

ULUSLARARASI TİCARETTE REKABET GÜCÜ ELDE ETMEDE KÜÇÜK VE ORTA BOY İŞLETMELERİN ROLÜ VE ÖNEMİ

Dr. Murat BAYAT

Türk Suudi Yatırım Holding A.Ş. İstanbul

Özet

Bir ülkenin kalkınmasında ve küresel pazarlarda söz sahibi olmasında son derece etkin olan KOBİ'ler, aynı zamanda, sosyal açıdan da sayısız faydaları olan işletmelerdir. Doğal olarak KOBİ'lerin rekabet güçlerinin geliştirilmesi ve sürdürülebilir hale getirilmesi birçok ülkenin ekonomik programlarının önemli gündem maddelerinden birisini oluşturmaktadır.

Bu çalışma uluslararası ticarete rekabet üstünlüğünü elde etmek için KOBİ'lerin ne tür bir rol üstlendiklerinin araştırılmasına yönelik bir amacı taşımaktadır. Bu amacı gerçekleştirmek için nitel araştırma yöntemi kullanılmış ve veriler odak grup ve uzman görüşü yöntemleri ile elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Uluslararası ticaret, rekabetçilik, stratejik planlama KOBİ'ler, stratejik yönetim*

THE ROLE AND IMPORTANCE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ACHIEVING COMPETITIVENESS IN INTERNATIONAL TRADE

Abstract

SMEs are enterprises which have numerous benefits socially as well as intensively effective for the development of a country and provide a strong position to a country on global markets. Hence the development of competitiveness of SMEs and to make their competitiveness sustainable constitutes important agenda items of economic programs in many countries.

This paper aims to search what kinds of roles that SMEs play in international trade for acquiring competitive advantage. To achieve this goal, the qualitative research methods are used and data are collected through focus groups and expertise opinion methods.

Key Words: *International trade, competitiveness, strategic planning, SMEs, strategic management*

Giriş

Ortak bir tanım çerçevesinde KOBİ tanımı mevcut değildir. Bununla birlikte (1) istihdam edilen personel sayısı, (2) yıllık satış hacmi, (3) sermaye büyüklüğü ve (4) aktif büyüklüğü temel alınarak yapılan tanımlar ortak özellikler olarak öne çıkmaktadır. Ancak, tanımı ne şekilde yapılırsa yapılsın; ulusal, bölgesel ve sektörel kalkınma aşamalarında, endüstrileşme uygulamalarında hatta liberalleşme sürecinde bile olumlu ve sinerjik etkisini gösteren KOBİ'ler, gerek sosyal gerekse ekonomik hayatın her cephesinde ve küresel rekabetçiliğin elde edilmesinde önemli ve etkin rol oynamaktadırlar.

Küreselleşen dünyada politik ve sosyal sistemlerin denge unsuru olan; demokratik toplum ve serbest ekonomide de bir çeşit sosyal sigorta görevini icra etmekte olan KOBİ'ler; aynı zamanda sosyal dokunun korunmasına da katkıda bulunmaktadır. KOBİ'ler genç nüfusu istihdam etmekte, yenilikçiliğe ve girişimciliğe katkıda bulunmakta, büyük işletmelerin tamamlayıcısı görevini üstlenmekte ve aynı zamanda, esnek yapıları ile yeni teknolojilerin adaptasyonunu daha kolay bir şekilde gerçekleştirerek daha az yatırım ile daha fazla ürün çeşitliliği sağlamakta, ekonomik kriz ve dalgalanmalardan daha az etkilenmekte ve *tekelleşme* oluşumları engellemektedirler.

Ekonomilerin önemli yapı taşları olduğu hemen hemen bütün kara vericiler tarafından kabul edilen KOBİ'ler bir ülkede faaliyet gösteren toplam işletmelerin %90 ila %99'unu temsil etmektedir. KOBİ'ler, aynı zamanda, mal ve hizmet üretimi değer zincirinin etkin halkaları olarak endüstriyel kümelenmelerin oluşumunda da yapı taşlarını meydana getirmektedirler.

