmak için, değişimin büyük bir hızla devam ettiği günümüz şartlarında girişimcilik insanlara küçük yaşlarda öğretilmeli ve girişimci davranışlar teşvik edilmelidir. Bu noktada ülkeler, eğitim-öğretim süreçlerini buna göre yapılandırmalı, kişilere risk ve sorumluluk almayı özendirip, merak unsurunu arttıran bir biçimde kavuşturmalıdır (Öztürk, 2008:26). Bunlara ek olarak girişimcilik kültürünün toplumda yerleşebilmesi ve gelişebilmesi için kişilere düşündüklerini hayata geçirebilecekleri gerekli teknik ve donanımın sağlanması da son derece önemlidir. Özellikle girişimcilik alanında verilecek eğitimle hem yeni girişimciler hem de mevcut olanlar ortaya çıkarılabilir.

2.2.3. Firma Yaklaşımı

Girişimciliğin belirleyicilerini açıklamaya yönelik son yaklaşım olan "*Firma Yaklaşımı*" esas olarak var olan bir işletme içerisindeki faaliyetleri göz önünde bulundurmaktadır. Bu yaklaşım temelde girişimciliği yöneticiliğe yaklaştıran bir bakış açısı içermektedir. Girişimci bir birey yalnızca bir girişimi başlatmakla kalmayıp, bu girişimi büyütür ve geliştirir. Bu nedenle girişimci olabilmek için yönetsel özelliklere sahip olmak gerekmektedir (Özden, Temurlenk ve Başar,2009:7). Bir işletmenin varlığını devam ettirmesi ve gelişip büyümesi onu kuran girişimcinin yönetsel özelliklere sahip olmasına bağlıdır. Çünkü firma yaklaşımına göre bir girişimci, işletmeyi kurduktan sonra o işletmenin büyüme, olgunluk ve istikrar aşamalarında da başarılı yönetici özellikleriyle işletmenin başında bulunacaktır (İrmiş, Durak ve Özdemir, 2010: 20).

2.3. Girişimcilik Özellikleri

Girişimci kişilik yapısı, girişimciyi diğer insanlardan farklı kılan özelliklere sahiptir. Girişimciliğe başlayan kişinin belirli bir bakış açısına sahip olarak, bitmek bilmeyen bir girişimcilik tutkusuna ve başarıya isteğine sahip kişilik özelliklerinde yaratıcı, atak, çabuk karar verebilen, analitik düşünme yeteneğine sahip kişiler olduğu görülmektedir. Girişimci kişiler iş hayatının zorluklarının üstesinden gelebilecek güce sahip, risk almaya yatkın kişilerdir (Bozkurt, 2007.99).

Girişimcilikte elde edilen başarı ile girişimcilerin kişisel özellikleri arasında yakın ilişki bulunduğu da bilinen bir gerçektir. Başarılı girişimcilerin kişisel özellikleri de şu şekilde ifade edilebilir (Yılmaz ve Sünbül, 2009:197);

- a. Yaratıcı düşünme yeteneği
- b. Yüksek düzeyde çalışma isteği
- c. Cesaret, tutku ve kararlık

- d. İnsanlarla üst düzeyde ilişki kurabilme becerisi,
- e. Kendisini her şartta ve şekilde (yazılı, sözlü) ifade edebilme yeteneği,
- f. İşini sevmesi ve iş motivasyonu,
- g. Zengin bir bilinçaltı ve hayal kurma gücü,
- h. Ekip ve takım çalışmasına yatkınlık,
- i. Kişisel bakış açısı ve misyonunun olması,
- j. Değişime, dönüşüme açık ve istekli olması,
- k. Esnek toleranslı davranabilme gücü,
- l. Samimi, güvenilir, sempatik ve esprili kişilik,
- m. İnsanları inandırma ve ikna yeteneğinin yüksek olması,
- n. Yönetim becerisi ve liderlik yeteneği,
- o. İş bitirme azmi ve heyecanı,
- p. İleri görüşlülük ve fırsatları yakalama alışkanlığı,

2.3.1. Başarı ihtiyacı

Mc Clelland insanları belirli yönde davranmaya sevk eden temelde üç ihtiyaç üzerinde durmaktadır; ilişkiler kurma ihtiyacı, güç elde etme ihtiyacı ve başarıma ihtiyacıdır. Girişimcileri kendi işini kurmaya yönelten önemli faktörlerden biri de başarılı olma ve başarıma ihtiyacıdır (Döm, 2012:31).

Mc Clelland (1961) tarafından ileri sürülen **başarı ihtiyacı teorisi**, başarı ihtiyacının girişimcilik davranışlarını etkileyen bir faktör olduğunu ileri sürmektedir. Bu bağlamda başarı ihtiyacı güdüsü yüksek olan kişilerin başarmak için daha istekli olmaları onların girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olmasına neden olmaktadır. Literatürde başarı ihtiyacı ile girişimcilik arasındaki ilişkilerin çeşitli çalışmalarda ele alındığı görülmektedir (Özden, Temurlenk ve Başar, 2009:5). Johnson'a (1990) göre de başarı ihtiyacıyla girişimsel faaliyetler arasında dikkate değer bir ilişki vardır ve başarı ihtiyacı işletme kuran kişileri toplumun diğer bireylerinden farklılaştırır (İrmiş, Durak ve Özdemir,2010: 22).

Johnson (1990) *girişimcilik literatüründeki 23 önemli çalışmanın 20'sinde başarı ihtiyacı ile girişimcilik ilişkisinin ele alındığını ifade etmektedir. Yine girişimcilik eğilimi yüksek olan ve olmayan kişiler arasındaki farklılıkların nedenlerinin araştırıldığı çeşitli çalışmalarda, başarı ihtiyacının girişimci olanlarda olmayanlara göre daha*

fazla olduğu bulgusuna ulaşıldığı görülmektedir (Özden, Temurlenk ve Başar, 2009: 5).

2.3.2. Risk Alma Eğilimi

Girişimci, temel üretim faktörlerini (emek, sermaye, doğal kaynaklar) bir araya getirerek ekonomik mal ve hizmet üretimi için gereken süreci başlatan ayrıca üretim için gerekli finansman kaynaklarını ve üretimin değerlendirileceği pazarlar bulan kişi olarak tanımlanabilir. Bu temel üretim faktörleri yanında girişimcilik dördüncü bir üretim kaynağı olarak görülebilir. Girişimci, kar elde etme amacı ile hareket eder ve ortaya çıkabilecek olan riski de üstlenir (Arslantaş, 2001:17-23). Kişilerin risk alma eğilimi, riskle ve belirsizlikle başa çıkma ve bunlara katlanma düzeyleriyle tanımlanabilir. Girişimciler işletme için tehlike oluşturacak büyük riskler yerine orta düzeyde riskleri almayı işletme çıkarlarına daha uygun görürler (Karabulut, 2009:335).

Risk alma eğilimi Mc Clelland'ın girişimcilik üzerine yaptığı araştırmada ortaya çıkan bir diğer motivasyon unsurudur. Mc Clelland'ın girişimcilik araştırmalarında özellikle ilgi çeken bir iddiasında, yüksek başarı ihtiyacı olan kişilerin aynı zamanda risk alma konusunda da makul ölçüde bir eğilimlerinin olduğu öne sürülmektedir. Çünkü girişimsel süreç, içinde belirsizliği bulduran faaliyetleri içerir (İrmiş, Durak ve Özdemir, 2010: 23). Belirsizlikle başa çıkabilme, belirsizliğin doğurduğu riski doğru şekilde algılama ve bununla baş edebilecek gerekli yeteneği ortaya koyabilmekten geçmektedir. Yapılan çalışmalarda girişimci öz yetenekleri tanımlanırken sürekli üzerinde durulan konu, girişimcilerin risk alma isteklerinin yüksekliğidir. Risk alma hemen hemen girişimcilik kavramıyla özdeş hale gelmiştir. Bir işin varlığının farkında olmanın ve uygun risk almanın girişimcilik öz yeteneği olarak ifade edildiği görülmektedir (Tağraf ve Halis, 2008:94).

2.3.3. Belirsizliğe Karşı Tolerans

Belirsizlik, karşılaşılan bir durum ile ilgili mevcut bilgilerin yetersiz olduğu durumları ifade etmek için kullanılmaktadır. *Bir kişinin mevcut bir durumu belirsizlik olarak algılaması ve bu belirsiz duruma karşı bulunduğu durumu organize etmesi o kişinin belirsizliğe katlanma derecesini gösterir.* Belirsizliğe katlanan kişiler, istikrarsız ve tahmin edilemeyen durumları yenmek için gayret gösterenlerdir (Özden, Temurlenk ve Başar, 2009: 5). Başarılı bir girişim, sadece yetenekler ile ilgili değil, aynı zamanda etkin bir biçimde belirsizlikler ile baş edebilmeye dayanmaktadır (Bozkurt ve Baştürk, 48). Belirsizliğe toleransı az olan insanlar değişmeye direnirken,

toleransı yüksek olanlar değişmeye daha kolay ayak uydurmaktadır (Yazıcı ve Şahin, 2006:20).

2.3.4. Kontrol Odağı

Kontrol odağının niteliği, içsel ve dışsal kontrol odağına sahip bireyler arasındaki mevcut bir inanç farklılığından oluşmaktadır. Dışsal kontrol odaklı bireyler, kendilerini nispeten pasif bir birey olarak görmekte ve hayatlarındaki olayların kontrol edilemeyen güçlere bağlı olduğunu düşünmektedirler. Dışsal kontrol odaklı bireyler, istedikleri hedeflere ulaşmalarının; talihe, şansa, güçlü bireyler ya da kurumlara bağlı olduğunu düşünmektedirler. Hayatlarını kendi davranış ve çabalarıyla kontrol altına alabilme olasılıklarının düşük olduğunu düşünmektedirler. Dışsal kontrol odaklı bireylerin aksine içsel kontrol odaklı bireyler ise, kendilerini aktif bir insan olarak görmekte, kaderlerinin sahibi olduklarını düşünmekte ve çevrelerini etkileyebilme kabiliyetlerine çok güvenmektedirler. İçsel kontrol odaklı bireyler, hayatlarındaki olayları kendi yetenekleri ve gayretleriyle kontrol edebileceklerini düşünmektedirler. İçsel kontrol odaklı bireyler, bağımsız bir tarz sergilemekteyken; dışsal kontrol odaklı bireyler piyonlara benzemektedirler (Uygun, 2006:30).

2.3.5. İyimserlik ve Sorunlarla Başa Çıkma

Girişimciler sürekli risk ve belirsizlik altında çalıştıklarından dolayı, en kötü durumda bile iyimser olmak zorundadırlar. Girişimcinin yüksek motivasyon gücüne iyimserlik de olumlu katkı sağlamaktadır. Bu nedendir ki, girişimci kişiler, rekabet şartları, finansman sorunları, tüketici tercihlerinde sürekli yaşanan değişmelerin neden olduğu sorunlarla başa çıkma gücüne sahiptir (Kinay, 2006:10).

2.3.6. Liderlik

Girişimcilerin sahip oldukları özellik ve yeteneklere ilave olarak belirli rolleri de üstlenmeleri gerekmektedir. Bu anlamda, girişimci organizasyon içerisinde hem kurucu kimliği ile görev yapmakta, hem belirli kademelerde yöneticilik görevini yürütmekte hem de personeline rehberlik etmektedir. İş için fırsatları belirleyen, bu fırsatlar için kaynakları ve yapıyı kuran, risklere atılan girişimci, bu faaliyetleri yönetirken girişimci kimliğinin yanı sıra liderlik özellikleri ve davranışlarını da ortaya koymaktadır. Bu nedenle kurdukları işletmelerin başarılarında önemli bir yeri olan girişimcilerin liderlik özelliklerinin belirlenmesi, üzerinde çalışılması gereken önemli bir konu olarak önem kazanmaktadır (Akyan, 2004:213-224).

Liderlik geleceği hayal ederek tasarlayan düşlerle gerçekleri dengeleyerek kurgulayan, sahip olduğu değerlerle gönül gücünü birleştiren riske giren, riski

yöneten kişidir. Lider bir organizasyonda girişimci kültürün tesis edilmesi ve geliştirilmesinde birinci derecede sorumlu olan kişidir. Bu anlamda liderlerin personele örnek olması ve girişimci liderlik anlayışına sahip olması gerekir. Liderlik özellikleri girişimciye; girişime rekabet gücü avantajları arama ve artırma, organizasyonu tanıma ve eksiklikleri giderme, sorunlara yaratıcı çözümler bulma ve olumsuzlukları aşma bakımından bir sitem analizcisi; özlü ve ikna edici iletişim, öncelikler belirleme, fırsat ve tehditleri açıklama, belirsizliği ele alma, pozitif ve verimli alanlarda başarısızlığa tahammül, stres ve reaksiyonla mücadele bakımından yön belirleyici özellikler kazandırır. Bu özellikleri kazanan girişimci ise, öğrenci, öğretici, yaratıcı, yenilikçi ve vizyoner olmanın yanında zorluklarla karşılaştığında bile yenilikçi fikirlere öncülük edebilir (Çevik, 2006:63). Yönetici, girişimci veya bu iki özelliği bir arada bulundurması gereken işletme sahibinin etkin bir lider olması gerekir. Yöneticinin başarısı başkalarını etkileyerek, kendi isteği doğrultusunda davranışa sevk etme yeteneğine bağlıdır (Tutar ve Küçük, 2003:165).

2.3.7. Yenilikçilik ve Yaratıcılık

Yenilik girişimcilik sürecinin anahtar fonksiyonudur (Eyuboğlu, 2007:16). Yeni gelişen anlayış çerçevesinde, bir işletmenin 'sağlığı' ve geleceği için en önemli öge olarak görülebilecek olan inovasyon, başka bir deyişle yenilikçilik köken olarak 'yeni' anlamına gelen Latince 'nova' sözcüğünden türemiştir (Altuntaş ve Dönmez,2010: 53).

Daha önce var olmayan yepyeni bir ürün veya hizmeti getirmek suretiyle farklılık ortaya koyarak veya mevcut bir iş fikrinin potansiyelini değerlendirerek ortaya daha iyi bir iş çıkarmak girişimcinin en önemli özelliklerindedir. Girişimci olmak için illa da yenilik yapmak gerekmemektedir. Girişimci ortamı çok iyi gözlemleyerek, onları sezgileri ile yorumlayıp uzun dönemde ihtiyaç olacağını düşündüğü veya yaratıcı bir şekilde hayal ettiği ürün veya hizmetleri üretmek için kaynakları bir araya getiren kişidir (Gözek, 2006:6).

Girişimci bireylerin en önemli özelliklerinden birisi de yaratıcılıktır. Yaratıcılık, yeni ve geçerli fikirlerin yaratılmasıyla sonuçlanan bir süreçtir. Yaratıcılığın doğası, en çok bilmenin dinamik süreci, statik hatırlama ve bilginin yeniden üretimi üzerine yoğunlaşır. Yaratıcı bireylerin, davranışlarında oldukça bağımsız olmaları beklenmektedir. Yaratıcılık, esneklik, çok yönlü düşünme, çevreye ve insanlara karşı duyarlılık, karşılaşılan yeni durumlara karşı uyanık ve ilgili olma, akılcılık, rahat, çabuk ve bağımsız düşünebilme ve hareket edebilme, orijinallik, farklı ve değişik sonuçlara varabilme gibi özellikleri içerir (Cabar, 2006:23). Girişimcilik, yeni ve

bilinmeyen bilginin yaratılması olup, var olan fırsatların görülmesi ya da fırsatların yaratılmasını içerir (Soysal, 2010: 87).

2.3.8. Kendine Güven

Bir girişimcinin belirlemiş olduğu hedefleri başarabileceğine inanması gereklidir. Yani girişimci kendi işinde, kendisine saygı duyar ve işi başaracağına dair yeteneklerinin olduğuna inanırsa başarılı olabilir (Bozkurt, 2007: 101). Girişimcinin bir işe başlamadan önce o işi başaracağına dair kendine güveni ne kadar fazla ise yapacağı işte başarılı olma ihtimalide aynı oranda yüksektir.

2.4. İç Girişimcilik

Çalışmamızın bu kısmında iç girişimcilik kavramı, iç girişimciliğin önemi, iç girişimcilik süreci ve iç girişimcilik boyutları ele alınacaktır.

2.4.1. İç Girişimcilik Kavramı

İç girişimci sözcüğü ilk kez Pinchot (1985) tarafından kullanılmıştır. Pinchot iç girişimciyi herhangi bir iş fikrini uygulama sorumluluğunu firma içinde üstlenen kişi olarak tanımlamaktadır (Gürel, 2012: 59)

The American Heritage Dictionary of the English Language, iç girişimciyi (intrapreneur) “büyük bir firma içinde bir fikri, risk alma ve yenilik yapma yoluyla karlı nihai bir ürüne dönüştürme sorumluluğunu üstlenen kişi” olarak tanımlamaktadır. Drucker, iç girişimcileri, “organizasyon içerisinde girişimsel özellikler gösteren bireyler” olarak tanımlarken, Miner, “kar amaçlı organizasyonlarda içeriği yeniden belirlenmiş bir stratejinin parçası olarak yeni fonksiyonlar geliştiren veya yeni fırsatları zorlayan “yenilikçi yöneticiler” olarak tanımlamaktadır. Mesconda’da “organizasyon içinde her türden yenilik yaratan kişiler” olarak tanımlamaktadır (Ağca ve Yörük, 2006:162). Zahra (1991) ise iç girişimciliği, mevcut bir işletmenin rekabet gücünü ve finansal durumunu iyileştirme amacına yönelik olarak işletmede, bölüm ve proje düzeyinde, ürünlerde yenilikler ve pazarların genişletilmesi yoluyla yeni işler yaratmayı amaçlayan faaliyetler olarak tanımlamıştır (İçerli, Yıldırım ve Demirel, 2011:180).

1986’da yayınlanan “İşletmenin Yeniden Keşfi” isimli kitabında John Naisbitt, iç girişimciliği kurulu işletmelerin yeni piyasalar ve ürünler bulmak için önemli bir yöntem olarak tanımlamıştır. Rosabeth Moss Kanter, 1990 yılında yayınlanan “Devler Dans Etmeyi Öğrenince” isimli kitabında ise, iç girişimciliğin geliştirilmesinin işletmelerin hayatta kalmalarını sağlayacak en önemli faktör olduğunu belirtmiştir (Başar ve Tosunoğlu, 2006: 125).

Genel olarak, var olan bir organizasyon içerisinde girişim ve yenilik etkinliklerinin toplamını ortaya koyan iç girişimcilik olgusunun temelinde, girişimcilik düşüncesinin örgütün içerisine doğru çevrilmesi yatmaktadır. Şirket girişimciliği olarak da ifade edilen iç girişimcilik; var olan bir örgüt, risk alma, yenilik, aktif rekabet davranışları yoluyla harekete geçirmeyi ve yeniden canlandırmayı, var olan organizasyon içerisinde yeni bir girişim yaratmaya yol açan girişimsel faaliyetleri, örgütün ana fikrini yenilemeyi ve örgütü dönüştürmeyi amaçlar (Naktiyok, 2004: 35).

İç girişimcilik “mevcut ya da var olan bir organizasyon (işletme) içerisindeki girişimcilik” olarak tanımlanabilir. Antoncic (2000) yaptığı bir çalışmada, iç girişimcilik (intrapreneurship) kavramının çeşitli şekillerde tanımlandığını göstermektedir. Bu tanımlar, “mevcut bir organizasyon içerisindeki bireylerin, kontrol ettikleri mevcut kaynaklardan bağımsız olarak fırsatları kovaladıkları bir süreç”, “fırsatları elde etmek için yeni işler geliştirmek ve eski alışkanlıklardan vazgeçmek”, “mevcut bir organizasyon içerisindeki girişimcilik düşüncesi ve ruhu” ve “faaliyet halindeki bir organizasyon tarafından yeni organizasyonlar yaratma veya bu organizasyon içinde yenilenmenin ve yeniliğin teşvik edilmesi” şeklindedir (Ağca ve Kandemir, 2008:211).

Kısacası iç girişimciler, kurum içerisinde girişimci ruhuna sahip, yenilik getirme fırsatını gören ve yakalayan, sadece yeniliği getirmekle kalmayarak bu fikirlerini ve modellerini buldukları işletmenin karlılığını ve rekabet gücünü artıracak gerçek faaliyetlere dönüştürebilen kişilerdir (Onay ve Çavuşoğlu, 2010: 49).

2.4.2. İç Girişimciliğin Önemi

Günümüzde birçok işletme, iç girişimciliğin artan önemini fark etmektedir. Bunun en önemli nedenleri arasında; sayısı hızla artan rakipler, geleneksel işletme yönetimi yöntemlerinin yetersiz kalması, yetenekli çalışanların işletmelerden ayrılarak küçük ölçekli girişimciler haline gelmesi, artan uluslararası rekabet, verimlilik ve etkinliğin artırılmasına yönelik yapılan çalışmalardır (Başar ve Tosunoğlu, 2006: 126). Bu nedenle gerek ulusal gerekse uluslar arası faaliyet gösteren işletmeler yenilikçi olmaya ve değişime uyum sağlamaya zorlanmaktadır. Bu gelişmeler sonucunda modern işletmeler iç girişimciliği geliştirecek yollar aramaya başlamışlardır. Bu arayışa gitmeyen işletmelerin durgunluk, personel kaybı ve gerileme gibi sonuçlarla karşılaşacağı anlaşılmaktadır (Onay, 2010:51).

Covin (1990) için “İç girişimciliğin önemi, işletmeleri gerek karlılık gerekse ekonomik büyüme bakımından yeniden canlandırması ve performanslarını iyileştirmesinde yatmaktadır. İşletme stratejisi uygulamalarında hızla değişen pazarlarda ortaya

çıkan fırsatlardan faydalanabilen ve özellikle rekabet çevresini şekillendirebilecek güçte dinamik, esnek, risk alabilen, yenilikçi ve rekabetçi bir örgüt yapısının oluşturulması iç girişimciliğin amacıdır”(Ergüder, 2011: 49)

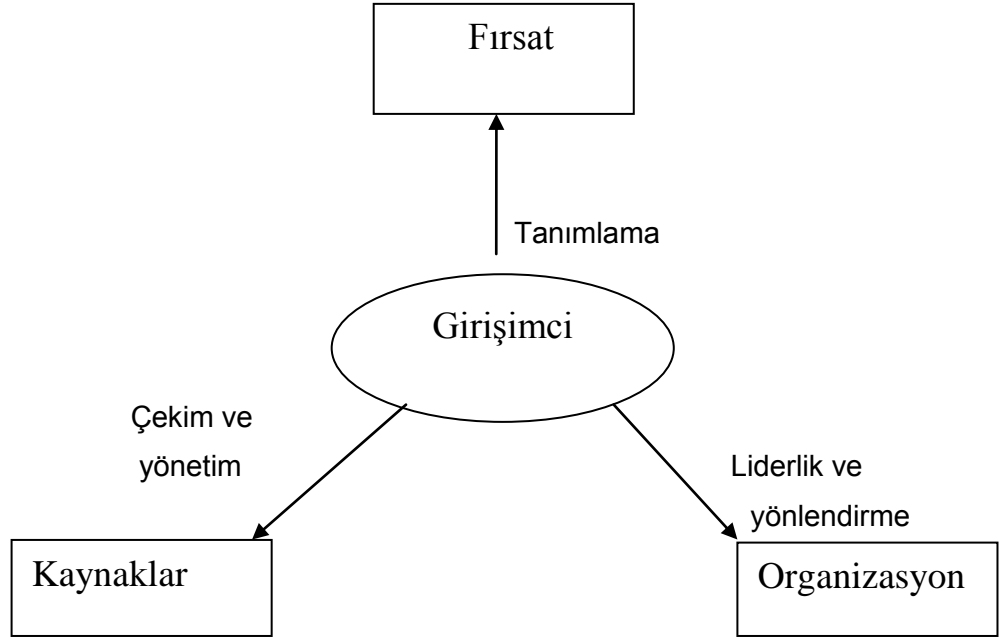
2.4.3. İç Girişimcilik Süreci

İç girişimcilik, İşletme içindeki yaratıcı insanlara özgürlük ve kaynak sunarak onları birer işletme içi girişimci haline getirmek olarak da tanımlanıyor. Bunun anlamı çalışanların yenilikçi ve yaratıcı yaklaşımlarının değerlendirilmesidir. Böylece rutin olmayan faaliyetlerle yenilik yapılması, şirket içinde değer yaratılması ve çalışanların şirkete bağlılıklarının artması sağlanıyor. Yeni mamul gelişimi zaman isteyen, uzun soluklu bir çabanın ürünüdür. Bu nedenle de yönetim kısa vadeli sonuç almak yerine uzun vadeli zaman ufkuna sahip olması gerekmektedir. Buna ek olarak iç girişimcilik olgusu gönüllü bir süreçtir. Yönetimin zorlaması ya da kural koyması ile ortaya çıkmaz. Ancak, üst yönetimin desteklemesi çok önemlidir. Üst yönetim tarafından desteklenmeyen her çaba başarısızlıkla sonuçlanmaya mahkumdur (Yıldız, 2007: 14).

