



Türkiye'deki Üretici KOBİ'lerin AB Üyeliğine Bakışı

Umut ÇİL

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

Özet

Bu çalışma uluslararasılaşma aktiviteleri çerçevesinde Türkiye'deki KOBİ'lerin, olası AB üyeliğine bakışımı incelemektir. Bu amaçla Türkiye'nin uluslararası ticaret hacmi en yüksek şehirlerinden olan ve toplam ihracatın yaklaşık %50'sini yapan Adana, Gaziantep ve İstanbul'da 146 üretici KOBİ'ye bir anket çalışması uygulanmış, sonuçları frekans dağılım ve ANOVA yöntemleriyle analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre KOBİ'lerin olası AB üyeliği konusunda kararsızdır ve bu kararsızlığın en önemli nedeni AB konusunda yeterli bilgiye sahip olmamalarıdır. Bu sonuç Türkiye'nin AB'ye başarılı bir şekilde entegre olabilmesi açısından oldukça önemlidir, çünkü olası katılımı en önemli ve kilit rollerden biri KOBİ'lere düşmektedir. Bu nedenle, ilgili kurumlar AB üyeliğinin avantaj ve dezavantajları ve olası dezavantajların üstesinden ne şekilde gelebileceklerini, ilgili AB fonları ve destekleyici kurumlarından ne şekilde yararlanabilecekleri gibi konularda ciddi bir şekilde bilgilendirmeli ve eğitim çalışmaları yapmalıdır.

Anahtar kelimeler: AB katılım süreci, KOBİ'ler, Uluslararasılaşma,

The Standpoint of Manufacturer SMEs for EU membership in Turkey

Abstract

SMEs are the cornerstones of any economies and they create and drive the fundamental improvements in the economies and hence the main purpose of this study is to investigate the thoughts of SMEs about Turkey's EU accession and how to be affected their internationalization activities by a possible membership. To this end, a questionnaire was applied to 146 manufacturing SMEs in Adana, Gaziantep and Istanbul which are the three of the high-volume cities of international trade in Turkey and export 50% of total exports. The data gained from questionnaire analyzed with frequency distribution analysis and ANOVA. As a result, SMEs were found to be undecided about the EU membership and the most important reason of this ambivalence towards membership seems insufficient knowledge about the EU. This result may be very important in terms of achieving a successful accession process because they have one of the most important and key role in the possible accession. Therefore, the relevant institutions, as a first step, should carry out some serious information and training activities to SMEs about exactly what they will be faced with the membership, advantages and disadvantages and how to overcome these possible disadvantages, how to benefit from EU funds and supporting organizations and so on.

Key words: The EU accession process, SMEs, Internationalization

* Bu makalede, Umut ÇİL'in Stephen TAYLOR danışmanlığında hazırladığı "A Comparison of the Internationalization Difficulties of Polish and Turkish Manufacturer SMEs and the Effects of the EU Accession on the Difficulties" isimli yüksek lisans tezindeki verilerden yararlanılmıştır.

1. Giriş

Avrupa Birliği (AB) üyeliği uzun yıllardır Türkiye'nin gündemindeki yerini korumaktadır. Üyelik Türkiye için neden bu kadar önemlidir sorusu her zaman farklı boyutlarıyla tartışılmaktadır. Gerçekten de üyelik Türkiye için elzem midir? Lammers (2006) Türkiye'nin olası üyeliğinin her iki taraf için de bir avantaj olacağını ama kesin faydanın Türkiye için olacağını dile getirirken, Özer (2009) üyelikten önce tam üyelik sürecinin bile, siyasi, ekonomik ve kültürel yönden olumlu gelişmeleri de beraberinde getirdiğini ifade etmektedir. Öte yandan Şanverdi (2010), üyeliğin Türkiye'ye büyük avantajlar getireceğini fakat çok önemli ve dikkate alınması gereken dezavantajları olabileceğini de belirtmektedir.

Peki, Türkiye bu avantajlardan maksimum düzeyde yararlanarak dezavantajları nasıl minimuma indirmelidir? Burada asıl görevin ekonomilerin ve katılım sürecinin en önemli aktörleri olarak görülen KOBİ'lere düştüğü açıktır. Bugüne kadar gerçekleşen tüm genişlemeler göz önüne

alındığında, başarılı bir katılım süreci geçiren tüm ülkelerin ortak özelliği, KOBİ'lerinin AB katılımı konusunda gönüllü ve istekli olmalarıdır. Bu durum üyeliğin olası başarısı ya da başarısızlığının kilit aktörlerinden birinin KOBİ'ler olduğunun açık bir göstergesidir (Ghatak vd., 2001; Hegge, 2002; Gorynia, 2003).

Bu çalışmada KOBİ'lerin AB üyeliğine ve üyeliğin kendi uluslararasılaşma faaliyetleri üzerine etkileri İstanbul, Gaziantep ve Adana'da bulunan, 146 üretici KOBİ'ye uygulanan bir anketle değerlendirilmiştir. Bu anket çalışmasına ek olarak TOBB ve Eurochamber'ın ortaklaşa gerçekleştirdiği "Türkiye'de şirketlerin AB üyeliği hazırlıkları" (ETCF, 2008; 2013) raporlarının yardımıyla bazı değerlendirmelerde bulunmaya çalışılmıştır.

AB-Türkiye üyelik süreci, Türkiye için AB üyeliğinin neden önemli olduğu, AB ve Türkiye'de KOBİ, AB-Türkiye arasındaki ekonomik faaliyetlerin durumu konuları kavramsal boyutlarıyla tartışıldıktan sonra görgül çalışmamızla kavramsal boyutlarıyla ele alınan konulara farklı bir açıdan

bakılacak ve sonuç bölümünde diğer raporların da yardımıyla bu konular tartışılacaktır.

2. Avrupa Birliği ve Türkiye

2.Dünya Savaşı sonrası Avrupa'da bütünlük ve barış parolasıyla yola çıkan ve insanlık tarihinin en büyük barış projesi olarak nitelendirilen Avrupa Birliği (AB), daha kurulduğu ilk yıllardan itibaren Türkiye'nin temel hedeflerinden biri olmuştur. Türkiye, Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) adıyla 1958 yılında kurulmasından hemen sonra Temmuz 1959'da Topluluğa tam üye olmak için başvurmuştur (AB Bakanlığı, 2014).

Bugün 500 milyondan fazla vatandaşı ve 28 üye ülkesi olan AB, başvuran birçok ülkeyi kısa bir dönem sonrasında tam üyeliğe kabul etmişken, Türkiye 1959'da başvurmasına rağmen ancak 17 Aralık 2004'te Avrupa Komisyonunun aldığı kararla tam üyelik müzakerelerine 3 Ekim 2005 tarihinde başlamıştır (Özer, 2009). Fakat geçen 9 yıllık sürede üye statüsünü elde edemediği gibi, birçok fasılda ortaya çıkan karşılıklı sorunlardan dolayı uzun bir süre daha elde edemeyecek gibi görünmektedir. Bu konuda çeşitli teoriler ortaya atılmış olup tartışmalar devam etse de Türkiye, AB kriterlerini yerine getirmek ve tam üyelik için halen büyük bir çaba harcamaktadır.