Tüm dünya ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de ekonominin temel dinamik oyuncularını olarak karşımıza çıkmaktadır. Büyük işletmelere göre daha dinamik bir yapıya sahip olan KOBİ'ler, değişen piyasa koşullarına hızla uyum sağlayabilmeleri, esnek bir üretim yapısına sahip olmaları, istihdam yaratmaları ve sektörel ve bölgesel kalkınmayı sağlayarak ülkemizin ekonomik ve sosyal gelişiminde büyük öneme sahiptir. KOBİ'ler aynı zamanda küresel ticarete sağlamış olduğu döviz girdisi ile de ulusal cari dengenin anahtar unsurlarından birisidir.

Ülke ekonomileri içinde KOBİ'lerin rolü ve önemi aşağıdaki Tablo'da gösterilmektedir. Bu bağlamda; (1) toplam işletmelerin çok büyük bir kısmı KOBİ'dir, (2) toplam istihdamın yarısından fazlasını KOBİ'lerde çalışanlar oluşturmaktadır, (3) yatırımların yaklaşık üçte biri KOBİ'lerce yapılmaktadır ve (4) katma değer ve ihracat içinde önemli paylara sahiptirler (Cansız, 2008: 5).

Tablo 1: KOBİ'lerin Ülke Ekonomileri İçindeki Yerleri (%)

	ABD	Alman-ya	Hindis-tan	Japon-ya	İngil-tere	G. Kore	Fran-sa	İtal-ya	Türki-ye
KOBİ'lerin Toplam İşletmelere Oranı	97,2	99,8	98,6	99,4	96	97,8	99,9	97	98,9
KOBİ'lerde Çalışanların İstihdamda Oranı	50,4	64	63,2	81,4	36	61,9	49,4	56	76,7
KOBİ'lerin Yatırımdaki Payı	38	44	27,8	40	29,5	35,7	45	36,9	38
KOBİ'lerin Üretimdeki Payı	36,2	49	50	52	25,1	34,5	54	53	37,7
KOBİ'lerin İhracattaki Payı	32	31,1	40	38	22,2	20,2	23	-	10
KOBİ'lerin Katma Değer İçindeki Payı	36,2	49	50	52	25,1	34,5	54	53	26,5
KOBİ'lerin Kredilerde Payı	42,7	35	15,3	50	27,2	46,8	48	-	25**

Kaynak: *Cansız, 2008: 5.*

Türkiye'de de KOBİ'ler ekonomi açısından son derece önem arz etmektedir. TÜİK'ten elde edilen bilgiler yardımıyla KOBİ'ler ile ilgili ekonomik göstergelere baktığımızda; Türkiye'de toplam işletmelerin neredeyse tamamını KOBİ'ler oluşturmaktadır. KOBİ'lerin istihdamdaki payları %61.1, elde edilen katma değerdeki payları ise %37.7'dir.

Tablo 2: Türkiye'de KOBİ'ler İle İlgili Ekonomik Göstergeler

Göstergeler	%
Küçük İşletmelerin Toplam İşletmelere Oranı	98.8
Küçük İşletmelerde İstihdam Oranı	61.1
Küçük İşletmelerin Yatırım Payı	56.5
Küçük İşletmelerin Üretim Payı	37.7
Küçük İşletmelerin İhracat Payı	8
Küçük İşletmelere Verilen Kredi Payı	3- 4

Kaynak: *KOSGEB, 2011.*

Rekabet ve Rekabet Üstünlüğü Kavramları

Rekabet üstünlüğü kavramları günümüzde oldukça sık kullanılan ancak tanımları ve kaynakları üzerinde tam bir fikir birliğinin olmadığı önemli terimlerdir. Çok genel ve yalın anlamı ile *yaşamın mücadelesi* olarak tanımlanan *rekabet* kavramı, iki veya daha fazla kişi ve/veya tarafın birbirlerine üstün gelme çabaları şeklinde de ifade edilebilir. Ancak, rekabet halinde bulunan tarafların mücadele ettiği amaçlar bazen çok farklılık göstermektedir. Örneğin, bir spor müsabakasında insanlar ve/veya takımlar bir madalya için mücadele verirken, firmalar kârlarını yükseltmek, ülkeler ulusal refah düzeyini iyileştirmek ve devamlı hale getirmek veya politik güç elde etmek için çaba gösterirler. *Rekabetçilik* ise rekabet edebilme kabiliyeti olarak ifade edilebilir.

