

Girişimcilik ve KOBİ'ler

Meliha Burcu KİNEŐ¹

Öz

Gerek ölkemizde gerek Avrupa Birliği (AB) bünyesinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (KOBİ); sayı, istihdam ve yaratılan katma değer açılarından çok büyük bir paya sahiptir. Günümüz şartlarında KOBİ'ler; geleneksel iş yapma tarzlarından sıyrılarak girişimcilik ve yenilikçilik özellikleri kazanmalarına paralel olarak nitelik değiştirme ve uluslararası marka olma imkanına sahiptir. Bu çalışmada; KOBİ'lerin önemi vurgulandıktan sonra Türkiye ve AB bazında teşvik ve destekler ele alınmakta ve girişimcilik ile entegrasyonun nasıl gerçekleşebileceği anlatılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, girişimcilik, eğitim, finansman

Abstract

Key Words: SME's, entrepreneurship, education, finance

Small and medium sized enterprises (SME's) have taken important place both in European Union (EU) and Turkey with respect to numbers, employment level, value added generated. In our days; SME's have the chance to become an international trade mark to the extent that they access the features of entrepreneurship and innovation. In this article, first of all the importance of SME's for overall economy is emphasized, then after some incentives towards SME's are mentioned and how to ensure an integration between SME's and entrepreneurship is investigated.

¹ Yrd.Doç.Dr. Okan Üniversitesi, burcu.kines@okan.edu.tr, ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-2840-4379>

1. Giriş:

Günümüzde yarattığı istihdam ve katma değer açılarından ülkemiz ekonomik hayatının başta gelen unsurunu, küçük ve orta büyüklükteki işletmeler olarak tanımlanan KOBİ'ler oluşturmaktadır. Her ne kadar şirket bazında küçük bir ağırlığa sahip olsalar da, bir bütün olarak ele alındığında KOBİ'ler Türkiye ekonomisi içerisinde ağırlıklı bir paya sahiptir. Bu doğrultuda; KOBİ'lerin teşvik edilmesi, rekabet üstünlüklerini koruyabilmesi, teknolojik olanaklara ve finansal imkanlara erişim sağlayabilmeleri, girişimcilik ruhuyla inovasyona ve yeni iş alanlarına yönelebilmeleri büyük bir önem arz etmektedir. Bunun yanı sıra; KOBİ'lerin ticari hayatlarına yönelik gerekli düzenleyici unsurların, mevzuatın ve hukuki çerçevenin sağlam bir temele oturtulması ve bu alandaki çalışmaların yoğunlaştırılması da bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dünyada daha çok talep kaynaklı koşullar gereği KOBİ'lerin gelişimine tanık olurken; Türkiye'de ise bu durum büyük oranda arz kaynaklı bir yapı sergilemektedir. Örneğin, gelişmiş ülkelerde KOBİ'lere yönelim büyük ölçüde kitlesel tüketim modeline karşı tepki olarak ortaya çıkarken; ülkemizde para kazanmak, geçimini sağlamak ve bu doğrultuda ticari hayata atılmak isteyen girişimciler aile yönetiminde ve az sermaye gerektiren üretim yapısında yoğunlaşmışlardır.

Öte yandan; dünyada ve ülkemizde üst üste yaşanan ekonomik krizler de; ticari ve sosyal yönlerinden KOBİ'lerin öneminin pekişmesine yol açmıştır. KOBİ'lerin esnek yapıları, kolay karar verebilme olanakları ve yönetim kabiliyetleri, krizlerin toplum üzerindeki yıkıcı etkilerini nispeten telafi edebilme ve hafifletme seçeneği sunmuştur. Risk yönetiminin temel prensiplerinden biri olan ve "yumurtaları aynı sepete koyma" sözü ile tanımlanan çeşitlendirme (diversification) kavramı bir bakıma KOBİ'lerin oluşumu hayata geçirilmekte ve KOBİ'ler krizlere karşı bir emniyet sübabı olarak faaliyet göstermektedirler.

Sayı bazında *"KOBİ'ler AB ülkelerinde tüm işletmeler arasında yaklaşık % 99 gibi çok büyük bir oranda bulunmaktadır. Türkiye'de ise bu oran % 99,8 gibi oldukça yüksek bir durumdadır."* (Taş, 2015).

Sayıların işaret ettiği şekilde, gerek Avrupa Birliği (AB) bünyesindeki ülkelerde gerek Türkiye’de KOBİ’ler ekonomik hayatın hemen hemen oluşturmaktadır. Bu bağlamda; KOBİ’lerin desteklenmesi ve güçlendirilmesi ekonomi politika yapıcılarının ana gündemi olarak belirlenmelidir.

Bu çalışma kapsamında; AB ve ülkemiz ticari hayatı açılarından bu denli öneme sahip KOBİ’lerin girişimcilik kavramı temelinde nasıl desteklenmeleri gerektiği, yeni iş alanlarının açılmasından inovasyona katkıya kadar tüm yönleri ile nasıl geliştirilmeleri gerektiği konusu irdelenmeye çalışılacaktır. Ekonomik hayatın yanı sıra, KOBİ’lerin toplumumuzun sosyal yaşamına yönelik önemli etkileri söz konusudur. KOBİ’lerin girişimcilik yönünden desteklenmesi bir bakıma son yıllarda hem dünyada hem Türkiye’de en önemli sorun olan işsizliğin azaltılmasında, toplumsal huzurun sağlanmasında da önemli bir çıkış noktası olabileceği düşünülmektedir.