2.1. Türkiye için AB Üyeliği

Her ne kadar AB barış ve bütünlük parolasıyla yola çıkmış olsa da bugün en büyük özelliklerinden biri ekonomik kazanımlarıdır. AB üyeliği birçok aday ülke için barışın ötesinde bir ekonomik güç ve refah hedefi olmuştur. Hunter ve Ryan (2012) AB'ye katılımın başta doğrudan yabancı yatırımı cazibesi ve ihracat imkânları olmak üzere uluslararasılaşma ve ekonomi için birçok fayda sunduğunu belirtir. Nitekim birçok ülke AB üyeliği sonrası sosyal ve ekonomik olarak büyük gelişmeler kaydetmiştir. Örneğin, Polonya'nın Doğrudan Yabancı Yatırım (DYY) bileşik değeri AB'ye katılımından (2004) 2012'ye kadar olan dönemde 160 milyar Euro'ya (Zimny, 2011; Polonya Ulusal Bankası, 2011, s. 41) ve ihracat değeri 2003 değeri olan 47,5 milyar Euro'yu neredeyse üçe katlayarak 2011'de 136 milyar Euro'yu aşmıştır (Hunter ve Ryan, 2012).

Ayrıca, AB üyeliği standart masrafları azaltma açısından da hem ülkeler hem de KOBİ'ler başta olmak üzere diğer ekonomik faktörler açısından büyük faydalar sunmaktadır (Çil, 2013). Avrupalı yetkililerin uzun bir süre gerçekleştirmek için büyük çaba harcadıkları AB içinde malların, insanların ve sermayenin serbest dolaşımı Maastricht Antlaşması (veya Tek Pazar Programı) ile 1992'de gerçekleşmiştir (Hegge, 2002). Bu konuda Avrupalı yetkililer büyük çaba harcadı çünkü fiziki sınırlar, vergi sistemleri, teknik ve mali bariyerlerdeki farklı standartlar AB'ye ekstra finansman ve zaman kaybı olmaktadır. Cecchini Raporu (1988)'na göre yalnızca farklı ulusal üretim standartları her yıl 60 milyar Euro ekstra maliyete neden oluyordu (Hegge, 2002). Şimdi tüm AB'de tek bir standardın olması ve sınırların ortadan kaldırılması ile tüm bu masraflardan kurtulmuş olunmakla birlikte ve bu kendileri için halen çok büyük bir gider olan aday ülkeler için de büyük bir hedefdir.

Diğer taraftan, özellikle Yunanistan, İtalya ve İspanya gibi üye ülkelerin birlikte başarısız oldukları ya da diğer bir görüşle birliğin bu ülkeler için faydadan çok zarar getirdiği görüşü büyük tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Bu sorunun AB'nin kendi yapısal sorunlarından mı yoksa bu

ülkelerden mi kaynaklandığı her geçen gün daha çok ilgi çekmektedir. Fakat burada bu tartışmalara girmeden yapısal sorunlara değinmek daha uygun görülebilir. 23-24 Mart 2000 tarihinde, Lizbon'da gerçekleştirilen Avrupa Konseyi toplantısında sunulan ve AB ekonomi politikaları ve Sosyal Modelinin kapsamlı bir eleştirisi olan Lizbon Stratejisi raporu tam da bu konulara değinmektedir. İnan'a (2005) göre, rapor AB'nin ABD ve Japonya gibi diğer büyük ekonomilerle karşılaştırılmasına dayanmakta ve bu kıyaslama sonucu ortaya konulan zaafı belirtmektedir (İnan, 2005, s. 68). Rapor, AB'nin ABD karşısında başarılı olabilmesinin, ancak aşağıdaki zaafı kabul edip düzeltmesiyle mümkün olacağını savunmaktadır:

- *Avrupa Birliğinin ekonomik büyüme hızı genellikle ABD'nin gerisindedir.*
- *Avrupa Birliğinde işsizlik kabul edilemeyecek ölçüde yüksektir ve bu durum yarattığı ekonomik kayıpların yanı sıra, çok sayıda kişinin kendisini toplumdan dışlanmış hissetmesine yol açan bir sosyal sorun da yaratmaktadır.*
- *Avrupa Birliği ekonomisi, başlıca rakipleri –özellikle ABD- kadar dinamik ve istihdam yaratma yeteneğine sahip bir ekonomi değildir.*

Tüm bunlar göz önüne alındığında Türkiye neden kendisinin Polonya gibi başarılı olacağını düşünüyor da diğer Akdeniz ülkeleri gibi başarısız olacağını düşünmüyor sorusu akıllara gelmektedir. Devlet Planlama Teşkilatının 2004'de yayınladığı "Türkiye'nin AB'ye üyeliğinin olası etkileri" raporuna göre, Türkiye'nin olası üyeliğinin hem Türkiye'ye hem de AB'ye pek çok ekonomik, sosyal, siyasal ve jeopolitik avantajlar getireceğini öne sürmektedir. Aynı şekilde, Lammers (2006) da Türkiye'nin katılımdan kesin bir avantaj elde edeceğini ve bazı üye ülkelerin Türkiye'nin birliğe katılımından olumsuz etkilenecek olmasına rağmen genel anlamda AB için de katılımın avantajlarının olacağını dile getirmiştir. Sanverdi (2010) ise avantaj ve dezavantajları birlikte ortaya koymuş ve Türkiye'nin üyelikle birlikte şu avantajları edineceğini belirtmiştir: ihracat imkânlarını ve doğrudan yabancı yatırım cazibesini artırma, işsizlik oranlarını düşürme, Ortak Tarım Politikası (OTP) fiyat desteği sisteminden yararlanma, özellikle bölgesel ve sosyal kalkınma fonları başta olmak üzere mali yardımlardan yararlanma ve Batı'nın ileri know-how (yöntem bilgisi) birikimini ve teknolojisini kullanma. Diğer taraftan, üyeliğin serbest mal ve sermaye girişiyle, Avrupa sanayisiyle yarışamayacak olmasından dolayı Türk sanayisinin çöküşüne neden olabileceği, Türkiye'nin ekonomik bağımlılığının artması olasılığı ve tüm toplulukta standart bir tarifinin olmasından dolayı Türkiye'nin özellikle Orta Doğu, Türkî Cumhuriyetler ve Asya ülkeleriyle olan dış ticaretine zarar verebileceğini vurgulamaktadır.

Peki, bu tehlikeli dezavantajlar nasıl bertaraf edilecek ve avantajlar daha ön plana çıkarılacaktır? Burada en belirleyici unsur ekonomilerin temel aktörleri olarak şirketler ve özellikle KOBİ'lere düştüğü ve olası üyeliğin ekonomik anlamda başarısının en çok bu kurumlara bağlı olduğu belirtilmektedir (Ghatak vd., 2001; Gorynia, 2003; Hegge, 2002). Bu bağlamda, KOBİ'lerin uluslararasılaşma için en etkili itici güçlerinden biri olan Türkiye'nin AB arzusu (Aykaç vd., 2008; Nuray, 2009) ve olası üyeliğin, ekonomik aktörleri hem uluslararasılaşma hem de diğer ekonomik

aktiviteler için daha gönüllü bir hale getireceği ve bunun da olası avantajların dezavantajlara göre daha baskın olması sonucunu doğuracağı düşünülmektedir (Çil, 2013). Ayrıca, Türkiye'nin Polonya ile ucuz ve kalifiye iş gücü, ana ticaret ortağı (Almanya) ve Avrupa'nın üretim merkezlerinden olma gibi benzerlikleri Türkiye'nin de aynı şekilde başarılı olabileceği şeklinde algılanıyor olabilir. Bu nedenle burada AB ve Türkiye'de KOBİ'ler ve ikili arasındaki ekonomik ilişkilerin ele alınması faydalı olacaktır.

