

KÜÇÜK ve ORTA BOY İŞLETMELERİN BAŞARI VE BAŞARISIZLIK NEDENLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ayşehan AKINCI

Mersin Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

Abstract: It has been given more importance to the Small and Medium Sized Enterprises (SMSE) because of the economic and social benefits. One to one interviews with all SMSE's, operating in Mersin, were conducted to find out the performance factors. It was found that success factors seemed to be growth, quality, knowledge and job experience, honesty and hard-working, creativeness and flexibility, and operating with main capital; whereas macro and micro conditions seemed to be the reasons for failures.

I. GİRİŞ

Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ), daha az yatırımla daha çok ürün çeşitliliği yaratarak talep değişikliklerine kolaylıkla uyum gösterebilmeleri, bölgeler arası dengeli kalkınmaya ve istihdama önemli katkı sağlamaları, büyük işletmelerin yan sanayi olarak tamamlayıcısı olmaları, yapıları itibarıyla ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmeleri nedenleriyle tüm dünya ülkelerinde ekonomik ve sosyal hayatın bel kemiği olarak görülmektedir.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde KOBİ politikasının kapsamı zaman içinde genişlemiş, KOBİ'lere atfedilen değer giderek artmıştır. Artmaya da devam edecektir. Çünkü, tüm dünyada gelir dağılımındaki adaletsizlik, ekonomik gelişmedeki bölgeler arası gelişmişlik farkı, giderek artan işsizlik ve yoksullaşma, yeterince büyüyememe, yetersiz ihracat hacmi ve etkin bir rekabet ortamının oluşturulamaması gibi ekonomik sorunların çözümü, KOBİ'lerin geliştirilmesi ve girişimciliğin yaygınlaştırılmasına dayandırılmaktadır [1]. Ayrıca, KOBİ'ler sosyal barışın, demokrasinin ve liberal ekonominin sigortası olarak görülmektedir [2].

Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından 1992 yılında yapılan Genel Sanayi ve İşyerleri Sayım Sonuçlarına göre, imalat sanayiinde toplam 197775 işletme bulunmaktadır. 1999 yılı itibarıyla KOBİ'ler, Türkiye'de imalat sanayi sektöründe hizmet veren işletmelerin %99.2'sini oluşturmakta ve istihdamın %55.9'unu karşılamaktadır [3].

KOBİ'lerin büyüme ve yeni istihdam yaratmadaki temel rolü nedeniyle, AB'nde KOBİ politikası siyasi gündemdeki yerini almaktadır. KOBİ'lerin geliştirilmesi,

rekabet gücünün artırılması, uluslararasılaştırılması ve girişimciliğin özendirilmesi amacıyla, KOBİ'ler yararına bir dizi destekleme programları geliştirilmiştir [4]. Türkiye'nin daha çok KOBİ'lere dayalı bir sanayileşmeyi benimsemesi ile, KOBİ destek ve teşvikleri artırılmıştır. AB ile Gümrük Birliği ve Dünya Ticaret Örgütü anlaşmaları da, bunda etkili olmuştur.

Türkiye'de 1980 sonrasında ithalatın serbestleştirilmesi, gümrüklerin önemli ölçüde düşürülmesiyle düşük maliyetlerle üretim yapma olanaklarının ortaya çıkması ve ihracat teşvik politikalarının da katkısıyla KOBİ'lerin gelişebilecekleri ortam yaratılmıştır [5]. Bunun yanı sıra, 1990'lı yılların başında Dünya Bankası'nın KOBİ'lere sabit kur üzerinden faizle kredi verme kararının da etkisiyle, 1980 - 1999 yılları arasında KOBİ sayısının giderek arttığı görülmür [6, 7].

Türkiye'de KOBİ'lerin enflasyon, yüksek faiz oranları, istikrarsızlık gibi ülke ekonomisinin genel durumundan kaynaklanan sıkıntıları olduğu gibi, kendine özgü bazı dar boğazları da bulunmaktadır. KOBİ'lerin tanıtım ve dağıtım, teşvikler ve destek kuruluşları, pazarlama, finansman ve yönetim konularında bilgi eksikliği içinde olmaları önemli bir darboğaz oluşturmaktadır [1]. Mersin şehrinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin de finansman, pazarlama, nitelikli eleman, teknoloji, düşük işgücü verimliliği, kredi temininde güçlük, teşviklerden yeterince yararlanamama gibi sorunları bulunmakta ve bu konuda yapılan benzer araştırmaların bulgularıyla büyük ölçüde benzerlik göstermektedir. Ayrıca, bürokrasi, kayırmacılık, rüşvet ve iş ahlakı konularında yaşanan sorunlar da, KOBİ'lerde başka sorunlara kaynaklık edebilmektedir [8].