İç girişimcilik var olan bir örgütte girişimsel etkinliklerin yapılması veya hızlandırılmasından başka bir şey değildir. Bu nedenle iç girişimcilik süreci ile klasik anlamdaki girişimcilik süreci birbirine oldukça benzerdir. Her ikisinde de süreç, fırsatları ortaya çıkarmakla ilgili bir fikirden ortaya çıkan vizyonla başlar. Daha sonra harekete geçmek için kaynaklar elde edilir ve fırsat ile kaynak uyumu sağlanır. Örgüt içerisindeki bireyler, girişimci düşünce için teşvik edildiğinde, destekleyici organizasyon oluşturulduğunda ve girişimci düşünce ürünlere yansıtıldığında iç girişimcilik ortaya çıkar (Naktiyok, 2004: 54).

Genel olarak girişimcilik sürecinde 3 temel unsur bulunur: fırsat, kaynak ve organizasyon. Bunlar arasındaki ilişkiler Şekil 1.1de gösterilmiştir(Karabey ve Bingöl, 2010:10):

Şekil 2.1. Girişimcilik Sürecindeki Temel Faktörler



Kaynak: Karabey ve Bingöl, 2010:10.

2.4.3.1. Fırsat Tanımlama

Girişimcilik, girişimcinin bir fırsatı algılaması ile başlayan, daha sonra bu fırsattan yararlanmak amacıyla çeşitli faaliyetlerde bulunması ile devam eden süreçtir. Fırsat tanımlama girişimciliğin başlangıcını ifade eder ve girişimcilikten söz edebilmek için mutlaka bir fırsatın girişimci tarafından tanımlanması gerekir. Bu sebeple fırsat tanımlama girişimciliğin özünü yansıtır (Karabey ve Bingöl, 2010:11) .

Girişimsel davranış çevrenin yarattığı açıklanmamış fırsatların açıklanması veya işlerin daha iyi veya daha farklı yapılabilmesi için var olan olasılıkların tanımlanması ile başlar. Örgüt açısından fırsat; yenilik yapmak ve değer yaratmak için, örgüte eşsiz ve farklı olanaklar sağlayan, dışsal çevredeki oluşumlar veya değişimlerdir. Fırsat, faaliyet gösterilen pazarda diğer örgütler tarafından doldurulmamış olan bir boşluk, bir şeyi farklı ve daha iyi yapmak için bir şans ve müşterilere daha iyi hizmet verme potansiyeli olarak görülebilir (Naktiyok ve Kök, 2006: 81).

2.4.3.2. Kaynaklar

Bir örgüt, girişimci faaliyette bulunabilmek için finansal, beşeri, fiziksel, soyut ve örgütsel kaynaklara sahip olmak zorundadır. Çünkü her sürecin bir yakıtı ihtiyacı vardır. Kaynak da örgüt içi girişimcilik sürecinin temel yakıtıdır. Kaynak, iş

etkinliklerini ve işletme süreçlerini yerine getirmek için örgütün sahip olduğu değerlerdir. Bu değerler; girişimsel faaliyete yatırılan parayı, bilgiyi beceriyi, insanı, üretim araçlarını, bina ve makine gibi fiziki varlıkları, marka ismi, patent, şerefiye, telif hakkı, veritabanı gibi soyut unsurları içerir (Naktiyok,2004: 58).

2.4.3.3. Organizasyon

Girişimcilik faaliyetinde bulunabilmek için ortaya çıkan fırsatlara uygun olan kaynaklar, bir organizasyonun kontrolü altında bir araya getirilir. Bu nedenle girişimciler, fırsat-kaynak uyumu sağlamak, kaynakları bir araya getirmek ve girişimci davranış yoluyla değer yaratmak için bir organizasyon kullanmalıdırlar. Aslında kaynakların bu şekilde kontrolü bir dizi farklı etkinliğin koordine edilmesidir. Bu, girişimciler tarafından yaratılan organizasyonun fonksiyonudur (Naktiyok, 2004: 60)

Girişimcilik davranışının gerçekleştirileceği bir örgütte, girişimcilik düşüncesinin gelişmesini engelleyen ve çalışanların girişimcilik davranışından kaçınmalarına neden olan uygulamalardan uzak durmak gerekir. Bu nedenle, yanlışlık yapmamak için standart prosedürler ve sıkı kontrol kullan, esnek olmayan uzun vadeli planlama yap, riskten kaçın, yeni oluşumları önceki deneyimlere göre değerlendir ve uyumlu çalışanları terfi ettirme gibi geleneksel yönetim uygulamalarının kaldırılması oldukça önemlidir. Engeller ortadan kaldırıldıktan sonra ancak girişimci örgüt ilkeleri benimsenebilir (Naktiyok ve Kök, 2006: 81).

2.4.4. İç Girişimcilik Boyutları

Literatürde, iç girişimcilik boyutlarının iki ana yaklaşım etrafında şekillendiği görülmektedir. Bu yaklaşımlardan ilki “girişimcilik eğilimi”(entrepreneurship orientation) yaklaşımı olarak adlandırılmaktadır. Bu yaklaşımın öncüleri ve ortaya koydukları iç girişimcilik boyutları, (Miller ve Friesen, 1983) yeni ürünler geliştirme, risk alma ve proaktif davranma, (Covin ve Slevin, 1991) risk alma, yenilikçilik ve proaktif davranma, (Lupkin ve Dess, 1996) özerklik, rekabetçi girişkenlik, yenilikçilik, risk alma ve proaktif davranma, (Knight, 1997) yenilikçilik ve proaktiflik ile (Moris ve Kuratko, 2002) yenilikçilik, risk alma ve proaktiflik olarak görülmektedir (Ağca ve Kandemir, 2008: 214).

İç girişimcilik boyutlarının yer aldığı ikinci yaklaşımın öncüleri, iç girişimciliği “kurum içi girişimcilik (internal corporate entrepreneurship)”olarak adlandırmışlardır ve boyutlarını da; stratejik yenilenme, kendini yenileme, içsel iş girişimleri başlatma ve yenilikçilik olarak ortaya koymuşlardır (Onay, 2010: 50).

Bu çalışmada işletmelerdeki iç girişimcilik eğilim ve davranışları yenilik, stratejik yenilenme, yeni iş kurma ve proaktiflik boyutları üzerinde durularak ele alınmıştır.

2.4.4.1. Yenilik

Bir örgütün, yeni ürün hizmet veya teknoloji yaratabilecek yeni fikir ve denemeleri destekleme eğilimini bunun yanı sıra mevcut ürün ve teknolojilerin geliştirilmesi ve değiştirilmesini ifade eder. Bir yenilikten söz edildiği zaman işletmede çalışanlara ait olan yeni fikirlerle geliştirilen yeni ürünler, yeni hizmetler, yeni teknolojiler, yeni yönetim teknikleri, yeni stratejiler kastedilmektedir. Bir örgütte yenilik eğiliminin yüksek olması durumunda, o örgütte iç girişimcilik faaliyetlerinde de artış olduğu gözlemlenebilir. Dolayısıyla iç girişimcilerin yeniliklere açık olduğu söylenebilir. Özellikle Ar-Ge bölümünde çalışanların bu amaçla faaliyette buldukları ve örgütlerdeki iç girişimcilik faaliyetlerinin bu bölümlerde filizlendiği ifade edilebilir (İçerli, Yıldırım ve Demirel, 2011:180).

iç girişimcilik stratejisi oluşturulurken, yenilikler temel unsur olarak ele alınmalıdır. Yeniliklerin yapısı incelendiğinde, kimi zaman planlanmamış bir şekilde kimi zamansa sistematik bir çalışma sonunda ortaya çıktıkları görülmektedir. Bu durum, yeniliğin kendine özgü doğasından kaynaklanmaktadır. Ancak, yeniliklerin temelde iki şekilde olduğu söylenebilmektedir: Birincisi, daha önce mevcut olmayan bir ürünün ortaya çıkması şeklindeki kökten yeniliklerdir. İkinci tür yenilikler ise, daha önce var olan bir ürünün farklı bir amaç için kullanılması ya da farklı özellikler eklenmesi şeklinde ortaya çıkmaktadır (Başar ve Tosunoğlu,2006 132).

İç girişimciler yeni fikirleri alarak onları karlı bir nihai fikre dönüştürmektedir. Böylece iç girişimcilik, bir örgütte girişimsel bir kültür yaratarak, yeni ürünlerin ve süreçlerin geliştirilmesi olarak tanımlanabilir. Başka bir ifadeyle, iç girişimcilik bir bireyin yeni fırsatları takip etmek ve yaratıcı değişimi harekete geçirmek için sorumluluk alma istekliliğidir. Yenilikçi bakış açısına sahip iç girişimciler, sürekli olarak fırsatları sezme ve fırsatları pazarlanabilir fikirlere dönüştürebilme yeteneklerini sergilerler, bundan dolayı değişimin itici gücü olarak görülürler (Gürel, 2012: 57)

2.4.4.2. Stratejik Yenilenme

Zahra (1991) iç girişimciliği, kurumsal karlılığı artırmak, kurumun rekabet gücünü yükseltmek veya mevcut işlerin stratejik yenilenmesini gerçekleştirmek için kurulu firmalar içerisinde yeni işler yaratma süreci olarak tanımlamaktadır. Buna göre iç girişimciliğin bir boyutu olarak firmanın kendini yenilemesi ulaşılması gerekli bir hedef olarak ele alınmaktadır. Yine aynı araştırmacı "organizasyonel yenilenme süreci olarak" iç girişimciliğin birbirinden farklı fakat ilişkili iki boyutunun olduğunu

belirtmektedir. Bunlar, firma içindeki yenilik ve girişimcilik faaliyetleriyle stratejik yenilenme çabaları olarak ifade edilmektedir (Ağca ve Kurt, 2007: 99)

Günümüzde stratejik yenilenme yüksek performanslı olmakla aynı anlamdadır. Yeni yüzyılda rekabetin kurallarını belirleyen unsurlar değişmiştir. Bugünkü ortamda, rekabet savaşını kazanmak; stratejilere sahip olmakla, daha iyi rekabet etmekle veya sürekli kalite ve performans iyileştirme programları kullanmakla değil stratejik olarak yenilenerek en iyi olmak ve farklı şekilde rekabet etmekle mümkündür (Naktiyok, 2004: 216)

2.4.4.3. Yeni İş Kurma

Özerklik seviyesi ne olursa olsun mevcut bir organizasyon içinde yeni bir iş yaratılmasını ifade etmektedir. Yeni ekonomik varlıklar işletmenin yapısı içinde olabileceği gibi, farklı bir işletme şeklinde de olabilmektedir. Bu tür yenilik faaliyetleri işletmenin yeniden tanımlanması veya yeni pazarların tanımlanması anlamındadır. Bu tarz yenilikler işletmenin örgüt yapısının da değişmesine neden olacaktır. Yeni iş girişimi başlatma iç girişimciliğin en göze çarpan özelliklerinden biridir, çünkü sonuçlarının gözlemlenmesi daha kolaydır; bu sonuçlar işletmenin ürün ve hizmetlerinin yeniden tanımlanması, işletmenin yeni pazarlara açılmasıdır (Kozak ve Yılmaz, 2010: 90).

Yeni iş girişimi boyutu örgütün mevcut ürünleri ve pazarları ile ilgili yeni alanlara girme ve sonuç almaya yöneliktir (Öktem ve diğerleri, 2003: 174)

2.4.4.4. Proaktiflik

Bir işletmenin yeni ürün ya da hizmetleri denemek, yeni pazarlara açılmak, yeni yönetsel teknik ve teknolojileri uygulamak, strateji belirlemek, organizasyon yapısını değiştirmek gibi konularda rakiplerini takip etmek yerine birinci sırada olmayı tercih etmesini ifade etmektedir(Kozak ve Yılmaz, 2010: 89)

Proaktiflik (proactiveness) terimi Lumpkin ve Dess (1996) tarafından “gelecekte ortaya çıkacak sorunlardan, ihtiyaçlardan ve değişimlerden önce “harekete geçme” olarak tanımlanmaktadır. Koçel (1995) de proaktiflik kavramını yönetim faaliyetleri bağlamında “yönetimde olayların arkasından gitmeyi değil, geleceği kestirerek ve etkileyerek olaylara yön verme” anlamında kullanmıştır (Ağca ve Kandemir, 2008:215).

Proaktif davranış, kültürün bir yansıması olarak bireylerde fırsatları önceden görme, algılama ve peşinden koşma, yeni pazarlara katılım ve girişimsel niyet ile de tanımlanabilmektedir. O nedenle de proaktiflik, girişimsel faaliyetlerin

uygulanmasında girişimciliğin hayati bir elemanı olarak tanımlanmaktadır. Proaktif bireyler, yeni fırsatların sermayeye dönüştürülmesinde, kazanç sağlamada ve ilerlemede neyin ve niçin gerekli olduğunu öncelikli algılayanlar olarak görülmektedir (Duygulu, 2008:104).

2.5. Türkiye’de Girişimcilik Potansiyeli

Türkiye’de girişimciliğin desteklenmesi, Avrupa Birliği’ne giriş süreciyle birlikte başlamış yeni bir olgudur. Uluslararası girişimcilik endeksinde kullanılan 100 yetişkin içinde şirket kuran insanların sayısına bakıldığında Türkiye 29 ülkeden daha az sayıda girişimciye sahiptir. Türkiye’de her 100 yetişkin içinde şirket kuran sayısı 4.6 iken bu sayı Meksika’da 18.7, İrlanda’da 12 ve ABD’nde 11.7’dir. Yeni kurulan şirket sayıları açısından da Türkiye kötü bir performans göstermektedir. OECD üye ülkelerinde yeni kurulan işyerlerinin tüm işletmeler içinde oranı % 11-17, kapanan işyerlerinin oranı da % 9-14 arasında değişmekteyken, Türkiye’de bu oranlar sırasıyla %3,5 ve %0,9’dur (Aktoprak, 2009: 3).

Diğer bir düşük performans, Türkiye nüfusunun önemli bir girişimci potansiyeli olan kadın ve gençlerin girişimci olarak değerlendirilmemesidir. Ülkemiz nüfusunun yaklaşık olarak %47’si 18 ve altı yaş gurubundadır. Bu genç nüfusun büyük bir çoğunluğu girişimci bir ruha sahiptir ancak bu kesim ülkemizde girişimci olarak değerlendirilmemektedir (Cabbar, 2006:54). Diğer bir sorun ise, tüm işverenler arasında kadınların oranı %3,3 gibi oldukça düşük bir orandır ve 30 yaşın altında bulunan gençlerin %64’ü işsizdir. Girişimci sayısı ile ilgili ilginç bir tespit, girişimci erkek ve kadınların oranlarıdır. Artış ve azalışlara rağmen, kendi işinde çalışan kadınlar toplam kendi işinde çalışanların %10’u gibi düşük bir orana sahiptir.

Hem işverenleri, hem de kendi işinde çalışanları girişimci olarak değerlendirirsek Türkiye’de erkek girişimciler, kadın girişimcilerin toplam 7 katıdır. Girişimciyi yalnızca işveren olarak tanımlayan uluslararası bir çalışmada bulunan 29 ülke sonuçlarına göre ise erkek girişimcilerin kadın girişimcilerin iki katı olduğu saptanmıştır. Bu değerlendirmeye göre Türkiye’de erkek girişimciler kadın girişimcilerin 29 katıdır (Üzülmez, 2008:22).

Türkiye’de girişimciliğin insan gücü boyutuna genel olarak bakıldığında, sahip olunan nüfusun girişimcilik için önemli bir potansiyel oluşturduğu görülmektedir. İstihdam bakımından tarım sektöründeki ağırlık göze çarpmakta ve işsizlik önemli boyutlarda kendisini göstermektedir. Girişimcilik alanında eğitim seviyesinin düşük olduğu ve kadınların ikinci planda kaldığı göze çarpmaktadır. Ancak girişimciliğin

öneminin, girişimciyi bilgilendirme ve bilinçlendirme amaçlı eğitimlerin giderek arttığı görülmektedir (Öktem, Aydın ve Ekinci, 2007:50).

2.6. İşletme Performansı

İşletme literatüründe performans kavramı ile ilgili genel kabul görmüş bilimsel bir tanım mevcut olmamakla birlikte performans kavramı ile ilgili değişik tanımlamalar mevcuttur. 16. yüzyılda, performans kavramı bugünkü anlamından farklı olarak askeri sahada görevleri ve emirleri başarmak manasında kullanılıyordu. Bugünkü anlamında ise performans genel olarak, belirli bir hedefe ulaşmak için yapılan planlar doğrultusunda varılan nokta şeklinde tanımlanmaktadır (Cenger, 2006:6). Bununla birlikte başka bir tanıma göre performans kavramı belirli bir amacın, görevin veya fonksiyonun yürütülmesiyle ya da gerçekleştirilmesiyle alakalıdır. Performans genel manada hedeflenmiş ve planlanmış bir etkinlik neticesinde elde edileni nicel ya da nitel olarak belirleyen bir kavramdır (Turunç, 2006:119). Farklı tanımlamalar ise; birey, grup veya teşebbüsün etkinliğinin ve verimliliğinin işletmeye yapmış olduğu katkının ölçülmesi, kaynakların en etkin şekilde kullanılması ve amacın gerçekleştirilme düzeyinin belirlenmesi gibi farklı şekillerde yapılmaktadır (Kayabaşı, 2007:102). Performans elde edilen başarıdır, başarının sürekli olarak “değer yaratabilme” şeklinde gerçekleşmesidir. Performans, işletme amaçlarının gerçekleştirilmesi için gösterilen tüm gayretlerin değerlendirilmesidir (Kadakal, 2007:43).

2.6.1. Performans Kavramı ve İşletmelerde Performans Boyutları

1980’li yıllara kadar işletmeler, faaliyetlerini kontrol etmek, izlemek ve geliştirmek amacıyla yalnızca finansal ölçütlere bağlı olan performans ölçüm yöntemlerine odaklanmaktaydı. Günümüzün üretim koşullarında ise işletmelerin performansının değerlendirilebilmesi için finansal ölçütlere dayalı olan geleneksel performans ölçüm sistemleri yeterli olmamaktadır (Yılmaz, 2006:54). Bu nedenle işletmeler performans ölçümlerinde yeni yöntemler kullanma ihtiyacı duymuşlardır. Yeni yöntemlere ihtiyaç duyulmasının yanında en eski ve günümüzde de en geçerli performans ölçütü karlılıktır. Karlılık İşletmelerin mevcut durumlarını ortaya çıkarmada en güvenilir işletme performansı ölçüm kriteridir. İşletme performansının belirlenmesinde karlılıktan sonra en önemli ölçüt verimliliktir. Karlılık ve verimlilik birbirine yakın kavramlar olarak algılansa da temelde birbirinden farklı kavramlardır. Kar, işletmelerin maliyetleri üzerinden kalan hasıla iken verimlilik işletmelerdeki toplam girdiler ile toplam çıktılar arasındaki farkın pozitif olması durumudur. Verimlilik kavramı işletme performansının belirlenmesinde karlılıktan sonra en önemli

unsurdur. Verimlilik oranının boyutu işletmelere yapmış oldukları faaliyetlerde yol gösteren bir etkidir.

Kalite kavramı da diğer bir işletme performansı boyutudur. Kalite, müşteri talep ve beklentilerinin belirlenmesi için pazarlama ve pazar araştırmasıyla başlar; müşterinin tatmin edilmesine kadar üretimin tüm aşamalarındaki faaliyetleri ilgilendirir (Yılmaz, 2006:55).

İşletme performansının boyutları yukarıda bahsedilen kavramlarla sınırlı değildir. Bunların yanında işletme performansını etkileyen unsurlar ise aşağıda incelenecektir.

2.6.1.1. Etkinlik (Etkenlik)

Etkinlik, bir işletmenin amacına ulaşma derecesi olarak tanımlanabilir. İşletme açısından etkinlik; işçilik, hammadde, malzeme ve diğer girdilerin işletme içinde belirlenen amaçlar doğrultusunda ne denli etkin ya da yeterli kullanıldığını gösteren bir değerlendirme ölçütüdür. Etkinlik, bir işletmenin üretim faktörleri ya da üretimin kendisi için önceden saptadığı programın gerçekleştirilme derecesini gösterir. Diğer bir deyişle fiili (gerçekleşen) performans, önceden saptanan standart (olması gereken) performans ile karşılaştırıldığında gerçekleşen performansın standart performansa ne ölçüde yaklaşmış olduğunu gösterir. Etkinlik aşağıdaki eşitlik ile belirlenebilir (Kaplan, 2006:157).

$$\text{Etkinlik} = \frac{\text{Standart Performans (Değer)}}{\text{Gerçekleşen Performans}}$$

Gerçekleşen Performans

2.6.1.2. Verimlilik

Verimlilik; emek, sermaye ve toprak gibi üretimde kullanılan bir birim girdi başına üretilen mal ve hizmet miktarını ifade etmektedir. Bir işletmenin veya bir organizasyonun ürün ve/veya hizmet üretirken kaynaklarının ne kadar iyi kullanıldığını ortaya koyar. İşletmelerin verimliliği, belirli bir amacın en az maliyetle gerçekleştirilmesi ya da belirli miktar kaynakla amaca en uygun şekilde ulaşılmasıdır. Bir işletmede üretim süresinin, üretim miktarının, kalitesinin, üretim maliyetinin ve satış fiyatının denetim altına alınmasıyla verimliliğin artırılması işletmeye büyük faydalar sağlar (Ekinci, 2011:88).

2.6.1.3. Kalite

İşletmeler günümüzde hızlı gelişen bilim ve teknolojiye koşut olarak, hızlı iletişim ve bilgi ağları sayesinde artık, hem ulusal hem de uluslararası boyutta yoğun bir

rekabetin içinde bulmaktadırlar. Bunlara ek olarak, değişen tüketici kimliği, artan beklentiler, pazar koşulları, rekabetin türü ve niteliği, giderek zorlaşan tüketici tatmini, ürün ve hizmetlerin rakiplerden farklılaştırılmasını gerektirmektedir. Değişen bu çevresel koşullar içerisinde birçok sektörde işletmeler geleneksel yapılardan uzaklaşarak, yeni yapılanmalara yönelmektedirler. Kalite anlayışı, bu yapılanmalar içerisinde en önemlilerinden bir tanesini oluşturmaktadır (Kayabaşı, 2007:115).

Kalite kaynakların verimli kullanımını sağlayan, ürün ve hizmetlere kullanım uygunluğunu kazandıran, müşteri ihtiyaçlarına uygun üretim ve hizmet anlayışını egemen kılan ve böylece işletmelerin toplumsal sorumluluklarını da olumlu olarak gerçekleştirmelerine imkân sağlayan bir performans boyutudur (Öztürk, 2008: 83). Kalite kavramı artık ürüne üretim sürecinden sonra takılan bir aksesuar olmaktan ziyade tasarımda başlayan, kaynakların verimliliğini sağlayan, ürün ve hizmetlere kullanım uygunluğu kazandıran, müşteri gereksinimlerine uygun üretim ve hizmet anlayışını egemen kılan ve böylece işletmelerin kamusal sorumluluklarını da olumlu olarak gerçekleştirmelerine olanak sağlayan bir performans boyutu olarak karşımıza çıkmakta ve artık işletmeler kalitenin üretim sürecinde gözetilebilmesini gerekli görmekte ve kalite kontrol sistemleri geliştirmektedirler (Turunç, 2006:147). Bir performans boyutu olarak kalite çok boyutlu bir kavramdır. Bir mal veya hizmetin tüketici gereksinimlerine uygunluk derecesi olan kalite; güvenilirlik, dayanıklılık, hizmet görürlük, estetik ve itibar boyutlarına sahiptir. Sonuç olarak kalite her boyutu ile hatasız olma derecesini belirler (Öztürk, 2008:75).