2.2. Türkiye ve AB'de KOBİ

AB yıllardır tüm üye ülkelerde geçerli standart bir KOBİ tanımına sahiptir ve bu tanıma göre, 250'den az çalışanı olan işletmeler KOBİ olarak adlandırılmıştır. Ayrıca, 1-9 arası çalışanı veya 2 milyon Avro'ya kadar bilanço değeri olan işletmeler "çok küçük işletme", 10-49 arası çalışanı ve 10 milyon Avro'dan az bilanço değeri olanlar "küçük işletme" ve 50-249 çalışanı ve 43 milyon Avro'dan az bilanço değeri olan işletmeler ise "orta boyutlu işletme" olarak tanımlanmaktadır (Official Journal of EU, 2003, OECD, 2004).

Türkiye de AB üyeliği yolunda KOBİ'lerini, 18.11.2006 tarihinde yayınladığı yönetmelikle AB ile uyumlu hale getirmiş çalışan sayılarında bakımından birebir uyarlama, bilanço değeri bakımından ise 25 Milyon TL yıllık bilanço değerinden az olanları KOBİ olarak nitelendirmiştir (Akdeniz, 2005).

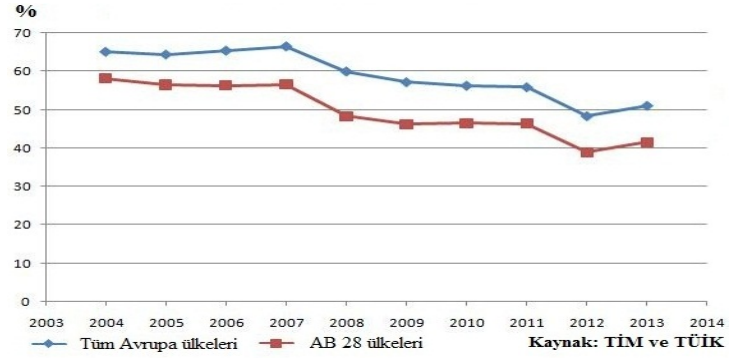
KOBİ'ler gerek AB'de gerek Türkiye'de ekonominin temel taşlarından biridir. Türkiye'de KOBİ'ler firma toplamının %99,8'ini, toplam istihdamın %75,8'ini faktör maliyetiyle katma değer (FMKD) %54,2'sini oluştururken; AB KOBİ'leri toplam firma sayısının %99,8'ini, toplam istihdamın %66,9'unu ve FMKD'nin %58,1'ini oluştururlar.

2.3. Türkiye AB Ekonomik İlişkileri

AB ülkeler grubu olarak Türkiye'nin en büyük ticaret ortağıdır. Son 10 yıllık (2004-2013) veriler incelendiğinde, Türkiye ihracatının yaklaşık %50'sini AB üyesi (AB 28) ülkeler olmak üzere yaklaşık %60'ını Avrupa ülkeleri ile gerçekleştirmektedir (TİM, TÜİK, 2014). Ayrıca, Almanya uzun yıllardır koruduğu Türkiye'nin en büyük ticaret ortağı unvanını (Almanya, Türkiye ihracatının %10'u nu tek başına yapmaktadır (TİM, 2014)) daha uzun yıllar bırakmayacak gibi görülmektedir. Almanya'nın ardından Birleşik Krallık, İtalya, Fransa, İspanya, Hollanda da Türkiye'nin en önemli ticaret ortaklarından olup, tamamı ilk on ülke sıralamasındadır (TİM, 2014). Türkiye de AB'nin 2008'de en büyük 7. ve 2011'den itibaren de en büyük 6. ticari ortağıdır (European Commission Directorate-General for Trade, 2014).

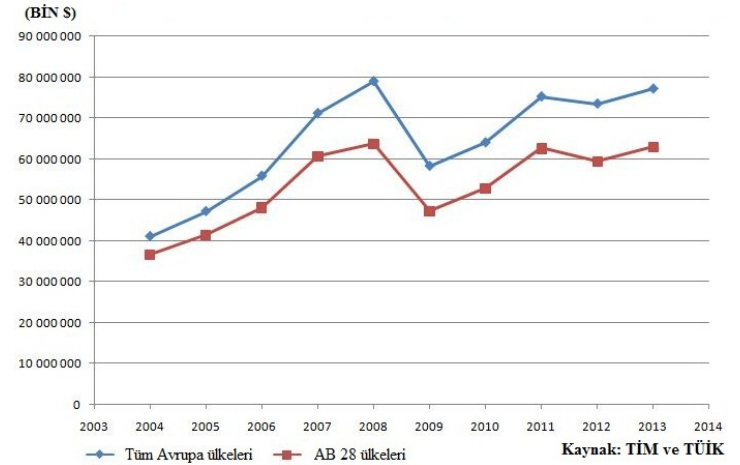
Şekil 1 ve 2'de sunulan veriler ışığında, AB Türkiye ekonomik/uluslararası ticaret ortaklığı açısından her ne kadar yüzdesel dilim olarak son yıllarda bir düşüş gösterse de tutarlar incelendiğinde genel bir artış gözlenmektedir ve halen en büyük dilimi muhafaza etmektedir. AB'nin tutar bakımından artmasına rağmen oransal olarak düşmesi, Türkiye'nin Avrupa dışındaki ülkelerle de daha fazla ticaret yapabilirliğinin sonucu olarak görülebilir.

Şekil 1'de de görülebileceği gibi, 2004'de Türkiye'nin tam üyelik müzakerelerinin başlamasıyla AB'nin ihracatımızdaki yüzdesel dilimleri artma eğilimine girmiş veya konumu korumuş, fakat 2008'de Avrupa'da meydana gelen kriz ve Türkiye-AB ilişkilerinin gerilemesiyle ekonomik ilişkilerimiz de gerileme eğilimi göstermiştir.



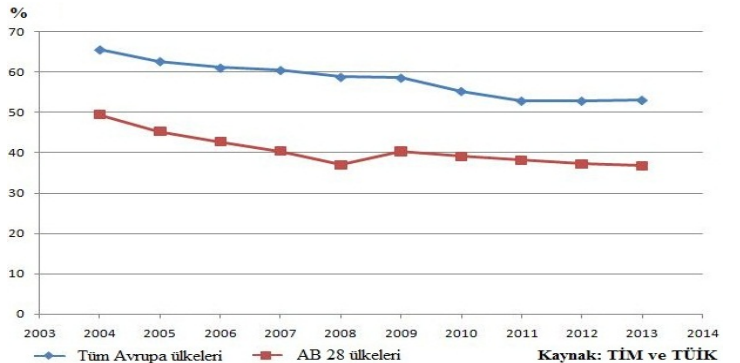
Şekil 1. Avrupa ülkelerinin Türkiye ihracatındaki yeri (Yüzdesel oranlar)