Ekonomik yönden değerlendirilecek olursa, rekabetçilik kavramı birçok değişkeni bünyesinde barındırmakta olup kaliteye, hıza, teknik üstünlüğe, hizmet ve

ürün farklılaşmasına dayanmakta olup, *makro*, *mezo* ve *mikro* olmak üzere üç farklı boyutta ortaya çıkmaktadır¹.

Makro düzey rekabet ulusal, mezo düzey rekabet sektörel ve bölgesel, mikro düzey rekabet ise firma düzeyinde rekabeti temsil etmektedir. Bu çerçevede değerlendirildiğinde; firma ve / veya KOBİ düzeyinde rekabet gücü, herhangi bir firmanın ulusal ya da küresel piyasalarda rakiplerine kıyasla daha düşük maliyetle üretimde bulunabilme (*fiyat ve maliyet rekabet gücü*), ürünün kalitesi, sunulan hizmet ve ürün çekiciliği gibi unsurlar açısından rakiplerine denk veya daha üstün bir durumda olma (*fiyat dışı rekabet gücü*) ve düşük maliyette yenilik icat yapabilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Ambastha ve Momaya, 2004).

Uluslararası Ticaret Kavramı

Bir ülkenin, dış dünya ile yaptığı yalnızca mal alım ve satımlarını kapsayan işlemlere dış ticaret veya uluslararası ticaret adı verilmektedir. Dış ticaret kavramı uluslararası ekonomik işlemlere göre daha dar kapsamlı olup yalnızca mal akımlarını içerir. İthalat ve ihracat ise dış ticarete önemli iki kavram olarak öne çıkmaktadır. Bir ülke içinde üretilen mal ve hizmetlerin yabancılara satılması ihracat iken, dış dünyadan mal ve hizmet satın alınmasına ithalat denmektedir. Ulusların dış ticaret yapmalarının belli başlı nedenleri olarak; yerli üretimin yetersizliği, doğal kaynaklar farklılığı, fiyat farklılığı, ürün farklılığı, teknik bilgi buluşlar farklılığı sayılır. Üretim ve kaynak açığını karşılama, iç ekonomideki ürün fazlasına pazar sağlama, geniş bir piyasa hacmi, rekabetin artmasıyla kaynak verimliliğinin artması dış ticareten sağlanan yararlar olarak sıralanmaktadır².

Ekonomistler işbölümü ve uzmanlaşmanın yararları ve bunun ülkelerin gelişimi üzerindeki olumlu etkileri üzerinde çok uzun yıllardan beri çalışmaktadır. Her ülkenin sahip olduğu doğal kaynaklar, teknik bilgi vb. bakımından her malın üretimi için yeterli donanımına sahip olmadığı düşünüldüğünde dış ticaretin bahsedilen ilkenin dünyadaki çeşitli ülkeler arasında uygulanması anlamına geldiğini söylemek mümkündür. Dünyadaki bütünleşme ve küreselleşme eğilimleri dış ticaretin önemini son yıllarda daha da artırmıştır. Dış ticaret ile birbirinden uzak bölgelerdeki üretici ve tüketiciler ticari faaliyetler aracılığıyla ilişki kurmaktadır. Ticari ilişkiler her şeyden önce toplumlararası karşılıklı