2.6.1.4. Kârlılık

Kar ve karlılık kavramları işletmelerin belli bir dönemde toplam gelirler ile toplam giderler arasındaki pozitif tutardır. Gelirler ile giderler arasındaki fark negatif olursa işletme için zarar durumu ortaya çıkar. Karlılık, dönem karının satışlara bölünmesiyle ortaya çıkan orandır. İşletmelerin uzun vadede yaşamlarını sürdürebilmeleri ve topluma yararlı çıktılar sunmaya devam edebilmeleri için sürekli zarar etmemeleri gerekir. Zarar edilmesi halinde işletme gittikçe küçülür ve sonuçta faaliyetlerini sona erdirmek zorunda kalabilir. İşletmelerin sağlıklı bir şekilde büyümeleri, sağlam finansal kaynaklarla sürdürülebilir. Sürekli bir kaynak ise işletme faaliyetlerinden elde edilen kârlarla sağlanabilir. Genel olarak, kâr dönem başı ile dönem sonundaki öz sermaye arasındaki pozitif fark olarak tanımlanabilir (Soba, 2006:84).

Karlılık işletme performansının ölçülebilmesinde önemli bir kavramdır. Karlılığa bakılarak işletmenin performansının boyutlarının ölçülmesinde diğer hususların işe

yarayıp yaramadığı hakkında fikir elde edilebilir. karlılığın tanımı yapılırken dönemselliğinden bahsedilmişti ancak bu tanımın işletme yöneticileri açısından yanlış şekilde yorumlanmaması lazım karlılık dönemsel olarak ölçülebilir fakat işletme karlılık planları yaparken bunu kısa dönem için değil uzun dönem bazında ele alıp değerlendirmesi lazım. İşletmenin amacı kısa dönem karı olmamalıdır. kısa dönemde elde edilecek kar uğruna işletmenin uzun dönem amaçları feda edilmektedir. Bu da işletmeleri kısa dönemde karlı duruma getirse de diğer işletme performansı boyutlarını işlemez hale getirmemektedir. Bir işletmede karlılığın artırılabilmesi için, öncelikle karın artırılması ve bunun için de aşağıdakilerin yapılması gerekir (Yılmaz, 2006:71).

- Maliyetlerin düşürülmesi,
- Farklılaşmanın sağlanması,
- Pazar payının artırılması,
- Yenilik getirilmesi,
- Satış fiyatının yükseltilmesi

Bunlardan bir ya da birkaçı ya da tümü gerçekleştirildiğinde, işletmenin karını, dolayısıyla karlılığını yükseltmek mümkün olur. Bunlar gerçekleştirildiğinde hem işletmenin karlılığı yükselecek hem de işletmelerin uzun dönem hedefleri arasında bulunan müşteri memnuniyeti sağlanacaktır.

2.6.1.5. Yenilik

Yenilik (İnovasyon), bir fikri pazarlanabilen bir ürüne, geliştirilmiş bir imalat ya da dağıtım yöntemine ya da yeni bir toplumsal hizmet yöntemine dönüştürmeyi ifade etmektedir İnovasyon; günümüz rekabet toplumunda, yeni ürün, hizmet ve yöntemlerin bilgiye dayalı olarak geliştirilmesi ve bunun da ticari gelir elde etme amaçlı olarak desteklenmesi anlamına gelmektedir. Geliştirilen ürün, hizmet ve yöntemlerin yarattığı değerler sonucunda firma, kazandığı rekabet gücü ile pazar payını arttırma ve karlılığını sürekli kılma imkânı yakalayacaktır (Dulupçu ve Sungur, 2007:8).

Yenilik kavramı ile anlatılmak istenen, mevcut olanakların geliştirilmesidir. Bu anlamda daha fazla mal ve hizmet üretmek ya da bu mal ve hizmetin kalitesini yükseltmek amacıyla yapılan her şey (yeni üretim teknikleri, iş görme usulleri vb.) yenilik kapsamına girmektedir. Ancak yenilik kavramı içine «buluş» yapma girmemektedir. Buluş yepyeni bir keşif ya da icat yapmaktır ve mevcut olanı

geliştirme ya da iyileştirme anlamı taşımamaktadır. Yenilik boyutunun işletme performansı boyutları içinde yer almasının en önemli nedeni ise, işletmelerin rekabet gücünü önemli derecede etkilemesinden dolayıdır. Günümüzde değişen iç ve dış çevreye uyum sağlayamayan işletmelerin ayakta kalabilmeleri mümkün değildir. Örneğin müşterilerin ihtiyaç, istek ve beklentileri sürekli olarak değişim göstermektedir ve bu değişime ayak uydurabilmenin tek yolu işletmede yenilik faaliyetlerini artırmaktır (Yılmaz, 2006:78).

2.6.2. İşletmelerde Performans Ölçümü

Küreselleşme farklı pazarlar arasındaki engelleri ortadan kaldırarak, rekabetin giderek yoğunluk kazanmasına ve tüketim tarzlarında değişime neden olarak birçok yeni mikro pazarların oluşmasına neden olmuştur (Kayabaşı ve Kanberoğlu, 2008:50). Günümüzün artan rekabetçi ortamında işletmeler varlıklarını devam ettirebilmek için başarı ya da başarısızlık düzeylerini belirlemek zorundadırlar. Planlanan ile gerçekleşen sonuçlar arasında yapılacak bir karşılaştırma işletmenin hedeflerini ne ölçüde başardığını ortaya koyacaktır. Dolayısıyla böyle bir çalışmaya yönelik olarak veya bir başka ifade ile işletme başarımını belirleme adına performans değerlendirme çalışmalarının yapılmasına gerek duyulur (İlarlan, 2011:146).

Performans ölçümü, bir işletmenin tamamı için sistematik bir şekilde yapılabileceği gibi, geçici bir süre veya belirli bir amaç için de yapılabilir. Her organizasyonun performans ölçümü yapmak için kendine özgü bazı nedenleri vardır. İşletmeler, genellikle müşterilerinin isteklerini karşılayıp karşılayamadıklarını belirleyebilmek, yaptıkları faaliyetler hakkında bildiklerinin doğruluğunu onaylayabilmek ve neleri bilmediklerini ortaya çıkarmak; genel olarak başarılı olup olmadıklarını belirlemek; kararların, duygusal veya varsayımlara dayalı olarak değil de, gerçek verilere dayanarak alındığından emin olmak; sorunlu alanları ortaya çıkarmak veya gelişme olabilecek alanları belirlemek gibi nedenlerden dolayı performans ölçümü yapmaktadır (Yıldız, 2010:179-193). Performans ölçümü kişi, birim ya da örgütlerin performanslarının önceden belirlenmiş bazı standartlara göre veya benzer diğerlerinin performansı temel alınarak ölçülmesini içeren bir süreci ifade etmektedir (Turunç, 2006:120).

Performans ölçümü, organizasyonel amaçlara ne derece ulaşıldığını belirlemenin yanı sıra organizasyonun güçlü ve zayıf yönlerinin ve gelecekle ilgili hedeflerinin belirlenmesine yardımcı olur. Sonuç olarak, performans ölçümüyle şu sorulara yanıt verilmeye çalışılır: “Neredeyiz?”, “Nerede olabilirdik ya da ne kadar iyi olabilirdik?”

ve “Nerede olmalıyız?”. Bu soruların yanıtlarını bulmak işletmenin mevcut durumunun saptanması, planlananla şimdiki durumunun kıyaslanması ve geleceğe ilişkin kararların alınması anlamına gelir (Kethüda, 2010:40). Tüm bu soruların cevabı ise işletmeler tarafından yapılan performans ölçümleri ortaya çıkmaktadır. İşletme bilimine ilişkin literatürde performans kavramı, örgütsel etkinlik, verimlilik, karlılık, maliyet etkinliği gibi farklı göstergelerle ölçülmektedir. Araştırmalarda farklı kavramlarla işletme performansı arasındaki ilişkiler ortaya konmaya çalışılırken gerek finansal gerekse de finansal olmayan performans ölçütlerinin kullanılabilirdiği gözlenmektedir (Eren, 2006:56).

Günümüz küresel rekabet ortamında faaliyet gösteren işletmelerin, rekabet yarışında kendilerini daha etkin ve başarılı kılacak yöntemleri ve performanslarını doğru biçimde belirleyecek ölçme sistemlerini kullanmaları gerekmektedir. Bu yüzden, her işletme kendi örgütsel yapısına uygun performans kriterlerini belirleyerek ölçme sistemlerini geliştirmek durumundadır. Bu amaçla, işletmenin özel gereksinimlerine, kullanıcıların amaçlarına, yöneticilerin tercihlerine, daha genel bir deyişle performans ölçme sisteminin amacına ulaşmayı sağlayacak göstergeler geliştirilmelidir. Geliştirilen performans göstergeleri, işletmenin performansı hakkında bilgi sunarken performansın ölçülen boyutunun da dışında, daha genel bir anlam çıkarılabilecek sonuçları da sunmalıdır. Bu bağlamda, geçmişte yalnızca finansal performans göstergeleri kullanılmakla birlikte, finansal göstergeler sonuçları gösterdiği halde neyin doğru yapıldığı ya da neyin yanlış uygulandığı hakkında açıklamalar sunamadığından, günümüzde işletmelerin performanslarının belirlenmesinde finansal göstergeler ve finansal olmayan göstergelerin bir arada kullanılması gerekmektedir (Şen, 2011: 111).

Bir işletmenin varlığını devam ettirebilmesi ve büyümesi rakipleriyle baş edebilme yeteneğine, yani rekabet gücüne bağlıdır. İşletmenin rekabet gücünün sağlıklı biçimde tespit edilebilmesi de söz konusu işletmenin finansal performansının ölçülmesi ve analiz edilmesini gerektirmektedir (İlarıslan, 2011:148). Finansal ölçütler işletmenin büyüklüğüne, faaliyet gösterdiği sektöre ve kendi koşullarına göre belirlenmektedir. Bu ölçütler genellikle karlılık, büyüme, net gelir, satışlarda artış, nakit akımı ve ekonomik katma değer gibi performans göstergelerine odaklanmaktadır. İşletmelerin kullanacakları finansal amaçlar ve ölçütler işletmenin firma yaşam döngüsünün (büyüme, tutundurma, olgunluk gibi) hangi aşamasında bulunduğuyla ilgili olarak farklılık gösterebilmektedir. Henüz tutundurma aşamasında bulunan bir işletme için satışların durumu ve nakit akışı gibi finansal ölçütler önemli iken olgunluk döneminde faaliyet gösteren bir işletme için karlılık, net

gelir vb. finansal ölçütler daha önemli olabilmektedir (Güçlü, 2010:34). Geçmişte yapılan faaliyetlerin ölçülmesinde ve sonuçlarının ortaya çıkarılmasında finansal ölçütler işletmeler açısından son derece önemlidir. Ancak, işletmeler sadece geçmişe göre planlarını yapamazlar gelecekle de ilgili çalışmalarının olması gereklidir. Gelecekle ilgili planlar kurarken yeni performans ölçme yöntemlerinin de geliştirilmesi gereklidir. İşte finansal ölçütlerin yetersiz kaldığı durumlarda finansal olmayan performans ölçümleri kullanılmaktadır.

Bir ölçüm sisteminin gerçekten başarılı olabilmesi için; geçmişini yorumlamasının yanı sıra gelecekle ilgili tahminleri de içermesi gerekmektedir. Günümüz yöneticileri finansal ölçümlerin bu yetersizliklerin farkındadır ve iyi tasarlanmış performans ölçüm sistemlerinin ileriye yönelik stratejik kararlar vermede gerekli olduğu kanısındadırlar (Cenger, 2006:24). Finansal olmayan performans ölçümlerinin kullanılmasının çok fazla nedeni olmasına rağmen, bu ölçümlerden bazılarının Finansal performansın göstergelerine yol açması temel nedendir. Bu yüzden Finansal olmayan performans ölçümleri yöneticilere uzun dönem finansal performansını geliştirmelerini sağlarken, öte yandan, Finansal performans ölçümleri geri bakışlıdır ve gelecek performansın tahmin edilmesi yetisinden yoksundur. Bu yüzden yöneticilere kısa dönemde performansını geliştirmelerini sağlar (Cenger, 2006:25).

Tablo 2.1. Yıllar Bazında İncelenen Performans Ölçütleri

ARAŞTIRMACILAR	YIL	PERFORMANS ÖLÇÜTLERİ
Skinner	1969	Üretkenlik, hizmet, kalite, yatırımın geri dönüşü
Campanella and Corcoran	1983	Kalite seviyesi (hata yüzdesi), kalite maliyetleri (=koruma mal. +değerleme mal.+hata mal.)
Richardson, Taylor and Gordon	1985	Çıktı hacmi, birim başına maliyet, kalite, zamanında teslim, işgücü verimliliği, yeni ürün sunma yeteneği, ürün esnekliği, hacim esnekliği
Rosenfield, Shapiro and Bohn	1985	Maliyet-teslim süresi
Skinner	1985	Maliyet ve etkinlik, ürün kalitesi/güvenilirlik, teslim süresi ve güvenilirliği, yatırım, ürün esnekliği, hacim esnekliği
Fine	1986	Uygunluk seviyesi (hatalı olmama oranı), maliyet=değerleme mal.+koruma mal.+hata mal.
Miller and Roth	1988	Fiyat, kalite tutarlılığı (uygunluk), yüksek üretkenlik, esneklik, hızlı hacim değişimi, hızlı teslim, güvenilir teslim, satış sonrası hizmet, promosyon
Ferfows and De Meyer	1990	Kalite, birim üretim maliyeti, envanter değişimi, gelişme hızı, zamanında teslim, yığın büyüklüğü, genel maliyetler
Miller and Kim	1990	Genel maliyetler, üretim maliyeti, teslim hızı, yeni ürün geliştirme hızı, stok hızı, kalite
Schonberger	1990	İşleme süresini azaltma, iş gücü üretkenliği, girdi ve çıktı kalitesi, üretim birim maliyeti, tahmin uygunluğu
New	1992	İşleme süresi, teslimat güvenilirliği, kalite, fiyat, tasarım esnekliği, hacim esnekliği
Carbett and Van Wassenhove	1993	Maliyet, zaman (esneklik, hizmet, teslim, yenilikçilik), kalite (güvenirlik, uygunluk, dayanıklılık, hizmet verebilirlik, esneklik)
Flynn, Filippini, Forza ve diğerleri	1996	Teslim süresi, kalite tutarlılığı/yeteneği, üretkenlik, satış maliyeti
Mapes	1996	İmalat maliyetleri, kalite tutarlılığı, işleme süresi, teslimat güvenilirliği, yeni ürün sunum hızı ve oranı, ürün çeşitliliği
New ve Szwejczewski	1996	Üretkenlik, müşteri hizmeti
Jones, Lanctot ve Teegen	2000	Finansal performans (karlılık, yatırımların geri dönüşü vb), Pazar performansı (pazar payı, müşteri memnuniyeti vb.), ürün performansı (ürün güvenilirliği, daha önce yapılmamış nitelikteki ürünlerin sayısı vb.)
Jack ve Raturi	2005	Teslimat performansı, finansal performans ve büyüme performansı

Kaynak: Hatice Esin Kadakal, Dış Kaynak Kullanımı Uygulamalarının İşletme Performansına Etkisi ve İstanbul Tekstil Kent'te Bir Araştırma, Kırıkkale, 2007, s.43

Tablo 2.1’de görüleceği üzere, 1980’li yıllara kadar karlılık, yatırımların geri dönüşü, verimlilik gibi finansal ölçütler üzerinde odaklanılmıştır. 1980’li yılların sonlarından itibaren dünya pazarlarında yaşanan gelişmelerle birlikte araştırmacılar, muhasebe temelli performans ölçüm sistemlerinin eksikliklerini belirleyerek, bu sistemlerin yetersizliklerini vurgulamışlardır İşletmeler, değişen rekabet koşullarında yaşamlarını sürdürebilmek için, toplam kalite yönetimi, tam zamanında üretim, bilgisayarla bütünleşik üretim, esnek üretim sistemleri gibi yeni felsefeleri ve teknolojileri uygulamaya yönelmişlerdir. Bu değişimler; işletmelerin, maliyetle birlikte kalite, esneklik, tedarik süresi, teslim güvenilirliği gibi konulara da odaklanması sonucunu doğurmuştur. Bu değişimle birlikte, geleneksel finansal ölçütlere dayalı olan performans ölçüm sistemlerinin işletmelerin performansını yansıtmaya yeteneği de azalmıştır (Kadalkal, 2007:44).

2000’li yıllara gelindiğinde JONES ve arkadaşları tarafından işletmelerin kendi iç kaynakları ile işletme performansı arasında ilişki olup olmadığını araştırdıkları çalışmalarında, işletme performansı; finansal performans (karlılık, yatırımların geri dönüşü vb.), ürün performansı (ürün güvenilirliği, daha önce yapılmamış nitelikteki ürünlerin sayısı vb.) ve Pazar performansı (pazar payı, müşteri memnuniyeti vb.) olarak değişik yollarla ölçülmüştür (Kadalkal, 2007:45).

2005 yılında ise Jack ve Raturi, yapmış oldukları araştırmalarında işletme performansını teslimat performansı, finansal performans ve büyüme performansı olarak üç grupta ele alıp incelemişlerdir. Performans ölçümünde son elli yılda yaşanan gelişmeler Tablo 17’de özetlenmektedir (Öztürk, 2010:170).

Tablo 2.2. Performans Ölçümünün Gelişimi

Yıllar	Odak Nokta	Önemli Gelişmeler
1960'lı yıllar	Finansal	Muhasebe kazançları Hisse başına kazanç Yatırım getirisi Net bugünkü değer
1970'li yıllar	Finansal	Muhasebe kazançları Artık değer Yatırım getirisi
1980'li yıllar	Finansal / Yönetmel	Birim maliyetler Katma bütçeler Faaliyet kârları Nakit akışları
1990-1999	Finansal / Finansal Olmayan	Performans karnesi Ekonomik katma değer Faaliyet tabanlı maliyetleme
1999-2000	İnternet Esaslı Performans Ölçütleri	İnternet sayfasına giriş sayısı Görülen sayfa sayısı İlk defa siteye giren ziyaretçi sayısı

Kaynak: Aziz Öztürk, Marka İletişiminin Kriz Dönemlerinde İşletme Performansına Etkisi ve Hazır Giyim İşletmeleri Üzerine Bir araştırma, Konya, 2010, s.170

Performans ölçümünün son yıllardaki gelişmelerine kısaca bakıldığında, 1960'lı ve 1970'li yıllarda işletmelerin performans ölçümünün bütünüyle finansal ölçütlere dayanmakta olduğu görülmektedir. Japonların ve Avrupalıların Amerikalılara karşı 1980'lerde rekabet üstünlüğü sağlaması ile finansal ölçütlerin yeterli olmadığı, kısa vadeli amaçlara yöneldiği ve dar bir bakış açısı sunduğu düşünülmüştür. Performans karnesi yöntemi de 1990'larda ortaya çıkmış olup, bu yöntemle finansal olmayan performans ölçütlerinin sayısallaştırılıp anlamlı hale getirilmesi ve performans ölçüm sistemine uyumlu bir biçimde bağlanması sağlanmıştır (Öztürk, 2010:170).

2.6.2.1. İşletmelerde Performans Ölçümünün Amaçları

Performans ölçümü yapılmasının nedenleri şu şekilde sıralanabilir (Kaplan, 2006:174);

- Değerlendirme personelin performansına olumlu yönde katkı sağlar,
- Performans kriterleri yapılan işle ilgili geliştirilmesi gereken konularda bilgi sağlar,
- İşlerini iyi yapan-yapmayan ayrımının yapılmasına yardımcı olur,
- Belirlenen kriterler ortak hedefler üzerine odaklanılmasına ve sonuca yönelik iş üretilmesini sağlar,
- Eğitim ve gelişim ihtiyaçlarının belirlenmesini sağlar,
- Kariyer geliştirme konusundaki kararlara yardımcı olur,
- Değerlendirilen çalışanlar işlerini daha dikkatli ve özenli yerine getirir; başka bir ifade ile personel güdülenir,
- Eğitim programları ve insan kaynakları planlaması gibi birçok farklı insan kaynakları sistemlerinin oluşturulması ve değerlendirilmesi için veri sağlar,
- Stratejik planlama ve birçok iş tasarımı yöntemlerini düzenlemek için performans değerlendirme sonuçları kullanılır,
- Ücret düzeyleri ya da yapılacak zamlar, işten ayrılacaklar ve terfiler gibi insan kaynakları kararlarına bilgi sağlar,
- Yönetici ve yönetilenler arasında dengeli bir iletişim sağlar,
- İşletmeyi geliştirerek, örgütsel etkinliği artırma yönünde rol oynar.

2.7. Dış Ticaret, Tanımı ve Kapsamı

Ticaret kavramı, üretilen mal ve hizmetin belli bir bedel karşılığı son kullanıcıya ulaştırılması olarak tanımlanabilir. Dış ticaret ise, belli bir bedel karşılığında mal veya hizmetin, uluslararası piyasada el değiştirmesi veya kullanım hizmetine arz edilmesi olarak belirtilebilecektir. Dış ticaret tanımından da anlaşılacağı üzere, mal ve hizmetin son kullanıcıya ulaştırılması gerektiğinden, mal ve hizmetin ulusal ekonomiden uluslar arası ekonomiye geçmesi gerektiği görülmektedir. Bu bağlamda dış ticaretin kapsamını her türlü maddi/manevi mal ve hizmet oluşturmaktadır (Homak, 2011:1).

Dış ticareti bir ülkenin başka ülkelere mal veya hizmet alması ve satması olarak da tanımlayabiliriz. Bir ülkenin diğer ülkelere mal veya hizmet satmasına ihracat (dış satım), diğer ülkelere mal veya hizmet satın almasına ise ithalat (dış alım) denmektedir. İhracat ile ithalat arasındaki negatif farka dış ticaret açığı, ihracat ile ithalat arasındaki pozitif farka ise dış ticaret fazlalığı denir.

Ünlü iktisat teorisyeni Adam Smith'ten bu yana, iktisat teorisinde dış ticaret hem önemli bir araştırma alanı hem de önemli bir tartışma alanı olmuştur. Adam Smith'le başlayan bu süreç, özellikle David Ricardo, John Stuart Mill, Alfred Marshall Eli Heckscher, Bertil Ohlin, John Maynard Keynes, Jacop Viner ve Paul Samuelson ile devam eden Klasik İktisat anlayışında, dış ticaret, ticarete katılan ülkelerin dolayısıyla dünya refahının artırılmasında çok önemli bir araç olarak algılanmıştır. Bu düşünce tarzı ve serbest dış ticaretin önemini vurgulayıcı savlarla güçlendirilmiştir (Seyidoğlu, 2003:14).

Ülkeler çeşitli nedenlerle dış ticaret faaliyetlerinde bulunurlar. Dış ticarete yol açan en önemli unsurlardan biri bazı malların bazı ülkelere hiç üretilmemiş veya yerli üretimin ülke ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kalmasıdır. Yerli üretimin yetersizliğine; yeryüzüne doğal kaynakların dengesiz dağılımı, teknik bilgi ve uzman işgücü yetersizliği, ekonomik gelişme farklılıkları neden olabilir (Doğukanlı, 2001:4). Bu durumda ülkeler fazla ürettiği malları satarken, ihtiyaç duyduğu malları da diğer ülkelere satın almaktadır (Kaya, 2009:23).

Dış ticarete yol açan diğer faktör de farklılaştırılmış malların varlığıdır. Belli bir endüstriye bağlı firmaların ürettiği mallar birbirine benzemekle beraber tamamıyla aynı değildir, kullanış, kalite veya üretim bakımından bazı farklılıklar taşırlar. Bu farklılıklar da dış ticarete neden olur (Zortuk, 2002:2).

Dış ticaret sadece mal farklılıklarından dolayı ortaya çıkmaz, ülkeler arasındaki fiyat farklılıkları da dış ticaretin ortaya çıkmasında etkilidir. Fiyat farklılıklarına üretilen malların maliyetlerinin birbirinden farklı olması neden olmaktadır. Bu durumda ülkeler görece pahalıya ürettikleri ürünleri diğer ülkelere satın alırken ucuza ürettikleri ürünleri satma yoluna giderek dış ticareti oluştururlar (Kaya, 200:23). Fiyat farklılıklarına büyük ölçüde üretim maliyetleri neden olmaktadır. Bunun yanında talep yapılarının farklı olması da fiyatların farklı olmasına yol açabilir. Üretim maliyetlerinin farklılığı; malların üretiminde kullanılan kaynakların bolluğundan veya kıtlığından etkilenebileceği gibi, teknolojik düzeyden ve emek maliyetlerinden de etkilenebilir (Ertürk, 2002:8).

