

TÜRKİYE'DE İŞLETMELERİN YAPISI GÜÇLENİYOR MU? 2006-2016 DÖNEMİNDE TÜRKİYE'DEKİ İŞLETMELERİN NET SATIŞLAR İLE FAALİYET GİDERLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırma Makalesi

Ali AYCI¹
Ferhat ÇAKIR²

AYCI, A., ÇAKIR, F., (2020), **Türkiye'de İşletmelerin Yapısı Güçleniyor mu? 2006-2016 Döneminde Türkiye'deki İşletmelerin Net Satışlar İle Faaliyet Giderlerinin Değerlendirilmesi**, Verimlilik Dergisi, Yıl: 2020, Sayı: 3, T. C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Yayını.

ÖZET

İşletmeler ülkelerin sosyo-ekonomik kalkınmalarının ana unsuru olup ülke yönetimleri işletmelerin küresel rekabet ortamında öne geçebilmesini teminen çeşitli politikalar ve destekler ile işletmeler için yatırım ortamını iyileştirirken diğer taraftan işletmelerin katma değerli ürünleri üretip ve pazarlaması noktasında yatırım yapması beklenilmektedir. Bu çalışmada Türkiye'deki işletmelerin 2006-2016 yılları arasındaki net satışları ile Ar-Ge, Pazarlama Satış Dağıtım (PSD) ve Genel Yönetim (GY) harcamalarının ölçeksel bazda yıllar itibariyle karşılaştırılması ve bu giderlerin birbirleri ile ilişkileri analiz edilmiştir. Ölçekler arasında faaliyet giderlerine yapılan harcamaların farklılaştığı, Ar-Ge'ye ayrılan pay ile PSD'ye ayrılan pay arasında pozitif yönlü ve güçlü bir ilişki olduğu, Ar-Ge ve PSD ile GY'ye ayrılan pay arasında negatif yönlü ve güçlü bir ilişki bulunduğu görülmüştür. İşletme başına düşen net satışların göreceli olarak düşük kaldığı bir diğer bulgudur. Bu çalışmada Girişimci Bilgi Sistemi'nden (GBS) alınan konsolide bilançolar üzerinden analiz yapılmış olup sonraki çalışmalarda işletme bazında çalışmalar gerçekleştirilebilecektir.

Anahtar Kelimeler: Rekabet Gücünün Geliştirilmesi, Pazarlama-Satış-Dağıtım Giderleri, Araştırma-Geliştirme Giderleri, Genel Yönetim Giderleri, Net Satışlar.

¹ **Ali AYCI**, Dr., T. C. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), KOBİ Uzmanı. ORCID: 0000-0001-8173-1152

² **Ferhat ÇAKIR**, T. C. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), KOBİ Uzmanı. ORCID: 0000-0002-5227-3882

* Makale Gönderim Tarihi: 04.11.2019 Kabul Tarihi: 09.03.2020

THE STRUCTURE OF THE ENTERPRISES IN TURKEY GETTING STRONGER? EVALUATION OF NET SALES AND OPERATING EXPENSES OF TURKISH ENTERPRISES BETWEEN 2006-2016

ABSTRACT

Enterprises are the main component of socio-economic development of the countries and policymakers improve the business environment for the enterprises through various policies and supports to ensure that they can get ahead in the global competition. On the other hand, enterprises are expected to invest in producing and marketing value-added products. In this study, net sales and operating expenses of the enterprises in Turkey between 2006-2016 were compared and analyzed based on the scalar relations with each of these expenses. Expenditure on operating expenses varies between scales and it is seen that there is a positive and strong relationship between the share allocated to R&D and the share allocated to (Marketing-Sales-Distribution) PSD, and there is a negative and strong relationship between R&D / PSD and the share allocated to (General Management) GY. Another finding is that net sales per enterprise remained relatively low. In this study, analysis has been made on the consolidated balance sheets obtained from Entrepreneur Information System (GBS) and future studies can be carried out on an enterprise basis.

Keywords: *Improving Competitiveness, Marketing-Sales-Distribution Expenditures, R&D Expenditures, General Management Expenditures, Net Sales.*

1. GİRİŞ

Günümüzde işletmelerin niceliğinden ziyade inovatif, katma değerli üretim yapıp tüm dünyaya pazarlayabilen, sürdürülebilir yapıda gelecek nesillere taşınabilen nitelikli işletmelerin kurulması ve geliştirilmesi, sosyal ve ekonomik gelişme için temel çıkış noktasıdır. Dünya Bankası tarafından Türkiye’nin de dahil olduğu 11 ülkede yapılan araştırmanın sonuçlarına göre yüksek büyüme gösteren işletmeler sadece güçlü istihdam ve üretim artışının motoru olmayıp aynı zamanda değer zinciri boyunca diğer işletmeler için faydanın yayılmasına sebep olmaktadır (Goswami, Medvedev ve Olafsen, 2019: 1).

İşletme gelişimlerinin araştırılması ile ilgili yarım asrı aşkın yapılan araştırmalar, gelişme oranlarının neredeyse rastgele olduğunu ortaya koymaktadır (Geroski, 2005: 126). Ekonomideki işletmelerin gelişimini kavramsallaştıran temel yaklaşımlardan biri gelişimin, işletmelerin büyüklüğünden bağımsız olduğunu belirten ve işletmenin mevcut gelişmişliğinin geçmiş şoklarının toplamı ile oluştuğunu belirten Gibrat (1931) Kanunu’dur (Goswami, Medvedev ve Olafsen, 2019: 70). Bu kanun önemli bir kavramsal temel olmakla birlikte bazı işletmelerin neden diğerlerinden daha hızlı büyüebileceği hususunu açıklayamamaktadır. Kaynak Temelli Yaklaşım teorisi kapsamında birçok yazar, işletmelerin gelişiminde kaynakların bulunmasını ve etkin kullanılmasını vurgulamaktadır (Barney, 1991; Peteraf, 2006). Neoklasik literatürde işletmelerin gelişmesi ile ilgili her işletmenin; piyasa koşulları, işlem maliyetleri ve yönetim yetenekleri ile en uygun işletme ölçeğine sahip olduğunu belirten optimal ölçek (Viner, 1932; Coase, 1937) ve verimsiz işletmelerin piyasadan çıkmaya zorlanarak bu işletmelerin kaynaklarının daha verimli işletmeler tarafından emildiklerini gösteren “evrimsel” rekabet kavramı (Alchian, 1950; Friedman, 1953) olmak üzere iki yaklaşım öne çıkmaktadır (Goswami, Medvedev ve Olafsen, 2019: 70). İşletme Büyüme Teorisi adlı kitabında bazı işletmelerin diğerlerinden daha iyi performans göstermesini işletmenin kaynaklarını ve pazar fırsatlarını ayarlama becerisiyle ilişkilendiren Penrose (1959)’ye göre, işletmenin kaynakları (organizasyonel kapasitesi, pazarlama kapasitesi ve finansal kapasitesi vb.) ile gelişmesi arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır (Ng, 2013: 89).