¹ Ancak, küreselleşme süreci ile birlikte gündemimize oturan rekabetçilik, ülkemizde faaliyet gösteren KOBİ tarzı üretim yapan firmaların ihracat kabiliyetlerini önemli oranda etkilemiş, ve KOBİ tarzı faaliyet gösteren bir çok firmayı çeşitli sorunlar ile karşı karşıya bırakmıştır. Doğal olarak, küreselleşme sonucu oluşan yeni ekonomik yapıya ve rekabete karşı şirketlerin ayakta kalabilmeleri, performanslarını artırmalarına ve bunu sürekli kılabilmelerine bağlıdır. Hızla değişen çevre, yeni teknolojiler, yeni küresel rakipler, değişen demografik yapı, yaşam tarzı ve yeni ihtiyaçlar, yenilik yeteneğinin ve teknolojik yeteneğin geliştirilmesini, aynı zamanda, Ar-Ge çalışmalarına önem verilmesini; yani, *rekabet gücünün* artırılmasını da beraberinde getirmiştir.

² Ayrıntılı bilgi için lütfen bkz.

<http://www.manas.kg/sbe/tezler/master/adem%20aktas.pdf>

bağımlılık ve benzeşme yaratmaktadır. Uluslararası ilişkileri arttırmakta, artan uluslararası ilişkiler de ülkeyi kendi içinde bir dönüşüme zorlamaktadır. Bununla birlikte dış ticaretini başarıyla sürdüren ülkelerin ulusal gelirini ve refahını arttırdığı da gözlenmektedir (Şentürk, 2007: 5).

Çağdaş iktisat teorisi uluslararası ticaretin her iki tarafa da nasıl fayda getireceğini açıklamaktadır. Dış ticaret, ülkelerin belirli malların üretiminde uzmanlaşmasını sağlayarak, öğrenmeyi ve ürün hakkında yeni buluşları hızlandırmakta; ülkelere ölçek ekonomilerinden faydalanma imkânı vermekte, ayrıca dünya üretim kaynakları, işgücü ve zamanın da etkin kullanımını sağlamaktadır. Bununla birlikte dış ticaret, küresel pazarlarda alıcı ve satıcıların en iyiyi aramalarına da imkân tanımaktadır. Dış ticaretin bahsedilen bu faydaları özellikle küçük ekonomiler için daha önemlidir. Bu tür ekonomiler, sade yurt içinde ürettiklerini tüketmeye zorlandıkları takdirde, bilim, teknoloji, yönetim ve finansal düzenlemeleri doğru zamanda doğru şekilde yapma konusundaki başarısızlıkları da dikkate alındığında, uzmanlaşmayı yüksek düzeyde sürdüremeyecek; daha az çeşit ürünü daha yüksek fiyata tüketmek zorunda kalacak ve bu da refah düzeyini olumsuz yönde etkileyecektir (Şentürk, 2007: 5).

Araştırmanın Yöntemi

KOBİ'lerinin küresel rekabette sağlamış oldukları faydaları ve rolleri ortaya çıkarmak ve bunu daha da ileriye götürme ve bu üstünlüklerini sürdürülebilir hale getirmek için yapılması gereken stratejilerin sistematik bir şekilde ortaya çıkarılması için yapılan bu çalışma, hem politika yapıcılara hem de uygulayıcılara stratejilerin nasıl oluşturulması gerektiğine dair önceliklerin belirlenmesinin temel ilkelerini öne çıkarmaktadır.

Araştırmanın amacını gerçekleştirmek için nitel araştırma yöntemlerinden ikincil ve birincil veri toplama teknikleri kullanılmıştır. İkincil veri araştırması olarak, geniş bir literatür çalışması yapılmış, birincil veri kaynağı olarak odak grup ve uzman görüşü yöntemleri kullanılmıştır.