Sayıları, faaliyet alanları ve önemi giderek artan KOBİ'lerin, sorunları da artmakta ve çözüm beklemektedir. Bu amaçla KOBİ'ler, "Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Yatırımlarında Devlet Yardımları Hakkında Karar" ile desteklenmektedir. Ayrıca KOBİ'lere destek hizmeti veren bir çok kurum ve kuruluş bulunmaktadır [9]. 2000 Kasım ve 2001 Şubat krizleri işletmeleri olumsuz etkilediyse de, istihdam ve üretime olan katkıları nedeniyle KOBİ ve girişimciliği teşvik eden

programların, kaçınılmaz önlemler arasında yer alacağı söylenebilir.

II. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın amacı, Mersin’de faaliyet gösteren KOBİ’lerin başarı ve başarısızlığını etkileyen etkenleri, sahip ve yöneticilerinin görüşlerinden yola çıkarak ortaya koymaktır. Böylece, başarısızlık nedenlerini gidermeye yönelik çözümler ve başarıda rol oynayan etkenler üzerinde durmak hedeflenmektedir.

III. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ

Araştırma kapsamına alınacak işletmeleri saptarken, yeni teşvik mevzuatı ile AB ölçütlerine göre yapılan yeni KOBİ tanımlaması dikkate alınmıştır. Bu tanıma göre; imalat sanayiinde faaliyette bulunan ve sabit yatırım tutarı 400 milyar lirayı aşmayan, 1-9 arası işgören çalışan işletmeler mikro ölçekli, 10-49 arası işgören çalışan işletmeler küçük ölçekli ve 50-250 arası işgören çalışan işletmeler ise orta ölçekli işletme sayılmaktadır.

Mersin Ticaret ve Sanayi Odası’ndan (MTSO) alınan “1997 İmalat ve Sanayi Envanteri 10+ Çalışan İşyerleri Adres Listesi”ne göre Mersin’de 194 küçük ve orta boy işletme bulunmaktadır (İçel ilinde imalat sanayiinde 4140 bağımsız işyeri bulunmaktadır. Bu işyerlerinin 3834’ü 1-9 büyüklük grubunda, 306 işyeri ise 10+ büyüklük grubunda olup, bunun da 194’ü Mersin’de faaliyet göstermektedir) [10]. Araştırma, ana kütlelin tamamı (N=194) üzerinde, 1 Haziran - 30 Eylül 2000 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada, KOBİ’lere tek tek gidilerek, işletme sahibi veya üst düzey yöneticilerine görüşmeye dayalı anket yöntemi uygulanmıştır. Gerçekte KOBİ’lerin genel işletmecilik sorunlarını saptamaya yönelik yapılan araştırmada, KOBİ’lerin başarı ve başarısızlık nedenleri de öğrenilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla, görüşmelerde KOBİ sahip ve/veya yöneticilerine, aşağıdaki açık uçlu sorular yöneltilmiştir :

1) İşletmenizi başarılı buluyor musunuz?

2) Yanıtınız evet ise, işletmenizi başarılı kılan etkenler nelerdir?

3) Yanıtınız hayır ise, işletmenizi başarısız kılan etkenler nelerdir?

4) Yanıtınız kısmen başarılı ise, nedenlerini yazınız.