İşletmelerin gelişmişlik düzeylerinin ölçümünde satış rakamları temel göstergelerin başında gelmektedir. Dolayısıyla işletmelerin büyümesine ilişkin olarak literatürdeki göstergeler içerisinde en fazla satışlardaki büyüme kullanılmaktadır (Demirgüneş ve Üçler, 2016: 54).

1980’lerden itibaren ihracat odaklı büyüme stratejisi yürüten Türkiye’de, yeni açılan işletmelerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Yeni kurulan

işletmelerin sayısı ile birlikte mevcut işletmelerin daha nitelikli hale gelebilmesi için işletmenin üretimi ile ilişkilendirilemeyen ve faaliyet giderleri olarak ifade edilen (MuhasebeTürk, 2019), Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge), Pazarlama, Satış, Dağıtım (PSD) ve Genel Yönetim (GY) unsurlarına işletmelerin kaynak ayırmaları beklenmektedir. Aksi takdirde evrimsel rekabet teoremine göre gerektiği gibi gelişemeyen işletmelerin yerini daha gelişmiş işletmeler alacaktır. Gerçekten böyle mi olmuştur? Satışlar dikkate alındığında işletme başına düşen satışlar artmakta mıdır?

Bu çalışmada işletme başına düşen net satışlar ile Ar-Ge, PSD ve GY giderlerinin artmasının işletmelerin rekabet gücünü ve katma değerli üretim altyapısını artıracığı varsayımı altında toplulaştırılmış resmi bilanço verileri kullanılarak Türkiye'deki işletmelerin 2006-2016 yılları arasındaki net satışları ile Ar-Ge, PSD ve GY harcamalarının ölçeksel bazda yıllar itibarıyla karşılaştırılması ve bu giderlerin birbirleri ile ilişkilerinin istatistiksel olarak analiz edilmesi amaçlanmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Ar-Ge ile ortaya çıkan teknolojik ilerlemelerin içsel bir değişken olarak kabul edilmesi Schumpeter ve Neo Schumpeterci kuram sayesinde kabul görmüş, sonraki yıllarda, Yeni Klasik İktisatçılardan Romer ve Lucas'ın rehberliğinde "İçsel Büyüme Teorileri" geliştirilerek teknolojik gelişmenin ana kaynağının işletmelerin kendi bünyelerindeki Ar-Ge faaliyetleri olduğu kabul edilmiştir. Ar-Ge harcamalarının işletme ve ülkelerin teknolojik gelişmişlik seviyelerini yükseltmesinin iktisadi büyümeye olan pozitif katkısı artık genel kabul görmüş bir tespittir (Erdoğan ve Canbay, 2016: 41).

Ar-Ge harcamalarının işletme performansı üzerinde etkisi bulunmakta olup bu etki özellikle teknoloji yoğun işletmelerde daha fazladır (Tsai ve Wang, 2004: 1555). Chua ve diğerleri (2016: 1) 8 Asya ülkesinde 593 işletmenin kapsama alındığı araştırmanın sonuçlarına göre satışlar, kârlılık ve nakit akışı, Ar-Ge harcamaları ile pozitif ilişki içerisindedir. Ar-Ge harcamalarının en önemli sonuçlarından biri ticarileştirilebilir yenilik olan inovasyona zemin hazırlamasıdır. 1995-2014 döneminde Avrupa Birliği ülkelerinde yapılan araştırmanın sonuçları Ar-Ge yatırımlarının inovasyon ile ilişkisini ortaya koymaktadır. Ar-Ge, ekonomik teşviklere ve kamu politikalarına cevap veren inovasyonun ana itici gücüdür (Pegkas, Staikouras ve Tsamadias, 2019).

Tuna ve Yıldız (2016: 1), 2008-2015 dönemi için 16 teknoloji işletmesini araştırdıkları çalışmalarında; GY giderleri, PSD giderleri ve Ar-Ge giderleri ile işletme performansı arasında uzun vadeli bir ilişki bulunduğunu, PSD ve Ar-Ge giderlerinin işletme performansını artırırken, GY giderlerinin işletme performansını azalttığı sonucuna ulaşmıştır. Koçan ve Gerekan (2017: 884)

ise araştırmalarında Ar-Ge, PSD ve GY giderlerinin marka değeri üzerine anlamlı etkisinin olduğu ve marka değerini en fazla etkileyen unsurun ise Ar-Ge giderleri olduğu sonucuna ulaşmıştır. Faaliyet giderlerinin kâr marjına etkisi işletmenin ölçeğine göre değişiklik gösterebilmektedir. Çiftçi’nin (2014: 229) bulgularına göre, faaliyet giderlerinin kâr marjı üzerindeki etkisi ölçeğe göre farklılaşmaktadır. Küçük ölçekli işletmelerde yalnızca PSD, orta ölçekli işletmelerde Ar-Ge ve PSD, büyük ölçekli işletmelerde GY başta olmak üzere PSD ve Ar-Ge giderlerinin kâr marjı üzerinde etkisi bulunmaktadır.

Anagnostopoulou ve Levis’ in (2008: 293), ABD ve İngiltere’deki işletmelerin 1990-2003 yılları arasındaki verileri analiz ettikleri çalışmalarında; işletmelerin Ar-Ge harcamalarının işletme satışlarını ve gelirlerini arttırdığı ispatlanmıştır. Karacaer, Aygün ve Süleyman (2009: 65), İMKB’de yer alan 86 işletmeyi analiz ettikleri çalışmalarının sonucunda Ar-Ge giderlerinin pazarlama ve finansal açıdan işletme performansını arttırdığı, Ar-Ge çalışması yürüten işletmelerin daha kârlı, daha büyük ve daha fazla personel çalıştırdığı sonucuna ulaşmıştır. Aydın, Alrajhi ve Jouini’nin (2018: 159) çalışmalarının sonuçları, gelişmekte olan ülkeleri uzun vadeli sürdürülebilir ve rekabetçi ekonomik büyümeyi başarmak için Ar-Ge’ye daha fazla yatırım yapmaya teşvik etmeleri gerektiğini ortaya koymaktadır.

