



KOBİ'lerde Girişimcilik Değerleri ve Dış Ticaret Faaliyetleri Arasındaki İlişki: Sanayi İşletmeleri Örneği

*The Relationship Between The Values Of Entrepreneurship And Foreign
Trade Activities In SME's: The Case Of Industrial Enterprises*

Ayberk ŞEKER
Yalova Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi, Uluslararası
Ticaret ve Finansman
Bölümü, Yalova, Türkiye
ayberk.seker@yalova.edu.tr

Mesut DOĞAN
Afyon Kocatepe
Üniversitesi, Bayat Meslek
Yüksekokulu, İşletme
Yönetimi Bölümü, Afyon,
Türkiye
mesutdogan@aku.edu.tr

Bilge Leyli ELİTAŞ
Yalova Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi, Uluslararası
Ticaret ve Finansman
Bölümü, Yalova, Türkiye
bilgeleyli@yalova.edu.tr

Özet

Günümüzde ülkeler açısından KOBİ'lerin ve girişimcilerin ulusal ve uluslararası ekonomideki yeri önemlidir. Serbest piyasa ekonomisinde artan rekabete uyum sağlama, pazar ve üretim bilgisine sahip olma, oluşabilecek riskleri üstlenme, iş yönetimindeki ve organizasyonundaki yetenekleri ve yeniliklere hızlı bir şekilde uyum sağlama kabiliyetleri dolayısıyla KOBİ'ler ülke ve uluslararası ekonomi açısından giderek önem kazanmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye ve uluslararası ekonomi için önem arz eden KOBİ'lerin girişimcilik değerleri ile dış ticaret faaliyetleri arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Çalışmaya, dış ticaret faaliyetlerine bakışını değerlendirmek ve girişimciliğin dış ticaret ile olan ilişkisini belirlemek amacıyla Ankara, İstanbul, Adana, Mersin, Bursa ve Kocaeli illerinde dış ticaret yapan firmalar dâhil edilmiştir. Araştırma kapsamında 180 tane KOBİ ile görüşülerek anket yoluyla birincil veriler toplanmıştır. Araştırma dâhilinde yapılan analizler sonucunda, KOBİ'lerin girişimcilik değerleri ile dış ticaret faaliyetleri arasında olumlu bir ilişki bulunduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, Girişimcilik Değerleri, Dış Ticaret Faaliyetleri.

Abstract

Nowadays, SME's and entrepreneurs have important roles in the national and international economy in terms of countries. SME's and entrepreneurs have several advantages in competitive market economy. These advantages are adapting increasing competition, gaining knowledge of market and production, undertaking the risks that may occur, adapting quickly to innovations in the organization. In this study, it is analyzed relationship between SME's entrepreneurship values and foreign trade activities. It has been included to study that foreign trade firms in Ankara, Istanbul, Adana, Mersin, Bursa and Kocaeli in order to evaluate their views of foreign trade

activities and determine relationship between entrepreneurship and foreign trade. In the scope of the research, it is used primary data that belong to 180 SMEs. The empirical result of research shows that there are positive relationship between entrepreneurship values and foreign trade.

Keywords: SME, Entrepreneurial Values, Foreign Trade Operations.

1. Giriş

Ülke ekonomilerinde girişimciliğin önemi gün geçtikçe artmaktadır. Uluslararası ekonomide büyük bir rolü bulunan girişimcilerin, diğer bir ifadeyle küçük ve orta boy işletmelerin (KOBİ) önemi de bu doğrultuda artmaktadır. Modern girişimcilik anlayışıyla birlikte girişimciler, serbest piyasa ekonomisinin gelişimine ve artan rekabet koşullarına uyum sağlanmasına büyük katkılarda bulunmuştur. Girişimciler; yenilikçilik, pazar ve üretim bilgisine sahip olma, oluşabilecek riskleri üstlenme, iş yönetimindeki ve organizasyonundaki yetenekleri sayesinde dış ticaretteki yoğun rekabet koşullarına çabuk uyum sağlayabilmektedirler.

Girişimcilik, ülke ekonomilerindeki önemi dolayısıyla zaman içinde üretim faktörleri arasında kendi yerini almıştır. Ülkeler; emek, sermaye ve doğal kaynakları kadar girişimcilik faktörünün de ekonomi için önemli bir faktör olduğunun farkına varmışlar ve bu doğrultuda girişimciliği özendirme ve girişimcilere destek sağlamak amacıyla çeşitli ekonomi politikaları geliştirmektedirler (Aksöz vd., 2013: 2).

Uluslararası ekonomide gerçekleşen değişimler ve bu değişimler sonucu meydana gelen yenilikler doğrultusunda ülkeler bu yeni trendlere uyum sağlayarak ekonomik faaliyetlerini devam ettirmek zorunda kalmaktadırlar. Ekonomide meydana gelen değişimlere ve yeni taleplere hızlıca uyum sağlayabilme yeteneğine sahip girişimciler ülkelerin bu yeni trendleri takip ederek ekonomik faaliyetlerini sürdürmesine katkı sağlamaktadırlar. KOBİ'ler esnek üretim yapıları ve değişen ekonomik koşullara hızlı bir şekilde uyum sağlama özellikleri sayesinde ülke ekonomilerinde lokomotif olmuşlardır.

Serbest piyasa koşullarının hâkim olduğu dış ticaret ortamında, ülkeler için KOBİ'ler az maliyetli ve kaliteli üretimleri sayesinde büyük önem taşımaktadırlar. Ekonomide büyük bir öneme sahip olan KOBİ'ler ülkemizdeki işletmelerin % 99,8'ini oluşturmaktadırlar.

Bu çalışmada, öncelikle girişimcilik ve dış ticaret arasındaki ilişki incelenecektir. Bu bölümde ilk olarak, girişimcilik tarihi ve girişimciliğin özellikleri irdelenecektir. Sonrasında ekonomide büyük rolü bulunan KOBİ'lerin özellikleri ve ülke ekonomisi için önemine değinilecektir. Aynı bölüm içinde son olarak, dış ticaretin önemine değinilerek girişimcilik ve dış ticaret arasındaki ilişki değerlendirilecektir.

KOBİ'lerin girişimcilik özellikleri ve dış ticaret üzerindeki etkisi değerlendirildikten sonra konu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmaların incelendiği literatür taraması ile çalışma devam edecektir. Literatür taraması sonrasında ise KOBİ'lerde girişimcilik ve dış ticaret ilişkisini ölçmek amacıyla geliştirilen anket çalışması analiz edilerek değerlendirilecektir.

2. Girişimcilik ve Dış Ticaret İlişkisi

Girişimcilik kavramı ekonomiye Fransız ekonomist Cantillon tarafından kazandırılmıştır. Cantillon'a göre girişimcilik, üretim faktörlerini bir araya getirerek kâr

edilecek mal üretme sürecidir. Girişimci bu üretim sürecinde kâr elde edebilmek amacıyla risk üstlenmektedir (Ağca ve Yörük, 2006: 156; Aytac, 2006: 141, Aksöz vd., 2013: 3). Girişimcilik kavramının ekonomiye kazandırılmasında önemli yere sahip olan bir diğer Fransız ekonomist ise J. B. Say'dır. Say ile birlikte girişimcilik üretim faktörlerinin arasına alınmış ve üretimde dördüncü faktör olarak belirlenmiştir (Durukan, 2007: 28). Girişimcilik kavramının ekonomi teorisinde yer almasını sağlayan ve girişimciliği ekonomik faktörlerin bir araya getirilmesi ile beraber, yenilikçilik anlayışının da benimsenmesi olduğunu belirten ekonomist Schumpeter olmuştur. Schumpeter'e göre girişimci, beklentileri doğrultusunda kararlar alan ve belirsizlik ortamında zorlukların üstesinden gelen kişidir (Aksöz vd., 2013: 4).

Girişimcilik; beşeri, fiziksel ve bilgi kaynaklarından oluşan ve gerekli üretim faktörlerini verimli bir şekilde bir araya getirme süreci olarak ifade edilmektedir (Lazear, 2005: 649). Girişimcilik; iş sürecindeki yetenekleri verimli bir şekilde bir araya getirebilmeyi, iş sürecini yönetebilme yeteneğine sahip olmayı ve iş sürecinde oluşabilecek riskleri üstlenebilmeyi gerektirmektedir (Grossman, 1984: 605). Bununla birlikte girişimcilik üzerine literatürde farklı birçok tanımlama bulunmaktadır. Literatüre göre girişimcilik; yeni iş fırsatlarının yaratılması ve keşfedilmesi, üretim için gereken faktörlerin bir araya getirilmesi ve oluşabilecek risklerin üstlenilmesi gibi eylemleri içermektedir. Gartner (1989) ile Low ve MacMillan (1988)'a göre girişimcilik; yeni üretim organizasyonlarının ve iş süreçlerinin oluşturulması olarak tanımlanırken; Schumpeter'e göre girişimcilik var olan ürünlerin, iş süreçlerinin, üretim organizasyonlarının ve pazarların yeniden organize edilmesi olarak tanımlanmaktadır (Ağca ve Yörük, 2006: 160). En temel şekliyle girişimcilik, bir işi yerine getirebilmek amacıyla eyleme başlamak olarak tanımlanabilmektedir (Erboy, 2013: 54).