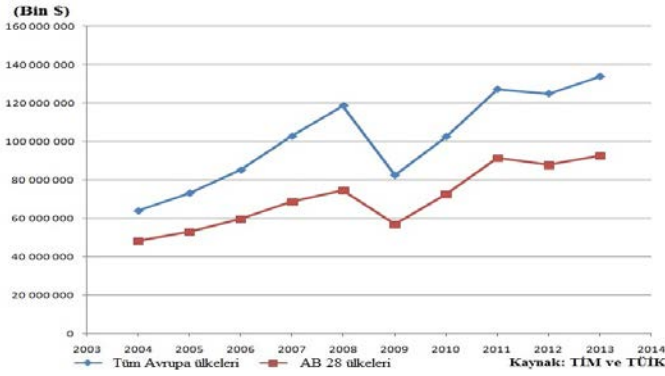
Aynı gözlemler tutarları gösteren Şekil 2'de daha bariz bir şekilde yapılabilmektedir



Şekil 2. Avrupa ülkelerinin Türkiye ihracatındaki yeri (Rakamsal olarak)

Öte yandan, Türkiye'nin Avrupa'dan yaptığı ithalat rakamları göz önüne alındığında (Şekil 3) yüzdesel olarak 2004'ten itibaren düşüş gözlenmesine rağmen, tutarlar göz önüne alındığında (Şekil 4) ithalat rakamlarıyla yüksek derece paralellik göstermektedir. Miktarlarda artış olmasına rağmen yüzdesel pay anlamındaki düşüş, tam üyelik görüşmelerinin başlamasıyla birlikte Türkiye'ye artan güvenin göstergesi olarak, Avrupa ve diğer ülkelerin Türkiye'nin mallarına daha fazla talepte bulunması ve Türkiye'nin diğer ülkelerle de daha kolay ticaret yapabilir hale gelmesi olarak yorumlanabilir.

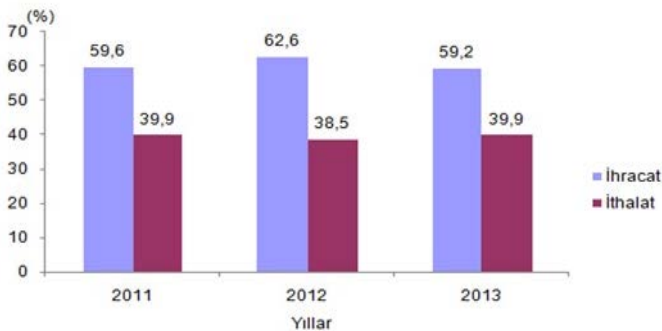


Şekil 3. AB'nin Türkiye'den ithalatının yüzdesel verileri**Şekil 4.** AB'nin Türkiye'den ithalatının tutarları

Ekonomik güven ve itibarın diğer bir göstergesi olan Doğrudan Yabancı Yatırım oranları da (Şekil 5) ithalat ve ihracat rakamlarıyla büyük benzerlik göstermektedir. Tüm bu veriler ışığında AB üyeliğinin görüşülmeye başlanmasının bile Türkiye ekonomisi, Türkiye'de faaliyette bulunan işletmelerin uluslararasılaşma faaliyetleri ve yatırım cazibesi gibi konularda çok etkili olduğu öne sürülebilir.

**Şekil 5.** Türkiye'deki Doğrudan Yabancı Yatırım Miktarları

Yukarıda belirtilen makro verilere ek olarak, KOBİ'lerin durumu incelendiğinde; KOBİ'ler aynı dönemlerde ihracatın yaklaşık %60'ını ve ithalatın da yaklaşık %40'ını gerçekleştirmiş görülmektedirler (Şekil 6). Makro verilere paralel olarak KOBİ'lerin dış ticaretteki en büyük ortağı da AB ülkeleridir; KOBİ'ler yaptıkları toplam ihracatın yaklaşık %46'sını Avrupa ülkelerine ve toplam ithalatlarının yaklaşık %51'ini de Avrupa ülkelerinden yapmıştır (TÜİK, 2014a).

**Şekil 6.** KOBİ'lerin Türkiye dış ticaretindeki yeri (Kaynak: TÜİK, 2014).

Ayrıca AB ve Türkiye arasındaki yapılan birçok işbirliği anlaşılmasıyla, KOBİ'lerin ortak çalışmalar yapması ve projeler geliştirmesi için çok sayıda fon ayrılmış ve kuruluşlar kurulmuştur. Bu kuruluşlardan biri de çalışmamızda yer alan EU-TR Chambers Forum'dur (ETCF) (TOBB ve Eurochambers, 2008 ve 2013).

3. Uygulama

3.1. Araştırmanın Amacı

Türkiye'nin AB üyeliği uzun yıllardır nihai hedefe ulaşmamış olsa da Türkiye ile AB arasında ciddi ekonomik ilişkiler bulunmaktadır ve önemleri her geçen gün daha da artmaktadır. Fakat literatür incelendiğinde, AB-Türkiye ilişkileri üzerine zengin bir yazın bulunmasına rağmen, üyeliğin temel başarı faktörlerinden biri olarak görülen KOBİ'lerin üyelik hakkındaki ve üyeliğin uluslararasılaşma faaliyetleri üzerine etkileri hakkında çok az kaynak bulunmaktadır (TOBB ve Eurochambers, 2008 ve 2013).

Bu nedenle çalışmamızın amacı direkt olarak KOBİ'lerin bu konudaki görüşlerini almak ve ayrıca edinilen verilerin Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) ve Avrupa Odalar Birliği (Eurochambers) tarafından ortaklaşa gerçekleştirilen "Türkiye'de şirketlerin AB üyeliği hazırlıkları" araştırması bilgileriyle birlikte incelemektir. Bu araştırmalar (ETCF) 2008'de 2878 ve 2013'te 3721 firma ile yapılmış olup konu ile ilgili birçok detaylı bilgiyi barındırmaktadır.

3.2. Örneklem

TÜİK (2014) verilerine göre Türkiye'de Sanayi ve hizmet sektörlerinde 2012 yılında 2646117 KOBİ faaliyet göstermekte ve bunların %11,8'i imalat sektöründe bulunmaktadır. Her ne kadar imalat sektöründe bulunan firma sayısı toplam firma sayısının yaklaşık %12'sini oluştursa da, bu firmalar dış ticaret hacmi bakımından incelendiğinde toplam ihracatın %93'ünü ve toplam ithalatın %78'ini yaptıkları görülmektedir (TÜİK, 2014b).

Bu veriler ışığında çalışmanın evreni 312241 imalatçı KOBİ'den oluşmaktadır. İller bazında dağılımlar incelenerek, daha güvenilir ve homojen bilgiler elde edilebileceği düşünülen ve toplam firma sayısının neredeyse yarısını temsil eden Gaziantep, Adana ve İstanbul illeri seçilmiştir. Ayrıca, seçilen iller TİM 2012 verilerine göre Türkiye'nin en büyük (İstanbul), 6. en büyük (Gaziantep) ve 10. en büyük (Adana) uluslararası faaliyet gösteren şehirleridir ve toplam Türkiye ihracatının yaklaşık %50'si bu üç il tarafından gerçekleştirilmektedir.