Odak grup yöntemi belirlenmiş bir konu ile ilgili seçilmiş katılımcıların bilgi ve fikirlerini ayrıntılı olarak belirlemek amacıyla oluşturulmuş grup görüşme tekniğidir. İdeal grup sayısı 10-12 kişi olup, grup görüşmesi bir uzman tarafından yönlendirilmektedir. Soru-cevap yöntemi kullanılır ve görüşme ardından elde edilen veriler incelenir ve sonuca varılır. Grup çalışmaları tek başına veya diğer teknikler de göz önünde bulundurularak belli konularda planlar yapılmasına, çalışmalara yön verilmesine yardımcı olur. Odak grup teknikleri için araştırmacı kişi öncelikle araştıracağı konuyu belirler ve ön çerçeveyi çizer. Kişi seçimleri, kişi seçimlerinin nedenleri, seçilen kişilerin ortak özellikleri, görüşmede ele alınacak konular ve sorular belirlenir. Görüşme sırasında ortamda not alan bir de gözlemci olur. Görüşme sonunda gözlemcinin notları ve ses kayıtlarından bir rapor derlenir. Bu

Murat BAYAT

rapor araştırılan konu ile ilgili sonuçlara varılarak belli bir strateji oluşturulmasını sağlar³.

Bu araştırmada da birincil veri toplama tekniği olarak 4 odak grup çalışması deruhte edilmiştir. Odak grup toplantılarından elde edilen tutanaklar içerik analizine tabi tutulmuş ve yorumlanmıştır.

Ayrıca uzman görüşü yöntemi kullanılarak odak grup toplantısından elde edilen bilgiler revize edilmiş ve yorumlanmıştır. Bu bağlamda 15 farklı uzmanın görüşüne müracaat edilerek KOBİ'lerin uluslararası ticarete almış oldukları roller tartışılmıştır.

Küresel Ticarete KOBİ'lerin Rolü ve Önemi

Araştırma sonuçları kapsamında KOBİ'lerin küresel rekabette ülke ekonomilerine birçok yararlarının olduğu ortaya çıkarılmıştır.

• KOBİ'ler Küresel Talep ve Esnek Üretim Sistemine Daha Çabuk Uyum Sağlarlar

İşletmelerin günümüz pazarlarında artan rekabet ile başa çıkabilmesi, bir taraftan rekabetin, rekabet stratejilerinin ve bunlarla ilgili analizlerin yapılmasını, diğer taraftan da bunları uygulamak için gerekli kaynak, yetenek ve becerilerin oluşturulmasını gerektirmektedir. KOBİ'ler, dinamik ve esnek yapıları ve rekabet kabiliyetleri nedeniyle, küresel rekabet ortamına uyum konusunda da önemli bir araç niteliği kazanmıştır (Papatya vd., 2007: 426).

Esnek üretim, klasik/geleneksel üretim biçimi olan işlemlerin oldukça basit parçalara ayrıldığı, bu işlemlerin yürüyen bir bant üzerinde bu konuda uzmanlaşmış işçilerce yapıldığı, işlemlerin basit, tekrarlamalı ve yığın üretime meydan verdiği *fordist* üretim biçiminden farklı bir üretim sistemidir. Esnek üretimde adından da bir miktar anlaşılacağı gibi; tekrarlanan seri üretim değil, değişen müşteri ve pazar taleplerine bağlı olarak çok amaçlı, fonksiyonlu üretim araçları ile aynı periyotta farklı üretimler yapılabilmektedir. Bir başka deyişle yüksek miktarlarda üretimin özel amaçlı makineler üzerinde gerçekleştirildiği esneklikten yoksun sistemlerin yerine, kapsamı ve çeşidi artırılmış makine ve iş akış sistemleri ile hızlı kaliteli ve farklılaşmış ürün elde etme sistemleri esnek üretim sistemlerini oluşturmaktadır. Artık genel amaçlı üretim araçları özel amaçlı bilgisayar programları/yazılımları ile yönlendirilerek, belirli ürün ailesini oluşturan parçaların küçük partiler halinde üretiminin, sürekli sistemlere benzer düzgün bir akış içinde gerçekleştirilmesi mümkün olmaya başlamıştır⁴.