2. KOBİ Tanımı ve Genel Özellikleri:

Çalışmanın giriş bölümünde vurgulandığı gibi; KOBİ’ler ülkemiz ekonomisinde çok büyük bir ağırlığa sahip bulunmaktadır. Bu noktada her ne kadar tanımlar arasında farklılıklar söz konusu olsa da; KOBİ kavramının içerdiği bazı temel ortak özelliklerden bahsetmek gerekmektedir. Tanım ve özelliklerde farklılaşmalar olsa da, temel eksende KOBİ’lerin ortak paydası olarak çalıştırılan işçi sayısı ve sermaye büyüklüğü karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte; son yirmi yılda teknoloji alanında görülen hızlı değişimler KOBİ’lerin genel değişmez diye nitelendirilen ortak özelliklerinin de farklılaşmasına sebep olmuştur. Dünyadan örnek vermek gerekirse; sadece 55 kişinin çalıştığı Whatsapp Firmasının 2014 yılının Şubat ayında 19 milyar ABD doları tutarla Facebook’a satılmış olması²; Whatsapp Firmasının çalışan kişi sayısı ve sermaye açılarından KOBİ olarak nitelendirilmekle birlikte; Firma değeri bakımından oldukça büyük ölçekte bir firma statüsüne sahip olduğuna

² Söz konusu tutarın; 4 milyar ABD doları nakit, 12 milyar ABD doları hisse ve 3 milyar ABD doları da tedbirli hisse olarak gerçekleşmiştir. Satın alındığı tarihte; Whatsapp’ın 450 milyon aktif kullanıcısı ve sadece 55 çalışanı bulunmaktaydı. www.bloomberght.com. 24 Şubat.2014.

işaret etmektedir. Whatsapp örneğinde olduğu gibi; günümüzde düşük tutarda sermaye ve az sayıda çalışan ile özellikle teknoloji ve bilişim alanlarında faaliyet gösteren firmalar; geleneksel KOBİ tanımı içinde yer alsalar da firma değeri olarak bakıldığında büyük ölçekli şirketler kategorisi kapsamında bulunmaktadır. Bu durum da bize; zaman içerisinde girişimcilik faktörünün etkisiyle geleneksel KOBİ tanım ve özelliklerinin değişime uğradığına işaret etmektedir.

Bununla birlikte; Şekil 1’de sıralanan özellikler; bir firmanın KOBİ tanımında kullanılan genel kriterleri belirtmektedir.

Şekil 1. KOBİ Tanımında Kullanılan Genel Kriter ve Özellikler³



3. Girişimcilik Tanımı ve Genel Özellikleri:

Girişimcilik; en yalın anlatımıyla yeni bir iş kurma ve faaliyete atılma olarak tanımlanabilir. "Girişimcilik; bir işi başlatmak, gerekli kaynakları organize etmek ve ilgili risklerle ödülleri üstlenmektir." (Doğan, 2010). Girişimcilik kavramında günümüzde esas

³ Müftüoğlu, M.T., Durukan, T., (2004). *Girişimcilik ve KOBİ'ler*. (Birinci Baskı). Ankara : Gazi Kitabevi.

teşkil eden ise, mevcut bir iş kolunda yeni bir işletme açmak yerine talep potansiyeli olan bir alan yaratarak ve risk üstlenerek ticari hayata atılmaktır. Bir başka deyişle; girişimci bir fırsat görerek ticari hayata yenilik sunan kişi olarak tanımlanabilir. Söz konusu yenilik; farklı bir ürün geliştirme, yeni bir teknoloji kullanma, yeni bir üretim faktöründen faydalanma şeklinde kendini gösterebilir. Bu bağlamda; geleneksel anlamda kullanılan KOBİ tanımı ve girişimcilik özelliği ile tanımlanan ticari faaliyetlerin günümüz şartlarında ayrıştığını vurgulamak gerekmektedir. KOBİ özelliği taşıyan işletmelerin; girişimciliğin teşvik edilmesi, desteklenmesi sonucunda daha üst bir niteliğe sahip olabilecekleri özellikle teknoloji alanında görülen örneklerle kanıtlanmıştır. Bu konuda AB kapsamında da detaylı çalışmalar yapılmaktadır. Söz konusu çalışmalardan bazı örnekler aşağıda belirtilmiştir.

4. AB Girişimcilik Politikası ve KOBİ Yaklaşımı:

AB tarafından 1983 yılı, "Küçük İşletmeler ve Küçük Sanayi Yılı" olarak ilan edilmiştir. Söz konusu yıldan bu yana; AB bünyesinde KOBİ'lerin desteklenmesi sürekli gündemde olmuştur. Bu bağlamda; temel hedeflerden biri de girişimciliğin ve yenilikçiliğin teşvik edilmesidir. Bir ülkede girişimciliğin ilerlemesi ve girişimci sayısının artmasının ön koşulu; sağlam makroekonomik dengeler ve iyi bir rekabet ortamıdır. İstikrarsız makroekonomik veriler, haksız rekabet kişilerin girişimcilik faaliyetlerinden uzaklaşmalarına ve hatta faaliyet gösteren KOBİ ve aile tarzı işletmelerin kapanmalarına dahi yol açabilir.

2015 yılı itibariyle, AB bünyesinde bulunan 23 milyon KOBİ, özel sektör istihdamını yaklaşık %66'sını oluşturmuş (90 milyon kişi) ve 3,9 trilyon Euro tutarında katma değer yaratmıştır. Söz konusu KOBİ'lerin büyük bir çoğunluğu (%93) mikro ölçekli olup, 10 ve daha az çalışanı istihdam etmektedirler.⁴ Avrupa Komisyonu, 2007 yılından itibaren KOBİ'leri girişimcilik yönünden desteklemek amacıyla "Rekabet Edilebilirlik ve Yenilikçilik Çerçeve Programı'nı (CIP)" uygulamaya koymuştur. CIP Programının temel

⁴ European Commission, Annual Report on European SME's 2015/2016, November 2016, s : 6.

hedefi, KOBİ'lerin gelişmesi ve yenilik yaratmalarının teşvik edilmesidir (Çapanoğlu, 2014).