Tüm firmalardan veri elde edilmesinin mümkün olmamasından dolayı bu üç ilden KOSGEB veri tabanına kayıtlı 22500 üretici firma örneklem olarak rastgele seçilmiş ve çevrimiçi anketler gönderilmiştir. Maalesef yalnızca 32 firmadan cevap alınabilmiştir. Cevaplama oranının çok düşük kalmasından dolayı aynı şehirlerde yüz yüze anket çalışması yapılmış ve bu yola da 114 (Adana: 29, İstanbul: 46 ve Gaziantep: 39), toplamda 146 üretici KOBİ'den veri elde edilebilmiştir (Çizelge 1). Firma sayısının az olması bir kısıt olarak görülebilir, bu nedenle aynı dönemde ve aynı amaçla yapılan ETCF verilerinin de incelenmesi faydalı olabilir.

Çizelge 1. Katılımcıların demografik bilgileri		Sıklık	Yüzde
İşletmedeki göreviniz	Dış ticaret müdürü/sorumlusu	27	18,5
	Genel Müdür / Müdür / Yrd.	68	46,6
	Girişimci / Ortak	41	28
	Diğerleri	10	6,9
	Toplam	146	100
Eğitim düzeyiniz	İlköğretim	9	6,2
	Lise	24	16,4
	Yüksekokul/Üniversite	83	56,9
	Yüksek lisans	22	15
	Doktora	8	5,5
Toplam	146	100	
İşletmenizin bulunduğu il	Adana	41	28,1
	Gaziantep	57	39
	İstanbul	48	32,9
	Toplam	146	100
Faaliyete geçtiğiniz dönem	2008-2012	21	14,4
	2003-2007	40	27,4
	1998-2002	14	9,6
	1993-1997	9	6,2
	1988-1992	19	13
	1987 ve öncesi	43	29,4
Toplam	146	100	
İşletmenizin ortaklık yapısı	Aile işi	84	57,5
	Yerli ortaklık	54	37
	Yabancı ortaklık	1	0,7
	Yerli ve yabancı ortaklık	7	4,8
Toplam	146	100	
Çalışan sayınız	1-9 çalışan	27	18,5
	10-49 çalışan	69	47,3
	50-249 çalışan	50	34,2
	Toplam	146	100
Uluslar arası çalışıyor musunuz?	Evet	137	93,8
	Hayır	9	6,2
	Toplam	146	100

3.3. Ölçek

Bu çalışmada verilerin elde edilebilmesi için anket kullanılmış olup anket dördü temel AB üyeliği ve etkilerini ölçen olmak üzere toplam 21 sorudan meydana gelmiştir. Dört temel soru KOBİ'lerin AB üyeliğine ve olası üyeliğin ekonomik aktiviteleri üzerine olan etkilerini beşli likert (1: Kesinlikle katılmıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum) sorularla ölçmeye çalışmış ve diğer sorularda elde edinilen bilgilerle dört temel soruyla ilgili analiz çalışması yapılmıştır.

Anket üç alt kategoriden oluşmaktadır. İlk grup 8 sorudan oluşmaktadır ve demografik bilgiler elde edilmeye çalışılmıştır (Çizelge 1), ikinci kategori 9 sorudan oluşmakta ve KOBİ'lerin uluslararasılaşma faaliyetleri sorgulanmıştır. Bu sorular AB üyeliğine bakış sorularının değerlendirilmesinde ANOVA ile incelenmiştir. Üçüncüsü ise doğrudan AB üyeliği düşüncelerini sorgulayan 4 sorudan oluşmaktadır (Çizelge 2). Tüm analizler SPSS 20 analiz programı kullanılarak yapılmıştır.

Yeni bir anket oluşturulduğundan geçerlilik ve güvenilirlik analizleri daha önemli bir hal almıştır (Neuman, 2006). Bu nedenle, görsel geçerlilik (face validity) ve içerik geçerlilik (content validity) analizleri yapılmıştır. Görsel geçerlilik analizi üniversitede çalışan bir uzman, içerik

geçerlilik analizi ise biri KOSGEB'te, biri üniversitede (ilkinden farklı) ve biri danışmanlık şirketinde KOBİ uzmanı olarak görev yapan üç uzman tarafından yapılmıştır. Gereken düzeltmeler ve ekleme çıkarma işlemleri grup tartışmalarıyla belirlenmiş ve anket son halini almıştır. Ayrıca, ilgili anketteki ifadeler güvenilirlik analizine tabii tutulmuş olup, Cronbach's Alpha katsayısı %97,9 (0,979) şeklinde saptanmıştır. Bu katsayının %70 ve üzeri olması istenen bir durumdur.

3.4. Çalışma Bulguları

Bu bölümde önce dört temel soru ve sonuçları frekans dağılım analizi ile incelenecek (Çizelge 1), sonrasında da demografik bilgilerle diğer analizler yapılacaktır. **Çizelge 1'de** 146 katılımcının işletmedeki görevleri (%74,6'sı üst düzey yönetici veya sahip), eğitim düzeyleri (%77,4'ü yüksek okul ve üzeri dereceli), firma yaşı (%85,6'sı 5 yaşından büyük), ortaklık yapısı, çalışan sayısı gibi bazı önemli demografik bilgileri özetlemiştir.

Çizelge 2 incelendiğinde katılımcı KOBİ'lerin ortalamasının genel anlamda kararsızlık düzeyinde olduğu görülecektir. Ancak, AB üyeliğinin uluslararasılaşmayı motive etmesi ve uluslararasılaşmanın üyelikle birlikte daha kolay olacağı fikirleri, AB üyeliğini destekleme ve AB üyeliğinin yeni pazar seçimi üzerindeki etkilerine göre daha çok benimsenmektedir.

Çizelge 2: AB üyeliğinin KOBİ'lere etkisini ölçmeye yönelik sorulara verilen cevaplara ilişkin bilgiler

Seçenekler	n	%	Mean / ortalama	
Türkiye'nin AB üyeliği KOBİ'leri daha fazla uluslararasılaşma için motive eder mi?	Kesinlikle etmez Etmez Kararsızım Eder Kesinlikle eder Toplam Eksik Cevaplar Toplam	19 13 23 26,7 19 128 18 146	13 15,8 19,2 26,7 13 87,7 12,3 100	3,125
Eğer Türkiye AB üyesi olursa, ihracatın daha kolay olacağını düşünüyor musunuz?	Kesinlikle olmaz Olmaz Kararsızım Olur Kesinlikle olur Toplam Eksik Cevaplar Toplam	20 13,7 23 15,8 30 19,9 29 17,8 128 18 146	13,7 15,8 20,5 19,9 17,8 87,7 12,3 100	3,1406
Türkiye'nin olası AB üyeliğinin, uluslararasılaşma yolunda yeni ülke veya pazar seçme kararlarını etkiler mi?	Kesinlikle etkilemez Etkilemez Kararsızım Etkiler Kesinlikle etkiler Toplam Eksik Cevaplar Toplam	32 21,9 24 16,4 11 7,5 47 32,2 14 9,6 128 18 146	21,9 16,4 7,5 32,2 9,6 87,7 12,3 100	2,8984
Türkiye'nin AB üyeliğini destekliyor musunuz?	Kesinlikle HAYIR HAYIR Kararsızım EVET Kesinlikle EVET Toplam Eksik Cevaplar Toplam	33 22,6 19 13,0 37 25,3 16 11,0 136 10 146	22,6 13,0 21,2 25,3 11,0 93,2 6,8 100	2,8824

Yukarıda da belirtildiği üzere, Türkiye AB arasındaki ekonomik ilişkiler, ikili arasındaki siyasi ilişkilerle paralellik göstermekte, olumlu ve olumsuz tüm faktörlerden etkilenmektedir. Buradan bu kararsızlığın sebebi olarak anketin yapıldığı dönemdeki AB Türkiye ilişkilerinin muallâkta olması neden olarak ileri sürülebilir. Elbette bu sadece bir varsayımdır ve bu yüzden başka testler uygulanarak daha detaylı bilgiler elde edilmelidir.