KOBİ'ler talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine daha kısa sürede ve daha kolay uyum sağlamaktadır. Bu bağlamda, esnek üretim yapan KOBİ'ler önemli bir rekabet avantajı sağlamak ve küresel ticarete bir adım öne geçmektedir.

³ Ayrıntılı bilgi için lütfen bkz. <http://www.reklamuzmani.com/focus-grup-teknikleri-odak-grup-teknikleri>

⁴ Ayrıntılı bilgi için lütfen bkz. <http://www.kamu-is.org.tr/pdf/5411.pdf>

• *KOBİ'ler Ölçek Ekonomisini Sağlarlar ve Büyük Sanayinin Tamamlayıcısıdır*

KOBİ'ler yeri geldiğinde büyük bir işletme gibi davranabilmektedirler. Örneğin son tüketiciye yakın olan bir büyük oyuncu, hacimsel oranı yüksek bir sipariş aldığı anda bunu bölümlere ayırarak kendisine bağlı KOBİ'lerin içerisinde sahip olduğu tedarik zincirindeki firmalara dağıtmakta ve kendi üretim kabiliyetinin çok üzerindeki bir siparişi KOBİ'lerin katkısı ile karşılayabilmektedir. Bunun yanı sıra, uzun dönemde büyük sanayi girdilerinin ve ara mallarının üreticisi durumunda olmaları, büyük işletmelere, yarı mamul ve ara malı sağlamada önemli rol oynamaları nedeniyle büyük sanayilerin tamamlayıcısı konumundadırlar.

• *KOBİ'ler Teknolojik Yeniliği Çok Çabuk Kavrarlar*

Yeni teknolojilerin yaratılması ve uygulanması amacıyla bilginin kullanımı teknolojik yeniliği ifade etmektedir. KOBİ'lerin esnek yapıları bu firmaları yenilik faaliyetleri için büyük şirketlere oranla çok daha avantajlı kılabilmektedir. Gerek teknolojide gerekse üretim metodlarında ve pazar konusunda tüm yeniliklere kolaylıkla uyum sağlayan KOBİ'ler Ar-Ge neticesinde ortaya çıkan ürünün ticarileştirilmesini de kolaylıkla sağlarlar.

Nitekim günümüzde ortaya konan ve patentle koruma altına alınmaya değer bulunan yenilikler, teknolojik bulguların ötesinde, doğrudan bilimsel bulgulara ve bilgilere dayanır hale gelmektedir. Yenilik; bilginin ürünlere, üretim yöntemlerine, sistemlere ve hizmetlere dönüştürülmesi olduğuna göre, bu dönüşümde rol oynayan anahtar unsurlardan biri de bilgi olmaktadır. Spesifik bir ürün ve süreç olarak meydana çıkan teknoloji, kamuya açık bir etkinlik alanı değildir. Verimliliği artıran ya da yaşam kalitesini yükselten bir teknolojik yenilik, sır olarak saklanmaya çalışılır. Çünkü teknoloji alanında elde edilen yeni bir bilginin ilk sahibi onu ilk üretendir. İlk üretenler de bilimsel araştırmaları ve deneysel geliştirmeleri yapanlar, kısaca Ar-Ge faaliyetinde bulunanlar olduğuna göre kişisel/kurumsal bir sahiplik söz konusudur. Başka kişi ya da kurumların, bu yeni fikir ya da bilgiden haberdar olmaları ise ancak bilimsel bir makale aracılığıyla veya patentinin alınmasıyla mümkün olmaktadır. Aksi takdirde, özellikle bu yeni fikir bir işletme tarafından ticari bir amaca yönelik bir Ar-Ge faaliyeti sonucu ortaya konmuşsa, rakip firmalar bundan, ancak o fikir yeni bir ürüne dönüştürülüp pazara sunulduğunda haberdar olacaktır. Teknolojinin üretilme ve kullanılma amaçlarının etkisiyle bilgi artık satılmak için üretilmektedir. Bunun içindir ki, özellikle sanayileşme yolunda olan ülke ekonomileri için teknolojiyi yakından takip etmek, yenilik yapmak ve bu yenilikleri üretim süreçlerine dahil ederek nihai ürün ve/veya hizmete dönüştürmek, kısaca teknolojik yenilik yapmak, vazgeçilmez bir rekabet stratejisine dönüşmüştür. Bu bağlamda, Türkiye'de sanayi ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin 2002-2004 yıllarında yapmış oldukları teknolojik yenilik türlerine baktığımızda; sanayi sektöründe teknolojik yenilik yapan girişimlerin %39.89'unun sadece ürün yeniliği, %30.27 sinin sadece üretim süreci yeniliği ve