Kayıhan ve Tepeli’nin (2017: 327), Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapım Sektöründe yer alan 16 işletmedeki araştırmasına göre işletmelerin faaliyet kârı ile Ar-Ge ve PSD giderleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Pazarlama harcamalarının hisse senedi getirilerini pozitif yönde etkilediği, araştırma kapsamındaki işletmeler için pazarlama harcamalarının da maliyet unsuru olmaktan öte değer yaratan giderler olduğu ifade edilmektedir (Topuz ve Akşit, 2013: 59). Çifci, Doğanay ve Gülşen’in (2010: 95) 2000-2008 döneminde İMKB’de yer alan 82 işletmenin 2664 verisini analiz ettikleri çalışmalarının sonucuna göre, pazarlama giderleri başta olmak üzere, GY giderleri ve toplam aktif büyüklüğünün işletmelerin performansı üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır. Pazarlama faaliyetlerine yapılan yatırımların marka değerine ve finansal performansa etkisi bulunmaktadır (Kim, Park ve Yoon, 2018: 338) ve reklam harcamaları işletmelerin kârlılığı ile doğrudan ilişkilidir (Paton ve Williams: 1999: 89). Reklam harcamaları işletmelerin net geliri ile negatif, işletmenin faaliyet kârı ve satışları ile pozitif bir ilişki içinde olup reklamcılık ve Ar-Ge harcamalarının yoğunluğu arasında bir ilişki bulunmamaktadır (Yücel ve Kurt, 2003: 18). Literatür bulguları, makroekonomik olarak katma değerli, inovasyona dayalı üretim yapısı, işletme bazında pazarlama ve finansal performans göstergeleri açısından Ar-Ge, PSD ve GY yatırımlarının büyük önemi bulunduğunu göstermektedir.

3. ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Ar-Ge, PSD ve GY harcamalarının artmasının işletmelerin rekabet gücünü ve katma değerli üretim yapısını artıracığı ve işletme başına düşen net satışların bu performansın temel göstergesi olduğundan hareketle Türkiye'deki işletmelerin toplulaştırılmış resmi bilanço verilerini kullanarak 2006-2016 yılları arasındaki net satışları ile Ar-Ge, PSD ve GY giderlerinin işletme ölçeği bazında yıllar itibariyle karşılaştırılması ve bu giderlerin birbirleri ile ilişkilerinin istatistiksel olarak analiz edilmesi araştırmanın amacıdır.

Girişimci Bilgi Sistemi (GBS)³den alınan veriler, 2006-2016 dönemine ilişkin yaklaşık 1.200.000 işletmeye ilişkin konsolide bilançolardan işletme ölçeği (mikro, küçük, orta, büyük) bazında her yıl için değerlendirilmiştir. Ölçeksel bazda; net satış toplamları işletme sayılarına bölünerek işletme başına net satış tutarları, toplam Ar-Ge giderlerinin işletme sayısına bölünmesi ile yıllar itibariyle işletme başına düşen Ar-Ge gideri, Ar-Ge giderlerinin işletme net satışlarına bölünmesi ile de Ar-Ge giderlerinin net satışlar içerisindeki oranı belirlenmiştir. Aynı yöntemle işletme başına PSD ve GY giderleri ile net satış içerisindeki PSD ve GY giderlerinin oranı hesaplanarak bir veri seti oluşturulmuştur. Veri setinin istatistik analizleri için IBM, SPSS v. 18.0 kullanılmıştır. Ölçeksel bazda yıllar itibariyle faaliyet giderlerinde ve net satışta artış olup olmadığı normallik testi sonrası Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile araştırılmıştır. Shapiro-Wilk Testi sonucunda üç değişken içinde normallik sağlanmadığından ANOVA yerine, bu testin parametrik olmayan karşılığı olan Kruskal Wallis Testi kullanılmıştır. Kruskal Wallis Testi sonucunda gruplar arası farkın hangi gruplar arasında olduğunun analizi için Mann-Whitney U Testi uygulanmıştır. Sonrasında Ar-Ge, PSD ve GY giderlerinin birbirleri ile olan ilişkilerinin ölçülmesi amacıyla yapılan Korelasyon Analizinde veriler normal dağılım sağlamadığından sonuçlar Spearman'ın Sıralama Korelasyon Katsayısı⁴ Testi ile ölçülmüştür.

3.2. İşletme Ölçekleri Bazında Temel Verilerin Değerlendirilmesi

Ar-Ge, PSD ve GY giderleri ile ilgili olarak analizler yapılmadan önce söz konusu değişkenlere ilişkin temel istatistik değerlerinin verilmesi ve yorumlanması uygun olacaktır. Ar-Ge, PSD ve GY giderlerinin işletme ölçeklerine göre işletme sayısı ve net satış tutarına bölünmesi ile elde edilen değişkenler ve değişkenlere ilişkin veriler Çizelge 1 ile Çizelge 4 arasında yer almıştır.

³ Girişimci Bilgi Sistemi (GBS), farklı kamu kurum ve kuruluşlarının idari kayıtlarında bulunan işletmelere ait ekonomik faaliyetlere ilişkin verilerin, ortak standartlar çerçevesinde bir veri tabanında toplanması ve bu verilerin entegrasyonu projesidir.

⁴ Spearman's Rho Correlation Coefficient'in karşılığı olarak kullanılmıştır.

Çizelge 1. 2006-2016 Dönemi Mikro Ölçekli İşletmelere İlişkin Veriler

Yıl	Mikro Ölçekli İşletmelere İlişkin Veriler						
	Net Satış / İşletme Sayısı	Ar-Ge Giderleri / İşletme Sayısı	PSD Giderleri / İşletme Sayısı	GY Giderleri / İşletme Sayısı	Ar-Ge Giderleri / Net Satış	PSD Giderleri / Net Satış	GY Giderleri / Net Satış
2006	318.319	193	6571	30.917	0,00061	0,02064	0,09713
2007	332.206	192	6693	33.209	0,00058	0,02015	0,09996
2008	351.529	228	7191	35.211	0,00065	0,02046	0,10017
2009	337.667	195	6879	35.053	0,00058	0,02037	0,10381
2010	358.221	332	7247	37.348	0,00093	0,02023	0,10426
2011	398.608	276	8138	41.404	0,00069	0,02042	0,10387
2012	426.819	294	8628	44.794	0,00069	0,02021	0,10495
2013	431.695	282	8962	46.873	0,00065	0,02076	0,10858
2014	439.914	342	9250	49.685	0,00078	0,02103	0,11294
2015	457.499	325	9407	52.141	0,00071	0,02056	0,11397
2016	447.845	375	10.044	56.035	0,00084	0,02243	0,12512

Kaynak: GBS'den alınan açık paylaşım verilerden konsolide edilmiştir.