Katılımcıların kararsız kalmalarından dolayı ortalamalar arası farklılıkları test etmek amacıyla one way ANOVA'ya başvurulmuştur. Burada ikinci soru kategorimizi oluşturan dokuz sorudan yararlanılmıştır (uluslararasılaşma yöntemi, sorumlu kişi, dış ticaret uzmanı sayısı, ihracata başlanılan yıl ve ülke sayısı, AB ile çalışma durumu, deneyim, ürün çeşidi). AB üyeliği ve KOBİ'lerin bakış açılarını değerlendirmek noktasında önem arz ettiği düşünülen; KOBİ'lerin AB ile çalışma durumları, uluslararasılaşma şekilleri ve firma yaşı gibi parametrelerle uygulamaya yönelik bir takım bulgular elde edilmeye çalışılmıştır.

Çizelge 3. Avrupa ile çalışma durumu izleme testi

	(I) Uluslar arası pazarlarımızda Avrupa'nın yeri	(J)Uluslar arası pazarlarımızda Avrupa'nın yeri	Ortalama farkı (I-J)	Stand. hata	Anlam	%95 Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
Motivasyon	Sadece Avrupa ile çalışıyoruz	Avrupa pazarlarımızdan biri	,97647*	,24468	,000	,4922	1,4607
		Avrupa ile çalışmıyoruz	1,25366*	,28707	,000	,6855	1,8218
Kolaylık	Sadece Avrupa ile çalışıyoruz	Avrupa pazarlarımızdan biri	1,00770*	,25665	,000	,4998	1,5156
		Avrupa ile çalışmıyoruz	1,33577*	,30111	,000	,7398	1,9317
Yeni pazar seçimi	Sadece Avrupa ile çalışıyoruz	Avrupa pazarlarımızdan biri	1,04065*	,26575	,000	,5147	1,5666
		Avrupa ile çalışmıyoruz	1,47398*	,31180	,000	,8569	2,0911
AB üyeliğini destekleme	Sadece Avrupa ile çalışıyoruz	Avrupa pazarlarımızdan biri	,85201*	,24701	,001	,3634	1,3406
		Avrupa ile çalışmıyoruz	1,34167*	,29462	,000	,7589	1,9244

*Ortalama fark 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Çizelge 4: Uluslar arası çalışma şekli izleme testi

	(I) Uluslar arası çalışma şekli	(J) Uluslar arası çalışma şekli	Ortalama farkı (I-J)	Stand.hata	Anlam	%95 Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Alt Sınır
Motivasyon	Dolaylı	Doğrudan	,54397	,29396	,067	-,0382	1,1261
		Her iki biçimde de	,62692*	,26545	,020	,1012	1,1526
Kolaylık	Dolaylı	Doğrudan	,61986*	,30698	,046	,0119	1,2278
		Her iki biçimde de	,66947*	,27721	,017	,1205	1,2185
Yeni pazar seçimi	Dolaylı	Doğrudan	,72837*	,31742	,024	,0997	1,3570
		Her iki biçimde de	,73380*	,28664	,012	,1661	1,3015

*Ortalama fark 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Çizelge 5. Firma yaşı izleme testi

	(I) firma yaşı	(J) firma yaşı	Ortalama farkı (I-J)	Stand. Hata	Anlam	%95 Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
Motivasyon	10 yaş üzeri	0-2 yaş	1,25549*	0,38676	0,002	0,4898	2,0212
		3-5 yaş	1,03147*	0,43948	0,021	0,1614	1,9015
		6-10 yaş	0,49359	0,50291	0,328	-0,5021	1,4892
Kolaylık	10 yaş üzeri	0-2 yaş	1,59890*	0,3983	0	0,8104	2,3874
		3-5 yaş	1,29371*	0,45259	0,005	0,3977	2,1897
		6-10 yaş	0,80128	0,51792	0,124	-0,2241	1,8266
Yeni pazar seçimi kararı	10 yaş üzeri	0-2 yaş	1,42308*	0,42094	0,001	0,5897	2,2564
		3-5 yaş	0,92308	0,47832	0,056	-0,0239	1,87
		6-10 yaş	0,58974	0,54736	0,283	-0,4939	1,6734
AB üyeliğini destekleme	10 yaş üzeri	0-2 yaş	1,39344*	0,38638	0	0,629	2,1579
		3-5 yaş	1,30435*	0,44197	0,004	0,4299	2,1788
		6-10 yaş	0,38462	0,50218	0,445	-0,609	1,3782

*Ortalama fark 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Burada öncelikle ANOVA ve izleme testi (post-hoc) sonuçları herhangi bir değerlendirme yapılmaksızın verilecek olup, sonrasında değerlendirmelerin tamamı bulguların değerlendirilmesi başlığı altında yapılacaktır.

Yapılan tek faktörlü ANOVA sonucunda:

Avrupa ile çalışma durumunun AB üyeliğine (F(2,133) =11,541; p<0,05) ve üyeliğin uluslararasılaşmayı daha fazla motive etmesine (F(2,125) =11,745; p<0,05), faaliyetleri daha kolaylaştırmasına (F(2,125)=11,817; p<0,005) ve yeni pazar seçimi kararlarına (F(2,133) =12,813; p<0,05) etkisi olduğu görülmüştür. Bu etkiye sebep olan ortalama farklılığının kaynağını görmek amacıyla izleme testlerinden LSD' ye (**Çizelge 3**) başvurulmuştur.

Uluslar arası çalışma şeklinin (*Doğrudan, dolaylı veya her iki biçimde de*) üyeliğin uluslararasılaşmayı daha fazla motive etmesi ($F(2,117)=3,214$; $p<0,05$), daha kolaylaştırması ($F(2,117)=3,503$; $p<0,05$) ve yeni pazar seçimi kararlarına ($F(2,117)=4,147$; $p<0,05$) etkisi olduğu görülmüştür. Bu etkiye sebep olan ortalama farklılığının kaynağını görmek amacıyla izleme testlerinden LSD' ye (**Çizelge 4**) başvurulmuştur.

Firma yaşının AB üyeliğine ($F(6,129)=3,022$; $p<0,5$) ve üyeliğin uluslararasılaşmayı daha fazla motive etmesi ($F(6,121)=2,221$; $p<0,05$), daha kolaylaştırması ($F(6,121)=3,081$; $p<0,005$) ve yeni pazar seçimi kararlarına ($F(6,121)=2,449$; $p<0,05$) etkisi olduğu görülmüştür. Bu etkiye sebep olan ortalama farklılığının kaynağını görmek amacıyla izleme testlerinden LSD' ye (**Çizelge 5**) başvurulmuştur.

Öte yandan, bu üç kıstasın dışında kalan ve uluslar arası çalışmayı sorgulayan sorularımızda anlamlı farklılıklar gözlenememiştir.