Avrupa İşletmeler Ağı (AİA)⁵ kapsamında üye ülkelerin teknoloji merkezleri, kalkınma ajansları, ticaret ve sanayi odaları ile üniversiteler yer almaktadır. AİA'nın temel amacı KOBİ'leri rekabet üstünlüğü sağlama, teknoloji geliştirme ve kullanma ile yeni iş alanları açılardan desteklemektir. AİA aracılığıyla ülkemizde; Ege Üniversitesi, Gaziantep Üniversitesi, ODTÜ, Sabancı Üniversitesi, Uludağ Üniversitesi, ticaret ve sanayi odaları ile birlikte toplam 7 adet konsorsiyumla ücretsiz danışmanlık hizmeti sağlanmaktadır.

Son yıllarda; gerek AB ülkelerinde gerek ülkemizde çevre ile konularda artan bir duyarlılık gözlenmektedir. Söz konusu olgu nedeniyle; girişimcilerin de üniversite ve diğer ilgili kuruluşlar arasındaki işbirliğinde çevre ve ekosistem ile bağlantılı unsurları daha fazla dikkate aldıkları görülmektedir. Bu bağlamda, özellikle AB bünyesinde yer alan girişimciler; ekosistem ile uyumlu çalışan ve bu alanlarda yenilik getiren kuruluş ve önerilere yönelmişlerdir. Yapılan çalışmalarda ekosistem ile bağlantılı yenilikçilik konusunda; arz tarafının daha etkin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda; özellikle firmalarının rekabet güçlerini artırmak isteyen yöneticilerin, daha çok maliyet azaltan ekosistem ile uyumlu yenilikçiliği ön plana aldığı da elde edilen bulgular arasındadır (Triguero ve diğerleri, 2013).

Finlandiya'nın Kuzey Savo Bölgesi'nde yürütülen bir anket çalışması ile KOBİ'leri yenilikçiliğe yönelten ana unsurlar irdelenmeye çalışılmış ve gerçekleştirilen inovasyonların firma performansları üzerindeki olası etkileri incelenmiştir. Araştırma sonuçları ise; yenilikçiliğin işletmelerin büyümelerine katkı yaptığını ancak karlılıkları üzerinde herhangi bir olumlu etki sağlamadığını göstermiştir (Varis ve diğerleri, 2010).

Yenilikçilik ve girişimcilik konularında akademik çevrelerde sorgulanan bir diğer unsur da; inovasyon alanında aktif olan KOBİ'lerin olası krizlere karşı diğer işletmelere kıyasla daha yüksek

⁵ European Enterprise Network (EEN). Türkiye de üyesidir.

riske maruz kalıp kalmadıkları sorusudur. 164 Hollanda firması kapsamında yürütülen çalışmada elde edilen sonuç; proaktif davranan yenilikçi işletmelerin kriz yönetiminde daha başarılı olduğu yönündedir. Çalışmada yer alan bir diğer bulgu ise, her ne kadar yenilikçi ve girişimci işletmelerin krizlerde daha iyi bir performans gösterse de; özellikle istikrarsız ortamlarda aşırı risk almaktan kaçınmaları gerektiği şeklindedir (Kraus ve diğerleri, 2012).

Girişimcilik ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki de akademik çevrelerde ve literatürde sorgulanan, araştırılan bir diğer konudur. Klasik ekonomistlerin benimsediği görüş çerçevesinde, yenilikçiliğin ve girişimciliğinin ekonomik büyümeyi engellediği anlayışı genel kabul görmüştür (Burns, 2011).

İlk kez Avusturyalı ekonomist Schumpeter; girişimcilik, yenilikçilik ve ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişki olduğunu vurgulamıştır. Schumpeter; inovasyon ve girişimciliğin ekonomik büyümeyi sağlayan etkenler olduğunu belirtmiştir (Schumpeter, 1934). 20 AB üyesi ülkenin 184 şehrinde 1999-2010 yılları arasında yapılan bir başka çalışmada da; girişimcilik üzerinde etkisi bulunan faktörler araştırılmıştır. Çalışmada çıkan sonuç ise; şehirlerin büyüklüğü, başkent olması, yüksek öğrenim oranının fazlalığı ve serbest meslek yaygınlığının girişimciliği ve yenilikçiliği belirleyen en önemli unsurlar olduğu göstermektedir (Garcia, 2014).

4.1. Lizbon Stratejisi:

Lizbon Stratejisi esas olarak, 2000 yılında AB'nin 10 yıllık bir dönem için belirlediği bir ekonomik büyüme modelidir. Modelin oluşturulmasındaki ana motivasyonu, AB üye ülke ekonomilerinin yenilik yaratma, girişimcilik, bilgi ekonomisine geçiş süreçlerinde diğer gelişmiş ekonomiler ile arasında olan olumsuz farkı telafi etme arzusudur. Lizbon Stratejisi'nin hedef kitlesini ise KOBİ'LER oluşturmaktadır. Bu çerçevede; genel ve mesleki eğitim olanaklarının artırılması, istihdam politikaları ve sosyal güvenlik reformu, iş hayatına farklı kesimlerin katılımlarının ve girişimciliğin teşvik edilmesi konuları öncelik kazanmıştır.

