



REKABET EKONOMİSİNDE
YENİ FİKİR, YENİ ÜRÜN VE
MÜLKİYET HAKLARI
8 -10 Ekim 2012
WOW Hotels & Convention Center
İstanbul



İSTANBUL
İKTİSATÇILAR



İÜ İKTİSAT
FAKÜLTESİ

TÜRK PATENT [] ENSTİTÜSÜ

KOBİ'LER DE YENİ ÜRÜN & YENİ FİKİR FARKINDALIĞI VE İSTİHDAMA ETKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Yrd. Doç. Dr. H.Yunus Taş*

Yrd. Doç. Dr. Hikmet Erbiyik^{*1*}

Özet

Sanayi ve ticaret hayatında, yeni ürünler ve yeni fikirler çok eski tarihlere kadar gitse de bu alandaki akademik çalışmalar son yıllarda artmıştır. Gelişmiş sanayiye sahip olan AB, Japonya ve ABD gibi ülkeler bu alanda büyük mesafeler kastetmişlerdir. Ancak Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler, gelişen teknoloji ve iletişim imkânlarının yardımıyla bu alandaki varlıklarını yavaş yavaş gösterebilmektedirler. Ayrıca ulaşım imkânlarının da ucuzlaşması sonucu olarak yeni ürünlerin geliştirilmesi ve pazarlanması da hiç şüphesiz daha kolay olmuştur. Yeni fikirlerin iş hayatında ve toplum tarafından tartışılması da bilişim ve haberleşme araçlarının desteğiyle daha hızlı olabilmektedir. Yeni ürünler ve fikirlere karşı olan ilgi, algı ve kendini geliştirme isteği büyük işletmelerde olduğu kadar Küçük işletmelerde de ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmada KOBİ'ler de yeni ürünlere yönelik olan algı, çalışma ve gayretleri inceleme ve konu ile ilgili gelişmeler bir alan araştırması ile tespit edilmeye çalışılacaktır. Ayrıca, KOBİ yönetici ve çalışanlarının varsa ilgili çalışmaları ve düşünceleri paylaşılacaktır.

Anahtar Kelimeler: KOBİ'ler, Yeni Ürünler, Yeni Fikirler, Teknoloji, Bilişim Sistemleri

* Yrd. Doç. Dr. Yalova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, Öğretim Üyesi, tasyunus@hotmail.com

* Yrd. Doç. Dr. Yalova Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, Öğretim Üyesi, hkerbiyik@gmail.com

Abstract

Awareness of SMEs (Small Medium Enterprises) and its Impact on Employment of New Products & New Ideas: A Field Study

Even if new products and ideas dates back to old times in the life of industry and commerce, academic studies in these fields have increased considerably in recent times. Industrially developed countries such as EU (European Union), Japan and USA (United States of America), have covered long distances in the technological advances. However developing countries such as Turkey, have been able to show their existences rather slowly in these fields by means of developing technology and communication facilities. In addition, as a result of cheapening the transportation means, the development and marketing of new products has become much easier. The discussion of new ideas in business and society, with the support of the information and communication means could be faster. Interest to new products and ideas, perceptions and the desire for self-improvement, have emerged in large enterprises as well as in small and medium enterprises (SMEs).

In this study, the perception of new products, works and efforts and relevant developments for SMEs in the subject, will be attempted to examine by means of a field research. In addition, SME managers' and employees' relevant experiences and ideas will be shared.

Key Words: *SMEs, New Products, New Ideas, Technology, Systems of Data Processing (Information)*

Giriş

KOBİ'ler, tüm dünyada olduğu gibi, Türkiye Ekonomisi'nin de dinamik ve sürükleyici unsurlarıdır. KOBİ'lerin toplam işletmeler içindeki payı %99,89, toplam istihdam içindeki payı %59,83 düzeyinde olduğu dikkate alındığında, ekonomimiz için böylesi öneme haiz KOBİ'lerin kalkınması sağlanmadan ekonominin bütününe kalkınmasının mümkün olmadığı söylenebilir.