%38.84'ünün hem ürün hem de üretim süreci yeniliği olduğu görülmektedir (Binicioğulları, 2008: 60- 61).

• *KOBİ'ler Yenilikçilikte ve İnovasyonda Daha Hızlı Uyum Sağlarlar ve Üretkendirler*

Günümüz rekabet koşullarında firmaların hayatta kalabilmeleri hız, esneklik, kalite, güvenilirlik ve maliyette yeterli performansı gösterebilmelerine bağlıdır. Bu kapsamda firmaların ürün ve hizmetlerinde, üretim yöntemlerinde, süreçlerinde inovasyon yapmaları kaçınılmaz hale gelmektedir. İnovasyon, firmaların ürün ve hizmetlerinde yaratılan katma değeri artırması ve dış pazarlarda ülkeleri daha rekabetçi hale getirmesi açısından istihdam ve büyüme üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Firmaların inovatif olabilmeleri ise değişime açık, alanlarındaki yenilikleri takip eden ve esnek bir organizasyonel yapıya sahip olmalarıyla mümkündür (Dengiz ve Belgin, 2007: 267). İşte bu noktada KOBİ'ler ürün farklılaşması daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlamaktadır.

• *KOBİ'ler Değer Zinciri Halkasını Tamamlarlar*

KOBİ'lerin değer zincirinde nerede yer aldığı çok önemlidir. KOBİ'ler kısıtlı sermaye ile değer yaratmakta ve nihai üreticinin veya hipermarketlerin tedarikçisi konumundadırlar. Büyük mal gruplarını üreten veya satan firmaların tedarik zincirinin her bir halkasında ayrı bir KOBİ yer almaktadır (Yükçü ve Gönen, 2007: 435). Bunun yanı sıra KOBİ'ler büyük sanayi işletmelerinin tamamlayıcısı durumunda olma ve yan sanayi olarak faaliyette bulunmanın yanında, büyük işletmelerin istihdam ettikleri nitelikli elemanların yetiştirilmesine katkıda bulunmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Küreselleşmeyle beraber coğrafi, ekonomik, siyasi, kültürel sınırların aşılması ve bölgesel pazarların yerini küresel pazarlara bırakması söz konusu olmuştur. Ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel değişimlerden etkilenen büyük boy işletmeler yoğun bir rekabet ortamıyla karşı karşıya kalmışlardır. Küresel pazarlar daha kaliteli ürün ve hizmet üretimini gerekli kılmaktadır. Artık sadece üretim aşamasında değil ürünün fiyatı, servisi, dağıtımı aşamalarında da işletmeler fark yaratmak zorundadır. Rekabetin küreselleşmesiyle beraber büyük boy işletmeler değişen teknolojiye adapte olmak, yüksek kalitede mal ve hizmet üretimini sağlamak, yeterli büyüme ve gelişmeyi sağlamak zorunda kalmışlardır. Bu anlamda firmalar büyümek, uluslararası piyasalara girebilmek ve küresel rekabetle baş edebilmek için çeşitli stratejiler geliştirmek mecburiyetindedirler. Taşeronluk, ihracat, lisans anlaşmaları, yabancı şube açma, ortak yatırım, birleşmeler ve stratejik ittifaklar gibi stratejiler işletmelerin uluslararası piyasalara girerken kullandıkları stratejilerin başında gelmektedir (Karakılıç ve Açıkgozöğlü, 2007: 227). İşte bu noktada, adı geçen stratejilere ilave olarak KOBİ'lerin küresel ticarete oynadıkları rol öne çıkmaktadır. Doğal olarak KOBİ'lerin desteklenmesi ve sinerjilerinden faydalanılması önem arz etmektedir.