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), girişimcilik ile ilgili iki tür tanımlama ortaya koymuştur. Geniş anlamdaki girişimcilik tanımlamasında girişimci bireyler ve bu bireylerin davranışları vurgulanmaktadır. Buna göre girişimci; değer yaratan, oluşabilecek riskleri üzerine alan ve fırsatları değerlendiren özelliklere sahiptir. Dar anlamdaki girişimcilik tanımına göre, girişimciler kazanç sağlayan ve piyasadaki fırsatları değerlendiren işletmeler kurarak bu işletmeleri yönetmektedirler. Süreç içerisinde sağladığı katma değerle, kurdukları bu işletmeleri büyütme amacına sahiptirler (Kapu ve Tutar, 2014: 117).

Girişimciliğin üç önemli motivasyonu bulunmaktadır. İlki yeni ürün, hizmet ve teknoloji üretme sürecini içinde barındıran yenilikçiliktir. İkincisi ise, girişimi gerçekleştirmek için yeni yöntem ve yolları arama özelliğidir. Sonuncusu ise, dışsal belirsizliklerin yarattığı riski azaltma ve mantıklı kararlar alınmasını sağlayan olumlu risk alma özelliğidir (Buhian vd., 2005: 10).

Girişimci, faaliyetlerinde başarılı olabilmek için risk alma, yenilikçilik, pazar ve piyasa hakkında bilgi sahibi olma, gerekli üretim bilgisine sahip olma, pazarlama becerileri, işletme yönetimi yeteneği ve iş sürecinde organizasyonu sağlama gibi bir takım özelliklere sahip olmalıdır (Littunen, 2000:295; Wright vd, 2001:113). Girişimciler bu özellikleri sayesinde karşılaştıkları yeni durumlar karşısında yenilikçi çözümler üreterek piyasada oluşan fırsatları değerlendirebilmektedirler.

Girişimci, işletme faaliyetlerinden doğan risk, yönetim ve sorumluluğu üstlenen kişi olmakla birlikte, günümüzde bilgi toplumunun ortaya çıkmasıyla yenilikçi ve çeşitli fırsatlar ortaya koyan ve bu fırsatlar için gerekli olan kaynakları ilgili fırsatlar üzerinde

yoğunlaştıran kişi olarak ifade edilebilmektedir (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 67; Ağca ve Yörük, 2006: 158). Girişimci olma yeteneğine sahip kişiler işletme faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine yönelik yetenekleri birleştirme ve bu faaliyetleri yönetebilme yeteneğine sahip olmalıdırlar. Dolayısıyla girişimcinin; işletme faaliyetleri için bir araya getirilecek iş gücünün yeteneklerini değerlendirebilecek yetenek ve tecrübeye olması gerekmektedir (Lazear, 2005: 650).

Girişimciler oluşabilecek yeni fırsatlar üzerinde gözlemler yapabilmeye, tahminde bulunma ve bu fırsatları değerlendirebilme yeteneğine sahiptirler. Bu doğrultuda, piyasadaki trend ve değişimleri takip etmektedirler (Marangoz, 2011: 182). Girişimciler, yenilikçi ve fırsatları değerlendiren kişiler olarak ekonomi ve tüketiciler için çeşitli faydalar sağlamaktadırlar. Gerçekleştirdikleri faaliyetler ile birlikte girişimciler, üretimi ve istihdamı arttırarak ülkedeki ekonomik ve sosyal dengenin sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. Bununla birlikte, ekonomideki verimliliği yükselterek tüketicilere kaliteli ürün ve hizmetler sunmaktadırlar. Girişimciler yenilikçi yapıya sahip olmaları sayesinde teknolojik gelişmelerin piyasaya yayılmasında önemli katkıda bulunmaktadır. Buna ek olarak, girişimciler ekonomiye sağladıkları katkı ile birlikte bölgeler ve sektörler arasındaki etkileşimleri arttırarak bir denge unsuru da oluşturmaktadırlar (Erboy, 2013: 53; Yıldız ve Alp, 2012: 33).

2.1. KOBİ Tanımı ve Ekonomiye Katkıları

Ekonominin temel yapıtaşını oluşturan KOBİ'ler, ülke ekonomisinde istihdam arttırıcı ve ekonomik dengesizlikleri önleyici fonksiyonlarının yanı sıra ekonomide girişimciliği de özendirici önemli bir etmen olmuştur (Ayık ve Keskin, 2008: 469).

KOBİ'lerin tanımlanmasında işletmede çalışan işçi sayısı, bilanço değerleri ve bağımsızlık ölçütleri gibi çeşitli faktörler kullanılmakla birlikte, KOBİ tanımı yapılırken sıklıkla kullanılan ölçüt, işletmede çalışan işçi sayısı olmaktadır (İnan ve Nakıboğlu, 2009: 229; Yıldız ve Alp, 2012: 35). Bu doğrultuda, on kişiden az çalışanı bulunan (0–9 kişi) ve net satış hasılatı ya da mali bilançosundan herhangi biri bir milyon Türk Lirasını geçmeyen işletmeler mikro işletme; elli kişiden az çalışanı bulunan (10–49 kişi) ve net satış hasılatı ya da mali bilançosundan herhangi biri sekiz milyon Türk Lirasını geçmeyen işletmeler küçük işletme olarak tanımlanırken, iki yüz elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosundan herhangi biri kırk milyon Türk Lirasını geçmeyen orta büyüklükteki ekonomik birimler ve girişimler KOBİ olarak sınıflandırılmaktadırlar (28457 Sayılı Resmi Gazete, 04.11.2012).

Küreselleşme süreci ile birlikte, Türkiye ve dünya ekonomisinde KOBİ'lerin önemi büyük oranda artmıştır. Türkiye'de KOBİ'lerin toplam girişim sayısının % 98,8'ini, istihdamın % 75,8'ini, maaş ve ücretlerin % 54,5'ini, oluşan katma değer % 54,2'sini ve yatırımların % 53,2'sini gerçekleştirmesi ülke ekonomisindeki rolünün önemini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, KOBİ'lerin ihracatta % 59,2 ve ithalatta ise % 39,9'luk paya sahip olmaları Türkiye'nin dış ticaretinde KOBİ'lerin ortaya koydukları girişimcilik performanslarının önemini yansıtmaktadır (TÜİK, 10.08.2015).

Ülkemizde KOBİ'ler her zaman ekonominin yapıtaşı olarak var olmuş ancak önem kazanması 1980'leri bulmuştur. Dünya ekonomisindeki küreselleşme ve Avrupa Birliği uyum sürecinin başlatılması ile birlikte KOBİ'lerin Türkiye ekonomisindeki önemi daha da artmıştır. Küreselleşme süreci ile birlikte ülkelerin üretim yöntemlerinde değişiklikler meydana gelmeye başlamıştır. Ölçek ekonomisi üretimi yerine esnek

üretim sistemleri benimsenmeye başlanmıştır. Bu doğrultuda kitlesel üretim sonucu tek tip üretim şekli yerine çeşit ekonomisi üretimine geçilmiştir. Bununla birlikte büyük ölçekli işletmelere göre küçük ve orta boy işletmeler daha çok önem kazanmaya başlamıştır (Özdemir vd., 2007: 176).

KOBİ'lerin önem kazanmasını sağlayan temel argümanlardan ilki, KOBİ'lerin rekabete dayalı serbest piyasa ekonomisini benimsemeleridir. Serbest piyasa ekonomisi, küreselleşme sürecinin gerektirdiği üretimin düşük fiyatla ve yüksek kalite ile gerçekleştirilmesini hedeflemektedir. İkinci argüman ise, küreselleşme öncesinde büyük ölçekli üretimler ile kârlı ve verimli üretimin gerçekleştirilmesi savunulurken, süreç içerisinde küçük ölçekli üretimler ile bunun sağlanması savunulmaya başlanmıştır. Böylelikle, büyük işletmeler yerine küçük ve orta boy işletmelerin ekonomideki önemi artmıştır. Üçüncü argüman, pazarda oluşabilecek talep ve koşullardaki değişime ayak uydurulması için esnek üretim anlayışının kabul görmesidir. Bu şekilde, kitlesel ölçekte tek tip üretim yerine daha küçük ölçekte esnek üretimin yapılması savunulmaktadır. Son argüman ise, KOBİ'lerin çeşit ekonomisi ile pazardaki talebi oluşturan müşterilerin istekleri doğrultusunda üretim gerçekleştirebilmeleridir. Bu değişim ile, KOBİ'ler üretimlerinde sağladıkları esnek yapıları sayesinde talep değişimlerinde ya da oluşan kriz ortamlarında üretim ve istihdam kayıplarını önleyebilmektedirler (Özdemir vd., 2007: 177; Ulusoy ve Akarsu, 2012: 107; Çatal, 2007: 335).