4.2. Avrupa 2020 Stratejisi:

2010 yılında Lizbon Stratejisi'nin ömrünü tamamlamasıyla birlikte ve yeni hedefler doğrultusunda "Avrupa 2020 Stratejisi" benimsenmiştir. Söz konusu strateji, 2008 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde başlayan ve sonra da dünyaya yayılan Küresel Finans Krizi'nin hemen sonrasında şekillenmiş ve ana dürtü de krizin etkilerini yok etmek ve toparlanmak olarak benimsenmiştir. Yenilikçilikten ve girişimcilikten kaynaklanan sürdürülebilir bir ekonomik büyüme ile birlikte yüksek istihdam sağlayan politikaların oluşturulması temel amaç olarak kabul edilmiştir. Avrupa 2020 Stratejisi kapsamında yer alan 20 ile 64 yaş nüfusunun %75'inin istihdam edilmesi ile işgücünün ekonomiye etkin katılımının sağlanması amaçlanmıştır. Stratejide yer alan bir başka hedef ise, AB Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'sının (GSYİH) %3'ünün araştırma-geliştirme (AR-GE) faaliyetlerine ayrılması gerektiğidir. Öte yandan; yeni ve bilgi ekonomisinin bir niteliği olan otomasyon, ileri teknoloji kullanımı ve robotların yaygınlaştırılması vb. özellikler yüksek istihdam düzeyi hedefine karşı çelişkili bir durum yaratmaktadır. AB Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'sının (GSYİH) %3'ünün araştırma-geliştirme (AR-GE) faaliyetlerine ayrılacak olması⁶ şartı, istihdam sorunun çözümünde girişimcilik kavramının önemini ortaya koymaktadır. Şöyle ki; ileri teknoloji teşvik edilecek ve buna paralel olarak makineleşme artacak ise; söz konusu durumun istihdam üzerindeki olumsuz etkileri ancak girişimciliğin desteklenmesi, girişimci sayısının artırılmasına ve yeni iş olanaklarının açılmasına bağlı olarak telafi edilebilecektir. AB ülkeleri, AR-GE çalışmaları ve teknoloji üretimi bakımından ABD ve Uzakdoğu ülkelerinin gerisinde kalmıştır. Bu durum da, AB üye ülkelerinin rekabet güçlerinin dış pazarlarda zayıflamasına sebep olmuştur.

⁶ Akses (2014) s . 37.

Şekil 2. Avrupa 2020 Stratejisi'nin Yedi Girişimi ⁷

Akıllı Büyüme	Sürdürülebilir Büyüme	Kapsayıcı Büyüme
Yenilikçilik Birliği	Küreselleşme Çağı İçin Entegre Sanayi Politikası	Yeni Beceriler ve İşler İçin Gündem
Dijital Gündem	Kaynakları Daha Verimli Kullanan Avrupa	Yoksulluğa Karşı Avrupa Platformu
Hareket Halinde Gençlik		

Akıllı büyümenin bir alt kırılımı olan "Yenilikçilik Birliği" kapsamında, yeni fikirlerin oluşturulması ve bu fikirler doğrultusunda yeni ürün, mal ve hizmetlerin üretilip istihdam yaratılması düşüncesi ön plana çıkmaktadır. Her ne kadar 2008 Küresel Kriz sonrası ülke bütçelerinde kemer sıkma politikaları ön plana çıkmış olsa da, ekonomik büyümenin motorunun girişimcilik ve yenilikçiliği teşvik etme yönünde olması yönünde fikir birliği sağlanmıştır. Çalışmanın başında da vurgulandığı gibi girişimcilik ve yenilikçiliğin desteklenmesi; işgücüne katılım oranının artırılması, gelir dağılımının adil olması, bölgesel ve coğrafi farkların ortadan kaldırılması vb. sosyal sorunlara da bir çözüm seçeneği olma potansiyelini beraberinde getirmektedir. AB ülkeleri kapsamında; teknoloji geliştirme, ekonomik büyümeyi ve kalkınmayı sağlamada uzmanlaşmanın ve girişimciliğin kilit rol oynadığı ve bu süreçte ilgili birimler arasındaki koordinasyonun kuvvetlendirilmesi görüşü benimsenmiştir (McCann, ve Ortega-Argiles, 2016).

Yenilik sunan girişimciliğin (innovative entrepreneurship) geliştirilmesi suretiyle elde edilen ekonomik büyüme ise ülkelere küresel pazarlarda rekabet üstünlüğü sağlayabilecektir. Yenilikçilik sunan girişimciliğin geliştirilmesi için ise yöntem izlemek mümkündür:

1. Genel olarak girişimciliği desteklemek
2. Yüksek büyüme potansiyeli olan firmaları; finansman, kaynak kullanımı ve koordinasyon vb. açılardan teşvik etmek

⁷ Akses (2014) s. 34.

3. Üniversite ve ilgili diğer kuruluşlar aracılığıyla KOBİ'leri, AR-GE ve inovasyon yönlerinden desteklemek (Dahls-trand ve Steveson, 2010).

5. Girişimcilik Kapsamında KOBİ'lerin Desteklenmesi :

Yaşanan ekonomik krizler; yarattıkları katma değer, bün-yelerinde barındırdıkları istihdam, esnek yapıları vb. üstünlükleri açılardan büyük ve orta ölçekli firmalardan pozitif yönde ayrı-şan KOBİ'lerin önemini artırmış ve girişimcilik bağlamında da des-teklenmeleri gerektiği hususunun altını çizmiştir. Kısaca söylemek gerekirse, kalkınma iktisadı alanında KOBİ'lerin bir lokomotif güç olduğu kabul edilmektedir (Şimşek, 2002). Günümüz şartlarında KOBİ'ler; geleneksel anlayışla mevcut bir iş kolunda yeni bir iş-letme açmaktan farklı olarak, esas olarak girişimcilik ve yenilik-çilik kavramları bazında desteklenmelidir. "*Girişimci veya müte-şebbis, mal veya hizmet üretmek/pazarlamak üzere kar/zarar riskini göze alarak, sahip olduğu sermayeyi yatırıma dönüştüren kişidir.*"(Küçük, 2015).