KOBİ'lerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamaları ve ülke ekonomine olan katkılarını arttırmalara entelektüel sermaye yapılarını kuvvetlendirmelerini zorunlu hale getirmektedir. Sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamak için rakiplere karşı farklılıklar yaratılmalıdır. Bu ise ancak daha iyi insan kaynakları uygulamaları, motivasyon, know-how, bilgi paylaşımı, markalar yaratmak, iyi bir imaj, patent, müşteri bağlılığı, örgüt kültürü ve yapısı, iletişim ve bilgi sistemleri gibi bir çok konularda gelişim göstererek yapılabilir. Türkiye'deki KOBİ'lerin en önemli problemleri de entelektüel sermayenin bu tür unsurlarını geliştirememiş olmasıdır. Bir firmanın piyasa değeri finansal ve entelektüel sermayeden oluşmaktadır. Eğer KOBİ'ler belirtmiş olduğumuz bu konularda kendilerini geliştirdikleri takdirde piyasa değerlerinin de artacağı ortadadır (İpçioğlu, 2007: 295).

Kaynakça

- Ambastha, A., & Momaya, K. (2004). "Challenges for Indian Software Firms to Sustain their Global Competitiveness". *Singapore Management Review*, January.
- Binicioğulları, N. (2008). *Türkiye ve AB'de KOBİ'lerin Rekabet Edebilirliği İçin Teknolojik Yeniliğin Önemi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale: Kırıkkale Üniv..
- Cansız, M. (2008). *Türkiye'de KOBİ'ler ve KOSGEB*. DPT Uzmanlık Tezi, Ankara: Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü.
- Dengiz, B. ve Belgin, Ö. (2007). "KOBİ'lerin İş Süreçlerinde İnovasyon: Benzetimin Rolü". 4. *KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi Kongre Kitabı, 7-8 Aralık 2007*, (Ed.: Gençyılmaz, G.) İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yay.
- İpçioğlu, İ. (2007). "KOBİ'lerin Entelektüel Sermaye Yapısının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma". 4. *KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi Kongre Kitabı, 7-8 Aralık 2007*, (Ed.: Gençyılmaz, G.) İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yay., s. 289-296
- Karakılıç, N.Y. ve Açıkgözoğlu, S. (2007). "Küreselleşme Sürecinde KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılma Stratejileri; Afyonkarahisar Mermer Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmeler Üzerine Bir Araştırma". 4. *KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi Kongre Kitabı, 7-8 Aralık 2007*, (Ed.: Gençyılmaz, G.) İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yay.
- Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB). (2011). *İstatistik Bilgiler ve Yıllık Raporlar*. <http://www.kosgeb.gov.tr>, (erişim tarihi 08.01.2011).
- Papatya, N. ve Papatya, G. ve Hamşioğlu, B. (2007). "KOBİ'lerin Rekabette Meydan Okuma Stratejisi: Sürdürülebilir Yenilik ve Pazarlama Yeteneklerinin Yapılandırılması". 4. *KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi Kongre Kitabı, 7-8 Aralık 2007*, (Ed.: Gençyılmaz, G.) İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yay., s. 425-434
- Şentürk, C. (2007). *Dış Ticaret - Büyüme İlişkisi Üzerine Bir İnceleme: Türkiye ve Gelişmekte Olan Ülkelerde İhracata Dayalı Büyüme Hipotezinin Testi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Yükçü, S., ve Gönen, S. (2007). "KOBİ'lerde Hedef Fiyat Baskısı". 4. *KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi Kongre Kitabı, 7-8 Aralık 2007*, (Ed.: Gençyılmaz, G.) İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yay.