2.2. Dış Ticaretin Tanımı, Özellikleri ve Ekonomiye Katkıları

Dış ticaret, geçmişten günümüze insanların ihtiyaçları doğrultusunda her dönemde görülen toplumlararası bir ekonomik ilişkidir. Günümüzde ülkeler arasında ekonomik ilişkilerin ortaya çıkmasında ve sürdürülmesinde dış ticaretin önemi büyüktür. Küreselleşme ile beraber gelişen teknoloji sayesinde ülkelerin birbirleri ile gerçekleştirdikleri mal ve hizmet alım-satımı giderek artmıştır. Ülkelerin birbirleri ile gerçekleştirdikleri ticari faaliyetler sayesinde, günümüzde dış ticaret hacmi artmaya devam etmektedir. Ülkelerin birbirleri ile yürüttükleri ekonomik faaliyetler mal alım-satımı olabildiği gibi, uluslararası hizmet alım-satımı da söz konusu olmaktadır.

Dış ticaret, ülkelerin kendi topraklarında üretimini gerçekleştiremedikleri veya diğer ülkelere kıyasla daha pahalı olan mal ve hizmetleri diğer ülkelere sağlamaları ya da bunun aksine kendisinden talep edilen mal ve hizmetleri diğer ülkelere arz etmeleridir (Karacan, 2010: 5).

Küreselleşme ile birlikte üretilen ürünlerin ihtiyacı aşması sonucunda ülkelerin karşı ülkeler ile gerçekleştirdikleri ticari faaliyetler çoğalmıştır. Ülkeler arası ekonomik faaliyetlerin yoğunlaşması sonucunda, ticari faaliyetleri yürütecek ve üretim organizasyonunu sağlayacak girişimcilere ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır (Erboy, 2013: 52).

Dış ticarete girişimciler her dönemde ekonomik yapının temel taşı olmuşlardır. Tarih boyunca gerek yeni ticaret yollarının bulunması gerekse bilimsel ve teknolojik ilerlemelerin yaşanması girişimciliğin önemini daha fazla ortaya koymuştur. Girişimciler ile dış ticarete bulunan ülkeler karşılıklı ilişki içerisindedirler. Girişimci ticaret yoluyla ilişki içerisinde bulunduğu ülkenin ekonomik, siyasi, kültürel ve teknolojik koşullarından etkilenirken, ticaret yapılan ülkeler de aynı koşullarda karşılıklı etkileşimde bulunmaktadır. Dış ticarete ülkeler arasındaki önlemlerin kaldırılmaya başlanması ile birlikte girişimcilerin üretim maliyetleri azalmıştır. Böylelikle KOBİ'ler

yeni pazarlara daha kolay bir şekilde erişerek, bu pazarlarda daha rahat ticaret yapabilir konuma gelmiştir (Erboy, 2013: 54).

Dış ticarete artan rekabet koşulları çerçevesinde ticari riskleri almak, yenilikçi üretim gerçekleştirebilmek ve uluslararası piyasalarda oluşan fırsatları değerlendirmek önemli hale gelmiştir. Girişimciler uluslararası piyasalarda ortaya çıkan fırsatları takip eden ve bu fırsatları değerlendirebilmek için bu piyasalara yeni ürünler geliştiren kişilerdir. Dolayısıyla, girişimciler dış ticarete önemli rol oynayan ekonomik yapı taşlarıdır. Gelişmiş Yediler (G-7) olarak tanımlanan ülkelerin ekonomilerinin yıllık büyüme oranları ile ülkedeki girişimcilik düzeyleri arasında önemli bir ilişki olduğu gerçeğinin ortaya çıkması, girişimciliğin dış ticaretteki önemini kanıtlar niteliktedir (Aksöz vd., 2013: 51). Buna karşın ülke ekonomilerinde girişimciliğin ve girişimci karakterlerin olmaması o ülkeleri ekonomik durgunluğa itmektedir. Bu durum ülkelerin dış ticaretlerine olumsuz yansımaktadır (Grossman, 1984: 605).

Girişimcilik ülkelerin dış ticarete oluşan fırsatların değerlendirilmesinde ve ekonomik gelişme açısından büyük önem arz etmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik ve ticari başarı sağlamalarında girişimciliğin rolü büyüktür. Girişimciliğin dış ticaret ve ekonomik gelişme açısından bu denli önemli olmasının sebepleri; özellikle KOBİ'lerin yeniliklere açık olması, yeni işletmelerin ortaya çıkması ve bu işletmelerin istihdam oluşturmalarıdır. Girişimciler ülke ekonomisi ve dış ticarete sağladıkları bu ekonomik avantajların yanı sıra toplumun taleplerine uygun üretim gerçekleştirmeleri hem ülke refahını arttırmakta hem de dış ticarete olumlu bir şekilde yansımaktadır (Erboy, 2013: 58; Aslan ve Ağcakaya, 2006: 108).

Girişimcilik ülkelerin ekonomik büyümelerinde ve kalkınmalarında önemli bir unsurdur. Ülkeler girişimcilik için ne kadar çok teşvik oluştururlarsa, ülkenin ekonomik refahı o derecede artmaktadır (Bakırtaş ve Tekinşen, 2006: 128). Girişimciliğin teşvikiyle artan refah seviyesi ve ekonomik büyüme ile ülkelerin dış ticaretlerinde de önemli derecede artışlar ortaya çıkmaktadır.

Günümüz dünya ticaretinde, hala önemini koruması itibariyle emek ve doğal kaynaklar ülkeler arası rekabette ikincil bir konuma düşmüştür. Bununla birlikte dış ticarete kullanılan sermaye de herkes tarafından rahatça erişilebilir durumda olması dolayısıyla avantaj sağlayıcı olmaktan çıkmıştır. Bununla birlikte, işletmelerin yönetimleri ve yönetim şekilleri büyük önem kazanmıştır. Böylelikle, dış ticaret işletmelerinde de yöneticilerin, bir diğer ifadeyle girişimcilik faktörünün önemi artmıştır (Durukan, 2007: 30).

Dış ticarete gün geçtikçe ülkeler arasında ihracatta paylarını arttırmak amacıyla önemli ölçüde rekabet oluşmuştur. Dış ticarete ve uluslararası pazarlarda oluşan bu rekabet sonucunda ülkeler ihracatlarını arttırabilmek için işletmelere birçok teşvik ve destek programları hazırlamıştır. Gelişmiş ülkelerde bu teşviklerden yararlanan büyük ölçekli işletmelerin yanında KOBİ'ler için de önemli teşvikler sunulmakta, ülkemizin de içinde bulunduğu gelişmekte olan ülkelerde ise KOBİ'ler üzerinden ihracattaki payın artırılması amaçlanmaktadır (Güneş ve Uğur, 2007: 22). KOBİ'ler için teşvik ve destek programları uygulanarak ihracat performanslarının artırılması hedeflenmektedir (Zou ve Stan, 1998: 348).

Girişimci karaktere sahip olan KOBİ'lerin ülke ekonomimizdeki yeri son yıllarda önem kazanmıştır. Ülkemizde 1980'ler sonrasında ithal ikameci politikalar yerine

ihracata dayalı bir ekonomiye dönülmesi ile birlikte KOBİ'lerin önemi daha da artmıştır. Dış ticarete ve ekonomide istikrar sağlamak için alınan “24 Ocak Kararları” ile birlikte, gümrük vergileri azaltılmış, kotalar kaldırılmış, esnek kur rejimine geçilmiş ve faizler serbest bırakılmıştır (Bedük ve İnce, 2005: 170). Alınan bu kararlar neticesinde ülkemizde KOBİ'lerin ekonomideki rolü ihracatın artırılması düşüncesine paralel olarak artmıştır.

3. Literatür Taraması

Ekonominin lokomotifi olan KOBİ'lerin girişimci özellikleri ile gerçekleştirdikleri dış ticaretleri arasındaki ilişki akademik yazında merak uyandıran önemli bir konudur. Bu nedenle, literatürde ekonominin önemli bir yapıtaşı olan ve girişimci karaktere sahip olan KOBİ'lerin dış ticaret performanslarını değerlendiren çalışmalar gün geçtikçe artmaktadır.

Bedük ve İnce (2005), Türkiye’de KOBİ'lerin ihracatlarını geliştirmeleri için bir araya gelerek oluşturdukları sektörel dış ticaret şirketlerinin ihracat performansları üzerine bir araştırma gerçekleştirmiştir. Çalışmada, KOBİ'lerin ülke ekonomisinde istihdam, yatırım ve üretimde önemli yere sahip oldukları ancak ihracat konusunda karşılaştıkları sorunlar sebebiyle ihracat içindeki paylarının düşük kaldığı ileri sürülmektedir. Bu sebeple, Türkiye’deki KOBİ'lerin ihracatta örgütlenerek sektörel dış ticaret şirketleri kurmalarının ihracattaki gelişimin kalıcı ve sürekli olmasını sağlayacağı desteklenmektedir.

Yiğit ve Güner (2008), yirminci yüzyıl ile birlikte küreselleşmenin artmasıyla beraber dış ticaret ve finansal piyasalarda yeni tekniklerin ortaya çıktığını ve dolayısıyla da dış ticaret hacminin daha da arttığını belirtmişlerdir. Ancak, Türkiye’de yeni fikirlerle sahip girişimcilerin ve bu yeni fikirler için risk almaya hazır sermayedarların etkin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Çalışmada, girişimciliğin ve dış ticaretin daha çok gelişmesini sağlayacak olan risk sermayesi kurum ve kuruluşlarının daha özerk hale gelmesi ile etkinliğin artabileceği ve dolayısıyla dış ticaret performanslarının yükselebileceği ifade edilmektedir.