Bir başka ve daha basit bir anlatımla ise; kar elde etme gü-düsüyle mal ve hizmet üretmek için üretim faktörlerini temin edip kullanmak girişimcilik olarak tanımlanabilir (Özalp, 1971). Nasıl ki; KOBİ kavramının genel özellikleri ve tanımı zaman içerisinde değişime uğradıysa, günümüzde girişimcilik ifadesi de iş kurma-dan daha çok yenilikçilik terimi ile birlikte anlam kazanmaktadır. Bu bağlamda; pazarda bir boşluk veya yeni bir tüketici ihtiyacı gözlemleyen girişimciler bu doğrultuda ürün ve hizmetler gelişti-rerek ticari faaliyete başlamakta ve ihtiyacı karşılamada başarılı oldukları ölçüde de KOBİ niteliğinden uzaklaşarak büyük firma sahibi olma şansına erişebilmektedirler. Günümüz koşullarında; bir açığı gideren ürün ve hizmetlerin kısa süre içerisinde teknoloji imkanlarından da faydalanarak yerel sınırları aşarak uluslararası bir marka olma imkanı bulunmaktadır. Yeni bir mal veya hizmet oluşturma sürecinin dayandığı kaynakları aşağıdaki şekilde sıra-lamak mümkündür:

1. Girişimcinin icadı, fikri
2. Uzman görüşü

3. Kişisel ihtiyaçlar
4. Taklit etme
5. Piyasanın geri bildirimleri (Küçük, 2015).

Bir girişimci yeni bir ürün veya hizmet üretmektense, mevcut bir ürün veya hizmette farklılaştırma ve/veya ihtiyacın daha iyi bir şekilde giderilmesi ya da kalite yükseltme şeklinde de faaliyete başlayabilir. Üretilen servis veya hizmetleri yeni pazarlara sunmak ya da üretim faktörlerini değiştirmek suretiyle de; girişimcilik sıfatı taşınabilir. Her ne kadar çoğunlukla bir aile işletmesi özelliği taşıyan KOBİ'ler için yukarıda sıralanan girişimcilik özelliklerine erişilmesi zor olsa da; uzun vadede ön plana alınması ve desteklenmesi gereken husus yeni mal ve servislerin üretilebilmesi aşaması olmalıdır. Bu konuda başarıyı yakalayan KOBİ veya girişimci; gerek üretim faktörleri üzerindeki kontrolü gerek yeni pazarlara erişim olanaklarını daha kolay elde etme şansına sahip olabilecektir. Türkiye'de 1990 yılının Nisan ayında Sanayi ve Ticaret Bakanlığı bünyesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) kurulmuştur. 2016 yılında yürürlüğe giren KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı ile de, KOBİ'lerin üretimlerinin, yatırımlarının ve yarattıkları katma değer artırılması ön plana alınmıştır. Girişimcilik açısından bakıldığında; KOBİ'lerin zayıf yönlerini esas olarak; finansmana erişim zorlukları, teknoloji kısıtları ve rekabet gücünün eksikliği olarak sıralamak mümkündür. OECD bünyesinde de; KOBİ'lerin sorunlarını ele alan konferanslar düzenlenmiş ve 2000 yılında Bologna Şartı kabul edildikten sonra ikinci konferans 2004 yılında İstanbul'da gerçekleştirilmiştir. İstanbul Konferansı'nda KOBİ'lere yönelik yapılan çalıştaylarda öncelikli olarak girişimcilik ve kadın girişimciliği ele alınmıştır.

Bir ülkede KOBİ çerçevesinde girişimcilik ve yenilikçilik kavramlarının gelişebilmesi sadece bir ekonomik olgu olarak değil, aynı zamanda kültürel ve sosyal bir unsur olarak da ele alınmalıdır. Şöyle ki; bazı toplumlarda kanaatkarlığın bir vasıf olarak görülmesi, riskten kaçınılması, özellikle kadınların geleneksel ev içi işlere yönlendirilmesi vb. faktörler özellikle doğu toplumlarının

girişimcilik, yenilikçilik ve iş hayatına atılma açılarından gelişmesine sebep olmuştur.

Benzer şekilde; küçük yaşlardan itibaren okullarda verilen eğitimler de bir toplumda girişimciliğin desteklenmesi veya köstelenmesi anlamında belirleyici olabilmektedir. Soru sormaya, araştırmaya yeterince odaklanmamış, çoğunlukla ezber dayalı ve sorgulamaya kapalı bir eğitim sistemi; toplumlarda özgüveni eksik, yenilikleri kolay benimsemeyen ve riskten kaçınan bireylerin yetişmesine yol açmakta ve bu durum da ülkelerin girişimcilik ve girişimci potansiyelini olumsuz yönde etkilemektedir.

6. Girişimcilik ve Türkiye Ekonomisi:

KOBİ'ler; AB'de olduğu gibi Türkiye için de ekonominin belkemiğini oluşturmaktadır. Türkiye'de 2014 yılında; toplam girişim sayısının %99,8'ini, istihdamın %73,5'ini, maaş ve ücretlerin %54;1'ini, cironun %62'sini, faktör maliyeti ile katma değer %53,5'ini ve maddi mallara ilişkin brüt yatırımın %55'ini KOBİ'ler oluşturmuştur.⁸ Bu nedenle KOBİ'lerin başta girişimcilik ve yenilikçilik olmak üzere desteklenmeleri, yatırım ortamlarının iyileştirilmesi, gerekli hukuki ve yasal çerçevenin çizilebilmesi ülke refahı ve kalkınması için belirleyici niteliktedir. Bir toplumda yeni mal ve hizmetlerin üretilmesi sadece yerel bir başarıyı ve ekonomik büyümeyi değil, uluslararası ölçekte bir rekabet üstünlüğünü de beraberinde getirebilmektedir. Güney Kore'nin ekonomik anlamda atılım yapması; eğitim sisteminden başlayarak tüm modeli revize etmesinden ve girişimciliği teşvik ederek katma değeri yüksek yenilikçi ürünler sunabilmesinden kaynaklanmıştır.