KOBİ'lerin tüm dünyadaki önemi, her geçen gün daha da anlaşılmalı, 1980'nin sonu ile 1990'lı yılların başından itibaren tüm gelişen ve gelişmekte olan ülkelerin hemen hepsinde çeşitli ekonomik ve sosyal yönlerden desteklenmişlerdir. KOBİ'lerin bir kısmı krediler ile desteklenmiş olup, diğer bir kısmı ise, bazı vergilerden muaf tutularak teşvik edilmişlerdir. Dünya ekonomilerinde rekabetin ve yeni teknolojilerin kullanımında en avantajlı konumda olan KOBİ'ler oldukça önemsenmekte ve teşvik edilmektedir. Birçok ülke ekonomisi için yeniliğin, teknolojinin, değişimin, dönüşümün ve istihdam alanları ile istihdamı artırmanın adeta tek adı ve adresi olan KOBİ'ler, şimdi ve gelecekte de ekonomilerin vazgeçilmez unsurları olacağı düşünülmektedir.

21. yüzyılın bilgi toplumunda geçmişten bugüne değin alışlagelen kavramlar, kurallar hızla değişmekte ve hemen her alanda bilgi temeline dayanan yeni iş yapma usulleri ortaya çıkmaktadır. İşte bu sosyo-ekonomik ve kültürel dönüşüm içerisinde hiç şüphesiz girişimcilik kavramı da değişmiştir. Eski atak ve tuttuğunu koparan girişimci yerini daha sakin, bilgiye dayalı, düşünen ve yenilikçi bir anlayışa sahip girişimciye bırakmıştır.

Bilgi toplumu girişimcisi, yalnızca bilgi ve tecrübelerini kullanarak toplumdaki ihtiyaçların tespit edilmesi ve bu gereksinimlerin bir yatırımla karşılanması ile sınırlı olan bir bakış açısını aşmıştır. Teknolojik ilerlemeler, insan haklarının her türlü değer üzerinde tutulması, bireysel ve kurumsal bazda algılama şeklinde değiştirmiştir. Oluşan bu yeni algılama ve yorumlama biçimi girişimciliğe çağdaş bir boyut kazandırmıştır.

Günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin sosyal ve ekonomik hayatının olmazsa olmazları olan, küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ) Avrupa Birliği ülkeleri ve Türkiye'de ekonominin lokomotifleri ve dümeni olmuşlardır. Ülke ekonomisinin gelişmesi ve milli gelire yaptıkları katkıları küçümsenmeyecek oranlardadır. Bu nedenlerdendir ki hiçbir ülke KOBİ'lerin geliştirilmesi ve sorunlarının çözümü noktasında, ilgisiz ve kayıtsız kalamamıştır. Avrupa Birliği ülkeleri ve Türkiye, KOBİ'lerin sorunlarını çözmek ve gelişmelerini sorunsuz bir şekilde yapabilmeleri için gerekli yasal düzenlemeleri yapmaktadırlar.

Günümüz KOBİ'leri, modası geçmiş ve geçmekte olan teknolojiler kullanan, geleneksel çizgide üretim yapan, yeniliklere karşı ilgisiz, sadece çevre pazarlarla ilgilenen, rekabetten kaçınan, içine kapalı,

kabuğunu kırmaya fazla niyetli olmayan, büyümekten korkan firmalar değildir. Aksine, gerek teknolojide gerekse üretim metotlarında ve pazar konusunda tüm yeniliklere açık, pazarını tüm dünya pazarı olarak algılayan ve dolayısıyla tüm dünya pazarları konusunda bilgilenmeye büyük önem veren, rekabet düzeyini varlığının temeli olarak kabul eden işletmelerdir (Müftüoğlu,1989: 34) .

KOBİ'ler yapıları gereği daha küçük, daha esnek, değişime açık ve yeni teknolojilere uyum sağlama konusunda büyük işletmelerle kıyaslanamayacak derecede avantajlı durumdadırlar. Ayrıca KOBİ'ler buldukları ülkenin eğitiminden sosyal yapısına, sosyal barışa, ekonomik gelişme ve büyümeden verimliliğe kadar birçok alanda önemli etkilere sahiptirler. Bunun yanında; yeni teknolojilerin geliştirilmesinden, çevre kirliliğine duyarlı, sağlıklı yaşama standartları ve haberleşme ile bilişim teknolojilerine kadar insan hayatında önemli yeri bulunan birçok hizmet ve sanayi alanında da öncü roller üstlenmektedir. Bu yönleri ile KOBİ'ler toplumsal hayatın vazgeçilmez işletmeleri ve üstlendikleri misyonları nedeniyle ihmal edilemeyecek kurumlar arasında ilk sıralarda yer almaktadırlar (Taş, 2010: 26).