KOBİ'lerin girişimci karakteri ile uluslararası pazarlarda yenilikçi politikaları ve hareket esneklikleri sayesinde ülke ekonomisine katkı sağlayacağını belirten İnan ve Nakıboğlu (2009) çalışmalarında, mobilya sektöründeki KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları engelleri araştırmışlardır. Araştırma sonucunda, toplam satışları içerisinde ihracatı önemli miktarda yüksek olan KOBİ'lerin, ihracat yapmayı önemli görmeyen ve toplam çalışan sayısı 20'nin altında olan işletmelere göre ihracat engellerinden daha az etkilendiği görülmüştür. Dolayısıyla ihracata dönük üretim gerçekleştiren girişimci ruha sahip KOBİ'lerin dış ticarete başarılı oldukları desteklenmiştir.

Dimitratos vd. (2010) çalışmalarında, küresel küçük firmalar olarak görülen KOBİ'lerin sektöründe lider ülkelerin pazarlarındaki başarısı araştırılmıştır. Risk almayı seven, proaktif ve yenilikçi yapıya sahip olan KOBİ'lerin uluslararası pazarlarda müşteri ve iş ortakları ile aktif iletişimde bulunmaları sebebiyle oluşan fırsatları başarılı bir şekilde değerlendirebileceği ifade edilmiştir. KOBİ'lerin bu karakteristik özellikleri sayesinde diğer uluslararası girişimlerden ayrışacağı belirtilmiştir.

Stengelhofen (2011) çalışmasında, Avrupa ticaret ve yatırım engellerinin kaldırılmasının öncesi ve sonrasında Belçika, Fransa, Almanya ve Lüksemburg arasında yer alan Grande Bölgesi’ndeki girişimci KOBİ'lerin dış ticaretteki faaliyetleri

değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, girişimci özelliklere sahip KOBİ'lerin bu bölgede sayısının arttığı ve uluslararası yatırım, ticaret ve faaliyetlerinin çoğaldığı ancak yine de bir kısım kısıtlamaların etkisinin devam ettiği görülmüştür.

4. Ampirik Araştırma

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı Ankara, İstanbul, Adana, Mersin, Bursa ve Kocaeli illerinde dış ticaret yapan firmaların dış ticaret faaliyetlerine bakışını değerlendirmek ve girişimciliğin dış ticaret ile olan ilişkisini belirlemektir. Araştırma kapsamında firmaların girişimcilik düzeyleri ile dış ticaret arasındaki ilişkilerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Ankara, İstanbul, Adana, Mersin, Bursa ve Kocaeli illerindeki girişimcilerin dış ticarete karşılaştıkları sorunlar, beklentiler ve eksikliklere dair elde edilen birincil veriler ile değerlendirme yapılmıştır.

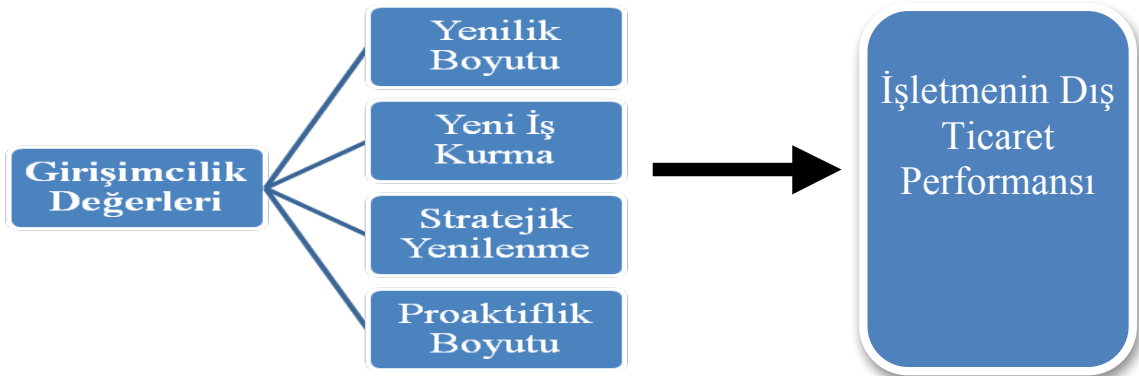
4.2. Araştırma Evreni ve Örneklemi

Araştırma kapsamında 180 tane KOBİ ile görüşülerek birincil veriler toplanmıştır. Gerçekleştirilen analizlerde araştırma kapsamındaki anket sayısı gerekli güvenilirlik düzeyini sağlamıştır. Bu doğrultuda; Ankara, İstanbul, Adana, Mersin, Bursa ve Kocaeli illerindeki sanayi işletmelerinin kendilerine ait durumlarını ve dış ticarete bakış açılarını güvenilir bir şekilde ifade ettikleri kabul edilmiştir.

Örneklem dâhilindeki firmalar, 2015 yılı ithalatçı ve ihracatçı ilk 1000 firma içerisinde seçilmiştir. İlk 1000 firma içerisinde İstanbul, Ankara, Kocaeli, Mersin, Bursa, Adana illerinde 646 firma yer almaktadır. Çalışmada kabul edilebilir hata payı % 9 olarak belirlenmiştir. Bu paya göre % 99 güven seviyesinde 156 örneklem seçilmesi gerektiği tespit edilmiştir. Bu araştırmada 646 evren sayısı ve 180 örnek büyüklüğü üzerinden hata payı, % 99 güven seviyesinde % 8,16 olarak hesaplanmıştır.

4.3. Araştırma Modeli ve Araştırma Hipotezleri

Araştırma kapsamında temel olarak girişimcilik değerlerinin işletmelerin dış ticaret performanslarına olan etkisi araştırılacaktır. Bu doğrultuda, oluşturulan model aşağıdaki gibidir;



Şekil 1. Araştırma Modeli

Belirtilen model kapsamında ortaya koyulan hipotezler aşağıdaki şekilde belirlenmiştir;

H₁: Şirketlerin girişimcilik boyutlarına göre dış ticarete bakış açıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yoktur.

H_{1a}: Şirketlerin girişimcilik boyutlarından yenilik boyutuna göre dış ticarete bakış açıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yoktur.

H_{1b}: Şirketlerin girişimcilik boyutlarından yeni iş kurma boyutuna göre dış ticarete bakış açıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yoktur.

H_{1c}: Şirketlerin girişimcilik boyutlarından stratejik yenilenme boyutuna göre dış ticarete bakış açıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yoktur.

H_{1d}: Şirketlerin girişimcilik boyutlarından proaktiflik boyutuna göre dış ticarete bakış açıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yoktur.

H₂: Şirketlerin girişimcilik boyutlarına göre dış ticaret imkânına sahip olmalarının daha fazla yatırım yapma kararları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık yoktur.

H_{2a}: Şirketlerin girişimcilik boyutlarından yenilik boyutuna göre dış ticaret imkânına sahip olmalarının daha fazla yatırım yapma kararları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık yoktur.

H_{2b}: Şirketlerin girişimcilik boyutlarından yeni iş kurma boyutuna göre dış ticaret imkânına sahip olmalarının daha fazla yatırım yapma kararları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık yoktur.

H_{2c}: Şirketlerin girişimcilik boyutlarından stratejik yenilenme boyutuna göre dış ticaret imkânına sahip olmalarının daha fazla yatırım yapma kararları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık yoktur.

H_{2d}: Şirketlerin girişimcilik boyutlarından proaktiflik boyutuna göre dış ticaret imkânına sahip olmalarının daha fazla yatırım yapma kararları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık yoktur.

H₃: Şirketlerin faaliyet gösterme süreleri ile dış ticaret yapma imkânlarının yatırım kararları üzerindeki etkisi arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık yoktur.

H₄: Şirket türleri ile dış ticaret yapma imkânlarının yatırım kararları üzerindeki etkisi arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık yoktur.

4.4. Araştırma Ölçeği ve Güvenilirliği

İlk defa Khandwalla (1977) tarafından geliştirilmiş olan ölçek, örgütlerin iç girişimciliğe yönelmelerini ölçen ifadelerden oluşmaktadır. Bu doğrultuda ölçek, işletmelerin iç girişimciliğinin yenilik ve proaktiflik boyutlarını kapsayacak biçimde düzenlenmiştir. İkinci ölçek ise, Zahra (1991) tarafından geliştirilen işletmelerin yeni iş geliştirme ve örgütsel yenilenmeyi ölçmek için hazırlanmıştır. Böylelikle, iki ölçeğin bir arada kullanılması ile birlikte yenilik, yeni iş kurma, yenilenme ve proaktiflik çoklu boyutlarını açıklayabilme gücü elde edilmektedir.