2.7.1. İhracat

En geniş anlamıyla ihracat, bir ülke sınırları içerisinde serbest dolaşımda bulunan (bu ülkede yetişen, üretilen veya başka ülkelere ithal edilmiş) malların ve hizmetlerin başka ülkelere satılması ya da gönderilmesi anlamına gelmektedir (İşbilen, 2011:17). İhracat, bir ülkenin kendi ürettiği veya üretmeyip satın aldığı malları başka bir ülkeye satmasıdır. İhracat günümüzde sanayileşme politikasının bir unsuru haline gelmiştir. Önceleri dış ticaret politikasında ithalat ile birlikte ele alınan ihracat günümüzde sanayileşme ile birlikte kalkınmanın hareket noktası haline gelmiştir. Son yıllarda özellikle gelişmekte olan ülkeler gelişmelerini hızlandırmak için büyük ölçüde dövize ihtiyaç duyarlar. Bu dövizin sağlanması ise, ihracat, dış yardım yolu veya borçlanma ile olur. İhracat, kalkınmanın gerçekleşmesinde ihtiyaç duyulan mal, hizmet ve teknoloji ithali için finansman kaynağını kazandırır (Zortuk, 2002:4).

2.7.2. İthalat

İthalat, ülke sınırları içerisinde hiçbir şekilde üretilmeyen ya da üretilse bile üretimi ülke ihtiyacını karşılamakta yetersiz kalan mal ve hizmetin diğer ülkelere satın alınması işlemine denir.

İthalatı serbest olan bir malın ithalat ve gümrük mevzuatına uygun olarak ithalatın yapılması, ithalat bedelinin ise kambiyo mevzuatına göre transfer edilmesi işlemine denir (Kaya, 2009:48).

2.7.3. Dış Ticaret Çeşitleri

Dış ticaret çeşitleri aşağıda normal ticaret, bağlı ticaret, serbest bölgeler ve sınır ticareti olmak üzere dört başlık altında açıklanmaktadır (Yıldız, 2007:10).

2.7.3.1. Normal ticaret

Bir ülkenin dış ticaret ve kambiyo rejimleri kapsamında, serbest döviz ile yapılan, mevzuat ile özel bir ayrıcalık tanınmayan ticarete normal ticaret adı verilmektedir (Yıldız, 2007:10).

2.7.3.2. Bağlı Ticaret

Ödeme sorumluluğunun gerçekleştirilmesi yönüyle bir finansman aracı olarak da kabul edilen bağlı ticarete mal bedeli, nakden değil, mal veya hizmet ile ödenebilir (Zügül, 1998:69). Bazen döviz tasarrufu sağlamak, serbest dövizle satılamayan düşük kaliteli yerli üretimin ihracını gerçekleştirebilmek, yabancı sermaye yoluyla büyük sanayi tesisleri kurmak gibi nedenlerle "bağlı ticaret"e (karşı ticaret)

başvurabilirler. Bu tür ticaret çoğunlukla ülkelerarası anlaşmalara dayanır ve taraflardan birisi devlet kuruluşu niteliğindedir. Eskiden sadece takas ve kliringden oluşan bağlı ticaret günümüzde, karşı satınalım, geri-satınalım, dengeleme gibi değişik yöntemleri de kapsayacak biçimde genişletilmiştir.

Zaman tarifelerine dayalı korumacılıktan tarife-dışı korumacılık türlerine geçilmesi, dış ticarete saydamlığı azaltıp belirsizliği artırarak dünya ticaret akımlarını olumsuz yönde etkilemiştir (Şahin, 2010:11).

2.7.4. Serbest Bölgeler

Serbest bölgeler bir ülkenin ulusal egemenlik sınırları içinde bulunmakla birlikte, gümrük sınırları dışında kalan, ülkede geçerli olan mali ve ekonomik mevzuatın kısmen veya tamamen dışında tutulduğu bölgelerdir (Özdemir, 2007:16).

Başka bir tanıma göre serbest bölgeler bir ülkenin siyasi hudutları içinde olmakla birlikte, gümrük hudutları dışında sayılan seçilmiş sınaî ve ticari faaliyetlerin ülkenin diğer kesimlerine göre daha çok teşvik edildiği, bürokrasinin en aza indirilmeye çalışıldığı yerlerdir

Bu tanımlamalardan sonra nitelikleri bakımından serbest bölgeler şu şekilde ifade edilebilir: Serbest bölgeler genellikle bir uluslararası liman ya da havalimanına yakın bölgelerde kurulurlar. Gümrük alanından ayrı işlem gören bölgelerdir. Yani özel amaçlar için ayrılan bölgelerdir. Bölgeye giren mallar gümrük işlemine tabi tutulmadığı gibi, ithalatı yapılan mallar depolanabilir, işlenebilir ve üretimde kullanılabilirler. Bu mallar gümrük sınırlarına girmediği sürece vergi ödenmesine gerek yoktur (Ayhan, 2003:117-131). Bu anlamda bir serbest bölge, “ülkenin siyasal sınırları içinde yer alan gümrüksüz bir alandır” (Öztürk, 1998:4).

Serbest bölgelerin genel tanımından hareket edilerek amaçlarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Uzandaç, 2008:20).

- Ülkelerde ihracat için yatırım ve üretimi artırmak,
- İhracatı arttırmak,
- Yabancı sermaye ve yeni teknoloji girişini hızlandırmak,
- İstihdamı arttırmak,
- Ülkeye döviz girişini sağlamak,
- Ekonominin girdi ihtiyacını ucuz ve düzenli bir şekilde temin etmek,
- Ekonomiye dinamizm ve canlılık kazandırmak,

- Dış finansman ve ticaret imkânlarından daha fazla yararlanmaktır.

2.7.5. Sınır Ticareti

Sınır ticareti, iki komşu ülke arasında anlaşmalara bağlı olarak yapılan özel bir dış ticaret rejimidir. Sınırın iki yakasındaki insanların ihtiyaçlarının karşılanması için karşılıklı olarak mal alım satımını öngörür. Ülkeleri sınır ticaretine yönelten nedenlerin başında, yakın komşuluk ilişkileri ve taşıma giderlerinden kaçınmak düşüncesi gelir. Normal ihracat ve ithalat işlemlerine uygulanan pek çok formalite sınır ticaretinde uygulanmaz (Öztürk, 2006:107-127).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GİRESUN İLİ İSTATİSTİKLERİ VE İŞLETME PRFORMANSI ANALİZİ

3.1. Trabzon Alt Bölgesi ve Bazı Temel Göstergeler

Trabzon Alt Bölgesi, 2002 yılında oluşturulan İstatistikî Bölge Birimleri sınıflandırmasına göre Düzey 2 olarak adlandırılan bölgelerden biri olup, Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane illerinden oluşmaktadır (DPT, 2007: 11).

3.1.1. İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması

Avrupa Birliği'ne detaylı veriler sunmak üzere Eurostat (Avrupa Birliği İstatistik Ofisi) tarafından 1970'li yılların ortalarında oluşturulan İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması'nın (İBBS) temel amacı; bölgesel tabanlı olacak şekilde istatistikleri toplamak, sosyo-ekonomik analizler yapmak ve topluma yönelik bölgesel politikaların çerçevesini oluşturmaktır (Yapraklı, 2008:14). 2002 yılında yayınlanan 4720 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile "Bölgesel istatistiklerin toplanması, geliştirilmesi, bölgelerin sosyo-ekonomik analizlerinin yapılması, bölgesel politikaların çerçevesinin belirlenmesi ve Avrupa Birliği Bölgesel İstatistik Sistemine uygun karşılaştırılabilir istatistiki veri tabanı oluşturulması amacıyla ülke çapında istatistiki bölge birimleri sınıflandırmasının tanımlanmasına ilişkin kararın yürürlüğe konulması" kararlaştırılmıştır. Söz konusu kararın 3. maddesinde Düzey 3, Düzey 2 ve Düzey 1 olmak üzere üç çeşit istatistikî bölge birimi oluşturulmuştur. İlk aşamada idari yapıya uygun olarak 81 adet il 3. düzeyde bölge birimleri olarak tanımlanmıştır. Ekonomik, sosyal, kültürel ve coğrafi yönlerden benzer iller belirli bir nüfus büyüklüğü de dikkate alınarak gruplanması ile 26 adet 2. düzeyde bölge birimleri tanımlanmıştır. Yine aynı kritere göre 2. düzey bölge birimlerinin gruplanması sonucu 12 adet 1. düzeyde bölge birimleri tanımlanmıştır (TÜİK, 2009:7). Söz konusu kararın 4. maddesinde de "Tüm kamu kurum ve kuruluşlarınca; bölgesel istatistiklerin toplanması, geliştirilmesi, bölgelerin sosyo-ekonomik analizlerinin yapılması ve bölgesel politikaların çerçevesinin belirlenmesi gibi çalışmalarda, bu Karar ile belirlenen İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması esas alınacaktır" hükmü yer almaktadır (Temurlenk, Başar ve Yapraklı, 2007:5).

Türkiye'de bölgeler arası gelişmişlik farklarının yoğunluğunun saptanmasında esas alınan bölgesel ayırım, 1960'lardan bu yana sürekli değişmiştir. Sektörel yapıdaki Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın uygulanmasının ardından, bölgeler arası gelişmişlik farkını azaltıcı politikalara öncelik verilmesi, bölgeler arası gelişmişlik

farklarının saptanması ihtiyacını doğurmuş ve 1960'ların sonlarında homojen bölge sınıflandırması çalışması yapılmıştır. İmar ve İskân Bakanlığı ile Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından, bölgesel kalkınma çalışmalarına hazırlık niteliğinde olmak üzere, 1963-70 yıllarına ait verilere dayanarak, 53 adet sosyo-ekonomik gelişmişlik göstergesi bazında yerleşme merkezlerinin gelişmişlik düzeyleri saptanmış ve ülkemizdeki tüm iller gelişmişlik düzeyine göre sekiz ana bölgeye ayrılmıştır. Bu ana bölgelerin dördü, kendi içlerinde 15 alt bölgeye ayrılmış olup, alt bölgeler göz önüne alındığında 19 bölge elde edilmiştir. Türkiye'yi 19 plan bölgeye ayıran bu çalışma, etüt bölgesi olma niteliğinden öteye gidememiş, kalkınma planlarında bölgesel ayırım olarak kabul görmemiştir (Dinler, 1994:82).

1980'lerden sonra polarize bölgelerin ve bölge merkezlerinin saptanması amacıyla, DPT tarafından, Merkezi Yerler Teorisine göre, Yerleşim Merkezlerinin Kademelenmesi çalışması yapılmıştır. Söz konusu çalışmada, polarize bölgelerin saptanması için anket yöntemine başvurulmuş, böylece ülkemiz polarize bölge kıstasına göre 16 bölgeye ayrılmıştır. Bu bölgesel ayırma, Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda yer verilmemiştir. 1970'lerde benimsenen ve homojen bölge kıstasına göre saptanan 19 etüt bölgesi ayrımı ile 1980'lerden sonra benimsenen ve polarize bölge kıstasına göre saptanan 16 bölge ayrımı 1990'larda terk edilmiştir. Günümüzde DPT ve Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE) tarafından yapılan istatistikî değerlendirmede "coğrafi bölge" ayrımı esas alınmış ve ülkemiz yedi coğrafi bölgeye ayrılmıştır (Dinler, 1994:82).

Bugün ülkemizde, AB'ye uyum sürecinde bölgesel politikaların çerçevesinin belirlenmesi ve bölgesel istatistiklerin üretilmesi amacıyla İstatistikî Bölge Birimleri tanımlanmıştır (Avaner, 2005: 59-63). AB'de NUTS (Nomenclature of Statistical Units) olarak adlandırılan bu sistem 28.08.2002 tarihli ve 2002/4720 sayılı Bakanlar Kurulu Kararnamesi'nde Türkçe İBBS kısaltmasıyla karşılanmıştır. Türkiye NUTS sistemi, DİE ve DPT koordinasyonunda diğer ilgili kamu kuruluşlarının da katılımıyla gerçekleştirilmiştir (Avaner, 2005: 59-63). Söz konusu kararın 4. maddesinde de "Tüm kamu kurum ve kuruluşlarınca; bölgesel istatistiklerin toplanması, geliştirilmesi, bölgelerin sosyo-ekonomik analizlerinin yapılması ve bölgesel politikaların çerçevesinin belirlenmesi gibi çalışmalarda, bu Karar İle belirlenen İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması esas alınacaktır" hükmü yer almaktadır (Temurlenk, Başar ve Yapraklı, 2007:5). Kararname, Türkiye için bölgeleri tanımlamış, yerel birimler ise düzenlemeye konu edilmemiştir. İBBS AB'de üye ülkeler arasında bölgesel dengesizlikleri ortadan kaldırmak amacıyla, bölgelerin planlanması ve Birliğin teşvik araçlarından yararlanılması için önem taşımaktadır. Bu

sınıflama, bölgelerin sosyo-ekonomik analizlerinin gerçekleştirilmesinde ve Birliğin bölgesel gelişme politikalarının çerçevesinin oluşturulmasında kullanılmaktadır. Öte yandan, bölgesel istatistiklerin toplanması, geliştirilmesi ve aralarında karşılaştırmalar yapılabilmesi için de bu tür sınıflama büyük kolaylık sağlamaktadır (Çamur, 2005:147; Mengi ve Algan, 2003:185).

İstatistik bölgelerin tanımlanmasında kullanılan temel faktörler; nüfus, bölgesel kalkınma planları, illerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması, temel istatistik göstergeler ve coğrafya'dır. Bölgesel istatistiklerin toplanması, geliştirilmesi, bölgelerin sosyo-ekonomik analizlerinin yapılması, bölgesel politikaların çerçevesinin belirlenmesi ve Avrupa Birliği Bölgesel İstatistik Sistemine uygun karşılaştırılabilir istatistikî veri tabanı oluşturulması amacıyla ülke genelinde yapılan bu sınıflandırmada iller, Düzey 3 (İBB-3) olarak tanımlanmış; ekonomik, sosyal ve coğrafi yönden benzerlik gösteren komşu iller ise bölgesel kalkınma planları ve nüfus büyüklükleri de dikkate alınarak " Düzey 1" (İBB-1) ve " Düzey 2" (İBB-2) olarak gruplandırmak suretiyle hiyerarşik İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması yapılmıştır. "Düzey 3" kapsamındaki İstatistikî Bölge Birimleri 81 adet olup il düzeyindedir. Her il bir İstatistikî Bölge Birimini tanımlamaktadır. "Düzey 2" İstatistikî Bölge Birimleri, "Düzey 3" kapsamındaki komşu illerin Ekonomik, sosyal, kültürel ve coğrafi yönlerden benzer iller belirli bir nüfus büyüklüğü de dikkate alınarak gruplandırılması sonucu tanımlanmış olup, 26 adettir. Bu gruptaki bölgeler, İstanbul, Tekirdağ, Balıkesir, İzmir, Aydın, Manisa, Bursa, Kocaeli, Ankara, Konya, Antalya, Adana, Hatay, Kırıkkale, Kayseri, Zonguldak, Kastamonu, Samsun, Trabzon, Erzurum, Ağrı, Malatya, Van, Gaziantep, Şanlıurfa ve Mardin'dir. "Düzey 1" İstatistikî Bölge Birimleri ise "Düzey 2" İstatistikî Bölge Birimlerinin gruplandırılması sonucu tanımlanmış olup, 12 adettir. Tabloda da görüldüğü gibi bunlar, İstanbul, Batı Marmara, Ege, Doğu Marmara, Batı Anadolu, Akdeniz, Orta Anadolu, Batı Karadeniz, Doğu Karadeniz, Kuzeydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri'dir (TÜİK, 2009). Düzey 1 Düzey 2 ve Düzey 3 istatistikî bölge birimleri, Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 3.1. İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS)

Düzyey 1	Düzyey 2	Düzyey 3
İstanbul	TR10 İstanbul AB	İstanbul
Batı Anadolu	TR51 Ankara AB	Ankara
	TR52 Konya AB	Konya, Karaman
Doğu Marmara	TR41 Bursa AB	Bursa, Eskişehir, Bilecik
	TR42 Kocaeli AB	Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova
Ege	TR31 İzmir AB	İzmir
	TR32 Aydın AB	Aydın, Denizli, Muğla
	TR33 Manisa AB	Manisa, Afyon, Kütahya, Uşak
Batı Marmara	TR21 Tekirdağ AB	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli
	TR22 Balıkesir AB	Balıkesir, Çanakkale
Akdeniz	TR61 Antalya AB	Antalya, Isparta, Burdur
	TR62 Adana AB	Adana, Mersin
	TR63 Hatay AB	Hatay, K.Maraş, Osmaniye
Batı Karadeniz	TR81 Zonguldak AB	Zonguldak, Karabük, Bartın
	TR82 Kastamonu AB	Kastamonu, Çankırı, Sinop
	TR83 Samsun AB	Samsun, Tokat, Çorum, Amasya
Orta Anadolu	TR71 Kırıkkale AB	Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir
	TR72 Kayseri AB	Kayseri, Sivas, Yozgat
Doğu Karadeniz	TR90 Trabzon AB	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane
Güneydoğu Anadolu	TRC1 Gaziantep AB	Gaziantep, Adıyaman, Kilis
	TRC2 Şanlıurfa AB	Şanlıurfa, Diyarbakır
	TRC3 Mardin AB	Mardin, Batman, Şırnak, Siirt
Ortadoğu Anadolu	TRB1 Malatya AB	Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli
	TRB2 Van AB	Van, Muş, Bitlis, Hakkâri
Kuzeydoğu Anadolu	TRA1 Erzurum AB	Erzurum, Erzincan, Bayburt
	TRA2 Ağrı AB	Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan

Kaynak: TÜİK, Bölgesel Göstergeler TR90 Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane, 2010.

3.1.2. TR90 Bölgesi Genel Tanıtımı

TR90 Bölgesi, Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin ve Gümüşhane illerini kapsamaktadır. Bölge'nin batısında Samsun ve Tokat illeri; kuzeyinde Karadeniz;

doğusunda Gürcistan devleti, Ardahan ve Erzurum illeri; güneyinde ise Erzurum, Bayburt, Erzincan, Sivas ve Tokat illeri bulunmaktadır (DOKA, 2010-2013:207).

Batı Karadeniz ile Doğu Anadolu Bölgesi arasında yer alan Doğu Karadeniz Bölgesi, 35 174 kilometrekarelik yüzölçümü ile Türkiye yüzölçümünün % 4,5'ine denk gelmektedir. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi 2010 verilerine göre bölgenin kilometrekareye 72 kişi olan nüfus yoğunluğu, 96 olan ülke nüfus yoğunluğunun altındadır. Bölge illerinden Trabzon'un nüfus yoğunluğu 164 ile bölge değerinin çok üzerinde iken, Gümüşhane ili 20 ile bölge rakamının oldukça altında kalmıştır. Bölgenin 2010 yılı yıllık nüfus artış hızı % -4,1' dir. 2010 yılında şehir nüfus oranı % 56'dır. Nüfusun 1 414 065 kişisi şehirlerde yaşarken, 1 102 102 kişisi bucak ve köylerde yaşamaktadır (TÜİK, 2010:9).

Bölgenin doğal yapısını büyük ölçüde belirleyen Kuzey Anadolu Dağları, iklim ve bitki örtüsü açısından kıyı ile iç kesimler arasında önemli farklılıkların ortaya çıkmasına yol açar. Deniz etkisiyle kıyı kesimi ılıman ve nemlidir. Bu etki mevsimler arasındaki sıcaklık farklarının azalmasına da yol açar. Dağ sıralarının arasında yer alan iç kesimlerde ise kara ikliminin etkisi görülür. Kıyı kesiminin genellikle ılık ve yağışlı olmasına karşın iç kesimlerde yazlar sıcak ve kurak, kışlar soğuk ve yağışlı geçer (TÜİK, 2010:9).

Bölge nüfusunda genç nüfusun ağırlığı dikkat çekicidir. 2010 yılında bölge nüfusunun %38,4'ü 25 yaşın altındadır. 25-65 yaş arası nüfus toplam nüfusun % 50,3'ünü, 65 yaş ve üstü nüfus toplam nüfusun %11,3'ünü oluşturmaktadır (TÜİK, 2010:9).

2010 yılında istihdam edilenlerin % 32,6'sı hizmetler, % 54,7'si tarım ve % 12,7'si sanayi sektöründe çalışmaktadır. Bölgenin işsizlik oranı yine aynı yıl için % 6,1, işgücüne katılma oranı % 58,2, tarım dışı işsizlik oranı % 12,5 ve istihdam oranı % 54,6' dır (TÜİK, 2010:9).

Doğu Karadeniz Bölgesi'nin 2009 yılında toplam tarımsal alanı 640 404 hektardır. Bu alanın 190 919 hektarı toplam işlenen tarım alanı, geri kalanı ise uzun ömürlü bitkiler alanıdır. TR90 Doğu Karadeniz Bölgesi ülke toplam tarım alanının % 2,8'ini oluşturmaktadır. Bölge tarım alanlarının yaklaşık %69,2'lik kısmını ise fındık ve çay alanlarının da içinde bulunduğu meyvelik alanlar oluşturmaktadır. Bölge'nin meyvelik alanları ise ülke genelinin yaklaşık %16' sına tekabül etmektedir. Bölge'de sebze ve tarla alanları oranı ülke geneline göre düşüktür. Bölge'de meyve dikili alanların ise %68,4'lük kısmı Ordu ve Giresun illerindedir (DOKA, 2010-2013:45). Bölge bitkisel üretimde ülkenin toplam çay üretiminin tamamını karşılamaktadır. Aynı zamanda

toplam fındık üretiminin yaklaşık %50'si bölgede yapılmaktadır. Bal üretiminde de önemli bir paya sahiptir (TÜİK, 2010:9).

3.1.2.1. Giresun İlinin TR90 Düzey 2 Bölgesindeki Yeri

3.1.2.1.1. Tarihçesi

Giresun, Anadolu'nun kuzeydoğusunda, yeşille mavinin kucaklaştığı Karadeniz'in inci kentlerinden birisidir. Şehir, denize doğru uzanan yarımada'nın üzerinde yer almaktadır. Yarımada'nın karşısında Karadeniz'in tek adası olan Giresun Adası (Aretias), kentin bir kolyesi gibi durmaktadır (TÜİK, 2011:11).

Şehrin nerede kurulduğu ve kimler tarafından iskan edildiği konusu tartışmalıdır. Bu tereddüt M.Ö. 350 yıllarına ait kaynaklarda da yer almaktadır. Coğrafyacı Strabon, Farnakia dediği şehrin; bugünkü Giresun kentinin olduğu yerde kurulduğu üzerinde durmuştur. Romalı idareci Arrien Farnakia'nın eski adının Kerasus olduğunu belirtmiş ve buranın Sinoplular tarafından kurulduğunu yazmıştır. Şehir hakkında Roma, Bizans ve Rum Pontus İmparatorluğu dönemine ait tatminkar bilgiler yoktur. Eski Anadolu tarihi araştırmalarında, şehir ve kasaba tarihlerinde dil incelemeleri sonucunda, bu bölgede M.Ö. 2000'li yıllardan beri Türk varlığının mevcut olduğu anlaşılmıştır. M.Ö. 7.y.y.da İskitlerin Karadeniz'e göç etmesi ile Oğuz unsurları da bu bölgeye yerleşmişlerdir. Bu bölgede Oğuz boylarından Yazır, Döğer, Avşar, Karkın, Halaç'ların; Akhun, Kuşan, Peçenek, Hazar, Hun, Kıpçak Türklerinin yerleşimi mevcuttur (Giresun Valiliği, 2009:10).

Giresun 1397 yılında Türkmen Beyi Emir oğlu Süleyman Bey tarafından fethedilmiş olup o zamandan bu yana işgal görmemiştir. Daha sonraki yıllarda Osmanlıların Trabzon İmparatorluğu'nu 1461 yılında fethi ile Giresun da Osmanlı Devleti'nin hakimiyetine geçmiştir. 1500'li yıllardaki tahrir defterlerinde Giresun ve civarının (Koyulhisar/Büyükliman/Vakfikebir) arası Vilayeti Çepni olarak görünüyor ve özel bir yönetimle idare ediliyordu. Beylikler döneminden sonra (1461) Osmanlı İmparatorluğu'nun Trabzon Vilayeti'ne bağlanmış olan Giresun, 1920'de Ordu, Tirebolu ve Görele kazalarıyla birleştirilerek Giresun Sancağı kurulmuştur. 1923'te il olmuştur (wikipedia, 2013).