Çizelge 2. 2006-2016 Dönemi Küçük Ölçekli İşletmelere İlişkin Veriler

Yıl	Küçük Ölçekli İşletmelere İlişkin Veriler						
	Net Satış / İşletme Sayısı	Ar-Ge Giderleri / İşletme Sayısı	PSD Giderleri / İşletme Sayısı	GY Giderleri / İşletme Sayısı	Ar-Ge Giderleri / Net Satış	PSD Giderleri / Net Satış	GY Giderleri / Net Satış
2006	3.082.945	1827	80.335	185.869	0,00059	0,02606	0,06029
2007	3.182.032	1907	82.547	196.452	0,00060	0,02594	0,06174
2008	3.272.080	2250	85.705	210.632	0,00069	0,02619	0,06437
2009	3.203.481	2085	83.640	209.592	0,00065	0,02611	0,06543
2010	3.288.468	1969	83.329	211.708	0,00060	0,02534	0,06438
2011	3.686.553	1907	85.114	223.434	0,00052	0,02309	0,06061
2012	3.744.023	1847	87.351	231.808	0,00049	0,02333	0,06191
2013	3.861.130	2155	88.765	244.112	0,00056	0,02299	0,06322
2014	3.900.318	2312	88.298	249.674	0,00059	0,02264	0,06401
2015	3.967.418	2389	87.072	252.229	0,00060	0,02195	0,06358
2016	3.808.369	2493	89.155	266.949	0,00065	0,02341	0,07010

Kaynak: GBS'den alınan açık paylaşım verilerden konsolide edilmiştir.

Çizelge 3. 2006-2016 Dönemi Orta Ölçekli İşletmelere İlişkin Veriler

Yıl	Orta Ölçekli İşletmelere İlişkin Veriler						
	Net Satış / İşletme Sayısı	Ar-Ge Giderleri / İşletme Sayısı	PSD Giderleri / İşletme Sayısı	GY Giderleri / İşletme Sayısı	Ar-Ge Giderleri / Net Satış	PSD Giderleri / Net Satış	GY Giderleri / Net Satış
2006	17.466.677	14.209	575.645	766.170	0,00081	0,03296	0,04386
2007	18.638.483	17.788	627.234	832.328	0,00095	0,03365	0,04466
2008	18.156.856	19.108	658.316	872.229	0,00105	0,03626	0,04804
2009	18.184.096	15.344	646.630	881.139	0,00084	0,03556	0,04846
2010	18.784.358	12.570	645.819	868.622	0,00067	0,03438	0,04624
2011	20.220.521	16.609	655.419	912.029	0,00082	0,03241	0,04510
2012	20.391.581	15.498	681.340	929.077	0,00076	0,03341	0,04556
2013	21.128.290	15.367	680.994	975.845	0,00073	0,03223	0,04619
2014	21.859.680	16.221	682.862	1.017.817	0,00074	0,03124	0,04656
2015	22.720.280	17.593	662.394	1.038.938	0,00077	0,02915	0,04573
2016	23.593.188	20.312	685.741	1.088.424	0,00086	0,02907	0,04613

Kaynak: GBS'den alınan açık paylaşım verilerden konsolide edilmiştir.

Çizelge 4. 2006-2016 Dönemi Büyük Ölçekli İşletmelere İlişkin Veriler

Yıl	Büyük Ölçekli İşletmelere İlişkin Veriler						
	Net Satış / İşletme Sayısı	Ar-Ge Giderleri / İşletme Sayısı	PSD Giderleri / İşletme Sayısı	GY Giderleri / İşletme Sayısı	Ar-Ge Giderleri / Net Satış	PSD Giderleri / Net Satış	GY Giderleri / Net Satış
2006	197.492.045	415.995	8.976.567	6.512.760	0,00211	0,04545	0,03298
2007	204.800.111	424.476	9.782.727	7.290.696	0,00207	0,04777	0,03560
2008	219.910.618	403.492	10.496.403	8.007.058	0,00183	0,04773	0,03641
2009	210.883.405	430.499	11.033.769	8.217.553	0,00204	0,05232	0,03897
2010	219.396.617	393.048	11.021.461	7.903.208	0,00179	0,05024	0,03602
2011	232.288.178	452.100	11.184.396	7.941.727	0,00195	0,04815	0,03419
2012	239.876.083	457.417	11.371.256	8.110.684	0,00191	0,04740	0,03381
2013	244.215.424	432.777	11.578.739	8.227.660	0,00177	0,04741	0,03369
2014	255.013.473	454.083	12.073.890	8.630.423	0,00178	0,04735	0,03384
2015	253.542.073	452.924	12.335.632	9.096.930	0,00179	0,04865	0,03588
2016	256.058.294	435.149	12.864.173	9.533.488	0,00170	0,05024	0,03723

Kaynak: GBS'den alınan açık paylaşım verilerden konsolide edilmiştir.

2006-2016 döneminde net satış gelirlerinden ayrılan Ar-Ge payı orta ölçekli işletmelerde % 6, küçük ölçekli işletmelerde % 10, mikro ölçekli işletmelerde % 38 artarken büyük ölçekli işletmelerde % 20 azalmıştır.

2016 yılı verilerine göre Mikro ölçekli işletmelerde Ar-Ge payı (0,084), küçük ölçekli işletmelerden fazla (0,065), orta ölçekli işletmelerle (0,086) yaklaşık olarak aynı seviyededir. Mikro ölçekli işletmelerin ölçeklerine göre daha fazla Ar-Ge yatırımı yaptıkları söylenebilir. Net satış içerisinde en yüksek Ar-Ge oranı, büyük ölçekli işletmelerde 2006, orta ve küçük ölçekli işletmelerde 2008 ve mikro ölçekli işletmelerde 2010 yılındadır.

Büyük ölçekli işletmelerde net satışlar içindeki PSD payı 10 yılda % 10, mikro işletmelerde % 9 artarken, orta ölçekli işletmelerde % 13, küçük işletmelerde % 11 azalmıştır. Net satış içerisinde en yüksek PSD oranı büyük ölçekli işletmelerde 2009, küçük ölçekli ve orta ölçekli işletmelerde 2008'de ve mikro işletmelerde 2016 yılındadır. Büyük işletmelerde PSD harcamalarının net satışlara oranı bariz bir şekilde orta küçük ve mikro işletmelerden fazladır. Örneğin büyük işletmelerin net satışlarından PSD'ye ayırdığı pay mikro işletmelere göre 2.2 kat daha fazladır. PSD giderlerinin net satışlar içerisindeki oranı analiz edildiğinde büyük ölçekli işletmelerin net satışlar içerisindeki PSD giderlerinin diğer işletme ölçeklerine göre daha fazla olduğu, ölçek büyüdükçe ortalamaların arttığı görülmektedir.