Tablo 1. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Araştırma Boyutları	Cronbach's Alpha
Yenilik Boyutu	0,89
Yeni İş Kurma Boyutu	0,86
Stratejik Yenilenme Boyutu	0,92
Proaktiflik Boyutu	0,94
Ölçek	0,91

Ölçeğin iç tutarlılığını sınavan güvenilirlik analizi sonucu elde edilen Alpha katsayıları Tablo 1’de görülmektedir. Alpha katsayısı, ölçülen değişkenlerin sürekli aynı ölçüler ile sınanması halinde çıkan sonuçların birbirine yakınlık derecelerini ortaya koyan önemli bir veridir. Bu doğrultuda verilerin ve analizin güvenilirlik testi sonuçlarına göre, araştırma kapsamında ele alınan boyutların ve tüm ölçeğin güçlü bir şekilde güvenilir olduğu görülmektedir.

4.5. Araştırma Bulguları

Araştırma bulgularının değerlendirilmesine, çalışmaya katılan işletmelerin birtakım özelliklerinin incelenmesi ile başlanacaktır.

Tablo 2. İşletmelerin Faaliyet Süreleri

Faaliyet Süresi	İşletme Sayısı	Oran
1 yıldan az	7	3,9
1-5 yıl arası	32	17,8
6-10 yıl arası	39	21,7
11-15 yıl arası	18	10,0
15 yıl ve üzeri	84	46,7
Toplam	180	100,0

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen ankete göre, çalışma kapsamında anket araştırmasına toplam 180 sanayi işletmesi katılmıştır. Tablo 2’ye göre, bu sanayi işletmelerinin faaliyet süreleri incelendiğinde 7 tanesi 1 yıldan az, 32 tanesi 1-5 yıl arasında, 39 tanesi 6-10 yıl arasında, 18 tanesi 11-15 arasında ve 81 tanesi de 15 yıldan uzun zamandır sektörde faaliyet göstermektedirler.

Tablo 3. İşletmelerin Faaliyet Gösterdikleri Sektörler

Sektör	İşletme Sayısı	Oran
Gıda-İçecek	28	15,6
Kimya Plastik	12	6,7
Tekstil Dokuma	31	17,2
Orman Ürünleri	2	1,1
Otomativ	9	5,0
Elektrik-Elektronik	7	3,9
İnşaat	14	7,8
Metal	12	6,7
Makine	18	10,0
Diğer	47	26,1
Total	180	100,0

Çalışma kapsamında ankete katılan işletmelerin faaliyet gösterdikleri sektörler incelendiğinde, işletmelerin ağırlıklı olarak tekstil-dokuma, gıda-içecek ve makine sektörlerinde faaliyet gösterdikleri; kimya-plastik, orman ürünleri, otomativ, elektrik-elektronik, inşaat, metal sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin sayılarının ise daha az olduğu görülmektedir.

Tablo 4. İşletmelerin Toplam Çalışan Sayısı

Çalışan Sayısı	İşletme Sayısı	Oran
1-9	29	16,1
10-24	31	17,2
25-49	37	20,6
50-99	27	15,0
100-249	25	13,9
250 ve üzeri	31	17,2
Toplam	180	100,0

Çalışma kapsamındaki işletmelerin çalışan sayıları incelendiğinde, 1-9 çalışanı bulunan işletme sayısının 29, 10-24 çalışanı bulunan işletme sayısının 31, 25-49 çalışanı bulunan işletme sayısının 37, 50-99 çalışanı bulunan işletme sayısının 27, 100-249 çalışanı bulunan işletme sayısının 25 ve 250 ve üzeri çalışanı bulunan işletme sayısının 31 olduğu görülmektedir.

Tablo 5. İşletmelerin Türü

İşletme Türü	İşletme Sayısı	Oran
Anonim Şirket	76	42,2
Limited Şirket	96	53,3
Kolektif Şirket	1	0,6
Tek Kişi İşletmesi	6	3,3
Adi Ortaklık	1	0,6
Toplam	180	100,0

Çalışmaya dâhil olan işletmelerin büyük çoğunluğunun limited (96) ve anonim şirketler (76) olduğu, tek kişi işletmesi sayısının 6, kolektif şirket sayısının ve adi ortaklık sayısının 1 olduğu görülmektedir.

Tablo 6. İşletmelerin Mülkiyet Durumu

Mülkiyet Durumu	İşletme Sayısı	Oran
Kira	66	36,7
Kendime Ait	114	63,3
Toplam	180	100,0

Ankete katılan 180 firma mülkiyet açısından incelendiğinde, 114 işletmenin mülkiyetinin kendisine ait olduğu ve 66 işletmenin kirada bulunduğu görülmektedir.

Tablo 7. İşletmelerin Dış Ticarete (İhracata) Bakış Açıları

Bakış Açısı	İşletme Sayısı	Oran
Dış ticaretin birçok açıdan yararlı olduğuna inanıyorum	172	95,6
Dış ticaretin yararlı olduğu kanaatinde değilim	4	2,2
Kararsızım	4	2,2
Toplam	180	100,0

Çalışma kapsamındaki 180 işletmenin 172 tanesi dış ticaretin birçok açıdan faydalı olduğu yönünde fikre sahipken, 4 tanesi dış ticaretten yarar sağlayacağına inanmamaktadır. 4 işletme de dış ticaretin faydalı olacağı konusunda kararsız olduğunu belirtmiştir.

Tablo 8. Dış Ticaretin (İhracatın) İşletmeler Açısından Önemi

Dış Ticaretin Önemi	İşletme Sayısı	Oran
Dış ticaretin firmam için birçok açıdan yararlı olduğuna inanıyorum	172	95,6
Dış ticaretin firmam için yararlı olduğu kanaatinde değilim	4	2,2
Kararsızım	4	2,2
Toplam	180	100,0

İşletmelerin kendileri için dış ticaretin (ihracatın) faydalı olup olmayacağına dair görüşleri incelendiğinde, ankete katılan 172 işletmenin dış ticaretin kendileri için faydalı olacağına inandığı, 4 işletmenin dış ticaretin kendileri için faydalı olmayacağına inandığı ve 4 işletmenin de dış ticaretten kendileri için fayda sağlayıp sağlamadıklarına dair kararsız oldukları görülmektedir.

Tablo 9. İşletme Kurulurken Karşılaşılan Sorunlar

Sıra	Sorunlar	Yüzde
1	Kalifiye Eleman Bulma	28,5
2	Bürokratik ve Yasal Engeller	24,2
3	Pazar Koşullarındaki Düzensizlik	20,2
4	Rakiplerin Engellenmesi	10,6
5	Değişen Teknoloji	5,4
6	Finansal Düzensizlik	5,1
7	Pazar Koşullarındaki Değer Yargıları	2,1
8	Bilgi Eksikliği	1,8
9	Diğer	1,6
10	Toplumun Kadınlar Hakkındaki Değer Yargıları	0,5

Ankete katılan işletmelere, kuruluş aşamasında karşılaştıkları önemli sorunları kendileri açısından önem derecesine göre sıralamaları talep edildiğinde işletmelerin % 28,5'i kalifiye eleman bulamama, % 24,2'si bürokratik ve yasal engeller, % 20,2'si pazar koşullarındaki düzensizlikler, % 10,6'sı rakiplerin engellenmesi, % 5,4'ü değişen teknoloji, % 5,1'i finansal düzensizlik, % 2,1'i Pazar koşullarındaki değer yargıları, % 1,8'i bilgi eksikliği, % 1,6'sı diğer sorunlar, % 0,5'i toplumun kadınlar hakkındaki değer yargıları şeklinde cevapladığı görülmektedir.

Tablo 10. İşletme Kurulduktan Sonra Karşılaşılan Sorunlar

Sıra	Sorunlar	Yüzde
1	Başarısızlık Beklentisi	34,2
2	Bürokrasi	25,6
3	Güvensizlik	17,2
4	Rol Çatışması	10,5
5	Ortak Bulmada Güçlük	4,4
6	Ticari Tecrübe Eksikliği	4,1
7	Toplumun Geleneksel Baskısı	2,1
8	Diğer	1,9

Çalışma kapsamındaki işletmeler kurulduktan sonraki süreçte karşılaştıkları sorunların %34,2'si başarısızlık beklentisi, % 25,6'sı bürokrasi, % 17,2'si güvensizlik, % 10,5'i rol çatışması, % 4,4'ü ortak bulmada güçlük, % 4,1'i ticari tecrübe eksikliği, % 2,1'i toplumun geleneksel baskısı, % 1,9'u diğer sorunlar olduğu belirlenmiştir.