Bugüne kadar yanlış bir kanaat olarak Giresun'un Türkleşmesi Fatih Sultan Mehmet'in 1461'de Trabzon'u fethiyle beraber gösterilmiştir. Giresun'un Osmanlı Devletine bu tarihte katıldığı doğrudur. Ancak Giresun'un Türkleşmesi 1397'de Bayramlı Çepni Türkmen Beyi Emir Süleyman Beyin Giresun'u fethetmesiyle gerçekleşmiştir. Bu yanlış kanaat yüzünden Giresun'da onun adını taşıyan hiçbir

eser bulunmamaktadır. Dolayısıyla Giresun'un ilk fatihi tanınmamaktadır (TÜİK, 2011:10).

3.1.2.1.2. Coğrafi Durum

Karadeniz Bölgesi'nin Doğu Karadeniz Bölümünde yer alan Giresun ili, 6934 km² lik yüzölçümü ile Türkiye yüzölçümünün %8.5'ini kaplamaktadır. Giresun ilinin kuzey bölümünde, Giresun Dağları ile Kuzey Anadolu Dağlarının bazı kesimlerinden doğan çok sayıda küçük akarsu vardır ve bu nedenle kıyı şeridi sık vadiler ağıyla yarılmıştır. İl topraklarındaki akarsuların tümü, dağların dik yamaçlarından büyük bir hızla aktığından oluk biçimli derin vadiler oluşmuştur. Başlıca akarsuları; Aksu, Harşit Çayı, Özlüce (Gelevera) Deresi, Pazar Suyu, Yağlıdere ve Batlama Deresi'dir (DOKA, 2012:43).

Giresun ili, doğusunda Trabzon ve Gümüşhane, batısında Ordu, güneyinde Sivas ve Erzincan, güneybatısında yine Sivas illeriyle komşu olup, kuzeyi Karadeniz ile kuşatılmıştır. İl Merkezi, Aksu ve Batlama vadileri arasında denize doğru uzanan bir yarımada üzerinde kurulmuş olup, bu yarımadanın doğusunda ve 2 km açığında Giresun Adası bulunmaktadır (TÜİK, 2010:12).

Karadeniz kıyılarına paralel olarak uzanan Doğu Karadeniz sıra dağları, ilimizde Giresun dağları adını alır. Kıyı boyunca devam eden dar bir düzlükten sonra içeriye doğru yükseklikler artar, ilin güneyindeki Kelkit vadisine doğru yükseklikler azalır. İl topraklarının yüzde 94.3'ü dağlıktır. Dağların yüksek kesiminde orman sınırı üzerinde çayırarla kaplı verimli yaylalar vardır. Yaylalar il topraklarının %1.2'sini, platolar %4.3'ünü, ovalar ancak %0.2'sini kaplamaktadır. İlimizdeki dağlar 2000 metre yüksekliklere kadar zengin ormanlarla örtülüdür (Giresun Belediyesi,2013).

Giresun Dağlarının kıyıya paralel olarak uzanışı, il toprakları üzerinde iki farklı iklim bölgesi oluşmasına neden olmuştur. Karadeniz kıyılarında ılık ve yağışlı iklim sürer. Doğal bitki örtüsü, iklim özellikleri ve yükseltiye bağlı olarak değişir. İklim koşullarında olduğu gibi doğal bitki örtüsünün dağılışında da ilin iki kesimi arasında farklar vardır. İlin kuzey kesiminde kıyı ovalarının ardındaki yamaçlar 800 m yükseltiye kadar fındık bahçeleriyle kaplıdır. Giderek daha yükseklere doğru kızılçam, kestane, gürgen, meşe ve kayınlara, 1 600 metreden sonra köknar, ladin ve sarıçamlardan oluşan ormanlara rastlanır. Orman Örtüsü 2000 metrede sona erer. Daha yüksek alanlarda Alp tipi gür çayırarla kaplı yaylalar yer alır. Giresun Dağlarının güneyindeki Çoruh-Kelkit Vadi oluşuna bakan kesiminde ise, daha çok meşelerden oluşan kurakçıl ormanlar ve bozkır (step) bitkileri ön plana çıkar (TÜİK, 2010:13).

Uzun süreli gözlemlerin ortalamasına göre, merkezde yıllık sıcaklık ortalaması 14.2 derecedir. En soğuk ay (Şubat) ortalama sıcaklığı 6.9 derecedir. En sıcak ay Ağustos ortalaması ise, 22.3 derecedir. Şimdiye kadar Giresun'da kaydedilen en düşük sıcaklık -9.8 derece olarak, en yüksek sıcaklık ise, 4 Ekim 1952'de 37.3 derece olarak ölçülmüştür (Giresun Valiliği, 2013).

Giresun İlinin birçok yerinde özellikle kuzey kesiminde Üst-Kretase volkanik fasiyesli arazi çok geniş yer kaplar. Bunlar Kuzey Anadolu bölgesinde yaygın olan formasyonun İl'e düşen bölümüdür. Bu seri alanlarında Espiye, Yağlıdere, Görele çevrelerinde bakır madenleri vardır. Bu arada Kovanlık bucağı ile Dereli İlçesi güneyindeki yüksek bölgede ve Doğanlık yakınlarında Granit, Granodiyorit, Kuvarslı Diyorit kütlelerine ve damarlarına rastlanır. Bunlar yer yer Şebinkarahisar kuzeyinde de yüzeyde görülür (Giresun Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2013).

3.1.2.1.3. Nüfus ve Sosyo- Ekonomik Durumu

Nüfus ekonomik ve sosyal kalkınmanın temel unsurudur. Bu nedenle il nüfusunun büyüklüğü, ekonomik ve sosyal nitelikleri vb. özelliklerinin bilinmesi önemli bir konudur. Nüfusun gelişimi, değişimi ve nitelikleri bölge planlaması açısından doğru kararların alınması ve tedbirlerin uygulanması konusunda son derece hayati bir öneme sahiptir. Ülkemizde nüfus ve nüfusun nitelikleri hakkındaki bilgiler Türkiye İstatistik Kurumunun yapmış olduğu nüfus sayımları ile tespit edilmektedir.

Tablo 3.2. Giresun 2012 (ADNKS) Nüfusu

Giresun	İl/ilçe merkezleri			Belde/köyler			Toplam		
	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
Alucra	4.250	2.106	2.144	4.573	2.267	2.306	8.823	4.373	4.450
Bulancak	39.473	19.146	20.327	21.301	10.632	10.669	60.774	29.778	30.996
Dereli	5.871	2.951	2.920	15.004	7.518	7.486	20.875	10.469	10.406
Espiye	17.413	8.598	8.815	14.397	7.068	7.329	31.810	15.666	16.144
Eynesil	7.126	3.354	3.772	5.894	2.816	3.078	13.020	6.170	6.850
Merkez	100.712	49.845	50.867	22.417	11.231	11.186	123.129	61.076	62.053
Görele	15.839	7.797	8.042	14.437	7.051	7.386	30.276	14.848	15.428
Keşap	8.611	4.364	4.247	11.894	5.747	6.147	20.505	10.111	10.394
Şebinkarahisar	12.174	6.053	6.121	10.347	5.164	5.183	22.521	11.217	11.304
Tirebolu	14.828	7.379	7.449	14.886	7.261	7.625	29.714	14.640	15.074
Piraziz	6.766	3.294	3.472	6.736	3.350	3.386	13.502	6.644	6.858
Yağlıdere	6.077	3.056	3.021	10.720	5.315	5.405	16.797	8.371	8.426
Çamoluk	1.762	921	841	4.220	2.038	2.182	5.982	2.959	3.023
Çanakçı	1.700	828	872	5.217	2.593	2.624	6.917	3.421	3.496
Doğankent	3.475	1.749	1.726	3.331	1.651	1.680	6.806	3.400	3.406
Güce	2.880	1.442	1.438	5.224	2.575	2.649	8.104	4.017	4.087
Toplam	248.957	122.883	126.074	170.598	84.277	86.321	419.555	207.160	212.395

Kaynak; TÜİK, 2012, ADNKS

Giresun ilinin, 2012 Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi sonuçlarına göre 419.555 kişidir. Nüfusun 248.957 kişisi şehirlerde yaşarken, 170.598 kişisi belde ve köylerde yaşamaktadır. Şehirde yaşayanların oranı % 59, köyde yaşayanların oranı % 41'dir. Yine aynı sonuçlara göre, il merkezi nüfusu 100.712'dir, ilin nüfus yoğunluğu ise km² başına 61 kişidir. Nüfus bakımından en büyük ilçeleri sırasıyla Merkez, Bulancak, Espiye ve Tirebolu'dur. Yüzölçümü bakımından en büyük ilçesi ise Şebinkarahisar'dır. Nüfus bakımından en küçük ilçesi Çamoluk, yüzölçümü bakımından en küçük ilçesi ise Eynesil'dir (TÜİK, 2013). Giresun'daki ilçe sayısı 16, belediye sayısı 33 ve köy sayısı ise 534'dür (TÜİK, 2010.13).

Giresun ilinin arazi yapısı büyük çaplı sanayi tesislerinin kurulması için elverişli olmayıp, ekonomi tarımsal sanayiye dayanır. Sanayi için taşıdığı dezavantajlara karşılık hizmet sektörü için önemli avantajlara sahip olan ilde bölge alanının darlığı, arazi engebeleri ve yağışlı iklim nedeniyle uygun bir tarım bölgesi değildir (TÜİK, 2011:13). Önemli merkezlere, hammadde kaynaklarına ve pazarlara uzaklık, ulaşım güçlüğü, fabrika kurulacak alanların yetersizliği ve diğer nedenler, bölgede sanayinin kısa dönemde gelişimini engellemektedir (TÜİK, 2010:13). Bütün bu olumsuzluklara rağmen Giresun ili dinamik bir ekonomiye sahiptir denilebilir. 2001 krizinin etkilediği şehirlerarasında yer almakla beraber 2010 itibarıyla altyapı olanaklarını geliştirmiş, bölgesel ve küresel hedefler belirlemiştir. Giresun ekonomisinde fındık ve fındığa

bağlı yan sanayi dalları en önemli unsurdur. Özellikle son yıllarda fındığın küresel pazarlarda tanıtılması için çalışmalar yapılmaktadır. Fındık ürününün küresel ekonomiye pazarlanması konusunda “Fındık Tanıtım Grubu” önemli görevler üstlenmektedir. Fisko- Birliğin genel müdürlüğünün Giresun’da bulunması Giresun’a fındık üretimini ve ihracatını kontrol etme imkanını vermektedir (Giresun TSO, 2010:13).

Giresun denizi, adası, yaylaları ve kültürel varlıkları ile eşsiz bir doğa güzelliğine sahiptir. İl Merkezindeki Giresun Kalesi, Zeytinlik Mahallesi ve Giresun Adası turistik açıdan görülmeye değer yerlerdir. Ülkemizin en güzel yaylalarından birçoğu da Giresun ilindedir. Kümbet, Bektaş, Yavuzkema1 ve Sisdağı yaylaları başta olmak üzere Giresun’da birçok yayla bulunmaktadır. Bu yaylalarda yaz dönemi çeşitli şenlikler yapılmaktadır. Ayrıca her yıl Aksu Deresi ağzında halk arasında Mayıs Yedisi diye bilinen uluslar arası düzeyde şenlikler düzenlenmektedir. Giresun’un doğu ve batısındaki sahiller kilometrelerce uzayıp giden tabii plajlar halindedir. Ayrıca ilde görülmeye değer tarihi tescilli birçok yapı da mevcuttur (Giresun Valiliği, 2013).

3.1.2.1.4. Sanayi

Giresun merkez ilçelere kıyasla sanayi altyapısı en çok olan yerleşim alanıdır. Sanayileşme geçmişi kısa olmakla birlikte sanayileşme faaliyetlerini kentsel planlamaya uygun olarak oluşturmaya başlamıştır. Giresun merkezde inşa edilmiş olan organize sanayi bölgesinin yapımına 1998 yılında başlanmış olup 70 hektar alan üzerinde kurulmuştur (Giresun TSO, 2010,13). Giresun Organize Sanayi Bölgesi, Giresun-Trabzon sahil yoluna 2 km. yapılmakta olan Ordu-Giresun Havaalanına 30 km., Trabzon Havaalanına 140 km., Tirebolu-Torul yoluna 40 km. mesafede bulunmaktadır. Giresun merkezine 7 km. mesafede ve 70 hektar büyüklüğünde olan Organize Sanayi Bölgemizde, tamamı kamulaştırılan 5.000-12.000 m² arasında 49 adet sanayi parseli planlanmış, birleştirmeler sonucu parsel sayısı 35 olmuştur. Bu parsellerin yanında araziye çevreleyen yeşil alan kuşağı ve ayrılması zorunlu olan 6 hizmet parseli (yönetim, kültür, sağlık tesisi, çıraklık eğitim merkezi, arıtma ve spor alanları) bulunmaktadır. Çıraklık Eğitim Merkezi, Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yapılmış ve halen hizmet vermektedir (Giresun TSO, 2013).

Giresun merkezde sanayi altyapısını destekleyecek Hidro Elektrik Enerji santrallerine yenileri eklenmeye devam etmektedir. Altyapısı %98 oranında tamamlanmış olan Giresun Organize Sanayi Bölgesinde geçici kabul çalışmaları başlamıştır. Organize sanayi bölgesinde, gıda, mobilya, makine, tekstil ve inşaat

firmaları ağırlıklı olarak faaliyet göstermektedir. İl merkezinde bulunan liman ilde üretilen sanayi ürünlerinin dış pazarlara ihracatı için gerekli altyapıya sahiptir (Giresun TSO, 2010:31).

“Gıda ürünleri ve içecek imalatı”, “ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı”, “başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat imalatı”, “inşaat”, “tekstil” ile “bitkisel üretim” sektörleri öne çıkmaktadır. Alt sektörler itibarıyla ele alındığında ise unlu mamuller ve öğütülmüş tahıl ürünlerini içeren imalatlar dışında, “başka yerde sınıflandırılmamış sebze ve meyvelerin işlenmesi ve saklanması”, “fındığın ve çayın işlenmesi” sektörlerinin de öne çıktığı görülmektedir. Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizatı imalatı sektöründe “elektriksiz ev aletleri imalatı”, “diğer tarım ve ormancılık makineleri imalatı” ile “kaldırma ve taşıma teçhizatı imalatı” alt sektörleri öne çıkmaktadır. Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı sektörü içinde “inşaat kerestesi ve doğrama imalatı”, “ağacın hazırlanması, planyalanması ve emprenye edilmesi” ile “ahşap konteyner imalatı” ön plana çıkan alt sektörlerdir. İnşaat sektöründe mıcır, taş tozu ve benzeri üretimler, tekstil sektöründe ise giyim eşyaları üretimi alt sektörleri ağırlıklı olarak görülmektedir (DOKA, 2010-2013:34).

3.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Giresun ilinde faaliyet gösteren firmaların dış ticarete ilişkin değerlendirmeleri ve bakış açılarını analiz etmek, girişimcilik değerleri ile dış ticaret arasındaki ilişkiyi yorumlamaktır.

3.3. Araştırmanın Önemi

Araştırma, firma sahiplerin girişimcilik değerleri ile dış ticaret arasındaki ilişkiyi yorumlamayı amaçlamaktadır. Giresun ilindeki girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar, bunların dış ticarete yansımaları, beklentiler ve yetersizliklere ilişkin birincil verilere dayalı değerlendirmenin yapılmasıdır.

3.4. Araştırmanın Kapsamı

Araştırma, Giresun ili sınırlarında faaliyet gösteren firmaları kapsamaktadır. Bu firmaların faaliyet süreleri, işletme türleri, çalışan sayıları ve benzeri değişkenler bağlamında dış ticarete bakışları değerlendirilmektedir.

3.5 Araştırmanın Kısıt ve Ön kabulleri

Anket formlarının uygulanması öncesinde, veri toplama ölçeğindeki ifadelere verilecek cevapların sadece araştırmanın amacına uygun olarak kullanılacağı açıklanmış, toplanacak verilerin örgütlere zarar verecek biçimde, başka kişi ve kurumlarca kullanılmayacağı konusunda güvence verilmiştir. Bu nedenle,

yöneticilerin, anket formlarındaki ifadeleri doğru biçimde algılayıp, yorumladıkları ve içten yanıt verdikleri varsayılmaktadır. Anket formu, işletme sahibi ya da yöneticisi tarafından doldurulmuştur. Bundan dolayı cevap verenlerin, ifadeleri değerlendirme becerisine sahip oldukları varsayılmaktadır.

Bu araştırmada kullanılan anket, analizlere konu olan değişkenleri belirlemek için gerekli tüm özelliklere sahiptir. Ölçeklerin, güvenilirlik ve geçerlilik testleri yapılmıştır. Bu nedenle anket formu uygulanan deneklerin, verdikleri cevapların var olan durumu yeterli ölçüde yansıttığı varsayılmaktadır.

Çalışmanın birincil kısıtı bölge kısıtıdır. Araştırma Giresun ili sınırları içerisinde yapılmıştır. İkinci olarak, basit aile işletmeleri değil, personel çalıştıran ve şirketleşmiş olan firmalar kapsama alınmıştır. Çalışma 3 aylık bir süre içerisinde ankete bütünüyle cevap vermeyi kabul eden katılımcılara yapılmış, anketi eksik dolduran katılımcıların bilgileri dışarıda bırakılmıştır.

3.6. Araştırmanın Yöntemi

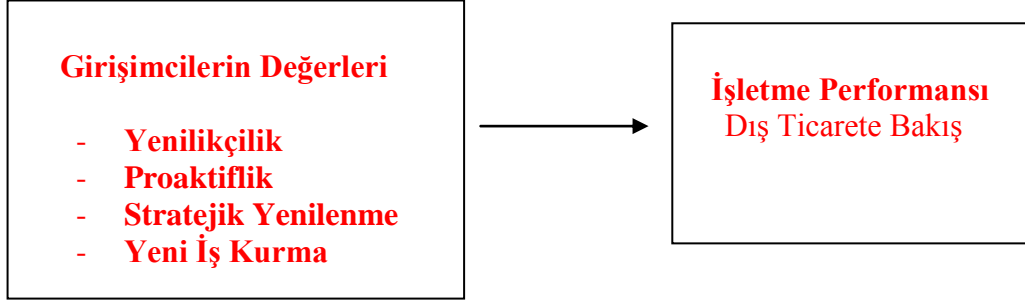
Araştırma, yüz yüze görüşme yapılarak gerçekleştirilen anket uygulaması ile gerçekleştirilmiştir. SPSS 20.0 programı ile analiz gerçekleştirilmiştir.

3.7. Araştırmanın Örneklem Seçimi

Bu çalışmanın ana kütesini, Giresun Ticaret ve Sanayi Odası 2012 verilerine göre Giresun ilinin 122 imalat sanayi işletmesi içerisinde yer alan kuruluşlar oluşturmuştur. Giresun Ticaret ve Sanayi Odasından 122 işletmenin adres bilgilerine ulaşılmıştır. Ancak bu işletmelerden 21'ine telefon ve adres yoluyla ulaşılamamıştır. Geriye kalan 101 işletmenin tamamına ulaşılmıştır. Fakat bu işletmelerden 45 tanesi ile yüz yüze anket formu doldurulabilmiştir. Geriye kalan anketlerin bir kısmı eksik ve yanlış doldurulduğu için bir kısmı da geri dönmediği için analize tabi tutulmamıştır. Toplamda 45 işletme ile anket yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda değerlendirmeye tabi tutulan anket sayısı güvenilirlik düzeyini geçmiştir. Dolayısıyla yapılan çalışmanın Giresun ilinde faaliyet gösteren sanayi işletmelerinin mevcut durumlarını yeterli ölçüde yansıttığı varsayılmaktadır.

3.8. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın modeli ve hipotezleri aşağıda belirtilmiştir.



Şekil 3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın temel ve alt hipotezleri aşağıda belirtilmiştir.

HİPOTEZ
H1: Girişimcilik Değerleri Yüksek Olanların Dış Ticaret Eğilimleri Yüksekler
H1.1: Yeniliğe önem veren girişimciler dış ticarete önem vermektedirler
H1.2: Proaktifliğe önem veren girişimciler dış ticarete önem vermektedirler
H1.3: Stratejik yenilenmeye önem veren girişimciler dış ticarete önem vermektedirler
H1.4: Yeni iş kurmaya önem veren girişimciler dış ticarete önem vermektedirler

3.9. Araştırmanın Geçerlilik ve Güvenilirliği

Anketin Ölçeği

İlk kez Khandwalla isimli araştırmacı tarafından geliştirilen ve daha sonra birçok araştırmacı tarafından kültürlerarası güvenilirliği ve geçerliliği test edilen ve yeniden tanımlanan birinci ölçek (Entrescale), örgütün iç girişimciliğe doğru genel yönelimini ölçmeye odaklanan ifadelerden oluşmaktadır. Bu ölçek "iç girişimcilik, yönetimin yenilik ve proaktiflik yetenekliliğini/istekliliğini yansıtır" şeklindeki tanımlamadan hareketle örgüt içi girişimciliğin yenilik ve proaktiflik davranışı boyutlarını içerecek şekilde hazırlanmıştır. Zahra tarafından geliştirilen ikinci ölçek ise (corporate enterpronourship scale) örgütün yeni iş/işletme girişimi yenilik ve örgütsel yenilenme, faaliyetlerine olan ilgisini çekmek amacıyla tasarlanmıştır. Birbirini tamamlayan bu iki ölçek bir arada kullanıldıkları takdirde iç girişimciliğin "yenilik," "yeni girişim," "yenilenme" ve "proaktif davranış" gibi çoklu boyutlarını açıklayabilmektedir. Bu görüşlerin ışığı altında ve Antoncic ve Hisrich'n bu iki

ölçeğin birleşimine uyguladığı açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizine faktör analizi sonuçları da göz önünde bulundurularak örgüt içi girişimciliği ölçmek için iki ölçekten alınan ifadeler temel alınmış ve literatürdeki benzer çalışmalarda kullanılan ölçeklerden de yararlanılarak iç girişimcilik ölçeği hazırlanmıştır (Antoncic ve Hisrich; 2001:500; Naktiyok; 2004:241).

Ölçeğin iç tutarlılığını sağlamaya yarayan Alpha katsayısı bulunmuştur. Bu katsayı, ölçülmek istenen bir değişkenin sürekli aynı ölçülerin kullanılması halinde sonuçlarının yakınlık derecesini ortaya çıkarmada önemli bir veridir. Verilerin güvenilirliği bilimsel çalışmanın ilk şartı ve veri toplama aracının güvenilirliğinin göstergesi olduğu için anket güvenilirlik testine tabi tutulmuştur. Ortaya çıkan sonuçlar, Özdamar'ın (2002:673) ifade ettiği güvenilirlik sonucuna göre değerlendirilmiştir.

Anketin cronbach's Alpha değerleri aşağıdaki gibidir;

Tablo 3.3. Güvenirlik Sonuçları

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Yenilik	10,9967	1,538	,563	,373	,735
YeniGirişim	10,7344	1,986	,645	,427	,711
StratejikYönetim	10,5533	1,850	,606	,373	,709
Proaktiflik	11,2922	1,522	,581	,392	,723

Bu sonuçlar doğrultusunda anketin oldukça güvenilir olduğu kabul edilmektedir.

3.10. Bulgular

Tablo 3.4. İşletmeniz Kaç Yıldır Faaliyet Göstermektedir?

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
1-5 Yıl Arası	6	13,3	13,3	13,3
6-10 Yıl Arası	7	15,6	15,6	28,9
Valid 11-15 Yıl Arası	4	8,9	8,9	37,8
15 Yıl Üzeri	28	62,2	62,2	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Toplam 45 firmanın katılım sağladığı ankette firmaların faaliyet sürelerine bakıldığında 1-5 yıl arası faaliyet gösteren firma sayısı 6, 6-11 yıl arası faaliyet gösteren firma sayısı 7, 11-15 yıl arası faaliyet gösteren firma sayısı 4 ve 15 yıl üzeri faaliyet gösteren firma sayısı 28 olarak görülmektedir.

Tablo 3.5. Firmanın Faaliyet Gösterdiği Sektör?