KOBİ yöneticilerine yöneltilen yukarıdaki sorulara verilen yanıtlar, kodlamaya dayalı içerik analizine (tümevarımcı analiz) tabi tutulmuştur (Kodlama, verilerin içerik analizine tabi tutulması ve veriler arasında yer alan anlamlı bölümlere (bir kelime, cümle, paragraf gibi) isim verilmesidir. Verilerin kodlar aracılığıyla kategorize edilerek temaların bulunması ve temalara göre organize edilerek tanımlanması ve bulguların yorumlanması, içerik

analizinin önemli aşamalarıdır) [11]. İçerik analiziyle, birbirine benzeyen veriler, belirli kodlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirilmiş, kategorize edilmiş ve daha sonra yorumlanmıştır. Kodlamanın geçerliliğini güçlendirmek amacıyla, bölüm dışından bir akademisyene olan Doç Dr. A. Celil ÇAKICI’ ya da (ME. Ü. Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu) kodlama yaptırılmıştır. “Kelime sıklık hesapları” yöntemi ile, nitel veriler sayısallaştırılmıştır.

IV. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ

A. KOBİ Sahip ve Yöneticilerinin Başarı Değerlendirmeleri

Tablo.1’de, anket uygulanan KOBİ sahip ve yöneticilerinin, “işletmenizi başarılı buluyor musunuz?” sorusuna verdikleri yanıtların dağılımı yer almaktadır. Buna göre KOBİ sahiplerinin %66.5’i işletmesini başarılı bulurken; %27.3’ü başarısız bulmaktadır. “Kısmen başarılı” değerlendirmesini yapan KOBİ sahiplerinin oranı ise %6.2’dir. Bu işletme sahipleri, “mevcut koşullarda ayakta kalma mücadelesi veriyoruz” diyerek, uygulanan ekonomi politikalarının imalat sanayiini değil de, rant ekonomisini ve emeksiz kazancı teşvik ettiğini ileri sürmüşlerdir.

Tablo.1: KOBİ Sahip ve Yöneticilerinin Başarı Değerlendirmeleri

İşletmenizi Başarılı Buluyor Musunuz?	N	%
Evet	129	66.5
Hayır	53	27.3
Kısmen Başarılı	12	6.2
Toplam	194	100.0

B. KOBİ’lerin Başarılı Olma Nedenleri

İşletmesini başarılı bulan KOBİ sahiplerine, “işletmenizi başarılı kılan etkenler nelerdir?” diye sorulmuş, verilen yanıtlar incelenerek anlamlı bölümlere ayrılmış ve kodlanmıştır. Kodlamada kullanılan kavramlar verilerin içinden ve literatürden yararlanılarak türetilmiştir. Kodlar, altı ana tema altında kategorize edilmiştir. Kelime tekrar sayısına göre de yüzdelik hesaplamaları yapılmıştır.

Tablo.2’den de izlenebileceği gibi, araştırmaya katılan KOBİ sahip ve yöneticilerinin %31.8’i işletme başarısını büyümesine, %22.7’si kaliteli üretim yapmasına, %21.4’ü iş bilgi ve deneyimine, %10.4’ü dürüst iş yapma ve çok çalışmasına, %9.7’si yenilikçi ve esnek olmasına ve %3.9’u da sadece öz kaynakla faaliyet göstermesine dayandırmaktadır.

Tablo.2: İşletmesini Başarılı Bulan KOBİ Sahiplerine Göre, Başarılı Olma Nedenleri

Başarılı Olma Nedenleri	N	%
1- BÜYÜME	49	31.8
• Ayakta Kalmayı Başarma	22	14.3
• Her Şeye Rağmen Büyüme	16	10.4
• Tatminkar Satış	11	7.1
2- KALİTE	35	22.7
• Kaliteli Üretim ve Müşteri Memnuniyeti	31	20.1
• Nitelikli Elemanlar ve Ekip Çalışması	4	2.6
3- İŞ BİLGİSİ VE DENEYİMİ	33	21.4
• Çekirdekten yetişme	16	10.4
• İşinin Başında Olma	9	5.8
• Uzun Vadeli Düşünme	8	5.2
4-DÜRÜSTLÜK VE ÇALIŞKANLIK	16	10.5
• Dürüst Çalışma	6	3.9
• Çok Çalışma	10	6.5
5-YENİLİKÇİ OLMA VE ESNEKLİK	15	9.7
• Teknoloji Geliştirme	7	4.5
• Yenilikleri İzleme	3	2.0
• Esnek Bir Yapı	5	3.2
6- ÖZ KAYNAK	6	3.9
Toplam	154	100.0

Ana temaların açıklaması aşağıdaki gibidir:

1- Büyüme: KOBİ sahip ve yöneticilerine göre büyüme, makro ekonomik zorluklara rağmen ayakta kalmayı başarma, yenilemeye ve genişlemeye gitme ve satışlarını artırma olarak betimlenmektedir. Türkiye’de yıllardır süren enflasyon, yüksek faiz ve istikrarsızlık ortamında yatırım yapıp ayakta kalmayı başarmanın, başarı kabul edilmesi gerektiğini belirten KOBİ sahipleri; “her şeye rağmen ayaktayız, büyüyoruz ve geliyoruz”, “Türkiye şartlarında daha iyi olunamaz”, “faizlerin çok çekici olduğu dönemde dahi biz yatırım yaptık” sözlerini gururla ifade etmişlerdir.

2- Kalite: KOBİ sahip ve yöneticileri, üretilen malın diğer mallardan cins, özellikler ve standartlara uygunluk açısından daha iyi olması ve müşteri memnuniyetini “kalite” olarak nitelendirmektedir. “Piyasanın ucuz mala daha duyarlı olmasına rağmen, kaliteli malzeme kullanıp, kaliteli ürün elde etme konusunda taviz veremeyiz. Çünkü, müşteri memnuniyeti işimizin garantisidir” düşüncesinin %20 oranında yaygın olduğu görülmüştür. KOBİ’lerin uluslar arası pazarlara

girmesiyle birlikte, kalite bilincinin yaygınlaştığı söylenebilir. Ürünün aranmasında ve tanınmasında kalitenin önemli bir etken olduğu kabul edilmekle beraber; teknoloji yetersizliği, kalifiye eleman eksikliği ve özellikle iç piyasanın düşük fiyata daha duyarlı olması nedeniyle, kalite artırma konusunda istenen düzeye gelinebilmiştir. Başarılı olmalarını nitelikli elemanları ve ekip ruhuyla çalışmalarına dayandıran KOBİ oranının sadece %2.6 olması, emek yoğun çalışılan bu işletmelerde kaliteli üretimin önemli unsuru olan insana yatırım yapılmadığını ya da ihmal edildiğini göstermektedir. Nitekim, yapılan araştırmalarda KOBİ’lerin eğitime yeterince kaynak ve zaman ayırmadıkları bulgulanmıştır [7, 12].

3- İş Bilgisi ve Deneyimi: KOBİ sahipleri, iş bilgisi ve deneyimi, işin (üretim konusunun) ehli olmak, çekirdekten yetişmiş olmak, işin uzmanı/ustası olmak şeklinde betimlenmektedirler. Çekirdekten yetiştikleri için üretim konularını iyi bilmeleri, KOBİ sahiplerine güven vermektedir. Bu bulgu, KOBİ’lerin aynı zamanda girişimci yetiştiren yerler olduğunu belgelemektedir. Babanın veya başka bir ustanın yanında çırak-kalfa-usta sürecinden geçerek yetişen ve işinin patronu olan KOBİ sahipleri, genellikle, yaptıkları işi ömürlük olarak görmekte ve işletmeleriyle özdeşleşmektedirler.

4- Dürüstlük ve Çalışkanlık: Dürüstlük, KOBİ sahip ve yöneticilerince, doğru ve temiz iş yapmak, sözünde durmak, ilkeli davranmak olarak nitelendirilirken; çalışkanlık, işini sevmek, özveride bulunmak, yılmadan çalışmak, sürekli işin başında olmak olarak görülmektedir. “Dürüst, çalışkan ve temiz iş çıkarmamız başarımızın anahtarı oldu” fikrinde birleşen KOBİ oranı %10.5’dir. İş dünyasında iş ahlakı ile bağdaşmayan davranışlarla sık karşılaştığı, kısa zamanda köşe dönme ve emeksiz kazanç sağlamak peşinde olan sahtekar, dolandırıcı, sözünde durmayan iş adamlarının da olduğu aynı araştırmanın başka bir kesitinde tespit edilen bir gerçekliktir. KOBİ’lerin %82.5’i iş piyasasını iş ahlakı açısından “çok kötü” olarak değerlendirmektedir [8]. Bununla birlikte, işini uzun vadeli düşünen ve kaliteli bir müşteri portföyüne sahip olmak isteyen KOBİ sahiplerinin kaliteli üretim ve dürüst çalışmayı ilke edindikleri görülmüştür.