Her ne kadar sıfırdan yeni bir mal veya hizmet üretmek ve marka yaratmak büyük ölçekli ve hatta devlet kökenli firmalara özgü olarak düşünülse de; girişimcilik ve yenilikçilik KOBİ ölçeğinde şirketler için de geçerlidir. Şöyle ki; yöresel bir lezzetin hane dışında üretilip yerel bazda satılmaya başlanması ile marka haline gelerek ihraç edilmesi arasındaki süreç zorlu ancak imkansız

⁸ Türkiye İstatistik Kurumu, (25 Kasım 2016). *Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri, 2016*. Haber Bülteni, Sayı : 21540, s : 1.

değildir. Bu kapsamda; sadece kişisel çabaya bağlı kalmayarak KOBİ bünyesindeki üretim faaliyetleri, finansal ve teknolojik olarak devlet ve ilgili kuruluşlar tarafından desteklenmeli, KOBİ sahiplerine markalaşma ve dış pazarlara açılma yönünde yol gösterilmeli ve teşvik edilmelidir. Tekelci rekabet piyasalarında görüldüğü gibi; üretilen harcı alem bir ürün veya hizmet olsa da; farklılaştığı ve kaliteli olduğu sürece müşteri bağımlılığı yaratarak iç ve dış piyasalarda başarıyı ve kalıcılığı elde etmek olanaklı hale gelmektedir.

7. Öneri ve Değerlendirmeler:

Girişimciliğin desteklenmesinde ve KOBİ oluşturulmasında; iş bulma ve kariyer yapma imkanları nispeten kısıtlı olan kesimler ve coğrafi bölgeler; bir başka deyişle kadınlar, uzun süre işsiz olanlar, engelliler ve kırsal alanlar da ön plana alınmalıdır. Bu doğrultuda; ilgili kesimlere yönelik eğitimlere ağırlık verilmeli, kurslar açılmalı ve sermayeye erişim olanakları artırılmalıdır. Bunun sonucunda; girişimcilik ve KOBİ kavramları ekseninde ekonomik yararın yanı sıra sosyal faydanın da hayata geçirilmesine olanak sağlanacaktır. Uygulamanın yaygınlaştırılmasına ve başarısına paralel olarak da istihdam, gelir dağılımı ve bölgesel kalkınma üzerinde iyileştirici etkiler gözlemlenecektir. KOBİ'lerin gerek istihdam yaratma gerek gelir dağılımı ve bölgesel kalkınma özellikleri de dikkate alındığında; girişimcilik yönünden teşvik edilmelerinin makroekonomiye sağlayacağı katkı ve ivme açıktır.

Ekonomi biliminin en basit anlatımı "kıt kaynakların en etkin kullanımınıdır." (Ertek, 2016). Girişimci ve işletme sahibi her ne kadar üretim faktörlerini kullanıyorsa da; "insan" günümüzde en önemli üretim faktörü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir başka deyişle; girişimci aynı zamanda en kıt ve dolayısıyla en değerli üretim faktörü olarak benimsenmeli ve bir toplumda gerek niteliksel gerek niceliksel olarak artması yönünde çalışmalar yapılmalıdır. Nitelikli, eğitilmiş insan gücünü artıran toplumlarda; başta KOBİ'ler olmak üzere yeni ticari faaliyetlerin gelişeceği, rekabet üstünlüğünün artacağı da göz ardı edilmemelidir.

Sayı olarak çok büyük bir ağırlığa sahip olan KOBİ'lerin; başarısızlık oranları ise büyük ölçekli firmalara göre daha yüksek

tir (Cansız, 2008). Bu bağlamda; ekonominin temel kuralı olan "kıt kaynakların verimli kullanılması" prensibi gereğince başarısız olma riski yüksek olan yeni kurulan KOBİ'lerden ziyade kaynak ve teşviklerin daha çok bir süredir faaliyet gösteren oturmuş şirketlere yönlendirilmesi şeklindedir. Kıt kaynakların yeni kurulacak firmaları teşvik etmek amacıyla dağıtılması ve sadece niceliksel hedeflere ağırlık verilmesi; ekonomi bilimi açısından rasyonel bir davranış olarak kabul edilemez. Bu yaklaşım tarzı ise; risk almaya hazır, yenilikçi girişimcilerin fikirlerini hayata geçirmek için daha baştan finansal kaynaklardan ve diğer desteklerden mahrum kalmaları sonucunu doğurmakta ve toplum açısından katma değer yaratabilecek faaliyetlerin daha başlamadan sadece fikir düzeyinde kalarak yok olmasına yol açmaktadır. Teşvik, kaynak ve desteklerin sadece yerleşik kurulu firmalara kanalize olması ise adil olmayan rekabet koşulları yaratarak bir toplumda yenilikçiliğin ve girişimciğin gelişimine engel olmaktadır. Bunun yanı sıra; her ne kadar sağlıklı bir ölçümü yapılamasa da; ülkemizde kayıtdışı ekonominin büyük boyutta oluşu, rekabeti zedelediği ve risk faktörünü artırdığı için girişimcilik faaliyetlerini zedeleyici bir olgu olarak kabul edilmelidir.