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid				
Gıda-İçecek	22	48,9	48,9	48,9
Kimya-Plastik	2	4,4	4,4	53,3
Tekstil-Dokuma	3	6,7	6,7	60,0
Orman Ürünleri	3	6,7	6,7	66,7
Otomotiv	1	2,2	2,2	68,9
İnşaat	4	8,9	8,9	77,8
Metal	1	2,2	2,2	80,0
Makine	2	4,4	4,4	84,4
Diğer	7	15,6	15,6	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Firmaların ağırlıklı olarak gıda-içecek sektöründe faaliyet gösterdiği, inşaat, tekstil ve dokuma, orman ürünleri, otomotiv, metal, makine ve kimya-plastik sektöründe faaliyet gösteren firmaların sayısının az olduğu görülmektedir.

Tablo 3.6. Firmanızın Toplam Çalışan Sayısı?

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid				
1-9 Arası	6	13,3	13,3	13,3
10-24 Arası	11	24,4	24,4	37,8
25-49 Arası	9	20,0	20,0	57,8
50-99 Arası	13	28,9	28,9	86,7
100-249 Arası	2	4,4	4,4	91,1
250 ve Üzeri	4	8,9	8,9	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Toplam çalışan sayısı açısından incelendiğinde, 1-9 kişi çalıştıran firma sayısının 6, 10-24 arası firma sayısının 11, 25-49 arası firma sayısının 9, 50-99 arası firma sayısının 13, 100-249 arası firma sayısının 2 ve 250 ve üzeri çalışana sahip olan firma sayısının 4 olduğu görülmektedir.

Tablo 3.7. İşletmenizin Türü?

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde	
Valid	Anonim Şirket	10	22,2	22,2	22,2
	Limited Şirket	29	64,4	64,4	86,7
	Kolektif Şirket	1	2,2	2,2	88,9
	Tek Kişi İşletmesi	4	8,9	8,9	97,8
	KİT	1	2,2	2,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Ankete katılan firmaların büyük çoğunluğunun (29) limited şirket olarak faaliyet gösterdiği, anonim şirket sayısının 10, tek kişi işletmesinin 4, kolektif şirket sayısının ve kamu iktisadi teşebbüsünün 1'ere adet olduğu görülmektedir.

Tablo 3.8. İşletmenin Mülkiyet Durumu?

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde	
Valid	Kira	7	15,6	15,6	15,6
	Kendime Ait	37	82,2	82,2	97,8
	Kamu	1	2,2	2,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

45 firmanın mülkiyet açısından incelenmesine bakıldığında verilen cevapların 37'sinin kendime ait, 7'sinin kira ve 1'inin kamuya ait olduğu görülmektedir.

Tablo 3.9. Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde	
Valid	Yararlıdır	42	93,3	93,3	93,3
	Yararlı Değildir	1	2,2	2,2	95,6
	Kararsızım	2	4,4	4,4	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Ankete katılan firmalara yöneltilen dış ticarete bakış açısı sorusuna verilen cevapların %93,3'ü (42 firma) dış ticarete olumlu bakış beyan etmişlerdir. Kararsız olan sayısı 2 iken dış ticaretin faydalı olduğuna inanmayan firma sayısı 1 adettir.

Tablo 3.10. Dış Ticaretin (İhracatın) Firmanız Açısından Önemli Olduğuna İnanıyor musunuz?

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde	
Valid	Firmanız İçin Yararlı	43	95,6	95,6	95,6
	Firmanız İçin Yararlı Değil	1	2,2	2,2	97,8
	Kararsızım	1	2,2	2,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Kendi firmaları için dış ticaretin yarar sağlayıcı olup olmadığı sorulan katılımcıların %95,6'sı (43 firma) firmaları için dış ticaret yapmanın yararlı olduğuna inandıklarını ifade etmişlerdir. Yararlı olmadığına inanan firma adedi 1 ve kararsız adedi 1'dir.

Tablo 3.11. Dış Ticaret (İhracat) İmkanına Sahip Olmanızın Sizi Daha Fazla Yatırım Yapmaya Yönlendireceğini Düşünüyor musunuz?

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid Evet	41	91,1	91,1	91,1
Hayır	1	2,2	2,2	93,3
Kararsızım	3	6,7	6,7	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Katılımcılara yöneltilen dış ticaretin yatırımı artırıcı etkisine ilişkin soruya verilen cevaplarda katılımcıların %91,1'i (41 firma) dış ticaretin daha fazla yatırıma yönlendirici etkisi olduğunu ifade etmişlerdir. Kararsızım cevabı veren katılımcı sayısı 3 iken dış ticaretin yatırım artırıcı etkisi olmadığını ifade eden sayısı 1 adettir.

Tablo 3.12. Kaç Yıldır Dış Ticaret (İhracat) Yapıyorsunuz?

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid Yapmıyor	25	55,6	55,6	55,6
1 Yıldan Az	5	11,1	11,1	66,7
1-5 Yıl Arası	5	11,1	11,1	77,8
6-10 Yıl Arası	3	6,7	6,7	84,4
11-15 Yıl Arası	1	2,2	2,2	86,7
15 Yıldan Fazla	6	13,3	13,3	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Ankete katılan firmaların %55'i dış ticarete olumlu bakışa sahip olmalarına karşın dış ticaret yapmadığı, buna karşın 5 firmanın 1 yıldan az, 5 firmanın 1 - 5 yıl arası, 3 firmanın 6-10 yıl arası, 1 firmanın 11-15 yıl arası ve 6 firmanın 15 yıldan fazla bir zamandır dış ticaret yaptığı görülmektedir.

Tablo 3.13. Dış Ticaret İle İlgili Olarak Karşı Karşıya Olduğunuz En Önemli Sorun Hangisidir?

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid Dış Ticaret Yapmıyorum	25	55,6	55,6	55,6
Dış Ticaretle İlgili Yeterli Bilgim Yok	3	6,7	6,7	62,2
Eğitimli Personel Bulamıyorum	4	8,9	8,9	71,1
Bürokratik Engeller	5	11,1	11,1	82,2
Yabancılarla Rekabete Hazır Değilim	6	13,3	13,3	95,6
Pazar Araştırması Yapma İmkanım Yok	2	4,4	4,4	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Dış ticaret ile ilgili olarak karşılaşılan en önemli sorun hangisidir sorusuna verilen cevaplarda, dış ticaret yapmayanlar analiz harici bırakılırsa; 6 firma yabancılarla rekabete hazır olmadığını, 5 firma bürokratik engellerle karşılaştığını, 4 firma eğitimli personel bulamadığını, 3 firma dış ticaretle ilgili yeterli bilgi sahibi olmadığını ve 2 firma da Pazar araştırması yapma imkanının olmadığını ifade etmişlerdir.

Tablo 3.14'den Tablo 3.31'e kadar olan tablolar, Giresun ilinde faaliyet gösteren işletmelerin girişimcilik değerlerine ilişkin bulguları içermektedir.

Tablo 3.14. Ürünleri ve Üretim Sistemlerini Farklılaştırmak

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid				
Önemsiz	11	24,4	24,4	24,4
Kararsız	10	22,2	22,2	46,7
Önemli	20	44,4	44,4	91,1
Çok Önemli	4	8,9	8,9	100,0
Total	45	100,0	100,0	

İşletmelerin girişimcilik değerlerine ilişkin elde edilen sonuçlara bakıldığında, ürünleri ve üretim sistemlerini farklılaştırmak hakkında bakış açınız nasıldır sorusuna 45 işletmeden 20'si önemli, 11'i ise önemsiz diye cevap vermiştir.

Tablo 3.15. Yeni Ürün, Teknik, Yönetim Sistemi ve Uygulamalarda Öncü Olmak

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid				
Önemsiz	7	15,6	15,6	15,6
Kararsız	14	31,1	31,1	46,7
Önemli	18	40,0	40,0	86,7
Çok Önemli	6	13,3	13,3	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Yeni ürün, Teknik, yönetim sistemi ve uygulamalarda öncü olmak sorusuna işletmelerden 18'i önemli, 14'ü kararsız ve 7 tanesi önemsiz olarak cevap vermiştir. İşletmelerin 6 tanesi ise yeniliklerde öncü olmanın çok önemli olduğunu belirtmiştir.

Tablo 3.16. Yeni Ürün, Üretim Süreci ve Teknoloji Geliştirmek için AR-GE'ye Kaynak Ayırmak

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid				
Önemsiz	1	2,2	2,2	2,2
Kararsız	12	26,7	26,7	28,9
Önemli	28	62,2	62,2	91,1
Çok Önemli	4	8,9	8,9	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Yeni ürün, üretim süreci ve teknoloji geliştirmek için araştırma- geliştirme faaliyetlerine kaynak ayırmanın önemi ilgili soruya işletmelerin 28'i önemli, 12'si kararsız, 4'ü çok önemli ve 1 tanesi ise önemsiz diye cevap vermiştir.

Tablo 3.17. Yenilik ve Yaratıcılığı Teşvik Etmek İçin Yeni İnsan Kaynakları Program ve Politikaları Uygulamak

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid	Kararsız	11	24,4	24,4
	Önemli	25	55,6	80,0
	Çok Önemli	9	20,0	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Yenilik ve yaratıcılığı teşvik etmek için yeni insan kaynakları program ve politikaları uygulamak hakkındaki görüşlerine başvurulduğunda ise işletmelerin 25'i önemli, 11'i kararsız ve 9'u ise yeni insan kaynakları program ve politikaları uygulamanın çok önemli olduğunu belirtmiştir.

Tablo 3.18. Yeni geliştirilen ve denenmemiş olan süreç, sistem ve yöntemleri kullanmak

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid	Önemsiz	11	24,4	24,4
	Kararsız	22	48,9	73,3
	Önemli	12	26,7	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Yeni geliştirilen ve daha önce denenmemiş olan süreç, sistem ve yöntemleri kullanmak ile ilgili yöneltilen soruya işletmelerin 22'si kararsızım, 12'si önemli ve 11'i ise daha önce denenmemiş olan yöntemleri denemenin önemsiz olduğunu ifade etmiştir.

Tablo 3.19. Reklam ve pazarlama faaliyetleri yolu ile var olan ürünler için yeni talepler yaratmak

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid	Kararsız	1	2,2	2,2
	Önemli	38	84,4	86,7
	Çok Önemli	6	13,3	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Reklam ve pazarlama faaliyetleri yolu ile var olan ürünler için yeni talepler yaratmak hakkında işletmelerin görüşleri ise, 38'i reklam ve pazarlamanın yeni talep yaratmada önemli olduğunu söylemiştir. Bu konu da 6 işletme çok önemli, 2 işletme ise kararsız olduğunu ifade etmiştir.

Tablo 3.20. Faaliyet gösterilen endüstride iş kollarını sürekli olarak genişletmek

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid	1	2,2	2,2	2,2
Önemsiz	7	15,6	15,6	17,8
Kararsız	32	71,1	71,1	88,9
Önemli	5	11,1	11,1	100,0
Çok Önemli	45	100,0	100,0	
Total				

Faaliyet gösterilen endüstride iş kollarını sürekli olarak genişletmek sorusuna işletmelerden 32'si önemli, 7'si kararsız, 5'i çok önemli ve 1 tanesi de önemsiz olarak cevap vermiştir.

Tablo 3.21. Faaliyet gösterilen endüstrinin dışındaki endüstrilerde, faaliyet alanımızla ilgili yeni işler almak ve yeni işletmeler açmak

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid	9	20,0	20,0	20,0
Önemsiz	22	48,9	48,9	68,9
Kararsız	9	20,0	20,0	88,9
Önemli	5	11,1	11,1	100,0
Çok Önemli	45	100,0	100,0	
Total				

Faaliyet gösterilen endüstrinin dışındaki endüstrilerde, faaliyet alanımızla ilgili yeni işler almak ve yeni işletmeler açmak sorusuna ise işletmelerin 22'si kararsızım, 9'u önemsiz, 9'u önemli ve 5'i ise çok önemli olarak cevap vermiştir.

Tablo 3.22. Yeni ürünlerle yeni pazarlara girmek

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid	3	6,7	6,7	6,7
Önemsiz	18	40,0	40,0	46,7
Kararsız	16	35,6	35,6	82,2
Önemli	8	17,8	17,8	100,0
Çok Önemli	45	100,0	100,0	
Total				

Yeni ürünlerle yeni pazarlara girmek sorusuna işletmelerin 18'i kararsızım, 16'sı önemli, 8'i çok önemli ve 3 tanesi önemsiz olarak cevap vermiştir.

Tablo 3.23. Var olan ürünler için yeni iş/işletme fırsatları aramak

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid	Önemli	42	93,3	93,3
	Çok Önemli	3	6,7	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Var olan ürünler için yeni iş/işletme fırsatları aramak sorusuna işletmelerin büyük çoğunluğu (42) önemli, çok az işletme (3) ise çok önemli diye cevap vermiştir.

Tablo 3.24. Misyonu ve yapılan işle ilgili unsurları sık sık gözden geçirmek

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid	Kararsız	2	4,4	4,4
	Önemli	37	82,2	86,7
	Çok Önemli	6	13,3	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Misyonu ve yapılan işle ilgili unsurları sık sık gözden geçirmek sorusuna katılımcılardan 37'si önemli, 6'sı çok önemli ve 2'si kararsızım olarak cevap vermiştir.

Tablo 3.25. Rekabet edilecek endüstrileri sık sık yeniden tanımlamak

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid	Çok Önemsiz	1	2,2	2,2
	Önemsiz	2	4,4	6,7
	Kararsız	4	8,9	15,6
	Önemli	35	77,8	93,3
	Çok Önemli	3	6,7	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Rekabet edilecek endüstrileri sık sık yeniden tanımlamak sorusuna işletmelerin 35'i önemli, 4'ü kararsızım, 3'ü çok önemli, 2'si önemsiz ve 1'i çok önemsiz olarak cevap vermiştir.

Tablo 3.26. Birim ve bölümleri sık sık yeniden organize etmek

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid	Önemsiz	6	13,3	13,3
	Kararsız	6	13,3	26,7
	Önemli	24	53,3	80,0
	Çok Önemli	9	20,0	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Birim ve bölümleri sık sık yeniden organize etmek sorusuna işletmelerin 24'ü önemli, 9'u çok önemli, 6'sı önemsiz ve yine 6'sı kararsızım olarak cevaplamıştır.

Tablo 3.27. Çalışanları yaratıcılık ve yenilik yapabilmeleri için sürekli eğitmek

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid	Önemsiz	1	2,2	2,2
	Kararsız	3	6,7	8,9
	Önemli	28	62,2	71,1
	Çok Önemli	13	28,9	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Çalışanları yaratıcılık ve yenilik yapabilmeleri için sürekli eğitmek ile ilgili soruya işletmelerin 28'i önemli, 13'ü çok önemli, 3'ü kararsızım ve 1 tanesi önemsiz olarak cevaplamıştır.

Tablo 3.28. Rakiplere cevap vermekten ziyade rakiplerle mücadele etmek

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid	Çok Önemsiz	1	2,2	2,2
	Önemsiz	2	4,4	6,7
	Kararsız	7	15,6	22,2
	Önemli	27	60,0	82,2
	Çok Önemli	8	17,8	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Rakiplere cevap vermekten ziyade rakiplerle mücadele etmek sorusuna işletmelerin 27'si önemli, 8'i çok önemli, 7'si kararsızım, 2'si önemsiz ve 1'i çok önemsiz olarak cevap vermiştir.

Tablo 3.29. Yüksek risk taşıyan projeleri uygulamak

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid	Çok Önemsiz	1	2,2	2,2
	Önemsiz	11	24,4	26,7
	Kararsız	28	62,2	88,9
	Önemli	4	8,9	97,8
	Çok Önemli	1	2,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Yüksek risk taşıyan projeleri uygulamak konusunda ne düşündükleri sorusuna işletmelerin 28'i kararsızım, 11'i önemsiz, 4'ü önemli, 1'i çok önemli ve 1'i çok önemsiz olarak cevap vermiştir.

Tablo 3.30. Amaçları başarmak için taktiklerde küçük çaplı değişimlerden ziyade, geniş kapsamlı stratejik faaliyetleri tercih etmek

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid	Çok Önemsiz	1	2,2	2,2
	Önemsiz	11	24,4	26,7
	Kararsız	20	44,4	71,1
	Önemli	12	26,7	97,8
	Çok Önemli	1	2,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Amaçları başarmak için taktiklerde küçük çaplı değişimlerden ziyade, geniş kapsamlı stratejik faaliyetleri tercih etmek sorusuna işletmelerin 20'i kararsızım, 12'si önemli, 11'i önemsiz, 1'i çok önemsiz ve 1'i çok önemli olarak cevap vermiştir.

Tablo 3.31. Karar verme durumunun belirsizlik içermesi durumunda beklemek yerine, cesur davranarak karar almak

	Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Valid	Çok Önemsiz	1	2,2	2,2
	Önemsiz	10	22,2	24,4
	Kararsız	19	42,2	66,7
	Önemli	9	20,0	86,7
	Çok Önemli	6	13,3	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Karar verme durumunun belirsizlik içermesi durumunda beklemek yerine, cesur davranarak karar almak sorusuna işletmelerin 19'u kararsızım, 10'u önemsiz, 9'u önemli 6'sı çok önemli ve 1'i çok önemsiz olarak cevap vermiştir.

Tablo 3.32.İşletmeyi kurarken karşılaştığınız en büyük sorunlar nelerdi(Soru 6)

Sıra	Tanım	Sayı
1	Kalifiye eleman bulamama	31
2	Pazar koşullarındaki düzensizlik	26
3	Bürokratik ve yasal engeller	20
4	Finansal düzensizlik	17
5	Değişen teknoloji	13
6	Pazar koşullarındaki değer yargıları	5
7	Rakiplerin engellemesi	5
8	Kadınlar hakkındaki ön yargı	3
9	Bilgi eksikliği	3
10	Haksız rekabet	1

Katılımcılara işletmeyi kurarken karşılaştıkları en önemli sorunları önem derecesine göre sıralamaları istendiğinde 31 işletme kalifiye eleman bulamama, 26 işletme Pazar koşullarındaki düzensizlik, 20 işletme bürokratik ve yasal engeller, 17 işletme finansal düzensizlik, 13 işletme değişen teknoloji, 5 işletme Pazar koşullarındaki değer yargıları, 5 işletme rakiplerin engellemesi, 3 işletme kadınlar hakkındaki ön yargı 3 işletme bilgi eksikliği ve 1 işletme haksız rekabet olarak cevap vermiştir.

Tablo 3.33. İşletmeyi kurduktan sonra karşılaştığınız sorunlar nelerdi?(Soru 7)

Sıra	Tanım	Sayı
1	Başarısızlık beklentisi	22
2	Rol çatışması	14
3	Ticari tecrübe eksikliği	12
4	Güvensizlik	11
5	Pazara ulaşma zorluğu	4
6	Bürokrasi	3
7	Toplumun geleneksel baskısı	3
8	Rekabet	2
9	Ortak bulma sıkıntısı	2
10	Ticari ilişkiler çok zayıf	1

İşletmelere, işletmeyi kurduktan sonra karşılaştığınız sorunlar nelerdi diye sorulduğunda 22 işletme başarısızlık beklentisi, 14 işletme rol çatışması, 12 işletme ticari tecrübe eksikliği, 11 işletme güvensizlik, 4 işletme pazara ulaşma zorluğu, 3 işletme bürokrasi, 3 işletme toplumun geleneksel baskısı, 2 işletme rekabet, 2 işletme ortak bulma sıkıntısı ve 1 işletme ticari ilişkiler çok zayıf olarak cevap vermiştir.

1. Girişimcilik değerleri ile dış ticaret arasındaki ilişki

H1.1: Yeniliğe önem veren girişimciler dış ticarete önem vermektedirler

Tablo 3.34. Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?

Yenilik	Mean	N	Std. Deviation
2,40	1,00	3	,000
2,60	1,00	2	,000
2,80	1,00	6	,000
3,00	1,50	2	,707
3,20	1,00	2	,000
3,40	1,00	5	,000
3,60	1,00	4	,000
3,80	1,20	10	,632
4,00	1,00	2	,000
4,20	1,00	2	,000
4,40	1,00	4	,000
4,60	1,67	3	1,155
Total	1,11	45	,438

Tablo 3.35. Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır? * Yenilik

	Yenilik												Total
	2,40	2,60	2,80	3,00	3,20	3,40	3,60	3,80	4,00	4,20	4,40	4,60	
Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır? Yararlıdır	3	2	6	1	2	5	4	9	2	2	4	2	42
Yararlı Değildir	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Kararsızım	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2
Total	3	2	6	2	2	5	4	10	2	2	4	3	45

Dış ticaret ve girişimcilik değerlerinden birinci boyut olan yenilik boyutu arasındaki ilişkiye bakıldığında yeniliğe önem veren girişimcilerin dış ticarete bakışları şu şekildedir; Toplam 45 katılımcının verdiği cevaplara göre dış ticaretin yararlı olduğunu ifade eden girişimci sayısı 42'dir. 2 katılımcı dış ticaretin yararlı olmadığını ifade ederken 1 katılımcı ise kararsız olduğunu ifade etmiştir.

H1.2: Proaktifliğe önem veren girişimciler dış ticarete önem vermektedirler

Tablo 3.36. Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?

Proaktiflik	Mean	N	Std. Deviation
2,00	1,00	2	,000
2,25	1,00	1	.
2,50	1,00	8	,000
2,75	1,00	1	.
3,00	1,33	3	,577
3,25	1,13	15	,516
3,50	1,00	4	,000
3,75	1,40	5	,894
4,00	1,00	2	,000
4,25	1,00	1	.
4,50	1,00	2	,000
4,75	1,00	1	.
Total	1,11	45	,438

Tablo 3.37. Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır? * Proaktiflik

	Proaktiflik												Total
	2,00	2,25	2,50	2,75	3,00	3,25	3,50	3,75	4,00	4,25	4,50	4,75	
Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?	2	1	8	1	2	14	4	4	2	1	2	1	42
Yararlıdır	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Yararlı Değildir	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2
Kararsızım	2	1	8	1	3	15	4	5	2	1	2	1	45
Total	2	1	8	1	3	15	4	5	2	1	2	1	45

Dış ticaret ve girişimcilik değerlerinden ikinci boyut olan proaktiflik boyutu arasındaki ilişkiye bakıldığında proaktif girişimcilerin dış ticarete bakışları şu şekildedir; Toplam 45 katılımcının verdiği cevaplara göre dış ticaretin yararlı olduğunu ifade eden girişimci sayısı 42'dir. 2 katılımcı dış ticaretin yararlı olmadığını ifade ederken 1 katılımcı ise kararsız olduğunu ifade etmiştir.

H1.3: Stratejik yenilenmeye önem veren girişimciler dış ticarete önem vermediler

Tablo 3.38. Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?

StratejikYönetim	Mean	N	Std. Deviation
2,75	2,00	1	.
3,00	1,00	3	,000
3,25	1,00	1	.
3,50	1,00	3	,000
3,75	1,00	4	,000
4,00	1,19	21	,602
4,25	1,00	3	,000
4,50	1,00	5	,000
4,75	1,00	4	,000
Total	1,11	45	,438

Tablo 3.39. Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır? * Stratejik Yönetim

		Stratejik Yönetim									Total
		2,75	3,00	3,25	3,50	3,75	4,00	4,25	4,50	4,75	
Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?	Yararlıdır	0	3	1	3	4	19	3	5	4	42
	Yararlı Değildir	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Kararsızım	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2
Total		1	3	1	3	4	21	3	5	4	45

Dış ticaret ve girişimcilik değerlerinden üçüncü boyut olan stratejik yönetim boyutu arasındaki ilişkiye bakıldığında stratejik yönetime önem veren girişimcilerin dış ticarete bakışları şu şekildedir; Toplam 45 katılımcının verdiği cevaplara göre dış ticaretin yararlı olduğunu ifade eden girişimci sayısı 42'dir. 2 katılımcı dış ticaretin yararlı olmadığını ifade ederken 1 katılımcı ise kararsız olduğunu ifade etmiştir.

H1.4: Yeni iş kurmaya önem veren girişimciler dış ticarete önem vermektedirler

Tablo 3.40.Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?

Yeni Girişim	Mean	N	Std. Deviation
3,20	1,33	3	,577
3,40	1,00	6	,000
3,60	1,13	15	,516
3,80	1,00	6	,000
4,00	1,00	6	,000
4,20	1,00	3	,000
4,40	1,00	3	,000
4,60	2,00	2	1,414
4,80	1,00	1	.
Total	1,11	45	,438

Tablo 3.41. Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır? * Yeni Girişim

		Yeni Girişim									Total
		3,20	3,40	3,60	3,80	4,00	4,20	4,40	4,60	4,80	
Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?	Yararlıdır	2	6	14	6	6	3	3	1	1	42
	Yararlı Değildir	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Kararsızım	0	0	1	0	0	0	0	1	0	2
Total		3	6	15	6	6	3	3	2	1	45

Dış ticaret ve girişimcilik değerlerinden dördüncü boyut olan yeni girişim boyutu arasındaki ilişkiye bakıldığında yeni girişimciliğe önem veren girişimcilerin dış ticarete bakışları şu şekildedir; Toplam 45 katılımcının verdiği cevaplara göre dış ticaretin yararlı olduğunu ifade eden girişimci sayısı 42'dir. 2 katılımcı dış ticaretin yararlı olmadığını ifade ederken 1 katılımcı ise kararsız olduğunu ifade etmiştir.