5- Yenilikçi Olma ve Esneklik: KOBİ sahip ve yöneticilerine göre, yenilikçi olmak, yenilikleri izlemek ve gerekli değişiklikleri yapmak; esneklik ise, talep değişikliklerine ve yeniliklere uyabilme yeteneği anlamını taşımaktadır. “Müşteri ihtiyaçlarına ayak uyduracak hızda esnek bir yapıya sahibiz”, “hiçbir devlet desteği olmaksızın, tüm gelişmelere ayak uydurarak sektörde başı çekiyoruz”, “kendi teknolojimizi kendimiz geliştiriyoruz”, “araştırmacı ve yenilikçiyiz” ifadeleri, yenilikçi olma ve esnek bir yapıyı, başarılarında en önemli argümanlar olarak gören KOBİ sahiplerine ait bulunmaktadır.

6- Öz Kaynak (Öz Sermaye): Ortakların veya pay sahiplerinin sermaye olarak koydukları varlıklarla, işletme karlarının dağıtılmayıp işletmede bırakılması öz kaynaktır. Bu işletmeler, kredi kullanma koşullarının ağır olması (yüksek faiz, teminat gösterme zorluğu gibi) veya dövizdeki ani hareketlilik nedeniyle dış kaynaklardan yararlanmayı, sadece kendi iç kaynaklarından sermaye ihtiyacını karşılamaktadırlar

C. KOBİ'lerin Başarısızlık Nedenleri.

İşletmelerini başarısız bulan KOBİ sahip ve yöneticilerine bunun nedenleri sorulmuş verilen yanıtlar kodlamaya dayalı içerik analizine tabi tutularak iki ana tema altında sınıflandırılmıştır. Tablo.3'den de izlenebileceği gibi, KOBİ sahiplerine göre, makro nedenler %33, mikro nedenler ise %67 oranında başarısızlıkta rol oynamaktadır. Bu temaların yorumlanması aşağıdaki gibidir:

Tablo.3: İşletmesini Başarılı Bulmayan KOBİ Sahiplerine Göre, Başarısızlık Nedenleri

Başarısızlık Nedenleri	N	%
1-MAKRO NEDENLER	21	33.0
•Ekonomik Zorluklar (Durgunluk, Yüksek Enflasyon, İstikrarsızlık, Yüksek Faiz)	17	27.0
•Yüksek Vergi ve SSK Prim Oranları	4	6.4
2-MİKRO NEDENLER	42	67.0
•Sermaye Yetersizliği	12	19.5
•Pazarlama Sorunu	6	9.5
•Kalifiye Eleman Sorunu	5	7.9
•Haksız Rekabet	6	9.5
•Alacakların Tahsil Edilememesi	5	7.9
•Diğer Nedenler (Teknoloji eksikliği, Organizasyon Eksikliği, Yanlış Kuruluş Yeri Seçimi, Gelişmelere ve Yeniliklere Açık Olmamak)	8	12.7
Toplam	63	100

1- Makro Nedenler: Türkiye ekonomisinden kaynaklanan nedenlerdir. KOBİ sahip ve yöneticilerinin %27'si, ekonomik durgunluk, talepte daralma, yüksek faiz, enflasyon ve istikrarsızlığı makro ekonomik olumsuzluklar olarak görmekte ve başarısızlık nedeni saymaktadır. Vergi, KDV ve SSK prim oranlarının yüksek olmasını, başarısızlık nedeni olarak gören KOBİ oranı ise %6.4'dür. Büyümelerinin önündeki en önemli engelin makro ekonomik çalkantılar olduğunu belirten KOBİ sahipleri, açmazlarını şu şekilde ifade etmişlerdir:

"Ekonomik durgunluk (talep daralması) küçülmemiz anlamına geliyor."

"Devletin maliyeti yükseltici baskısı (vergi, KDV ve SSK prim oranları ve elektrik gibi), maliyeti artırıyor."

"Ekonomik ve siyasi istikrarsızlık, önümüzü görmeyi engelliyor."

"Hammaddeye sürekli zam gelmesi nedeniyle, eksik kapasiteyle çalışıyoruz.."

"Başarısızım. Çünkü suçum, paramı faiz yerine yatırıma yönlendirmek."