Tablo 11. Dış Ticaretin Yatırım Yapmaya Yönlendirmesi

Yatırım Düşüncesi	İşletme Sayısı	Oran
İhracat imkânı kesinlikle daha fazla girişim, yatırım ve üretim imkânı sağlamaktadır	148	82,2
İhracat imkânının girişimcilik, yatırım ve üretim imkânını artırmama katkısı vardır	28	15,6
Kararsızım	4	2,2
Toplam	180	100,0

Ankete katılan işletmelere dış ticaretin yatırımları artırıcı etkisi olup olmadığı sorulduğunda, işletmelerin % 82,2'si dış ticaretin girişim, yatırım ve üretim imkânlarını arttırdığını ifade ederken, % 15,6'sı dış ticaretin girişim, yatırım ve üretim imkânlarını arttırmayacağını belirtmiştir. İşletmelerin % 2,2'si ise bu konuda kararsız olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 12. Dış Ticaret Faaliyetlerinde Bulunma Süresi

Dış Ticaret Yapma Süresi	Şirket Sayısı	Oran
1 yıldan az	26	14,4
1-5 yıl arası	45	25,0
6-10 yıl arası	38	21,1
11-15 yıl arası	25	13,9
15 yıldan fazla	46	25,6
Toplam	180	100,0

Çalışma kapsamındaki işletmelerin dış ticaret faaliyetleri ile ilgilenme süreleri incelendiğinde, işletmelerin % 14,4'ü 1 yıldan az süredir dış ticaretle ilgilendiği, % 25'inin 1 ile 5 yıl arasında dış ticaretle ilgilendiği, % 21,1'nin 6 ile 10 yıl arasında dış ticaret faaliyetlerinde bulunduğu, % 13,9'nun 11 ile 15 yıl arasında dış ticaret yaptığı, % 25,6'sının 15 yıldan uzun süredir dış ticaret faaliyetleri gerçekleştirdiği görülmektedir.

Tablo 13. Dış Ticaretin (İhracatın) Kazandırdığı Özellikler

Sıra	Özellikler	Yüzde
1	Risk Üstlenebilme	15,79
2	Yenilik ve Yaratıcılık	14,55
3	Liderlik	11,46
4	Deneyim	11,15
5	Kendine Güven	9,29
6	Kararlılık ve Azim	7,74
7	Çalışkanlık	5,88
8	Yönetim Becerisi	3,72
9	Eğitim	2,79
10	Kontrol Odağı	2,48
11	Duygusal Zekâ	1,55
12	Sabır ve Hoşgörü	0,93
13	Hırs ve Kararlılık	0,93
14	Diğer	0,63

Ankete dâhil olan işletmelere dış ticaretin (ihracatın) kazandırdığı özellikler sorulduğunda, % 15,79'u risk üstlenilebilme, % 14,55'i yenilik ve yaratıcılık, % 11,46'sı liderlik, % 11,15'i deneyim, % 9,29'u kendine güven, % 7,74 kararlılık ve azim, % 5,88'i çalışkanlık, % 3,72'si yönetim becerisi, % 2,79'u eğitim, % 2,48'i kontrol odağı, % 1,55'i duygusal zekâ, % 0,93'ü sabır ve hoşgörü, % 0,93'ü hırs ve kararlılık şeklinde cevaplamıştır.

Tablo 14. Dış Ticarete Karşılaşılan Önemli Sorunlar

Sorunlar	İşletme Sayısı	Oran
Yeterli Bilgi Sahibi Olmamak	15	8,3
Eğitimli Personel Bulamamak	56	31,1
Bürokratik Engellerle Karşılaşmak	43	23,9
Yabancı Pazarda Rekabete Hazır Olmamak	23	12,8
Pazar Araştırması Yapma İmkânı Bulamamak	18	10,0
Diğer	25	13,9
Toplam	180	100,0

Çalışmaya katılan işletmelere dış ticarete karşılaştıkları sorunlar sorulduğunda, işletmelerin ağırlıklı olarak eğitimli personel bulamadıkları (% 31,1) ve bürokratik engeller ile karşılaştıkları (% 23,9) tespit edilmiştir. Ayrıca işletmelerin karşılaştıkları diğer sorunlar olarak, % 12,8'inin yabancı pazarlarda rekabete hazır olmamaları, % 10'unun pazar araştırması yapma imkânına sahip olamadıkları, % 8,3'ünün yeterli bilgiye sahip olmadıkları görülmektedir.

Tablo 15. Girişimcilik Boyutlarının Ortalaması

	Yenilik Boyutu	Yeni İş Kurma	Stratejik Yenilenme	Proaktiflik Boyutu
İşletme Sayısı	180	180	180	180
Ortalama	4,1422	4,1300	3,8917	3,700
Medyan	4,2000	4,2000	4,2500	3,750
Standart Sapma	0,56072	0,59962	0,87129	0,7881

Çalışmada odaklanılan girişimcilik boyutları yenilik, yeni iş kurma, stratejik yenilenme ve proaktiflik boyutları olarak belirlenmiştir. Tablo 15'te belirlenen girişimcilik boyutlarına ait istatistikler bulunmaktadır. Çalışmaya girişimcilik boyutlarını incelemek üzere 180 işletme dâhil edilmiştir.

Tablo 16. İşletmelerin Girişimcilik Boyutlarına Göre Dış Ticarete Bakış Açılarında İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Girişimcilik Boyutu	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P. Değeri
Yenilik Boyutu	Gruplar arası	0,809	2	0,405	1,291	0,277
	Gruplar içi	55,470	177	0,313		
	Toplam	56,279	179			
Yeni İş Kurma	Gruplar arası	1,632	2	0,816	2,302	0,103
	Gruplar içi	62,726	177	0,354		
	Toplam	64,358	179			
Stratejik Yenilenme	Gruplar arası	1,026	2	0,513	0,673	0,511
	Gruplar içi	134,862	177	0,762		
	Toplam	135,888	179			
Proaktiflik Boyutu	Gruplar arası	,211	2	0,106	0,169	0,845
	Gruplar içi	110,964	177	0,627		
	Toplam	111,175	179			

Tablo 16 incelendiğinde, şirketlerin girişimcilik boyutları kapsamında yenilik boyutu, yeni iş kurma boyutu, stratejik yenilenme boyutu ve proaktiflik boyutuna göre dış ticarete bakış açıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmektedir ($P>0,5$). Böylelikle, çalışma kapsamında oluşturulan H_1 hipotezi ve alt hipotezleri desteklenmektedir. Bu doğrultuda, çalışma kapsamındaki şirketlerin yenilik, yeni iş kurma, stratejik yenilenme ve proaktiflik açısından dış ticaret perspektifleri birbirleri ile örtüşmektedir.

Tablo 17. İşletmelerin Girişimcilik Boyutlarına Göre Dış Ticaret İmkânına Sahip Olmanın Daha Fazla Yatırım Yapma Kararlarına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Girişimcilik Boyutu	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P. Değeri
Yenilik Boyutu	Gruplar arası	0,809	2	0,405	1,291	0,278
	Gruplar içi	55,470	177	0,313		
	Toplam	56,279	179			
Yeni İş Kurma	Gruplar arası	1,458	2	0,729	2,052	0,132
	Gruplar içi	62,900	177	0,355		
	Toplam	64,358	179			

Stratejik Yenilenme	Gruplar arası	1,513	2	0,756	,996	0,371
	Gruplar içi	134,375	177	0,759		
	Toplam	135,888	179			
Proaktiflik Boyutu	Gruplar arası	4,101	2	2,051	3,390	0,036
	Gruplar içi	107,074	177	0,605		
	Toplam	111,175	179			

Tablo 17 incelendiğinde, şirketlerin girişimcilik boyutları kapsamında yenilik boyutu, yeni iş kurma boyutu ve stratejik yenilenme boyutuna göre dış ticaret imkânlarının yatırım yapmaya yönlendirmesi açısından aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmektedir ($P>0,5$). Buna karşın, şirketlerin girişimcilik boyutlarından proaktiflik boyutuna göre şirketlerin dış ticaret imkânlarının yatırım yapmaya yönlendirmesi açısından aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunduğu görülmektedir ($P<0,5$). Bu doğrultuda, H_{2a} , H_{2b} ve H_{2c} alt hipotezleri desteklenirken; H_{2d} alt hipotezinin reddedildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 18. İşletmelerin Faaliyet Süreleri ve Dış Ticaret Yapma İmkânına Sahip Olmanın Yatırım Kararları Üzerindeki Etkisine İlişkin Ki Kare Testi Sonuçları

Faaliyet Süresi		Daha Fazla Yatırım	Yatırım İmkânının Artması	Kararsız	Toplam
1 Yıldan Az	Sayı	5	2	0	7
	%	3,4%	7,1%	0,0%	3,9%
1–5 Yıl Arası	Sayı	24	8	0	32
	%	16,2%	28,6%	0,0%	17,8%
6–10 Yıl Arası	Sayı	26	11	2	39
	%	17,6%	39,3%	50,0%	21,7%
11–15 Yıl Arası	Sayı	18	0	0	18
	%	12,2%	0,0%	0,0%	10,0%
15 Yıl ve Üzeri	Sayı	75	7	2	84
	%	50,7%	25,0%	50,0%	46,7%
Toplam	Sayı	148	28	4	180
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Gerçekleştirilen Ki Kare testi sonucunda Tablo 18’de görüldüğü üzere, şirketlerin faaliyet gösterme süreleri ile dış ticaret yapma imkânlarının yatırım kararları üzerindeki etkisi arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık gösterdiği görülmektedir ($P=0,024$). Bu doğrultuda, H_3 hipotezi reddedilerek şirketlerin faaliyet sürelerinin artmasıyla birlikte dış ticaret imkânlarının daha fazla yatırım yapma olanağı sağladığı ortaya koyulmuştur. Test sonuçlarına göre, şirketlerin % 82’sinin dış ticaret olanaklarının daha fazla yatırım yapma kararına imkân tanıdığı görülmüştür.