Mikro ölçekli işletmelerde 2006 yılına göre 2016 yılındaki GY gideri artış oranı % 29'dur. Bu artış oranı mikro ölçekli işletmelerde kurumsallaşmanın arttığına işaret olabilir. GY artış oranı büyük ölçekli işletmelerde % 13, küçük ölçekli işletmelerde % 16, orta ölçekli işletmelerde % 5 ile sınırlı kalmıştır. Net satış içerisinde GY oranı; büyük ve orta ölçekli işletmelerde 2009, mikro ve küçük ölçekli işletmelerde 2016 yılında en üst seviyesine ulaşmıştır. GY giderlerinin net satışlar içerisindeki oranı analiz edildiğinde mikro ölçekli işletmelerin net satışlar içindeki GY giderlerinin diğer işletme ölçeklerine göre daha fazla olduğu, ölçek büyüdükçe ortalamaların düştüğü görülmektedir.

3.3. Net Satışlardan Faaliyet Giderlerine Ayrılan Payın İşletme Ölçekleri Bazında Karşılaştırılması

3.3.1. Temel İstatistik Değerler ve Verilerin Normalliğinin Sınanması

Araştırmanın değişkenlerini oluşturan Ar-Ge, PSD ve GY giderlerinin net satış tutarına oranlarına ilişkin veriler Çizelge 5'te yer almaktadır. Çizelgedeki değerler, değişkenlere ilişkin tüm yıllar ve ölçekler bazındaki verilerin bir arada değerlendirilmesi ile elde edilmiştir.

Çizelge 5. Araştırmaya Konu Değişkenlere İlişkin Temel İstatistik Değerleri

Değişkenler	N	Minimum Değer	Maksimum Değer	Ortalama	Standart Sapma	Varyans
Ar-Ge Giderleri / Net Satış	44	,0005	,0021	,001005	,0005291	,000
PSD Giderleri / Net Satış	44	,0201	,0523	,031527	,0109495	,000
GY Giderleri / Net Satış	44	,0330	,1251	,062945	,0278916	,001

Çizelge 5 incelendiğinde araştırmanın 44 birim üzerinden yapıldığı görülmektedir. Değişkenlere ilişkin ortalama değerleri incelendiğinde Ar-Ge giderlerinin net satışlar içerisindeki oranının 0,001 ortalamaya, PSD giderlerinin net satışlar içerisindeki oranının 0,031 ortalamaya ve GY giderlerinin net satışlar içerisindeki oranının 0,0629 ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Verilerin ortalama etrafında dağılımı ile ilgili bilgi veren standart sapma değerleri incelendiğinde ölçeksel bazda ayırışmaya neden olabilecek düzeyde sapmaların olduğu gözlemlenmektedir.

Veri setinde yer alan grupların (mikro, küçük, orta ve büyük işletmeler) karşılaştırılmasında kullanılan ANOVA Testinin yapılabilmesi için öncelikle verilerin normal dağılım gösterip göstermediği incelenmiştir.

H_0 : Verilerin dağılımı ile normal dağılım arasında fark yoktur.

H_1 : Verilerin dağılımı ile normal dağılım arasında fark vardır.

Kolmogorov-Smirnov Testi yerine daha güçlü bir test olan Shapiro-Wilk Testine göre % 95 güven düzeyinde, işletme başına ayrı ayrı Ar-Ge, PSD ve GY giderleri için anlamlılık değeri (P) 0,05'den küçük olduğu için kurulan H_0 hipotezi reddedilir. Diğer bir ifade ile % 95 güven düzeyinde işletme başına Ar-Ge, PSD ve GY giderlerine ilişkin veriler normal dağılım göstermemektedir.

Üç değişken için de normallik varsayımı sağlanamadığından ANOVA yerine bu testin parametrik olmayan karşılığı olan ve normal dağılım göstermeyen gruplarda üç veya daha fazla sayıda grubun ortalamalarını karşılaştırmak amacıyla kullanılan Kruskal Wallis H Testi uygulanmıştır (Otrar, 2019).

3.3.2. Ar-Ge Giderlerinin Net Satışlar İçerisindeki Payının Ölçeksel Analizi

Mikro, küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerin net satışlarından Ar-Ge giderlerine ayırdıkları payın artış gösterip göstermediğine ve ölçeksel bazda bu farkların karşılaştırılmasına yönelik aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H_0 : Ar-Ge giderlerinin net satışlar içerisindeki payında ölçek ortalamaları arasında fark yoktur.

H_1 : Ar-Ge giderlerinin net satışlar içerisindeki payında ölçek ortalamaları arasında fark vardır.

Kruskal Wallis Testine göre % 95 güven düzeyinde anlamlılık değeri (P) 0,000 olarak elde edilmiş ve bu değer 0,05’den küçük olduğu için de kurulan H_0 hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile Ar-Ge giderlerinin net satışlar içindeki payı açısından ölçek ortalamaları arasında fark vardır. Veriler normal dağılım sağlamadığından farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla Mann-Whitney U Testi uygulanmış olup bu testin sonucu Çizelge 6’da yer almıştır.

Çizelge 6. Net Satışlardan Ar-Ge’ye Ayrılan Payın Yıllar İtibariyle İşletme Ölçekleri Bazında Farkı

Karşılaştırılan İkili Ölçek Türü	Mann-Whitney U Değeri	Wilcoxon W Değeri	Z Değeri	Anlamlılık Düzeyi
Mikro İle Küçük	30,000	96,000	-2,142	,032
Mikro İle Orta	25,500	91,500	-2,382	,017
Mikro İle Büyük	,000	66,000	-4,022	,000
Küçük İle Orta	4,500	70,500	-3,776	,000
Küçük İle Büyük	,000	66,000	-4,044	,000
Orta İle Büyük	,000	66,000	-4,025	,000

Test sonuçlarındaki anlamlılık düzeyi incelendiğinde tüm ikili ölçekler arasında fark olduğu görülmektedir. Farklılığın tam olarak hangi ölçekten kaynaklandığına ilişkin bilgi için ölçeklerin ortalama değerlerine bakılmıştır. Ar-Ge giderlerinin net satışlar içerisindeki payında mikro ölçekli işletmelere ait ortalama değer 0,0007, küçük ölçekli işletmelere ait ortalama değer 0,0006, orta ölçekli işletmelere ait ortalama değer 0,0008 ve büyük ölçekli işletmelere ait ortalama değer 0,0019’dur. Ortalama değerlere göre farklılığın en büyük kaynağı büyük ölçekli işletmelerdir. Ar-Ge giderlerinin net satışlar içerisindeki oranı istatistiksel olarak analiz edildiğinde işletme ölçekleri arasında fark bulunduğu görülmektedir. Mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ortalamalarının birbirlerine yakın, büyük ölçekli işletmelerin ise diğer ölçeklere nazaran yüksek bir ortalamaya sahip oldukları görülmektedir. Diğer bir ifade ile büyük ölçekli işletmeler net satış gelirleri üzerinden Ar-Ge’ye daha yüksek oranlarda pay ayırmaktadır.