"KOBİ'lerin çoğu yan sanayi, bizim gelişimimiz ana sanayinin gelişimine bağlı."

2- Mikro Nedenler: KOBİ'lerin kendilerine özgü sorunlarından kaynaklanan başarısızlık nedenleri mikro nedenler olarak nitelendirilebilir. Bunların başında "sermaye yetersizliği" gelmektedir (%19.5). Sermaye yetersizliği, yapmak istediklerinin önündeki en büyük engel olarak görülmektedir. İstenilen pazar payına ulaşamamak, aranan nitelikte eleman sağlayamamak, alacaklarını zamanında tahsil edememek ve haksız rekabet diğer başarısızlık nedenleri olarak sıralanmaktadır.

Haksız rekabet, ticari rekabetin kötüye kullanılması, ahlak kurallarıyla bağdaşmayan davranışları sonucunda bazı rakip firmaların bir üstünlük elde etmesi ve karşı tarafı zarara uğratması olarak betimlenmektedir. KOBİ sahip ve yöneticilerinin %9.5'ine göre, kayıt dışı işyerleri (kendi deyimleriyle "korsan imalatçılar"), düşük fiyatla pazara girmekte ve haksız rekabet yaratarak müşteri kaybına yol açmaktadır. KOBİ sahipleri, çeklerin karşılıksız çıkması ve alacakların zamanında tahsil edilememesinin nakit sıkıntısı yarattığını ve kendilerinin de ödemelerini zamanında yapamadıklarını belirterek; iş erbabının iş ahlakına uygun hareket etmediğini vurgulamaktadır [8]. Başarısızlığını iş ahlakı sorununa dayandıran işletme sahipleri de olmuştur.

Teknoloji eksikliği, yanlış kuruluş yeri seçimi, organizasyon eksikliği, gelişmelere ve yeniliklere açık olmamak da başarısızlık nedenleri arasında sıralanmaktadır (%12.7). Teknoloji eksikliği ve yanlış kuruluş yeri, büyük bölümü öz kaynakla idare edilen KOBİ'lerde sermaye sıkıntılarının bir sonucu ortaya çıkabilmektedir. Ancak, organizasyon eksikliği ile gelişmelere ve yeniliklere açık olmamak ise, KOBİ'lerdeki yönetimin profesyonelliği ile doğrudan ilgili hususlardır.

V. SONUÇ

Araştırma sonucuna göre, Mersin'de faaliyet gösteren KOBİ sahip ve yöneticilerinin yarısından fazlası (%66.5), işletmesini başarılı bulmakta ve başarılı olmalarını büyüme, kalite, iş bilgisi, dürüstlük ve çalışkanlık, yenilikçi olma ve esneklik ile öz sermaye faktörlerine dayandırmaktadır. İşletmesini başarılı bulmayan KOBİ sahipleri ise (%27), bunun nedenlerini makro ekonomik zorluklar ile kendi özel koşullarına dayandırmaktadır.

KOBİ'lerin başarısızlık nedenlerinin bir kısmı, ekonomik durgunluk, enflasyon, yüksek faiz, istikrarsızlık ile vergi ve SSK prim oranlarının yüksek olması gibi makro ekonomik nedenlerden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle, devletin makro ekonomik dengeleri oluşturarak güven ortamı yaratması ve girişimciliğin önündeki engelleri kaldırması büyük önem taşımaktadır. Devlet vergileri artırmak yerine, vergi adaletsizliğinin önüne geçmelidir. Devlet makul SSK prim ve vergi oranları belirleyip; bunu, her işletmeden tahsil etmelidir. Böylece, vergi gelirleri artacak ve haksız rekabet bir ölçüde önenebilecektir.