2. Firmanın türü ile dış ticaret arasındaki ilişki

Anonim şirket sahibi katılımcıların dış ticarete bakış açısı incelendiğinde katılımcıların %80'i dış ticaretin yararlı olduğunu ifade ederken %20'si dış ticaretin yararı konusunda kararsız olduklarını ifade etmişlerdir. Limitet şirket sahibi katılımcıların dış ticaretin yararı hakkındaki düşünceleri ise %96,6 oranında yararlı, %3,4 oranında yararsızdır şeklinde gerçekleşmiştir. Kolektif şirket sahibi katılımcıların %100'ü dış ticaretin yararlı olduğunu ifade etmişlerdir. Tek kişi işletmelerinin %100'ü dış ticaretin yararlı olduğunu ifade etmişlerdir. KİT kuruluşu olan ve ankete katılan katılımcıların %100'ü dış ticaretin yararlı olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 3.42. İşletmenizin Türü? * Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?

			Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?			Total
			Yararlıdır	Yararlı Değildir	Kararsızım	
İşletmenizin Türü?	Anonim Şirket	Count % within İşletmenizin Türü?	8 80,0%	0 0,0%	2 20,0%	10 100,0%
	Limitet Şirket	Count % within İşletmenizin Türü?	28 96,6%	1 3,4%	0 0,0%	29 100,0%
	Kolektif Şirket	Count % within İşletmenizin Türü?	1 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%
	Tek Kişi İşletmesi	Count % within İşletmenizin Türü?	4 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	4 100,0%
	KİT	Count % within İşletmenizin Türü?	1 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%
	Total	Count % within İşletmenizin Türü?	42 93,3%	1 2,2%	2 4,4%	45 100,0%

3. Firmanın faaliyet süresi ile dış ticaret arasındaki ilişki

İşletme süreleri ile dış ticaret arasındaki ilişkiye bakıldığında, 1 yıldan az bir süredir faaliyet gösteren firmaların %80'inin dış ticarete bakış açıları olumludur. 1-5 yıl arası faaliyet gösteren firmaların dış ticarete bakış oranlarında ise %80'inin dış ticarete olumlu bakarken %20'sinin dış ticaretin yararına inanmadığı görülmektedir. 6-10 yıl arası faaliyet gösteren firmaların %100'ü dış ticaretin yararlı bir faaliyet olduğu görüşünü ifade ettikleri görülmektedir. 11-15 yıl arası faaliyet gösteren firmaların %100'ü dış ticaretin yararına inanırken 15 yıldan daha fazla bir süredir faaliyette bulunan firmaların %100'ü dış ticaretin yararlı bir faaliyet olduğuna inandıkları görülmektedir.

Tablo 3.43. Kaç Yıldır Dış Ticaret (İhracat) Yapıyorsunuz? * Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?

		Dış Ticarete Bakış Açınız Nasıldır?			Total
		Yararlıdır	Yararlı Değildir	Kararsızım	
Kaç Yıldır Dış Ticaret (İhracat) Yapıyorsunuz?	Yapmıyor	Count 23 % within Kaç Yıldır Dış Ticaret (İhracat) Yapıyorsunuz? 92,0%	0 0,0%	2 8,0%	25 100,0%
	1 Yıldan Az	Count 4 % within Kaç Yıldır Dış Ticaret (İhracat) Yapıyorsunuz? 80,0%	1 20,0%	0 0,0%	5 100,0%
	1-5 Yıl Arası	Count 5 % within Kaç Yıldır Dış Ticaret (İhracat) Yapıyorsunuz? 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	5 100,0%
	6-10 Yıl Arası	Count 3 % within Kaç Yıldır Dış Ticaret (İhracat) Yapıyorsunuz? 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	3 100,0%
	11-15 Yıl Arası	Count 1 % within Kaç Yıldır Dış Ticaret (İhracat) Yapıyorsunuz? 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%
	15 Yıldan Fazla	Count 6 % within Kaç Yıldır Dış Ticaret (İhracat) Yapıyorsunuz? 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	6 100,0%
	Total	Count 42 % within Kaç Yıldır Dış Ticaret (İhracat) Yapıyorsunuz? 93,3%	1 2,2%	2 4,4%	45 100,0%

SONUÇ

Günümüzde dünyadaki tüm işletmeler arasında en büyük paya sahip olan KOBİ'lerin yükselişi, bilgi toplumuna geçişle başlamıştır. Bilgi toplumuna geçişle birlikte KOBİ'ler sosyo- ekonomik örgütlenme biçimi olarak ön plana çıkmaya başlamıştır.

KOBİ'ler, istihdamı artırıp işsizliği azaltmaya, bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmaya, orta sınıfı destekleyerek gelir dağılımını dengelemeye, yeni fikir ve buluşlara imkan sağlayarak girişimcileri desteklemeye, ara mal temini ile büyük işletmelerin eksiklerini tamamlama, sanayileşme ve kalkınmanın ülke geneline yayılmasını sağlayarak daha dengeli bir ekonomik büyümeye yardımcı olurlar. Ayrıca KOBİ'ler büyük işletmelerin kurulması için yeterli fiziki ve ekonomik şartların bulunmadığı bölgeler için çok iyi bir alternatiftir.

KOBİ'ler; girişimcilik, yaratıcılık ve yenilik becerilerini risk alma ile bir araya getiren ve küresel ortamdaki hızlı değişim ve gelişimlere daha kolay uyum sağlayabilme özellikleri ile ekonominin dinamik güçleri olarak gösterilebilir. Başka bir ifadeyle farklı seviyedeki gelir gruplarını ekonomiye kazandıran, yeni fikir ve bakışlara fırsat tanıyan, küçük birikimlerin yastık altında tutulmasındansa yatırıma dönüşmesine imkan tanıyan, büyük işletmelerin ihtiyaç duyduğu ara malları üreterek büyük işletmelerin tamamlayıcısı konumunda bulunan, emek yoğun üretimi sayesinde işsizliği azaltıp yeni istihdam alanları oluşturan, milli gelirin bölgeler arasında daha dengeli dağılmasına katkı sağlayarak bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltan KOBİ'ler, daha birçok faydaları sayesinde ekonominin temel yapı taşları olarak nitelendirilmişlerdir.

Birçok açıdan ülke ekonomilerine katkı sağlayan KOBİ'lerin büyüyüp gelişmesinin önünde bir takım engeller ve sorunlar da bulunmaktadır. Bu sorunlardan bir kısmı KOBİ'lerin kendi yapısından kaynaklanmakta diğer bir kısmı ise işletme dışı faktörler olarak sınıflandırabileceğimiz ekonomik ve siyasi yapıdan kaynaklanabilmektedir. Başta finansman, pazarlama, yönetim, kalifiye eleman bulamama, yeni teknolojiden yeterince yararlanamama gibi sorunlar KOBİ'lerin karşı karşıya kaldığı bazı sıkıntılardır.

Karşılaşılan bu sorunlara rağmen KOBİ'ler gerek ülke ekonomisine gerek de buldukları bölge ekonomisine birçok açıdan fayda sağlamaktadır. Büyük işletmelerin ülke geneline dağılımına baktığımızda bölgeler arasında büyük farklılıklar olduğu görülmektedir. Özellikle gelişmiş bölgelerde kurulan büyük işletme sayısı daha fazla olabilmektedir. Bu da gelişmiş bölgelerin ekonomisini güçlendirmekte fakat yatırımlarım sınırlı kaldığı gelişmekte olan ya da az gelişmiş

bölgeleri geri planda bırakabilmektedir. İşte KOBİ'ler büyük işletmelerin bulunmadığı ya da çok az olan bölgelerde faaliyet gösterdikleri için bu bölgelerde ekonomik hayatın en önemli unsurları haline gelmektedirler. Ve yine büyük işletme kurma imkanı olmayan dar gelirli fakat girişimci ruha sahip bireylerin iş hayatına girmesine imkan tanımaktadırlar. Ayrıca her ne kadar bir çoğunun doğrudan dış ticaret yapma imkanı olmasa da buldukları bölgelerdeki büyük işletmelerle iletişime geçerek ya da kendi aralarında bir araya gelerek buldukları bölgelerin dış ticaretine de katkı sağlamaktadırlar. Bu da KOBİ'lerin genel itibarıyla ülke dış ticaretini olumlu yönde etkileyen başka bir yararadır.

Bu bağlamda Giresun ilinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin girişimcilik değerleri ile dış ticaret arasındaki ilişkiyi, girişimcilerin karşılaştıkları sorunları, bu sorunların dış ticarete yansımalarını, KOBİ yöneticilerinin beklentilerini ve KOBİ'lerin yetersiz kaldığı durumları yansıtabilmek için yapılan araştırmadan elde edilen bulgular değerlendirilmiş ve aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

- Araştırmaya katılan işletmelerin %62,2'si 15 yıldan fazla süredir faaliyet göstermektedir. %13,3'lük kısmı ise henüz 5 yılını doldurmamış işletmelerdir. Geriye kalan 11 işletme ise 5 yıldan fazla 15 yıldan az süredir faaliyet göstermektedir. Bu durum da şirketlerin olgunluk yapısına ulaştığını göstermektedir.

- Yine araştırmaya katılan işletmelerin faaliyet alanlarına baktığımızda işletmelerin ağırlıklı olarak gıda-içecek (%48,9) sektöründe faaliyette bulunduğu görülmektedir. Bunun sebebi olarak ilde fındık ve çay tarımının yoğun olarak yapılmasını gösterilebilir. Öne çıkan diğer faaliyet kolları ise, inşaat, orman ürünleri, tekstil-dokuma, makine, kimya-plastik gibi alanlar diğer faaliyet alanlarıdır.

- Araştırmaya katılan işletmelerin toplam çalışan sayılarına bakıldığında en fazla payın 50-99 kişi (%28,9) çalıştıranlara ait olduğu görülmektedir. KOBİ kriterleriyle karşılaştırıldığında araştırmaya katılan firmaların dağılımını mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletmeler olarak yapılabilir.

- Araştırmaya katılan işletmelerin %64,4'ü limitet şirket, %22,2'si anonim şirket olduğunu belirtmiştir. Yine işletmelerin %8,9'u tek kişi işletmesi, %2,2'lik paylar ile 1'er tane de kolektif şirket ve KİT'ler bulunmaktadır.

- İşletmelerin mülkiyet durumlarına bakıldığında ise %82,2'lik oranla en fazla payın kendime ait cevabı olduğu görülmektedir. Kira olarak %15,6, kamuya ait %2,2'lik pay ile 1 tane işletme mevcuttur.

- Araştırmaya katılan işletmelerin dış ticarete bakış açılarını incelediğimizde ise, %93,3 (42 firma) gibi yüksek bir oranla firmalar dış ticarete

olumlu baktıklarını belirtmişlerdir. %4.4'ü kararsız olduğunu, %2,2'si ise dış ticareti yararlı bulmadığını belirtmiştir.

- Yine katılımcılara dış ticaretin kendi firmaları için yararlı olup olmadığını sorulduğunda ise %95.6'sı kendi firması için dış ticareti yararlı bulmaktadır. Dış ticareti yararlı bulmayan firma ile yararı konusunda kararsız olan firmaların payı ise %2.2'lik paylar ile 1'er tane işletmedir.

- Dış ticaret ile ilgili katılımcılara yöneltilen diğer bir soru ise, dış ticaretin firmaları daha fazla yatırım yapmaya yönlendirip yönlendirmeyeceği konusunda ne düşündükleri idi verilen cevaplara bakıldığında %91'1'i evet cevabı vererek dış ticaretin yatırım artırıcı etkisine inandıklarını belirtmişlerdir. Bu konuya diğer cevaplara baktığımızda ise %6.7'si kararsız olduğunu, %2.2'si ise dış ticaretin yatırım artırıcı etkisi olduğuna katılmadığını belirtmiştir.

- Araştırmaya katılan firmalara kaç yıldır dış ticaret yaptıkları sorulduğunda ise şaşırtıcı bir sonuç ortaya çıktı. Dış ticaret ile ilgili diğer sorularımıza olumlu yönde cevap aldığımız firmaların yarısından fazlası (%55.6) hiç dış ticaret yapmadığını belirtmiştir. 15 yıldan fazla süredir dış ticaret yapan %13.3 firma, 1 yıldan az süredir dış ticaret yapan %11.1 firma bulunmaktadır.

- Dış ticaretle ilgili karşılaşılan en önemli sorun hangisidir diye sorduğumuzda ise ilk sırada %13.3'lük pay ile firmalar yabancılarla rekabete hazır olmadığını, %11.1'i bürokratik engellerle karşılaştığını, %8.9'u eğitimli personel bulamadığını, %6.7'si dış ticaretle ilgili yeterli bilgisinin olmadığını ve %4.4'ü ise pazar araştırması yapma imkanı olmadığını belirtmiştir.

Bu araştırmanın sonucunda; KOBİ'lerin girişimcilik değerleri ile dış ticaret arasında pozitif bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Çalışmada öne sürülen hipotezlerin analizleri yapıldığında elde edilen sonuçlar öne sürülen hipotezleri doğrular niteliktedir. Yapılan analizler sonucunda görülüyor ki girişimcilik değerlerinden yaratıcılık, yenilik, stratejik yenilenme ve yeni iş kurmaya önem verme ile dış ticaret arasında pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur. Buna göre Giresun ilinde faaliyet gösteren işletmelerin girişimcilik değerleri dış ticaret arasında pozitif bir ilişkiden söz edilebilir.

KAYNAKLAR

AĞCA Veysel, Durmuş Yörük ; (2006), “Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**, C:VIII, S:2.

AĞCA Veysel, Mustafa Kurt; (2007), “İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve”, **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı: 29, Temmuz-Aralık, ss. 83-112

AĞCA Veysel, Tuğrul Kandemir; (2008), “Aile İşletmelerinde İç Girişimcilik Finansal Performans İlişkisi: Afyonkarahisar’da Bir Araştırma”, **Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: X, Sayı: 3.

AKGEMCİ, Tahir; (2001), **KOBİ’lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler**, KOSGEB, Haziran.

AKGÖZLÜ, Emre; (2008), “**KOBİ’lerin Pazarlama Sorunları ve Pazarlama Eğitimi İhtiyaçlarının Tespiti (Çorum İlinde Tanımlayıcı Bir Araştırma)**”, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

AKSOY, Ufuk Alpşahin ve Adem Çabuk; (2007), “KOBİ’lerdeki Toplam Kalite Yönetimi Uygulamalarının Kurumsallaşma Üzerindeki Etkileri”, **Sosyal Bilimler Dergisi**.

AKTAKAS, Başak Gül; (2006), “**Bölgesel/Yerel Kalkınma, Bölgesel Gelişme İçin Bir Model**”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

AKTAŞ, Ramazan; (2005), “KOBİ’lerin Ülke Ekonomisi Açısından Taşıdığı Önem, Sorunları ve Çözüm Önerileri”, **TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi**,

AKTOPRAK, Doruk; (2009), Girişimcilik Nedir? Türkiye’nin Girişimcilik Performansı, [http://www.vicebusiness.com/makale4.php-\(13.06.2012\)](http://www.vicebusiness.com/makale4.php-(13.06.2012))

AKYAN, Ebru; (2004), “Kayseri’de Faaliyet Gösteren Girişimcilerin Liderlik Özellikleri”, **Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 17 Yıl: 2004/2.

ALPTÜRK, Ercan; (2008), **Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler (KOBİ) Rehberi**, Yaklaşım Yayıncılık, Ankara.

ALPUGAN, Oktay; (1998), **Küçük İşletmeler Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi**, Özgün Matbaacılık, Genişletilmiş ve Gözden Geçirilmiş 3.Basım, Ankara.

ALTUNTAŞ, Gültekin ve Dilek Dönmez; (2010), “Girişimcilik Yönelimi ve Örgütsel Performans İlişkisi: Çanakkale Bölgesinde Faaliyet Gösteren Otel İşletmelerinde Bir Araştırma”, **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi** Cilt: 39 sayı:1

ARSLANTAŞ, Cem Cüneyt; (2001), “Girişimcilikte Yaratıcılık ve Yenilik”, **Yönetim**, Yıl 12, Sayı 38, Ocak.

AVANER, Tekin; (2005), “Bölge Kalkınma Ajansları ve İstatistikî Bölge Birimi, Kamu Yönetim Reform’u”, **Çevre ve Bölge Kalkınma Ajansları Yasa Tasarısı Sempozyumu**, Ankara.

Avrupa Komisyonu Girişim Genel Direktörlüğü (2004), “Küçük ve Orta Boy İşletmeler İçin Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Giriş”.

AYKAÇ, Mustafa, Zeki Parlak ve Süleyman Özdemir; (2009), “Küreselleşme Sürecinde Rekabet Gücünün Arttırılması ve Türkiye’de KOBİ’ler”, **İstanbul Ticaret Odası Yayınları**, İstanbul.

BAŞAR Mehmet, B.Tuğberk Tosunoğlu; (2006), “Değer Yaratımında İç Girişimciliğin Değişen Boyutu: Bilgi Girişimcilerinin Rolü”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Haziran.

BİLİCİ, Nilgün; (2008), “Erzurum Alt Bölgesindeki KOBİ’lerin Mevcut Durumları, Sorunları ve Çözüm Önerileri”, **Atatürk Üniversitesi MYO**, Erzurum.

BOZ, Zeynep; (2005), “Türkiye’de KOBİ’lerin İhracatı, Karşılaşılan Sorunlar ve Öneriler”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

BOZDOĞAN, Mine Nur; (2006), “Bölgesel Kalkınmanın Sağlanmasına Yönelik Vergi Özendirme Önlemlerinin Türkiye Açısından İncelenmesi ve Etkinliğinin Analizi”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

BOZKURT, Öznur; (2007), “Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt 1 · Sayı 2· Ocak 2007· Volume 1 · No: 2.

BOZKURT, Veysel ve Şenol Baştürk; (2009), “KOBİ Girişimcilerinde Risk ve Belirsizlik Algıları: Bursa Örneği”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, Ankara

CABAR, Hasan; (2006), “**Türkiye’de Girişimcilik Kültürünün Oluşmasında Etkili Faktörler ve Denizli Örneği**”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

CENGER, Hatice; (2006), “**Genel İşletme Performansı ve Finansal Performans İlişkisi- Çimento Sektöründe Bir Uygulama**”, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

CİVAN, Mehmet ve Mehmet Tekinkuş (2002); “Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Avrupa Birliğine Uyum Süreci; Gaziantep Örneği”, Gaziantep Üniversitesi.

ÇALIPINAR, Hatice ve Uğur Baç; (2007), “KOBİ’lerde İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktörler ve Bir Alan Araştırması”, **Ege Akademik Bakış**, 7 (2).

ÇANATA, Emin; (2010), “KOBİ’lerin Sermaye Piyasalarından Finansman İmkânları”, **Takasbank A.Ş.**, İstanbul, 27 Mayıs.

ÇAMUR, Kübra Cihangir, Özge Gümüş; (2005), “İstatistikî Bölge Birimleri”, **Bölge Kalkınma Ajansları Nedir, Ne Değildir, Ekonomik ve Toplumsal Örgütlenme Sorunları -2**, Paragraf Yayınevi, Ankara.

ÇATAL, M. Faruk(2008); “Bölgesel Kalkınmada Küçük ve Orta boy İşletmelerin (KOBİ) Rolü”, **Atatürk Üniversitesi**, Erzurum MYO., İktisadi ve İdari Programlar ABD

ÇELİK, Adnan, Tahir Akgemci; (1998), **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’ler**, Nobel, Ankara.

ÇEVİK, Evrim; (2006), “Girişimcilerin, Girişimcilik Tipleri ile Çalışma Amaçları Arasındaki İlişki”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

ÇOLAKOĞLU, Mustafa H.; (2002), “KOBİ Rehberi”, **KOSGEB Başkanlığı**, Nisan, 2002.

DPT; (Devlet Planlama Teşkilatı), (2007), **Düzyey 2 Bölgeleri Kalkınma Programı, Pazarlama Araştırmaları Et ve Et Ürünleri- TRA2**, DPT Yayınları, Kasım, Ankara.

DİNLER, Zeynel; (1973), “Bölgesel Kalkınma Politikasının İlke, Amaç ve Vasıtaları”, *Akademi*, Bursa, Cilt:2, No:2, Eylül, 1973.

DİNLER, Zeynel; (1994), **Bölgesel İktisat**, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa.

DOĞUKANLI, Hatice; (2001), **Uluslararası Finans**, Nobel Kitabevi, Adana.

DOKA, (Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı); (2010-2013), *TR90 Doğu Karadeniz Bölge Planı (Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Trabzon)*, DOKA, Trabzon.

DOKA, (Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı); (2012), *TR90 Doğu Karadeniz Bölgesi Su Ürünleri Sektör Raporu*, DOKA, Trabzon.

DULUPÇU, Murat Ali ve Onur Sungur; (2007), “**Yenilik, İşbirliği ve Girişimcilik Batı Akdeniz Bölgesi (Antalya- Burdur- Isparta, İBBS TR61) KOBİ’lerin Tutumlarının Değerlendirilmesi**”, TOBB, Ankara.

DUYGULU, Ethem; (2008), “Algılanan Kurumsal Görünüm, Proaktif Kişilik Özelliği ve İş Kurma (Girişimcilik) Tutumu: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:10, Sayı:2.

EĞE, Ahmet Alper; (2000), “**Türkiye’de Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ) ve Sorunları**”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara,.

EKİNCİ, Hilal; (2011), “**Toplam Kalite Yönetimi İle İşletme Performansı Arasındaki İlişkinin Analizi**”, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.

EREN, Müfide Şule; (2006), “**Şirket Girişimciliğine Etki Eden Faktörler ve Şirket Girişimciliği İle İşletme Performansı İlişkisi Üzerine Bir Saha Araştırması**”, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.

ERGÜDER, Tuba; (2011), “**Girişimcilik, İç Girişimcilik, Sosyal Girişimcilik; Benzer ve Farklı Yönleri**”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

ERTÜRK, Emin; (2002), **Uluslararası İktisadi Birleşmeler**, Geliştirilmiş 3. Baskı, Vipaş, Bursa.

EYUPOĞLU, Dilek; (2007), **Girişimcilik Eğitimi**, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, No:697, Ankara.

FROMM, Erich; (1993), **Erdem ve Mutluluk**, (Çev. Ayda Yörükan) , İş Bankası Yayınları, No: 325, İstanbul.

GELİBOLU, Levent; (2009), “Kars Kaşar Peyniri İşletmelerinin Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri Üzerine Bir Alan Araştırması”, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt: 23, Sayı: 3.

Giresun Ticaret ve Sanayi Odası; (2010), *Giresun İli ve İlçelerinin Ekonomik Profili ve Alternatif Yatırım Olanakları*, Ekonomik Rapor, Giresun.

Giresun Valiliği; (2009), *Giresun Rehberi*, Giresun Valiliği Yayını, Giresun.

GÖKALP, Füsün, Erhan Ada ve Dilek Demirhan; (2006), “Gelişen Bilgi Teknolojilerinin KOBİ'lere Etkisi”, **Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi** 8 / 2.

GÖZEK, Sadık; (2006), “**Girişimci Adayının Özellikleri, Girişimcilik Eğilimleri ve Girişimci Adaylara Sağlanan Destekler**”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Eylül.

GÜÇLÜ, Caner; (2010), “**Tedarik Zinciri Yönetiminin İşletme Performansı Üzerindeki Etkisi: Otel İşletmelerine Yönelik Bir araştırma**”, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.

GÜLER, Sevinç ve Berna Taner; (2008), “Dünyada KOBİ Borsaları ve Türkiye’de KOBİ Borsalarının Oluşumuna Yönelik Uygulamalar”, **Ege Akademik Bakış**, 8 (2) 2008.

GÜREL, Esra B.Bulgurcu; (2012), “İç Girişimcilik: Bir Literatür Taraması”, **Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi**, Sayı:6, Haziran.