3.5. Bulguların Değerlendirilmesi ve Analizi

Türkiye AB ilişkilerinin hassalığı ve ikili arasındaki siyasal olaylardan etkilendiği gerek geçmiş yıllarda yapılan çalışmaların sonuçlarındaki farklılıklarda gerek ekonomik aktivite göstergelerinden açıkça görülmektedir. Çalışmamız sonucunda her ne kadar genel bir kararsızlık durumu ortaya çıksa da, ANOVA ile daha anlamlı sonuçlar elde edilmeye çalışılmıştır. ANOVA sonucunda incelenen kıstaslardan ilki Avrupa ile çalışma durumudur. ANOVA'ya göre sadece Avrupa ile çalışan KOBİ'ler diğerlerine kıyasla AB üyeliğinin Türkiye açısından önemli olduğu kanaatindedir. Burada iki soru akla gelmektedir. Birincisi, acaba bu firmalar sadece Avrupa'yı bildikleri için bir yanlılığı içinde olabilirler mi, keza "Avrupa pazarlarımızdan biri" diyen KOBİ'ler sadece Avrupa ile çalışanlara göre daha kararsız kalmaktadır.

Öte taraftan diğer soru olarak, acaba bu firmalar Avrupa'yı biliyor ve daha doğru gözlemler yapabiliyorlar mı sorusu belirlemektedir. Nitekim farklılık gözlenen bir diğer kıstas da firma yaşıdır ve 10 yaş ve üzeri KOBİ'lerin bariz bir farklılıkla AB üyeliğini desteklemekte ve üyelikle birlikte uluslararası ticaret için daha motive olma, uluslararası ticaretin daha kolay olması ve pazar seçimi kararlarında AB üyeliğinin olumlu bir etkisi olacağı sonuçlarını ortaya koymaktadır. Üstelik 6-10 yaş grubu KOBİ'ler de daha genç olan diğer yaş gruplarına göre göreceli olarak daha olumlu bakmaktadır.

Üçüncü kıstasımız olan uluslararasılaşma çeşitliğinde ise uluslararasılaşma faaliyetlerini acente ve diğer kuruluşlar aracılığıyla dolaylı olarak yapan KOBİ'lerin, faaliyetlerini doğrudan yapan ve her iki şekilde de yapanlara göre daha olumlu bakmaları yine yukarıdaki soruları beraberinde getirmektedir. Diğer kuruluşlar aracılığıyla ithalat ihracat işlemlerini sürdüren KOBİ'lerin diğerlerine göre daha olumlu bakması aracı kurumlar tarafından daha çok bilgilendiriliyor olmalarından veya kendilerini bu tür işlerden sorumlu görmeyerek ve tabii bunlar için ekstra bir maliyette bulunmayarak yalnızca kendi ana işlerine odaklanmalarından kaynaklanıyor olabilir. Nitekim bu firmalar en büyük

sorunları olarak yüksek nakliye ve sigorta maliyetlerini ve bürokrasiyi görmektedir (Çil, 2013).

Burada kilit mesele KOBİ'lerin AB üyeliğinin avantaj ve dezavantajları hakkında ne kadar bilgili olduklarıdır. ETCF (2008; 2013) raporlarına göre KOBİ'lerin büyük çoğunluğu AB üyeliği ile birlikte ne ile karşılaşacaklarını bilmediklerini ama üyeliğin rekabet ve yasal zorunluluklar açısından büyük tehlike olarak görüldüğünü belirtmektedir. Her ne kadar 2008'deki ilk rapora göre farkındalık düzeyinde bir artış olsa da (%17 den %23'e çıkmıştır), AB üyeliği halen firmalar için büyük bir soru işaretidir. Katılımcı firmaların yüzde 95'i de AB kazanımlarına hazırlıkla ilgili maliyet analizi yapmadıklarını ve %75'i AB fonları hakkında herhangi bir bilgisi olmadığını belirtmektedir. Çalışmamızla aynı dönemde yapılan bu araştırmaya göre KOBİ'lerin AB üyeliğine son derece hazırlıksız oldukları ve bu yüzden AB üyeliğinin getirilerinden çok tehditlerine odaklandıkları açıktır.

ETCF (2013) raporuna göre KOBİ'lerin yaklaşık %74'ü, daha büyük firmaların %90'ı AB üyeliğini desteklerken, bu oran çalışmamızda %53 düzeyinde kalmıştır. Aynı rapora göre KOBİ'lerin AB üyeliğine aşinalık durumu %22 iken, büyük firmalarda bu oran %40'tır. İş beklentileri açısından AB üyeliğine karşı KOBİ'lerin %61'i iyimser veya çok iyimser olduklarını belirtirken, bu oran büyük firmalarda %83 düzeyindedir. Rapora göre, firma büyüdükçe AB katılımına olan destek artmaktadır, fakat çalışmamızda bu yönde anlamlı bir farklılık gözlenememiştir. Elbette bu çalışmanın ETCF'nin aksine yalnızca KOBİ'lere yönelik olduğunu vurgulamak gerekir. AB üyeliğine olumsuz bakma oranları firmaların AB üyeliği hakkındaki bilgileriyle orantılı görülmektedir. Firma ne kadar az bilgi sahibi ise üyeliğe o derecede karşıdır. Diğer önemli neden ise bu dönemde Türkiye'nin kendisini gittikçe daha çok Doğu ile Batı arasındaki köprü olarak görme politikası gelmektedir. Bu nedenden dolayı firmalar, Türkiye resmi politikasının AB üyeliği yerine farklı arayışlara yönelebileceği düşüncesine sahiptir ve kendilerinin üyeliğe bakışını etkilemektedir.

4. Sonuç

Türkiye'nin AB üyeliği konusunda çeşitli tartışmalar olsa da üyeliğin Türkiye ve Avrupa için önemli ve avantajlı olduğu açıktır. Fakat bu birlikteliğin başarısı halkların, ekonomilerin ve en önemli ekonomik aktörler olan KOBİ'lerin üyeliğe iyi bir şekilde hazırlanmasına bağlıdır. Bu nedenle bu çalışmanın temel amacı KOBİ'lerin AB üyeliği ve üyeliğin kendi aktivitelerini nasıl etkileyeceğine dair tutumlarını anlamaktır. Bu amaçla Adana, Gaziantep ve İstanbul'da faaliyette bulunan 146 üretici KOBİ'ye uygulanan anketle, katılımcıların AB üyeliğine karşı tutumları ve AB üyeliğinin kendi uluslararasılaşma faaliyetleri üzerine olası etkileri araştırılmıştır.

Bulguların sonucu genel bir kararsızlığa işaret etse de dikkat çekici veriler elde edilmiştir. Frekans dağılım analizine göre katılımcıların %36,3'ü AB üyeliğini desteklerken, %41,8'i olası üyeliğin yeni pazar seçimi kararlarını etkileyeceğini, %37,7'si üyelikle birlikte uluslararasılaşmanın daha kolay olacağını, %39,7'si ise olası üyeliğin kendilerini uluslararasılaşma için daha çok motive edeceğini belirtmiştir. Başka bir ifadeyle, üyeliği desteklememesine rağmen üyeliğin kendilerini olumlu etkileyeceğini belirten katılımcılar vardır. Ayrıca ANOVA sonuçlarına göre: 10 yaş ve üzeri KOBİ'ler, sadece Avrupa

ile çalışan KOBİ'ler ve uluslararasılaşma faaliyetlerini diğer kuruluşlar aracılığıyla dolaylı şekilde yapan KOBİ'lerin AB üyeliğini destekleme ve olası üyeliğin kendi uluslararasılaşma faaliyetlerini olumlu etkileyeceği görüşü, diğer katılımcılara göre daha ağır basmaktadır.