KOBİ'lerin kendilerine özgü başarısızlık nedenlerinin bir kısmı da, aslında uygulanan ekonomi politikaları ve yasal boşluklardan kaynaklanmaktadır. Haksız rekabet devletin kayıt dışı ekonomiyi kayıt altına almasıyla önenebilir. Alacakların tahsil edilememesi de, yine yasal boşluklardan kaynaklanmaktadır. Sermaye yetersizliği, KOBİ teşviklerinin KOBİ'lere ulaşması sağlanarak bir ölçüde giderilebilir. Nitelikli eleman ve pazarlama sorunları da, yine KOSGEB, TOSYÖV, İGEME gibi destek kuruluşlarının hizmetlerinin daha etkili bir biçimde KOBİ'lere ulaşmasının sağlanması ile kısmen çözümlenebilir. Çünkü, KOBİ'leri destekleyen kurum ve kuruluşların amaçları ile KOBİ'lerin destek talepleri birbiriyle örtüşmektedir. Ancak, yapılan araştırmalar göstermiştir ki; bu kuruluşlarla KOBİ'ler arasında ciddi boyutta diyalog ve iletişim eksikliği söz konusudur [6, 7, 13].

KOBİ'lerin başarılı olmalarında, KOBİ sahiplerinin her türlü zorluğa rağmen üretme, ayakta kalma ve yeni yatırımlar yaparak büyüme gayreti içerisinde olmalarının, girişimcilik ruhuyla hareket etmelerinin ve işletmeleriyle özdeşleşmiş bulunmalarının, önemli rol oynadığı söylenebilir. Üretim işini iyi bilen KOBİ sahipleri, diğer işletmecilik konularında da eğitim alarak bilgi açıklarını gidermeye çalışmalıdırlar. Doğalarında cesaret, azim, gayret, istek, iş bilgisi ve çalışkanlık olan KOBİ sahiplerinin bilgi ve yönlendirme gereksinimini karşılama ve büyümelerinin önündeki engelleri kaldırma gereği vardır. Ekonomik kalkınmayı KOBİ'lerin gelişimine dayandıran hükümet yetkilileri, onların sorunlarını çözecek somut girişimlerini arttırmalıdırlar.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] MÜFTÜOĞLU, M. Tamer, **Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler KOBİ'ler**, Turhan Kitapevi Yayınları, Ankara, 1998, ss.6, 179-289.
- [2] ALPUGAN, Oktay, **Küçük İşletmeler Kavramı Kuruluşu ve Yönetimi**, 3.Baskım, Per Yayınları, İzmir, 1998, s.24.
- [3] -----, **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, DPT, Ankara, 2000, s.124.
- [4] SAYIN, Meral; FAZLIOĞLU, M. Akan, **Avrupa Birliği'nde KOBİ Destekleme Programları ve Diğer Teşvik Araçları**, 2.Baskı, KOSGEB Avrupa Birliği Merkezi, Ankara, Haziran 1997, ss.123-159.
- [5] ÇETİN, Canan, **Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi**, Der Yayınları, İstanbul, 1996, s.2.
- [6] ALKIBAY, S.; SONGÜR, N.; ERTÜRK, İ., **Ortadoğu Sanayi ve Ticaret Merkezi'ndeki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Profili, Sorunları ve Çözüm Önerileri**, Ostim Medya, Ankara, 1999, s.55.
- [7] AKINCI, Ayşehan, **Mersin'de Faaliyet Gösteren KOBİ'lerin Sorunları ve Beklentileri**, (Yayınlanmamış araştırma), MTSO ve ME.Ü., Ağustos 2001, ss.29, 74.
- [8] AKINCI, Ayşehan, "Mersin'de Faaliyet Gösteren Küçük ve Orta Boy İşletme Sahip ve Yöneticilerinin İş Ahlakı ile ilgili Görüşleri", **9.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Bildiriler**, İ.Ü. İşletme Fakültesi, Silivri, İstanbul, 24-26 Mayıs 2001, ss. 664, 668, 670.
- [9] -----, **İhracatçının Başvuru Rehberi, KOBİ Danışma**, İGEME, Ankara, Mart 1997, ss.25-41.
- [10] -----, **Ekonomik Rapor**, MTSO, Medivizyon, Mersin, 1998, s.30.
- [11] YILDIRIM, Ali; ŞİMŞEK, Hasan. **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Seçkin Yayınevi, Ankara, 1999, s.163.
- [12] GÜLTEKİN, Nihat; BAYCAN, Mahmut, "KOBİ'lerin Eğitim ve Danışmanlık Hizmetlerinden Yararlanma Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma", **Öneri**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 4, Yıl 7, sayı 16, Haziran 2001, s. 220.
- [13] DEMİRDÖĞEN, Osman, **Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler**, Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası, Yayın No: 1996-1, Erzurum, 1996, s.117.