3.3.3. PSD Giderlerinin Net Satışlar İçerisindeki Payının Ölçeksel Analizi

Mikro, küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerin net satışlarından PSD giderlerine ayırdıkları payın artış gösterip göstermediğine ve ölçeksel bazda bu farkların karşılaştırılmasına yönelik aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H_0 : PSD giderlerinin net satışlar içerisindeki payında ölçek ortalamaları arasında fark yoktur.

H_1 : PSD giderlerinin net satışlar içerisindeki payında ölçek ortalamaları arasında fark vardır.

Kruskal Wallis Testine göre % 95 güven düzeyinde anlamlılık değeri (P) 0,000 olarak elde edilmiş ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için de kurulan H_0 hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile yapılan test sonucunda gruplar arası fark olduğu tespit edilmiş olup farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla veriler normal dağılmadığından Mann-Whitney U Testi uygulanmıştır. Bu testin sonucu Çizelge 7'de görülmektedir.

Çizelge 7. Net Satışlardan PSD'ye Ayrılan Payın Yıllar İtibariyle İşletme Ölçekleri Bazında Farkı

Karşılaştırılan İkili Ölçek Türü	Mann-Whitney U Değeri	Wilcoxon W Değeri	Z Değeri	Anlamlılık Düzeyi
Mikro İle Küçük	1,000	67,000	-3,911	,000
Mikro İle Orta	,000	66,000	-3,976	,000
Mikro İle Büyük	,000	66,000	-3,978	,000
Küçük İle Orta	,000	66,000	-3,974	,000
Küçük İle Büyük	,000	66,000	-3,976	,000
Orta İle Büyük	,000	66,000	-3,975	,000

Test sonuçlarındaki anlamlılık düzeyi incelendiğinde tüm ikili ölçekler arasında fark olduğu görülmektedir. Farklılığın tam olarak hangi ölçekten kaynaklandığına ilişkin bilgi için ölçeklerin ortalama değerlerine bakılmıştır. PSD giderlerinin net satışlar içerisindeki payında mikro ölçekli işletmelere ait ortalama değer 0,0207, küçük ölçekli işletmelere ait ortalama değer 0,0243, orta ölçekli işletmelere ait ortalama değer 0,0328 ve büyük ölçekli işletmelere ait ortalama değer 0,0484'dür. Bu bilgiler doğrultusunda tüm gruplar arasında fark olduğu, en büyük farklılığın büyük ölçekte olduğu ve ortalamalar açısından ölçek büyüdükçe artan bir eğilim olduğu gözlemlenmektedir.

3.3.4. GY Giderlerinin Net Satışlar İçerisindeki Payının Ölçeksel Analizi

Mikro, küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerin net satışlarından GY giderlerine ayırdıkları payın artış gösterip göstermediğine ve ölçeksel bazda bu farkların karşılaştırılmasına yönelik aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H_0 : GY giderlerinin net satışlar içerisindeki payında ölçek ortalamaları arasında fark yoktur.

H_1 : GY giderlerinin net satışlar içerisindeki payında ölçek ortalamaları arasında fark vardır.

Kruskal Wallis Testine göre % 95 güven düzeyinde anlamlılık değeri (P) 0,000 olarak elde edilmiş ve bu değer 0,05’ten küçük olduğu için de kurulan H_0 hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile test sonuçlarına göre gruplar arası fark olduğu tespit edilmiştir. Farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla veriler normal dağılım sağlamadığından Mann-Whitney U Testi uygulanmış olup sonuçlar Çizelge 8’de yer almaktadır.

Çizelge 8. Net Satışlardan GY’ye Ayrılan Payın Yıllar İtibariyle İşletme Ölçekleri Bazında Farkı

Karşılaştırılan İkili Ölçek Türü	Mann-Whitney U Değeri	Wilcoxon W Değeri	Z Değeri	Anlamlılık Düzeyi
Mikro ile Küçük	,000	66,000	-3,974	,000
Mikro ile Orta	,000	66,000	-3,974	,000
Mikro ile Büyük	,000	66,000	-3,974	,000
Küçük ile Orta	,000	66,000	-3,975	,000
Küçük ile Büyük	,000	66,000	-3,975	,000
Orta ile Büyük	,000	66,000	-3,975	,000

Test sonuçlarındaki anlamlılık düzeyi incelendiğinde tüm ikili ölçekler arasında fark olduğu görülmektedir. Farklılığın hangi ölçekten kaynaklandığına öğrenmek üzere ölçeklerin ortalama değerlerine bakılmıştır. GY giderlerinin net satışlar içerisindeki payına ilişkin mikro ölçekli işletmelere ait ortalama değer 0,1068, küçük ölçekli işletmelere ait ortalama değer 0,0636, orta ölçekli işletmelere ait ortalama değer 0,0460 ve büyük ölçekli işletmelere ait ortalama değer 0,0353’tür. Bu bilgiler doğrultusunda tüm gruplar arasında fark bulunmakta olup mikro işletmelerin net satışlar içindeki GY harcaması diğer gruplara göre daha fazladır ve ölçek büyüdükçe ortalamalar düşmektedir.

3.4. Faaliyet Giderlerinin Birbirleriyle İlişkilerinin Analizi

Araştırma kapsamında ele alınan bir diğer soru ölçek farkı olmaksızın değişkenlerin (Ar-Ge, PSD, GY) birbirleri ile olan ilişkisidir. Diğer bir ifade ile bu analiz kapsamında işletmelerin faaliyet giderlerinin birbirleriyle olan hareketleri incelenmek istenmektedir. Örneğin, Türkiye’de işletmelerin Ar-Ge giderleri arttıkça PSD giderleri de artmakta mıdır? Bu soruların cevabını keşfetmeye yönelik aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H_0 : Net satışlardan Ar-Ge’ye ayrılan pay ile Net satışlardan PSD’ye ayrılan pay arasında ilişki yoktur.