Tablo 19. İşletme Türleri ve Dış Ticaret Yapma İmkânına Sahip Olmanın Yatırım Kararları Üzerindeki Etkisine İlişkin Ki Kare Testi Sonuçları

İşletme Türleri		Daha Fazla Yatırım	Yatırım İmkânının Artması	Kararsız	Toplam
Anonim Şirket	Sayı	71	5	0	76
	%	48,0%	17,9%	0,0%	42,2%
Limited Şirket	Sayı	69	23	4	96
	%	46,6%	82,1%	100,0%	53,3%
Kolektif Şirket	Sayı	1	0	0	1
	%	0,7%	0,0%	0,0%	0,6%
Tek Kişi İşletmesi	Sayı	6	0	0	6
	%	4,1%	0,0%	0,0%	3,3%
Adi Ortaklık	Sayı	1	0	0	1
	%	0,7%	0,0%	0,0%	0,6%
Toplam	Sayı	148	28	4	180
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Gerçekleştirilen Ki Kare testi sonucunda Tablo 19’de görüldüğü üzere, şirket türleri ile dış ticaret yapma imkânlarının yatırım kararları üzerindeki etkisi arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık bulunduğu görülmektedir ($P=0,046$). Bu doğrultuda, H_4 hipotezi reddedilerek farklı şirket türlerinin, dış ticaret imkânlarının daha fazla yatırım yapma olanağı yaratmasına bakış açısı arasındaki farklılık ortaya koyulmuştur. Test sonuçlarına göre, anonim ve limited şirket türlerinin dış ticaret yapma imkânlarının yatırım kararları üzerinde toplam %94,6 oranında daha fazla yatırım yapma imkânı sağlayacağı görülmektedir.

5. Sonuç ve Tartışma

Uluslararası ekonomide küreselleşme ile birlikte, girişimciliğin ve dolayısıyla aktör konumundaki KOBİ’lerin hem işlevsel boyutu hem de önemi giderek artmaktadır. Küresel ekonomi anlayışı dolayısıyla serbest piyasa ekonomisi ve rekabet koşullarının

yükselmesi sonucunda ülkelerin bu koşullara uyum sağlama süreçlerinde KOBİ'lerin önemli bir rolü bulunmaktadır. KOBİ'ler girişimci karakterleri sayesinde yeni üretim bilgi ve koşullarına uyum sağlama, piyasadaki riskleri üstlenebilme ve dış ticarete karşılaşılan yoğun rekabet şartlarına uyum sağlama gibi önemli yeteneklere sahiptirler.

Ülkeler, küresel ekonomide meydana gelen değişimler sonucunda oluşan yeni ekonomik eğilimlere uyum göstererek ekonomik faaliyetlerini sürdürebilmektedirler. Ekonomide oluşan bu değişimlere çabucak uyum sağlama yeteneği, esnek üretim yapıları doğrultusunda KOBİ'lerde bulunmaktadır. Bu nedenle, KOBİ'ler ülke ekonomilerinde sürekliliği sağlama açısından önemli bir ekonomik aktördür. KOBİ'lerin az maliyetli ve kaliteli üretim yapabilmesi sayesinde ülke ekonomileri için büyük önem taşımaktadır. Ülkemizde de ekonominin önemli bir yapıtaşı olan KOBİ'ler toplam işletmelerin % 99,8'ni oluşturmaktadırlar.

Bu çalışmada, KOBİ'lerin girişimcilik boyutları ve dış ticaret faaliyetleri arasındaki ilişki Khandwalla (1977) ve Zahra (1991) tarafından geliştirilen anket çalışması aracılığıyla incelenmiştir. Geliştirilen ölçek ile girişimciliğin yenilik, yeni iş kurma, stratejik yenilenme ve proaktiflik boyutları ile şirketlerin dış ticaret faaliyetleri arasındaki ilişki değerlendirilmiştir.

Çalışmada kapsamında yapılan analizler sonucunda, araştırmaya katılan şirketlerin %95,6'sının dış ticaret faaliyetlerine olumlu baktıkları ve dış ticaret faaliyetlerinin şirketleri için yararlı olacağını düşündükleri görülmüştür. Bununla birlikte şirketlerin %97,6'sı dış ticaret faaliyetlerinin şirket yatırımlarına imkân sağladığını ve bu imkânları arttırdığını ifade etmiştir. Buna karşın şirketlerin dış ticaret faaliyetlerinde karşılaştıkları en önemli sorunlar, %31,1 oran ile eğitimli personel bulamamak iken, %23,9 oranla dış ticaret faaliyetlerinin bürokratik engelleri olmuştur.

Şirketlerin girişimcilik değerleri ile dış ticarete bakış açıları arasında ve şirketlerin girişimcilik değerlerinden yenilik, yeni iş kurma ve stratejik yenilenme boyutlarına göre dış ticaret imkânlarının yatırım yapmaya yönlendirmesi açısından aralarında herhangi bir farklılığın olmadığı görülmüştür. Ancak, proaktiflik boyutuyla şirketlerin dış ticaret imkânlarının yatırım yapmaya yönlendirmesi açısından farklılıkların olduğu tespit edilmiştir.

Şirketlerin faaliyet süreleri ile dış ticaret imkânlarının yatırım kararları üzerindeki etkisi arasında farklılık olduğu görülmüştür. Şirketlerin faaliyet sürelerinin artmasıyla birlikte dış ticaret imkânlarının daha fazla yatırım yapma olanağı sağladığı ortaya koyulmuştur. Araştırmaya dâhil edilen şirketlerin % 82'si, dış ticaret olanaklarının daha fazla yatırım yapma kararına imkân tanıdığı tespit edilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre, şirket türleri ile dış ticaret yapma imkânlarının yatırım kararları üzerindeki etkisi arasında farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Şirket türlerinin, dış ticaret imkânlarının daha fazla yatırım yapma olanağı oluşturmasında farklılık tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, dış ticaret yapma imkânlarının yatırım kararları üzerinde %77 oranla anonim ve limited şirket türleri, daha fazla yatırım imkânı sağlanacağını ifade etmektedir.

Gerçekleştirilen araştırmanın sonucunda, şirketlerin girişimcilik değerleri ile dış ticaret faaliyetlerinin arasında olumlu bir ilişkinin bulunduğu görülmüştür. Çalışma öncesinde şirketlerin girişimcilik değerlerine göre dış ticarete bakış açıları ve dış ticaret imkânına sahip olmalarının daha fazla yatırım yapma kararları arasında farklılığın

bulunmadığı yönünde oluşturulan hipotezler gerçekleştirilen analizler sonucunda desteklendiği tespit edilmiştir. Araştırma kapsamındaki şirketlerin dış ticaret faaliyetleri vasıtasıyla daha fazla yatırım yapma olanağının ortaya çıkacağı tespit edilmiştir.

Kaynakça

- Ağca, V., Yörük, D., (2006). “Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt 8, Sayı 2, s. 155–173.
- Aksöz, E. O., Adaçay, F. R. Ö., Kozak, R., Esen, E., Bakır, H., (2013). Dış Ticarete Girişimcilik, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No:2480, Açıköğretim Fakültesi Yayını No:1451, 2. Baskı, Eskişehir.
- Aslan, Ş., Ağcakaya, S., (2006). “Girişimciliğin ve KOBİ’lerin Uluslararası Rekabet Gücünü Arttırmadaki Önemi”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi, Cilt 9, Sayı 1, s. 95–118.
- Ayık, Y. Z., Keskin, G., (2008). “Kobilerin Genel Sorunları ve Düşünülen Çözüm Önerileri Üzerine Erzurum'da Bir Uygulama”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 12, Sayı 2, s. 469–481.
- Aytaç, Ö., (2006). “Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 15, 139–160.
- Bakırtaş, H., Tekinşen, A., (2006). “E-Ticaretin Girişimcilik Üzerindeki Etkileri”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 16, s. 125–138.
- Bedük, A., İnce, M., (2005). “Türkiye’de İhracatın Geliştirilmesinde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Önemi”, Öneri Dergisi, Cilt 6, Sayı 23, s. 169–179.
- Buhian, S. N., Mengüç, B., Bell, S. J., (2005). “Just Entrepreneurial Enough: The Moderating Effect of Entrepreneurship on the Relationship Between Market Orientation and Performance”, Journal of Business Research, Vol. 58, s.9–17.
- Çatal, F., (2007). “Bölgesel Kalkınmada Küçük ve Orta Boy İşletmelerin (KOBİ) Rolü”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 10, Sayı 2, s. 333–352.
- Dimitratos, P., Plakoyiannaki, E., Pitsoulaki, A., Tüselmann, H. J., (2010). “The Global Smaller Firm in International Entrepreneurship”, International Business Review, Vol. 19, pp. 589–606.
- Durukan, T., (2007). “Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi”, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Cilt 1, Sayı 2, s. 25–37.
- Erboy, N., (2013). “E-Dış Ticaret ve Girişimcilik Üzerine Etkileri”, Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, Yıl 5, Sayı 8, s. 50–61.
- Ercan, S., Gökdeniz, İ., (2009). “Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan”, Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 49, s. 59–82.
- Gartner, W. B., (1989). “Who Is An Entrepreneur?” Is A Wrong Question”, Entrepreneurship: Theory and Practise, Vol. 13, No: 4, s. 47-68.