Bu verilerle birlikte ETCF raporları göz önüne alındığında, KOBİ'lerin olası AB üyeliği ile birlikte tam olarak ne ile karşı karşıya kalacaklarını bilmemeleri ve gerekli kazanım çalışmalarını yapmamaları AB üyeliğine karşı kararsız kalmalarının en önemli nedeni olarak ön plana çıkmaktadır. Tabii ki AB Türkiye ilişkilerinin ekonominin aktörlerini her şekilde etkilemesi nedeniyle çalışmanın yapıldığı dönemdeki genel kararsızlık durumunun ve Türkiye resmi politikasının değişebileceği inancının da etkisi vardır. Burada şunu da belirtmek gerekir ki çalışmamızın yapıldığı süreçte, ETCF ile ortak çalışıp uyguladıkları anketi bizim anketimizle birlikte uygulamamız daha detaylı ve odaklı sonuçlar elde etmemizi sağlayabilirdi. Bu yüzden bundan sonraki çalışmalarda bu nokta göz ardı edilmemelidir.

Sonuç olarak şu vurgulanmalıdır ki eğer Türkiye'nin başarılı bir katılım süreci geçirmesi ve başarılı bir üye olarak birliğin başarısını ve sinerjisini daha da arttırması isteniyorsa gerek Türkiye gerek AB kurumları KOBİ'leri üyeliğe hazırlamalıdır. Bunun ilk adımı da KOBİ'leri üyelikle birlikte nelerin beklediği, sunulan ve olası avantajların neler olduğu, olası dezavantajlarla nasıl baş edebileceği, destekleyici kurumlar ve fonlar konusunda bilgilendirme ve eğitim çalışmaları yapılmalıdır. Son olarak Türkiye resmi AB politikası KOBİ'lere anlatılmalı ve uzun dönem planlarıyla birlikte desteklenerek katılımdan vazgeçilmeyeceği belirtilmelidir.

Kaynaklar

AB Bakanlığı (2014). Türkiye-AB İlişkileri. Erişim tarihi: 1 Eylül 2014. <http://www.abgs.gov.tr/index.php?p=4>

Akdeniz, M. B. (2005). The place of SME's in the economic and social system, their supporting institutional environment and restructuring process on the path to European Union Membership. Erişim tarihi: 17 Nisan 2013. <http://sbe.dumlupinar.edu.tr/13/69-90.pdf>

Antonucci, D. ve Manzocchi, S. (2006). Does Turkey have a special trade relation with the EU? A gravity model approach. *Economic Systems*, 30:157-169.

Aykaç, M., Parlak, Z. ve Özdemir, S. (2008). Küreselleşme Sürecinde Rekabet Gücünün Artırılması Ve Türkiye'de KOBİ'ler. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası (İTO).

Centrum Europejskie Natolin (2003). Costs and Benefits of Poland's Membership in the European Union. Varşova: Centrum Europejskie Natolin.

Çil, U. (2013). A Comparison of the Internationalization Difficulties of Polish and Turkish Manufacturer SMEs and the Effects of the EU Accession on the Difficulties. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). University of Exeter /Business School, Exeter, İngiltere.

Devlet Planlama Teşkilatı (2004). The likely effects of Turkey's membership upon the EU. Erişim tarihi: 2 Temmuz 2013. <http://www.kalkinma.gov.tr/Pages/KatilimOncesiEkonomikPogramlar.aspx>

European Commission Directorate-General for Trade (2014). http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2006/september/tradoc_113456.pdf

EU-TR Chambers Forum (ETCF) (2008; 2013). Corporate Preparations in Turkey for EU Membership

Ghatak, S., Mulhern, A. And Stewart, C. (2001). European Enlargement and Expansion of Polish SMEs. Erişim tarihi: 16 Nisan 2013. <http://eprints.kingston.ac.uk/6710/>

Gorynia, M. (2003). The internationalization of Polish firms and Poland's accession to the European Union. 5. Uluslararası "Kurumsal Değişim" Konferansı. Ekonomski fakultet Sveucilista u Splitu.

Hegge, B. (2002). SMEs and European Integration: Internationalization Strategies. London ve New York: Routledge

Hunter, R. J. ve Ryan, L. V. (2012). Poland and the European Union, *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 1(3):122-130.

İnan, A. (2005). Avrupa Birliği Ekonomik Yaklaşımı: Lizbon Stratejisi ve Maastricht Kriterleri. *Bankacılar Dergisi*, 52: 67-86.

KOSGEB (2011). KOBİ stratejisi ve eylem planı 2011-2013. Ankara: KOSGEB

KOSGEB (2013). Türkiye'nin Girişimcilik Ruhunu Artırıyor. Erişim tarihi: 1 Nisan 2013. <http://kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Haberler.aspx?ref=647>

Lammers, K.(2006). The EU and Turkey – Economic Effects of Turkey's Full Membership. *Intereconomics*, September/October 2006, 282-288. Erişim tarihi: 10 Eylül 2014. <http://link.springer.com/article/10.1007/s10272-006-0198-z>

Nuray, H. (2009). Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ) ve Uluslararasılaş(tırıl)ma, EU-Turkey Chambers Forum (ETCF) Türk İş Dünyası İçin AB Mevzuat. Brussels: Morris & Chapman.

OECD (2004). Small And Medium-Sized Enterprises In Turkey: Issues And Policies. Paris.

Official Journal of EU (2003). The new SME definition: User guide and model declaration. Erişim tarihi: 22 Ağustos 2013. http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_en.pdf

Özer, M.A. (2009). Avrupa Birliğine Tam Üyeliğin Eşiğinde Türkiye. *Yönetim ve Ekonomi*, 16(1): 89-105.

Sanverdi, A. (2010). The Underlying Reasons for Turkey's Application for the Membership of the E.C. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(26):46-53.

Schulz, A., Borghoff, T., ve Kraus, S. (2009). International entrepreneurship: Towards a theory of SME internationalization. *International Journal of Business and Economics*, 9(1), 1-12.

TİM (2013). Export report in 2012. Erişim tarihi: 15 Nisan 2013. <http://www.tim.org.tr/tr/ihracat-ihracat-rakamlari-tablolar.html>

TİM (2014). Erişim tarihi: 11 Eylül 2014 <http://www.tim.org.tr/tr/ihracat-ihracat-rakamlari.html>

TÜİK (2012). KOBİ İstatistikleri. Erişim tarihi: 4 Nisan 2013.

<http://www.turkstat.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13144>

TÜİK (2014). Erişim tarihi: 15 Eylül 2014
http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1046

TÜİK (2014a). Erişim tarihi: 15 Ocak 2015
<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18521>

TÜİK (2014b). Erişim tarihi: 15 Ocak 2015
http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1088

Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Ticaret Bakanlığı (2010). Turkish Industrial Strategy Document 2011-2014 (Towards EU Membership). Erişim tarihi: 02 Temmuz 2013.
http://www.abgs.gov.tr/files/haberler/2011/turkish_industrial_strategy.pdf

Zimny, Z. (2011). Inward FDI in Poland and its policy context, 2012. Erişim tarihi: 6 Haziran 2013.
http://www.vcc.columbia.edu/files/vale/documents/Poland_OFDI_June_24_2011FINAL_3.pdf.