H_1 : Net satışlardan Ar-Ge’ye ayrılan pay ile Net satışlardan PSD’ye ayrılan pay arasında ilişki vardır.

H_0 : Net satışlardan Ar-Ge’ye ayrılan pay ile Net satışlardan GY’ye ayrılan pay arasında ilişki yoktur.

H_1 : Net satışlardan Ar-Ge’ye ayrılan pay ile Net satışlardan GY’ye ayrılan pay arasında ilişki vardır.

H_0 : Net satışlardan PSD’ye ayrılan pay ile Net satışlardan GY’ye ayrılan pay arasında ilişki yoktur.

H_1 : Net satışlardan PSD’ye ayrılan pay ile Net satışlardan GY’ye ayrılan pay arasında ilişki vardır.

Çizelge 9. Faaliyet Giderlerinin Değişiminin Karşılaştırılması

		Ar-Ge/Net Satış	PSD/Net Satış	GY/Net Satış
Ar-Ge /Net Satış	Korelasyon Katsayısı	1,000	,753*	-,681*
	Anlamlılık Düzeyi	,	,000	,000
	N	44	44	44
PSD/Net Satış	Korelasyon Katsayısı	,753*	1,000	-,908*
	Anlamlılık Düzeyi	,000	,	,000
	N	44	44	44
GY/Net Satış	Korelasyon Katsayısı	-,681*	-,908*	1,000
	Anlamlılık Düzeyi	,000	,000	,
	N	44	44	44

* 0,01 önem düzeyinde

Veriler normal dağılım sağlamadığından analiz için Spearman’ın Sıralama Korelasyon Katsayısı Testi kullanılmıştır ve tüm ikili karşılaştırmalarda anlamlılık düzeyi 0,000 olduğundan üç hipotez de reddedilir. Diğer

bir ifade ile net satışlardaki faaliyet giderlerinin payları arasında ilişki bulunmamaktadır. Net satışlardan Ar-Ge’ye ayrılan pay ile net satışlardan PSD’ye ayrılan pay arasında pozitif yönlü ve güçlü bir ilişki (0,753), net satışlardan Ar-Ge’ye ayrılan pay ile net satışlardan GY’ye ayrılan pay arasında negatif yönlü ve güçlü bir ilişki (-0,681) ve net satışlardan PSD’ye ayrılan pay ile net satışlardan GY’ye ayrılan pay arasında negatif yönlü ve güçlü bir ilişki (-0,908) bulunmaktadır.

Ar-Ge’ye ayrılan pay ile PSD’ye ayrılan pay arasında pozitif yönlü ve güçlü bir ilişki olduğu tespit edilmiş olup, bu bulgu PSD içerisinde yer alan reklamcılık ile Ar-Ge harcamalarının yoğunluğu arasında ilişki bulunmadığını belirten Yücel ve Kurt’un (2003: 18) bulgularından farklı yöndedir. Net satışlardan Ar-Ge giderlerine ayrılan pay ile GY’ye ayrılan pay arasında negatif yönlü ve güçlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ülkemizdeki işletmeler Ar-Ge yatırımlarını arttırdıkça genel yönetim giderlerini azaltmaktadır veya farklı bir bakış açısıyla GY giderlerine ayrılan payın düşük olduğu işletmelerde Ar-Ge yatırımları artarak devam etmektedir. Net satışlardan GY’ye ayrılan pay ile PSD’ye ayrılan pay arasında negatif yönlü ve güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Net satışları içerisinde GY giderlerinin payı yüksek olan işletmelerde PSD giderleri düşük, GY giderleri düşük olan işletmelerdeki PSD giderleri yüksek düzeyde olmaktadır.

4. SONUÇ, ÖNERİLER VE KISITLAR

2016 yılında 2006 yılına göre Türk Lirası karşısında ABD Dolarının 2.5 kat artmasına ve kümülatif enflasyonun % 222’ye (TCMB, 2019) ulaşmasına karşılık, işletme başına düşen net satış; büyük ölçekli işletmelerde % 30, orta ölçekli işletmelerde % 35, küçük ölçekli işletmelerde % 23 ve mikro ölçekli işletmelerde % 40 artmıştır. Bu durum inovasyona dayalı katma değerli mal ve hizmetlerden ziyade kurulan işletmelerin önemli ölçüde birbirlerinden pay aldığı bir göstergesidir.

İşletmelerin rekabet gücünün artırılmasında Ar-Ge yatırımları kritik öneme sahiptir. 2016 yılında 2006 yılına göre mikro ölçekli işletmelerin ölçeklerine göre Ar-Ge yatırımlarının % 38 artmasına karşılık, büyük işletmelerde işletme başına düşen Ar-Ge yatırımlarının net satışlar içerisindeki oranının % 20 azalması endişe vericidir. Bu durumun sebepleri arasında mikro işletmelerin bireysel girişimlerden diğer ölçekteki işletmelerin aile işletmelerinden oluşması bir varsayım olarak gösterilebilecektir. Literatürde işletme sahiplik türünün Ar-Ge yatırımları üzerinde etkisi bulunduğu ve aile işletmelerinin diğer işletmelere nazaran Ar-Ge yatırımları daha az olduğu belirtilmektedir (Xiang ve diğerleri, 2019: 499). Türkiye’deki işletmelerin % 95’inin aile işletmesi olduğu (Karakurt, 2019) göz önüne alındığında aile işletmelerinin

Ar-Ge yatırımlarına teşvik edilmesi ve yeni teknolojik girişimcilerin desteklenmesinin büyük önemi bulunmaktadır.

2006-2016 döneminde büyük ölçekli işletmelerde net satışlar içindeki PSD payı % 10, mikro ölçekli işletmelerde % 9 artarken, orta ölçekli işletmelerde % 13, küçük ölçekli işletmelerde % 11 azalmıştır. Büyük ölçekli işletmelerde PSD harcamalarının net satışlara oranı bariz bir şekilde orta, küçük ve mikro ölçekli işletmelerden fazladır. Mikro ölçekli işletmelerde net satışlar içindeki GY giderinin diğer gruplara göre daha fazla olduğu, ölçek büyüdükçe net satışlar içindeki GY gideri ortalamalarının düştüğü görülmektedir. Mikro ölçekli işletmelerdeki GY gider oranı yüksekliğinin, işletmelerin yapısı nedeniyle doğal bir sonuç olup olmadığını araştırılması gereklidir. Ar-Ge, PSD ve GY giderlerinin net satışlar içerisindeki paylarının en yüksek olduğu yıllar farklılaşmakta olup bu farklılaşmanın nedenlerinin araştırılması sonraki araştırmalarda ele alınabilecektir.