Bu noktada yapılması gereken; teşvik ve kaynak tahsisinin yenilikçi fikirleri, iş kollarını ve yeni kurulacak işletmeleri de kapsayacak ve aynı zamanda kaynak israfını da önleyecek şekilde hayata geçirebilmesidir. Bu hedef doğrultusunda; fizibilite raporları, teknik çalışmalar, risk/kar/zarar analizleri, pazar araştırmaları ve KOSGEB, Kalkınma Ajansları vb. ilgili kuruluşlar girişimcilere ve işletme sahiplerine yön gösterici nitelikte olmalıdır.

Söz konusu kapsamda; dünyada ve ülkemizde İş Geliştirme Merkezleri (İŞGEM) kurulmuş ve girişimcilerin desteklenmesi, yeni iş kollarının yaratılması da temel hedef olarak belirlenmiştir. İŞGEM'lerin önemli bir özelliği de üniversiteler ile işbirliği içerisinde olmalarıdır. Üniversiteler; özellikle AR-GE çalışmaları, inovasyon, yeni ürün/hizmet geliştirme ve teknolojiye erişim/kullanım vb. hususlarda girişimcilere rehberlik görevi üstlenebilir. Ticari faaliyete başlamadan yapılacak detaylı, doğru analizler ve yönlendirmeler; riski azaltma ve kıt kaynakların verimli kullanımında

kilit rol oynayacaktır. Üniversitelerin yanı sıra; İŞGEM bünyesinde belediyeler, özel idareler, kalkınma birlikleri, meslek kuruluşları ve kar amacı gütmeyen kooperatifler de bulunmaktadır. İŞGEM'lerin temel amaçları; KOBİ'lere yeni iş geliştirme yönünde destek, iletişim ağına erişim, finansman, ofis ve ekipman temini olarak sıralanabilir.

8. Sonuç:

Ülkemizde KOBİ'lerin girişimcilik, yenilikçilik açılarından karşılaştığı en önemli sorun risk unsuru ve buna bağlı olarak ortaya çıkan yetersiz finansman olarak tanımlanabilir. Yeni bir faaliyet alanı ve/veya yeni bir ürün ile hizmet olmasından dolayı dış finansman olanaklarını kullanma şansı azalmakta ve özkaynaklara ağırlık verilmektedir. KOBİ'lerin tanım gereği aile tipi işletmeler olması nedeniyle sermaye yönünden de sıkıntılar yaşanmaktadır. Buna paralel olarak, yeni bir fikir ile ticari hayata atılan KOBİ'lerin finansman zorlukları; daha baştan verimliliklerini, rekabet güçlerini ve üretim kapasitelerini etkileyebilmektedir. Mevcut iş kollarında dahi; yeni kurulan bir işletmenin pazarda kendini kabul ettirebilmesi, ürününü benimsetebilmesi belli bir zaman alırken; risk ve belirsizliğin çok daha fazla olduğu yeni bir iş alanında süre çok daha uzun olmaktadır. Buna bağlı olarak da; girişimcilerin işletme sermayesi ihtiyaçları genelde yerleşik firmalara oranla daha yüksek olmaktadır.

Öte yandan; destek ve teşviklerin de genel olarak daha az riskli yerleşik şirketlere yönlendirilmesinin tercih edilmesi, yenilikçi niteliği taşıyan KOBİ'lerin finansman sorunlarını büyütmektedir. Karşılaşılan tablo; özsermaye yetersizliğinin yanı sıra mevcut destek ve fonların da risk unsuru nedeniyle KOBİ niteliğindeki girişimcilere kanalize olamadığını göstermektedir. Bununla birlikte; günümüz şartlarında piyasada bir boşluğu dolduran ve önemli bir talep ihtiyacının karşılanmasına vesile olan bir girişimcinin kısa sürede KOBİ niteliğinden de sıyrılarak kısa sürede uluslararası bir marka haline dönüşmesi de olasıdır. Özellikle son yıllarda; gerek ülkemizde (Yemek Sepeti) gerek dünyada (Facebook, Whatsapp) genç girişimcilerin az bir finansman ile yola çıkarak ve teknoloji-

nin nimetlerini esas alarak bu duruma örnek oluşturdukları gözlemlenmektedir.

Girişimcilik; sadece ticari bir faaliyet değildir. Bir toplumda gelişebilmesi için eğitim sisteminden başlayarak yeni nesillerin fikir üretebilme, soru sorma, teknoloji kullanma ve risk alma vb. özellikleri geliştirilmelidir. Her ne kadar ilk planda gözüken zorluklar finansman sağlama olarak ortaya çıksa da; toplumda yerleşik düşünce yapısının değişmesiyle birlikte daha az bir kaynak gereksinimi ile büyük bir ticari başarı elde etmek de günümüz ekonomilerinde mümkündür. Bu noktada; en önemli ve kıt üretim faktörü olan "insan"; eğitim sürecinde girişimci ve yenilikçi sıfatı da kazanarak en verimli şekilde toplumlara ve insanlığa fayda sağlayabilmelidir.