- Grossman, G. M., (1984). “International Trade, Foreign Investment and the Formation of the Entrepreneurial Class”, *The American Economic Review*, Vol. 74, No. 4, pp. 605–614.
- Güneş, R., Uğur, A., (2007). “KOBİ’lerin İhracat Finansmanında Eximbank Kredileri: Malatya İlinde Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 12, Sayı 2, s. 21–40.
- İnan, H., Nabıkoğlu, B., (2009). “KOBİ’lerin İhracatta Karşılaştıkları Engellerin Belirlenmesine Yönelik Mobilya Sektöründe Gerçekleştirilen Bir Araştırma”, *Ç. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 18, Sayı 2, s. 228–246.
- Kapu, H., Tutar, H., (2014). “Sınır Kapılarının Girişimcilik Kültürü Üzerine Etkisi: İğdir Örneği”, *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, Cilt 11, Sayı 41, s. 115–132.
- Karacan, S., (2010). *Dış Ticaret ve Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi*, Umuttepe Yayınları, Kocaeli.
- Khandwalla, P. N., (1977). *The Design Of Organizations*, NY: Harcourt Brace Jovanovich Inc., New York.
- Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik, 04.11.2012 Tarihli, 28457 Sayılı, Resmi Gazete.
- Lazear, E. P., (2005). “Entrepreneurship”, *Journal of Labor Economics*, Vol. 3, No. 4, pp. 649–680.
- Littunen, H., (2000). “Entrepreneurship and the Characteristics of the Entrepreneurial Personality”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 6, No. 6, pp. 295–309.
- Marangoz, M., (2011). “Girişimciler İçin Sınırsız Ticaret: E-Ticaret”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt 6, Sayı 1, s.181–201.
- Özdemir, S., Ersöz, H. Y., Sarioğlu, H. İ., (2007). “Küçük Girişimciliğin Artan Önemi ve KOBİ’lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri”, *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, Sayı 53, s. 173–230.
- Stengelhofen, T., (2011). “Impact Of Reduction In Trade Barriers On International Entrepreneurship: European Union Developments And ‘Grande Region’”, *Proceedings for the Northeast Region Decision Sciences Institute (NEDSI)*, pp. 330-339.
- TÜİK, “Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri, 2014”, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18521>, 10.08.2015.
- Ulusoy, R., Akarsu, R., (2012). “Türkiye’de KOBİ’lere Yapılan Destekler ve İstihdam Üzerindeki Etkileri”, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 23, s. 105–126.
- Wright, M., Hoskisson, R. E., Busenitz, L. W., (2001). “Firm Rebirth: Buyouts as Facilitators of Strategic Growth and Entrepreneurship”, *The Academy of Management Executive*, Vol. 15, No. 1, pp. 111–125.

- Yıldız, S., Alp, S., (2012). “Girişimcilik Teorisi Çerçevesinde KOBİ’lerin Ekonomiye Etkileri ve Rekabet Koşullarını Etkileyen Faktörler”, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Cilt 7, Sayı 2, s. 29–49.
- Yiğit, M., Güner, Ü., (2008). “Dış Ticaret ve Girişimcilik Perspektifinden Türkiye’de Risk Sermayesi”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 20, s. 257–276.
- Zahra, S., (1991). “Predictors And Financial Outcomes Of Corporate Entrepreneurship: An Explorative Study”, Journal of Business Venturing, Vol. 6, pp. 259-285.
- Zou, S, Stan, S., (1998). “The Determinants of Export Performance: A Review of the Empirical Literature Between 1987 and 1997”, International Marketing Review, Vol. 15, No. 5, pp. 333–356.

The Relationship Between The Values Of Entrepreneurship And Foreign Trade Activities In SME's: The Case Of Industrial Enterprises

Ayberk ŞEKER
University of Yalova,
Faculty of Economics and
Administrative Sciences,
Department of
International Trade and
Finance, Yalova, Turkey
ayberk.seker@yalova.edu.tr

Mesut DOĞAN
Afyon Kocatepe University,
Bayat Vocational School,
Department of Business
Management,
Afyon, Turkey
mesutdogan@aku.edu.tr

Bilge Leyli ELİTAŞ
University of Yalova,
Faculty of Economics and
Administrative Sciences,
Department of
International Trade and
Finance, Yalova, Turkey
bilgeleyli@yalova.edu.tr

Extensive Summary

Nowadays, SME's and entrepreneurs have important roles in the national and international economy in terms of countries. SME's and entrepreneurs have several advantages in competitive market economy. These advantages are adapting increasing competition, gaining knowledge of market and production, undertaking the risks that may occur, adapting quickly to innovations in the organization. SMEs which are adapt quickly to changing economic conditions thanks to flexible production structures and properties became the locomotive in the economy of the country.

SMEs have low cost and high quality in manufacture. Therefore, they are of great importance in economy of countries. In addition, SMEs which have great importance in economy constitute per cent 98,8 of enterprises in Turkey.

In the scope of the research, it is researched that the effect on foreign trade performance of entrepreneurship value of enterprises. In this regard, the generated model is as follows;

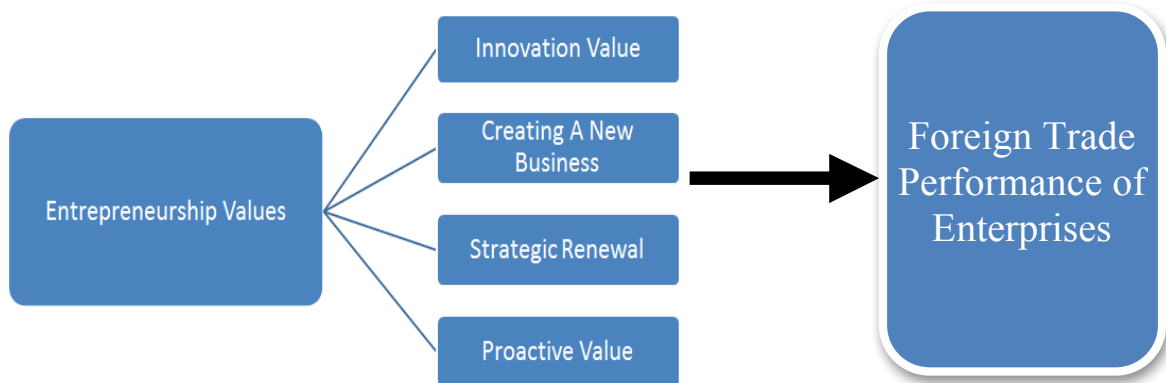


Figure 1. Research Model

Research hypotheses is defined as follows;

H₁: According to the entrepreneurship dimension of SMEs, there is not statistically significant difference of perspectives on foreign trade between SMEs.

H_{1a}: According to the innovation dimension of entrepreneurial values of the enterprises, there is not statistically significant difference of perspectives on foreign trade between SMEs.

H_{1b}: According to the creating a new business dimension of entrepreneurial values of the enterprises, there is not statistically significant difference of perspectives on foreign trade between SMEs.

H_{1c}: According to the strategic renewal dimension of entrepreneurial values of the enterprises, there is not statistically significant difference of perspectives on foreign trade between SMEs.

H_{1d}: According to the proactive dimension of entrepreneurial values of the enterprises, there is not statistically significant difference of perspectives on foreign trade between SMEs.

H₂: According to the entrepreneurship dimension of SMEs, there is not statistically significant difference between having foreign trade opportunity and invest more among SMEs.

H_{2a}: According to the innovation dimension of entrepreneurship values of SMEs, there is not statistically significant difference between having foreign trade opportunity and invest more among SMEs.

H_{2b}: According to the creating a new business dimension of entrepreneurship values of SMEs, there is not statistically significant difference between having foreign trade opportunity and invest more among SMEs.

H_{2c}: According to the strategic renewal dimension of entrepreneurship values of SMEs, there is not statistically significant difference between having foreign trade opportunity and invest more among SMEs.

H_{2d}: According to the proactive dimension of entrepreneurship values of SMEs, there is not statistically significant difference between having foreign trade opportunity and invest more among SMEs.

H₃: There is not statistically significant difference among SMEs that effect of activity duration of SMEs and having foreign trade opportunity on investment decision.

H₄: There is not statistically significant difference among SMEs that types of SMEs and having foreign trade opportunity on investment decision.

In this study, it is analyzed relationship between SME's entrepreneurship values and foreign trade activities. It has been included to study that foreign trade firms in Ankara, Istanbul, Adana, Mersin, Bursa and Kocaeli in order to evaluate their views of foreign trade activities and determine relationship between entrepreneurship and foreign trade. In the scope of the research, it is used primary data that belong to 180 SMEs.

The empirical result of research shows that there are positive relationship between entrepreneurship values and foreign trade. According to the empirical result, hypotheses

of H_{1a} , H_{1b} , H_{1c} , H_{1d} , H_{2a} , H_{2b} and H_{2c} have not been rejected. However, hypotheses of H_{2d} , H_3 and H_4 have been rejected.

Results of the research show that there is a positive relationship between entrepreneurship values of the companies and foreign trade activities. It has been determined that SMEs within the scope of the research have possibility of further investment through foreign trade activities.