Net satışlardan Ar-Ge'ye ayrılan pay ile PSD'ye ayrılan pay arasında pozitif yönlü ve güçlü bir ilişki olması, Türkiye'deki işletmelerin Ar-Ge yatırımlarını PSD yatırımları ile birlikte gerçekleştirdiğini göstermektedir. Net satışları içerisinde GY payı yüksek olan işletmelerde, Ar-Ge ve PSD giderleri düşük düzeydedir. Bu çalışmada mevcut durum işletme bazında değil, konsolide bilançolar üzerinden elde edilen sonuçlar itibariyle araştırılmış olup sonraki çalışmalarda faaliyet giderlerine ilişkin ulaşılan bulguların farklı değişkenlerle detaylı olarak analiz edilmesinin literatür ve uygulamacılar açısından faydalı olacağı öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- ALCHIAN, A. A., (1950), **Uncertainty, Evolution and Economic Theory**, *Journal of Political Economy*, 58 (3), 211-221.
- ANAGNOSTOPOULOU, S. & LEVIS, M., (2008), **R&D and Performance Persistence: Evidence from the United Kingdom**, *The International Journal of Accounting*, 43 (3), 293-320.
- AUTIO, E., KEELEY, R. H., KLOFSTEN, M., PARKER, G. C. & HAY, M., (2001), **Entrepreneurial Intent Among Students in Scandinavia and in the USA**, *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2 (2), 145-160.
- AYDIN, N., ALRAJHI A. N. & JOUINI, H. J., (2018), **Estimating the Impact of R&D Spending on Total Factor Productivity for OECD Countries: Pooled Mean Group Approach**, *The Journal of Developing Areas*, 52 (2), 159-168.
- BARNEY, J. B., (1991), **Firm Resources and Sustained Competitive Advantage**, *Journal of Management*, 17 (1), 99-120.
- CAMBRIDGE, (2019), **Cambridge Dictionary**, Kasım 2019, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/entrepreneurship>.
- CHUA, S. R., CHONG, C. T., DY, M. C. S. & VILLAVICENCIO, A. M. E., (2016), **The Relationship of Corporate Financial Performance and Innovation Among Manufacturing Industries**, De La Salle University Araştırma Kongresi Sunumu, Manila, Philippines, 1-6.
- ÇİFCİ, S., DOĞANAY, M. ve GÜLŞEN, A., (2010), **Pazarlama Giderlerinin İşletme Kârlılıkları Üzerindeki Etkisi**, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 47 (544), 95-102.
- ÇİFTÇİ, C., (2014), **Türkiye İmalat Sanayinde Ölçek Bazında Kârlılık ve Temel Giderler İlişkisi: 1998-2009 Dönemi**, *Sosyo-Ekonomi*, 22, 229-252.
- COASE, R., (1937), **The Nature of the Firm**, *Economica*, 4 (16), 386-405.
- DEMİRGÜNEŞ, K. ve ÜÇLER, G., (2016), **Ar-Ge Yatırımları ve Büyüme: İmalat Sektörü Üzerine Ampirik Bir Çalışma**, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 45 (1), 53-64.
- DRUCKER, P., (2014), **Innovation and Entrepreneurship**, London: Routledge.
- ERDOĞAN, S. ve CANBAY, Ş., (2016), **İktisadi Büyüme ve Araştırma & Geliştirme (Ar-Ge) Harcamaları İlişkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme**, *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (2), 29-44.
- FRIEDMAN, M., (1953), **The Methodology of Positive Economics**, *In Essays In Positive Economics*, Chicago: University of Chicago Press.
- GBS, (2019), **Girişimci Bilgi Sistemi**, Kasım 2019, <https://gbs.sanayi.gov.tr/GbsHakkinda.aspx>.
- GEROSKI, P., (2005), **Understanding the Implications of Empirical Work on Corporate Growth Rates**, *Managerial and Decision Economics*, 26 (2), 129-138.
- GOSWAMI, A., MEDVEDEV, D. & OLAFSEN, E., (2019), **High-Growth Firms : Facts, Fiction and Policy Options for Emerging Economies**, Washington, DC: World Bank.

- KARAKURT, M., (2019), **Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma ve Kurumsal Yönetim**, Kasım 2019, PWC, <https://www.okul.pwc.com.tr/images/uploadfile/content/635224429789350499.pdf>.
- MUHASEBETÜRK, (2019), **Faaliyet Giderleri Nedir?**, Kasım 2019, <https://www.muhasebeturk.org/nedir/faaliyet-giderleri-nedir>.
- NG, P. Y., (2013), **Characterising High Growth Firms: Perspectives from the Asia-Pacific Region**, University of Canterbury, Department of Management, Doktora Tezi.
- OTRAR, M., (2019), **Kruskal Wallis-H Testi**, Kasım 2019, <http://mustafaotrar.net/istatistik/kruskal-wallis-h-testi>.
- PETERAF, M. A., (2006), **The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View**, *Strategic Management Journal*, 14 (3), 179-191.
- TCMB, (2019), **Enflasyon Hesaplayıcısı**, Kasım 2019, http://www3.tcmb.gov.tr/enflasyonalcal/enflasyon_anayeni.php.
- TOPUZ, V. Y. ve AKŞİT, N., (2013), **İşletmelerin Pazarlama Giderlerinin Hisse Senetleri Getirileri Üzerindeki Etkisi**, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (1), 53-60.
- VECIANA, J., APONTE, M. & URBANO, D., (2005), **University Students' Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison**, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1 (2), 165-182.
- VINER, J., (1932), **Cost Curves and Supply Curves**, *Zeitschrift für Nationalökonomie*, 3 (1), s. 23-46.
- WANG, C. K. & WONG, P. K., (2004), **Entrepreneurial Interest of University Students in Singapore**, *Technovation*, 24 (2), 163-172.
- XIANG, D., CHEN, J., TRIPE, D. & ZHANG, N., (2019), **Family firms, sustainable innovation and financing cost: Evidence from Chinese hi-tech small and medium-sized enterprises**, *Technological Forecasting and Social Change*, 144, 499-511.
- YÜCEL, T. ve KURT, G., (2003), **Araştırma-Geliştirme ve Pazarlama Giderlerinin Firma Kârlılığı Üzerine Etkisi**, *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, 18 (209), 18-24.