KAYNAKÇA

- Akses, S., 2014. Avrupa 2020 Stratejisi. İstanbul : İktisadi Kalkınma Vakfı Yayınları, Yayın No : 269, s : 37.
- Balci, N., A., 2001. Angel Investor : Para Şimdi Onlarda. Power Ekonomi Dergisi (Şubat) : 48.
- Baumbach, C., K., Lawyer, 1968. *How to Organize and Operate a Small Business?* (Forth Edition). New Jersey : Prentice Hall.
- Burns, P., 2011. *Entrepreneurship and Small Business : Start-up, Growth and Maturity. Entrepreneurship and Small Business : Start-up, Growth and Maturity.* (Third Edition), Palgrave MacMillan, New York.
- Cansız, M., 2008. *Türkiye’de KOBİ’ler ve KOSGEB.* Uzmanlık Tezi. Ankara : Devlet Planlama Teşkilatı . Yayın No : 2782. s : 10.
- Çapanoğlu, G. S., 2014. İşletme ve Sanayi Politikası. İstanbul : Dünya Yayıncılık A.Ş.
- Dahlstrand, A., L., Steveson, L., (2010). Innovative Entrepreneurship Policy : Linking Innovation and Entrepreneurship in a European Context. *Annals of Innovation & Entrepreneurship*, Volume 1, No 1, <http://journals.co-action.net/index.php/aie/article/view/5602>
- Demirdöğen, O., O., Küçük, 2011. Üretim İşlemler Yönetimi. (İkinci Baskı). Ankara : Detay Yayın.
- Doğan, M., 2007. İşletme Ekonomisi ve Yönetimi. İzmir: Birleşik Matbaacılık.
- Doğan, S., 2010. *Avrupa Birliği’nin Girişimcilik Politikası, KOBİ Yaklaşımı ve Türkiye.* İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Erdoğan, İ., 1994. İşletmelerde Davranış. (Dördüncü Baskı). İstanbul : Beta Yayınları.
- Ertek, T., 2016. *Temel Ekonomi.* (Genişletilmiş 4. Baskı). İstanbul : Beta Basım Yayım. s : 3.
- European Commission, 2016. Annual Report on European SME’s 2015/2016, (November) s : 6.
- Garcia, A., B., 2014. Analyzing the Determinants of Entrepreneurship in European Cities. *Small Business Economics*, Volume 42, Issue 1, (January) ss : 77-98.
- Gerber, M., E., 1996. *Girişimcilik Tutkusu.* Çev. Keskin, T., İstanbul : Sistem Yayıncılık.
- Hisrich, R., & Peters, M., P., 2002. *Entrepreneurship.* (Fifth Edition). Boston : McGraw Hill.
- İTO, 2005. *KOBİ'lere Yönelik Destekler.* İstanbul : İTO Yayınları.

- Kraus, S., J.P.C., Rigtering, M. Hughes, V. Hosman. 2012. Entrepreneurial orientation and the business performance of SME's : A quantitative study from the Netherlands. *Review of Managerial Sciences*, Volume 6, Issue 2, (March) : 161-182.
- Küçük, O., 2011. *Stratejik İşletme Bilgisi ve Yönetimi*. (İkinci Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Küçük, O., 2015. *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. (Sekizinci Baskı). Ankara : Seçkin Yayıncılık. s: 28.
- Luecke, R., 2008. Girişimcilik. Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- McCann, P., R. Ortega-Argiles, 2016. Smart Specialization, Entrepreneurship and SME's: Issues and Challenges for a results-oriented EU Regional Policy. *Small Business Economics*, Volume 46, Issue 4, (April): 537-552.
- Müftüoğlu, M.T., 1998. *Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: KOBİ'ler, Sorunlar ve Öneriler*. Ankara: Turhan Kitapevi.
- Müftüoğlu, M.T., T. Durukan, 2004. *Girişimcilik ve KOBİ'ler*. (Birinci Baskı). Ankara : Gazi Kitabevi.
- OECD, 2005. *SME and Entrepreneurship Outlook*
- Özalp, Ş., 1971. *Küçük İşletmeler*. Ankara: Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları. s: 110.
- Sabuncuoğlu, Z., Tokol, T., 2016. İşletme. (Onuncu Baskı). Bursa: Alfa Aktüel Yayınları.
- Sarı, A., O., 2005. *Avrupa Birliği'nde KOBİ Destek Mekanizmaları ve Türkiye*. İstanbul: İktisadi Kalkınma Vakfı Yayınları.
- Seyidoğlu., H., 1992. *Ekonomik Terimler; Ansiklopedik Sözlük*. İstanbul: Güzem Yayınları.
- Schumpeter, J., A., 1934. *The Theory of Economic Development*. Cambridge : Harvard University Press.
- Şimşek, M., 2002. *Ekonominin Lokomotifi KOBİ'lerin Olmazsa Olmazları*. İstanbul : Alfa Yayınları.
- Taş, H. Y., 2015. *İstihdam Boyutuyla Avrupa Birliği ve Türkiye'de Girişimcilik ve KOBİ'ler*, İstanbul: Ekin Yayınları.
- Tekin, M., 1998. Üretim Yönetimi. (Dördüncü Baskı). Konya: Arı Ofset.
- Tınaz, T., 1994. *Girişimcilik*. İstanbul: İnkilap Kitapevi.
- Triguero, A., L. Moreno-Mondejar, M.A. Davia, 2013. Drivers of Different Types of Eco-innovation in European SME's. *Ecological Economics*, Volume 92, (August): 25-33.

- Türkiye İstatistik Kurumu, 2016. Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri, 2016. Haber Bülteni, Sayı: 21540, (25 Kasım): 1.
- TÜSİAD, 1997. *Türkiye’de Girişimcilikle İlgili Sorunlar ve Çözümler*. TÜSİAD Yayınları, No: T/2016-02/574.
- TÜSİAD, 2016. *2016 Yılına Girerken Türkiye ve Dünya Ekonomisi*. TÜSİAD Yayınları, No: T/87.10.103. s: 25.
- Uzunoğlu, S., G. Sönmezler, 2013. *Ekonomiye Giriş*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Varis, M., H. Littunen, 2010. Types of innovation, sources of information and performance in entrepreneurial SME’s. *European Journal of Innovation Management*, Vol. 13 Issue: 2, ss:128-154.
- Whatsapp 19 milyar dolar eder mi ? www.bloomberght.com. 24 Şubat 2014. Erişim Tarihi: 1 Haziran 2017.