HOMAK, Ökkeş; (2011), “**Dış Ticarete Milletlerarası Ticaret Odası Uygulama Kurallarının Yeri ve Önemi**”, Başkent Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

ILDIRAR, Mustafa; (2004), **Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, Ekim.

İÇERLİ, Leyla, Mehmet Halit Yıldırım, Yavuz Demirel; (2011), “KOBİ’lerde İç Girişimciliğin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma: Aksaray Örneği”, **ORGANİZASYON VE YÖNETİM BİLİMLERİ DERGİSİ** Cilt: 3, Sayı: 2.

İLARSLAN, Kenan; (2011), “Birleşme ve Satın Almaların Finansal Oranlar Yoluyla İşletmelerin Finansal Performansı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi”, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar, Haziran.

İLHAN, Süleyman; (2006), “KOBİ’ler: Sosyo-Ekonomik Bir Perspektif”, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 16, Sayı: 2, Elazığ.

İRAZ, Rifat; (2010), **Yaraticılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik Ve KOBİ’ler**, Çizgi Kitabevi, Şubat.

İRMİŞ, Ayşe, İbrahim Durak ve Lütfiye Özdemir; (2010), Girişimcilik Kültürü Anadolu Girişimciliğinden Örnekler, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Ankara.

İŞBİLEN, Derya; (2011), “Dış Ticarete Karşılaşılan Riskler ve Yönetimi: Türkiye Örneği”, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

KADAKAL, Hatice Esin; (2007), “Dış Kaynak Kullanımı Uygulamalarının İşletme Performansına Etkisi ve İstanbul Tekstil Kent’te Bir Araştırma”, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.

KAPLAN, Burcu; (2006), “Kriz Döneminde Transformasyonel Lider Davranışlarının İşletme Performansı Bağlamında Fırsat Yönetimine Etkisi: Bankacılık Sektöründe bir Uygulama”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

KARABULUT, A. Tuğba; (2009), “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, **Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi**, Cilt 26, Sayı 1, Yıl 2009.

KARABEY, Canan, Dursun Bingöl; (2010), “Girişimciliğin Başlangıcı Olarak Fırsat Tanımlama”, **Yönetim**, Yıl: 21 Sayı: 67, Ekim.

KARATAŞ, Süleyman; (1991), **Sanayileşme Sürecinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler**, Veli Yayınları, İstanbul.

KAYA, Ali; (2007), **Bilişim ve İletişim Işığında Girişimcilik ve KOBİ Yönetimi**, Genişletilmiş 2.Baskı, Eğitim Kitabevi, Konya.

KAYA, Ferudun; (2009), **Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi**, Beta Yayınları, İstanbul.

KAYABAŞI, Aydın, Zafer Kanberoğlu; (2008), “KOBİ’lerde Rekabetçi Yeteneklerin Geliştirilmesinde Rol Oynayan Örgütsel Performans Göstergelerine İlişkin Değerlendirme”, **Finans Politik & Ekonomik Yorumlar**, 2008, Cilt:45, Sayı:520.

KAYABAŞI, Aydın; (2007), “İşletmelerin Rekabet Gücünün Geliştirilmesinde Lojistik Faaliyetlerin Performansının Artırılması: Üretim İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

KETHÜDA, Önder; (2010), “Satış/ Pazarlama Anlayışlarının İşletme Performansına İlgisi”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

KİNAY, Hasan Fehmi; (2006), “Girişimcilik, Kalkınma ve Rekabet İlişkisi Kütahya’da KOBİ’lerin Girişimcilik Profili”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

KOCABIYIK, Turan ve M. Akif Altunay; (2008), “Artan Rekabet Ortamında KOBİ’lerin Sorunları ve Buna İlişkin Bir Araştırma”, **Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt:25, Sayı:2.

KOÇ, İdil Özlem; (2008), **Türk KOBİ’leri Bugünü ve Geleceği**, Arıkan, Ankara.

KOZAK, Akoğlan Meryem, Esra Gül Yılmaz; (2010), “Otel Yöneticilerinin İç Girişimcilik Algılamaları: Frigya Bölgesi Örneği”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 21, Sayı: 1, Bahar: 85-97.

KÜÇÜK, Orhan; (2011), **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi**, Gözden Geçirilmiş ve Değiştirilmiş 5. Baskı, Seçkin, Ankara.

KÜÇÜKTEKİN, Kevser (2006); “Girişimcilik Politikası Çerçevesinde Avrupa Birliği’nin KOBİ Politikası ve Avrupa Birliği Müktesebatına Uyum

Çerçevesinde Türkiye'nin KOBİ Politikası", Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara,

KÜÇÜKYILMAZLAR, Aysun; (2007), **Avrupa Birliğinin Türk KOBİ'lerine Yönelik Programları Rehberi**, İTO Yayınları, Yayın No:47, İstanbul.

NAKTİYOK, Atılhan; (2004), **İç Girişimcilik**, Beta Yayınları, İstanbul.

NAKTİYOK, Atılhan, Sabahat Bayrak Kök; (2006), " Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri", **Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**, C:VIII, S:2.

MENĞİ, Ayşegül, Nesrin Algan; (2003), **Küreselleşme ve Yerelleşme Çağında Bölgesel Sürdürülebilir Gelişme**, Siyasal Kitabevi, Ankara.

MÜFTÜOĞLU, M. Tamer; (1998), **Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler KOBİ'ler Sorunlar- Öneriler**, Turhan Kitabevi, Ankara.

OKAY, Şenol; (2009), "İleri İmalat Teknolojileri Kullanan KOBİ'lerin sorunlarına İlişkin Bir Alan Araştırması: Denizli İli Örneği", **5. Uluslararası İleri Teknolojiler Sempozyumu (IATS'09)**, 13-15 Mayıs 2009, Karabük, Türkiye.

ONAY, Meltem; (2010), "İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Etkileyen Faktörler: İç Girişimcilik", **YÖNETİM VE EKONOMİ** Yıl:2010 Cilt:17 Sayı:1

ONAY, Meltem, Selin Çavuşoğlu; (2010), "İşletmelerde Girişimcilik Özelliklerini Etkileyen Faktörler: İç Girişimcilik", **Yönetim ve Ekonomi**, Cilt:17, Sayı: 1

ORAMAN, Yasemin; (2004), "KOBİ'lerde CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi) İçin Stratejiler", **Yönetim ve Ekonomi**, Yıl:2004, Cilt:11, Sayı:1.

ORHAN, Ayhan; (2003), "Serbest Bölgelerin Sağladığı Avantajlar: KOSBAŞ Örneği", **Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi** (5).

ÖKTEM, Mustafa Kemal, Doğan N. Leblebici, Mahmut Arslan, Mustafa Kılıç, Mehmet Devrim Aydın; (2003), "Girişimci Örgütsel Kültür ve Çalışanların İç Girişimcilik Düzeyi: Uygulamalı Bir Çalışma", **H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt:21, Sayı:1.

ÖKTEM, Mustafa Kemal, Mehmet Devrim Aydın ve Serdar Ekinci; (2007), “Türkiye’de Girişimciliğin Geliştirilmesinde KOSGEB’in Rolü ve Önemi: Uygulamalı Bir Çalışma”, **Sosyo Ekonomi**, Ocak-Haziran.

ÖZDAMAR, Kazım; (2002), **Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi-2 (Çok Değişkenli Analizler)**, Kaan Kitapevi, Eskişehir.

ÖZDEN Kenan, M. Sinan Temurlenk ve Selim Başar; (2008), “Girişimcilik Eğilimi: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, **ii. Uluslararası Girişimcilik Kongresi** (ugk’08)

ÖZDEMİR, Ahmet Faruk; (2007), “**Serbest Bölge Rejiminde Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebe Uygulamaları**”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

ÖZKAN, Şule, Fatma Gündoğdu, Ö. Selçuk Emsen, Hayati Aksu ve Sinan Başar; (2003), “KOBİ’lerde Girişimcilik- Yenilikçilik Türkiye’de Gelişmiş ve Azgelişmiş Bölge Düzeyinde Bir Analiz”, **Atatürk Üniversitesi Yayınları**, No: 929, Erzurum.

ÖZKAN, Şule, Fatma Gündoğdu, Ö.Selçuk Emsen ve Hayati Aksu; (2003), “Türkiye’de Girişimcilik ve Belirleyicileri: Marmara ve Doğu Anadolu Bölgesi Üzerine Bir Uygulama”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**.

ÖZTÜRK, Aziz; (2010), “**Marka İletişiminin Kriz Dönemlerinde İşletme Performansına Etkisi ve Hazır Giyim İşletmeleri Üzerine Bir araştırma**”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

ÖZTÜRK, İbrahim; (2008), “Girişimcilik Raporu”, **İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği**, İstanbul.

ÖZTÜRK, Özkan; (2007), ” **İstihdam Konusunda KOBİ’lerin Önemi ve KOBİ Alanında Eğitim İstihdam İlişkisi Açısından Kamu İstihdam Kurumunun Rolü**”, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Ankara.

ÖZTÜRK, Nurettin; (2006), “Türkiye’de Sınır Ticaretinin Gelişimi, Ekonomik Etkileri, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, **ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt 2, S.3, Zonguldak.

ÖZTÜRK, Lütfü; (1998), “**Serbest Bölgeler ve Bölgesel Kalkınmadaki Rolü**”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

PINAR, Abuzer ve Sibel İnce Arıkan; (2003), “AB ve Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Bağlamında Devlet Yardımları”, **Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi**, Cilt 3, No:1,

SARAÇ, Ahmet; (2006), “**Bölgesel Kalkınma Modelleri ve Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP)**”, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

SARIARSLAN, Halil; (1996), **Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler İmalat Sanayi İşletmelerinin Sorunları ve Yeni Stratejiler**, TOBB Yayınları, Ankara.

SAVAŞ, Elif; (1999), “**Türkiye’nin Ekonomik Kalkınmasına KOBİ’lerin ve İhracat Paylarının Etkileri**”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

SEYİDOĞLU, Halil; (2003), **Uluslararası İktisat Teori Politik ve Uygulama**, Geliştirilmiş 15. Baskı, İstanbul.

SOBA, Mustafa; (2006), “**Esnek Üretim Sistemlerinin İşletme Performansına Etkileri ve Vestel Elektronik A.Ş. Örneği**”, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.

SOYSAL, Abdullah; (2010), “Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, Cilt 65, No. 1.

ŞAHİN, Suna; (2010), “**İhracat Modeli Olarak Sektörel Dış Ticaret Şirketleri**”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

ŞEN, Muhammet; (2010), “**Tedarik Zinciri Yönetiminin KOBİ’lerde İşletme Performansı Üzerine Etkileri ve Bir Örnek Uygulama**”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

TAGRAF, Hasan ve Muhsin Halis; (2008), “Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitiminin “Girişimsel Öz Yetkinlik” Algısı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt 3· Sayı 2· Aralık 2008· Volume 3 · Number 2.

TANYEL, Ferruh; (2001), "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerimizde ISO 9000 Uygulamaları", **T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı)**, Ankara.

TEKİN, Mahmut; (2006), **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, Yenilenmiş 5. Baskı.

TEMURLENK, M.Sinan, Selim Başar ve Sevda Yapraklı; (2007), **Yenilikçilik ve Sosyal Sermaye: İmalat Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Alt Bölge Uygulaması**, İmaj Yayınevi, Ankara.

TOMUR, Kerem; (2004), **KOBİ'LER ve Rekabet Politikası DE MİNİMİS Kuralının Rekabet Hukukundaki Yeri, İşlevi ve Uygulama Prensipleri**, 1. Baskı, Ankara.

TURGUT, Ahmet; (2008), "Bankalar ve KOBİler için dönüm noktası: Basel 2 Standartları", **Niğde Üniversitesi**, Niğde.

TURUNÇ, Ömer; (2006), "**Bilgi Teknolojileri Kullanımının İşletmelerin Örgütsel Performansına Etkisi Hizmet Sektöründe Bir Araştırma**", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

TUTAR, Hasan ve Orhan Küçük, (2003), **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi**, Seçkin, Ankara.

TÜİK, (Türkiye İstatistik Kurumu); (2009), *Bölgesel Göstergeler TRA2 (Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan)*, www.tuik.com.tr (05.02.2010)

TÜİK, (Türkiye İstatistik Kurumu); (2009), *Bölgesel Göstergeler TR90 (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane)*, www.tuik.com.tr (11.06.2013)

TÜİK, (Türkiye İstatistik Kurumu); (2010), *Bölgesel Göstergeler TR90 (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane)*, www.tuik.com.tr (11.06.2013)

TÜİK, (Türkiye İstatistik Kurumu); (2011), *Seçilmiş Göstergelerle Giresun* www.tuik.com.tr (14.06.2013)

TÜİK, (Türkiye İstatistik Kurumu); (2012), *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi*, www.tuik.com.tr (14.06.2013)

TÜRKOĞLU, Musa; (2002), “KOBİ’lerin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri ve Bölgesel Kalkınmada KOBİ Temelli Stratejiler”, **Süleyman Demirel Üniversitesi**, C.7, S.1.

UĞURLU, A. Cemil; (2007), “Türkiye’deki KOBİ’lerin İhracat Potansiyelleri”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

ULUDAĞ, İlhan ve Vildan Serin; (1991), **Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Yapısal ve Finansal Sorunlar Çözümler**, İTO Yayınları, İstanbul.

USLU, Şemsettin ve Famil Şamiloğlu; (2002), “Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Stok Politikaları Üzerine İç Anadolu Bölgesinde Bir Araştırma”, **Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi**, İstanbul.

UYGUN, Ramazan; (2006), “Türkiye’de Girişimcilik Kültürünü Yönlendiren Öncü Girişimciler ve İbrahim Bodur Modeli”, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.

UZUNDAÇ, Handan Gamze; (2008), “Serbest Bölgelerin Dış Ticaret Üzerindeki Etkileri: Türkiye Uygulaması”, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

UZAY, Nifset; (2005), **Bölgesel Gelişmişlik Farklarının Giderilmesi ve Bölgesel Kalkınma Ajansları**, Seçkin, Ankara.

UZEL, Umut ve Özlem Köprülü; (2001), “Bölgesel Kalkınmada KOBİ’lerin Rolü ve Denizli Örneği”, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

UZUNOĞLU, Sadi, Sudi Apak ve Ali Faruk Açıkgoz; (2005), “AB Müzakere Sürecinde KOBİ’lerin Korunması ve Uyum Stratejileri”, **İTO Yayınları**, 2005-36.

ÜZÜLMEZ, Hüseyin; (2008), “Girişimcilik ve Konya’da Girişimciliğin Gelişimi”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt 3· Sayı 2· Aralık 2008· Volume 3 · Number 2.

YAPRAKLI, Çare Olgun; (2008), “Çok Merkezli Bölgesel Kalkınma Amacında, Kars’ın Ağrı Alt Bölgesinde (TRA2) Büyüme Kutbu Olabilirliği”, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ekim.

YAZICI, Kamil ve Kader Tan Şahin; (2006), “Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Kültürel ve Makro-Kurumsal Bağlamın Birlikteliği”, *Yönetim*, Yıl:17, Sayı:53.

YILDIZ, Müge Özlem; (2007), “**Dış Ticaret İşlemlerinde Akreditifli Ödemenin Rolü ve Ödeme Riski Yönetimi Açısından Bir Uygulama**”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

YILDIZ, Sebahattin; (2010), “İşletme Performansının Ölçümü Üzerine Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 36, Ağustos-Aralık.

YILDIZ Seçkin; (2007), “**Girişimcilik**”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ocak, Kahramanmaraş,

YILMAZ, Ercan ve Ali Murat Sünbül; (2009), “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* • 21 / 2009.

YILMAZ, Özgür; (2006), “**İşletmelerde Dış Kaynaklardan Yararlanma ve İşletme Performansı Üzerindeki Etkileri**”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

YÖRÜK, Nevin ve Ünsal Ban; (2003), **KOBİ’lerin Finansman Sorunları ve Finansman Sorunlarının Kaynaklarının Belirlenmesine Yönelik Uygulama**, Gazi Kitabevi, Ankara.

YÜCEL, Hayrettin; (2000), **Uluslararası Pazarlara Açılmada Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Rolü**, İGEME Yayınları, Ankara.

ZENGİN, Ahmet; (2001),” Makroekonomik İstikrar ve KOBİ’ler”, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Zonguldak.

ZORTUK, Mahmut; (2002), “**Gümrük Birliği Sonrası Türkiye’nin Dış Ticaretinin Ekonometrik Analizi**”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya

ZÜGÜL, Muhittin; (1998), “**Reform Ülkelerinin Dış Ticaretinde Barter ve Diğer Ödeme Şekilleri – Kırgızistan Uygulamaları-**“, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İstanbul.

<http://www.giresuntso.org.tr/>(10.06.2013)

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri>, (13.06.2013)

<http://www.giresunkulturturizm.gov.tr> (11.06.2013)

<http://www.giresun.gov.tr>, Giresun Valiliği (11.06.2013)

<http://www.giresun.bel.tr>.(10.06.2013)

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Giresun> (10.06.2013)

EKLER

EK- Anket soruları

Değerli Katılımcı,

Bu anket” KOBİ’lerde Girişimcilik Değerleri, İşletme Performansı ve Dış Ticaret İlişkisi: Giresun Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma” isimli yüksek lisans çalışmasına veri toplamak üzere hazırlanmıştır. Anketi cevaplamanız sadece 10 dakikanızı alacaktır. Lütfen her soruya cevap vermeye özen gösteriniz. Katılımınız için teşekkür ederiz.

Anket, belirtilen bilimsel amaç haricindeki bir amaçla kesinlikle kullanılmayacaktır.

Yrd.Doç.Dr. Adem KARAKAŞ, Demet GÖKTAŞ
Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

1. İşletmeniz kaç yıldır faaliyet göstermektedir?

- 1 yıldan az 1-5 yıl arası
 6-10 yıl arası
 11-15 yıl arası 15 yıl üzeri

2. Firmanın faaliyet gösterdiği sektör?

- Gıda- İçecek Kimya-plastik
 Tekstil-Dokuma Orman ürünleri
Otomotiv
 Elektrik- Elektronik İnşaat Metal
Makine
 Diğer (lütfen belirtiniz.....)

3. Firmanızın toplam çalışan sayısı?

- 1-9 10-24
 25-49
 50-99 100-249
 250+

4. İşletmenizin türü?

- Anonim şirket Limited şirket
 Kolektif şirket Tek kişi işletmesi
Adi ortaklık
 Ticaret ortaklıkları

5. İşletmenin mülkiyet durumu?

- Kira Kendime ait

6. İşletmeyi kurarken karşılaştığımız en büyük sorunlar nelerdi (Önem sırasını belirterek 3 seçenek işaretleyebilirsiniz).

- Bürokratik ve yasal engeller
 Finansal düzensizlik
 Pazar koşullarındaki düzensizlik
 Değişen teknoloji
 Toplumun kadınlar hakkındaki değer yargıları
 Pazar koşullarındaki değer yargıları
 Kalifiye eleman bulma
 Rakiplerin engellemesi
 Bilgi eksikliği
 Diğer (lütfen belirtiniz.....)

7. İşletmeyi kurduktan sonra karşılaştığımız sorunlar nelerdi? (Önem sırasını belirterek 3 seçenek işaretleyebilirsiniz).

- Rol çatışması Ortak bulmada güçlükle karşılaşma
 Güvensizlik Toplumun geleneksel baskısı Ticari tecrübe eksik Başarısızlık beklentisi
 Diğer(.....)

8. Dış ticarete (ihracata) bakış açınız nasıldır?

- Dış ticaretin bir çok açıdan yararlı olduğuna inanıyorum
 Dış ticaretin yararlı olduğu kanaatinde değilim
 Kararsızım

9. Dış ticaretin (ihracatın) firmanız açısından önemli olduğuna inanıyor musunuz?

- Dış ticaretin firmam için bir çok açıdan yararlı olduğuna inanıyorum
 Dış ticaretin firmam için yararlı olduğu kanaatinde değilim
 Kararsızım

10. Dış ticaret (ihracat) imkanına sahip olmanızın sizi daha fazla yatırım yapmaya yönlendireceğini düşünüyor musunuz?

- İhracat imkanı kesinlikle daha fazla girişim, yatırım ve üretim imkanı sağlamaktadır
 İhracat imkanının girişimcilik, yatırım ve üretim imkanımı artırmama katkısı yoktur
 Kararsızım

11. Kaç yıldır dış ticaret (ihracat) yapıyorsunuz?

- 1 yıldan az
 1-5 yıl arası
 6-10 yıl arası
 11-15 yıl arası
 15 yıldan fazla

12. İhracatın size kazandırdığı özellikler nelerdir nelerdir (Önem sırasını belirterek 3 seçenek işaretleyebilirsiniz).

- Risk üstlenebilme Yenilik ve yaratıcılık Kararlılık ve azim Duygusal zeka
 Kontrol odağı Kendine güven
 Liderlik Çalışkanlık Eğitim
 Yönetim becerisi Deneyim Sabır ve hoşgörü İletişim becerisi Dürüstlük
 Hırs ve kararlılık Diğer (.....)
 Belirsizliğe karşı tolerans gösterme

13. Dış Ticaret ile ilgili olarak karşı karşıya olduğunuz en önemli sorun hangisidir?

- Yeterli bilgi sahibi olmamak
 Eğitimli personel bulamamak
 Bürokratik engellerle karşılaşmak
 Yabancı pazarda rekabete hazır olmamak
 Pazar araştırması yapma imkanı bulamamak
 Diğer...(belirtiniz).....
....

Aşağıdaki Tabloda İfade Edilen Faaliyetlere İşletmenizde Ne Ölçüde Önem Verilmektedir?

ÖNEM DÜZEYİ İFADE	Çok Önemsiz	Önemsiz	Kararsızım	Önemli	Çok Önemli
1. Ürünleri ve üretim süreç ve sistemlerini farklılaştırmak	①	②	③	④	⑤
2. Yeni ürün, teknik, yönetim sistemi ve uygulamalarda öncü olmak	①	②	③	④	⑤
3. Yeni ürün, üretim süreci ve teknoloji geliştirmek için araştırma ve geliştirme faaliyetlerine kaynak ayırmak	①	②	③	④	⑤
4. Yenilik ve yaratıcılığı teşvik etmek için yeni insan kaynakları programları ve politikaları uygulamak	①	②	③	④	⑤
5. Yeni geliştirilen ve denenmemiş olan süreç, sistem ve yöntemleri kullanmak	①	②	③	④	⑤
6. Reklam ve pazarlama faaliyetleri yolu ile var olan ürünler için yeni talepler yaratmak	①	②	③	④	⑤
7. Faaliyet gösterilen endüstride iş kollarını sürekli olarak genişletmek	①	②	③	④	⑤
8. Faaliyet gösterilen endüstrinin dışındaki endüstrilerde, faaliyet alanımızla ilgili yeni işler almak ve yeni işletmeler açmak	①	②	③	④	⑤
9. Yeni ürünlerle yeni pazarlara girmek	①	②	③	④	⑤
10. Var olan ürünler için yeni iş/işletme fırsatları aramak	①	②	③	④	⑤
11. Misyonu ve yapılan işle ilgili unsurları sık sık gözden geçirmek	①	②	③	④	⑤
12. Rekabet edilecek endüstrileri sık sık yeniden tanımlamak	①	②	③	④	⑤
13. Birim ve bölümleri sık sık yeniden organize etmek	①	②	③	④	⑤
14. Çalışanları yaratıcılık ve yenilik yapabilmeleri için sürekli eğitmek	①	②	③	④	⑤
15. Rakiplere cevap vermekten ziyade rakiplerle mücadele etmek	①	②	③	④	⑤
16. Yüksek risk taşıyan projeleri uygulamak	①	②	③	④	⑤
17. Amaçları başarmak için taktiklerde küçük çaplı değişimlerden ziyade, geniş kapsamlı stratejik faaliyetleri tercih etmek	①	②	③	④	⑤
18. Karar verme durumunun belirsizlik içermesi durumunda beklemek yerine, cesur davranarak karar almak	①	②	③	④	⑤

ÖZGEÇMİŞ

- 1985 Kahramanmaraş ili Göksun İlçesi Ericek Kasabasında doğdu.
- 1996 Ericek İlköğretim Okulunu bitirdi.
- 1999 Ericek Ortaokulunu tamamladı.
- 2002 Ericek Prof. Dr. Mehmet Sağlam Çok Programlı Lisesi'ni bitirdi.
- 2008 Kafkas Üniversitesi, İ.İ.B.F İktisat Bölümünden mezun oldu.
- 2009 Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı yüksek lisans sınavını kazandı.