KOBİ'ler gelişmiş ülkelerin hemen tümünde ve gelişmekte olan ülkelerde ise, başta Çin olmak üzere birçok teknolojik gelişime, yenilik ve buluşlara imza atarak toplumsal hayatı kolaylaştırmaktadırlar. Bu şekilde KOBİ'ler, ürettikleri mamuller ile insan hayatına bir yandan kolaylıklar getirirken, diğer taraftan da istihdama ve toplumsal barışa büyük katkılar yapmaktadırlar.

Bu çalışmadaki amaç: İstanbul Ümraniye ilçesinin Güven ve Fatih Oto Sanayi Sitelerinde bulunan mikro ve küçük ölçekli işletmelerde yeni teknoloji ve yeni fikirlere yönelik algı beklentileri ile bu anlamda yapılan ya da yapılması planlanan proje ve ürünleri ortaya koymak. KOBİ'lerin önemli özelliklerinden biri olan yeni teknolojilere, değişime ve dönüşüme açık olma ile ilgili yönlerinin etkin kullanılmasına yardımcı olmak. Ayrıca KOBİ yönetici ve çalışanları tarafından geliştirilen plan ve projelerin daha hızlı ve etkin bir şekilde hayata geçirilmelerinin yollarını araştırmak ve varsa ekonomik sosyal ve hukuki engellerinin tespit edilerek kamuoyu ile paylaşıp yetkili mercileri haberdar etmektir.

1. Temel Kavramların Tanımlanması

KOBİ'lerin günümüz işletmeleri içerisinde hiç şüphesiz çok önemli yer tutmaktadırlar. Söz konusu işletmelerimizin hak ettiği ölçülerde ekonomik hayatta tanınıp desteklenip desteklenmediği ve yine bu anlamda ne gibi sorunlar yaşadıklarının tespit edilmeye çalışıldığı bu çalışmamızda, öncelikle KOBİ'ler ve temel kavramların tanımları yapılarak konuya giriş yapılacaktır.

1.1. KOBİ Tanımı

Ülkemizde, 2006 yılından önce bir çok kurumun bir birinden farklı çok sayıda KOBİ tanımı yapılmıştır. Farklı kurumların farklı tanımlarının ülkedeki birliği sağlamak açısından uygun görülmediğinden ve ayrıca AB standartları açısından da problem oluşturabileceği kaygısı ile tek tanıma geçilmiştir. Bu nedenle de 2005 yılının Kasım ayında çıkarılan ve 2006 yılında geçerli olan bir yönetmelikle Türkiye'de şu an geçerli olan KOBİ tanımı yapılmıştır.

Yönetmelik, KOBİ'leri üç gruba ayırarak tanımlamaktadır. Bunlar, "mikro", "küçük" ve "orta" büyüklükte işletmeler olarak belirtilmiştir. Tanımda, iki ana kriterden yararlanılmıştır. Birisi istihdam edilen personel sayısı, ikincisi işletmelerin mali büyüklükleridir. Daha önceleri bazı tanımlarda kullanılan "sabit yatırım miktarı" yerine, yönetmelikte "işletmenin yıllık net satış hâsılatı veya mali bilançosu" büyüklüğün belirlenmesi kriteri kabul edilmektedir (Özdemir vd., 2006:38). KOBİ'lerin sınıflandırıldığı beşinci maddede yapılan tanımlara göre;

Mikro işletme: 10 kişi den az (1-9 arası) yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı (ya da mali bilançosu) 1 milyon TL'yi aşmayan çok küçük ölçekli işletmelerdir.

Küçük işletme: 50 kişiden az (10-49 arası) yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosu 5 milyon TL'yi aşmayan işletmelerdir.

Orta büyüklükteki işletme: 250 kişiden az (50-249 arası) yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı veya mali bilançosu 25 milyon TL'yi aşmayan işletmelerdir.

TABLO 1: TÜRKİYE’DE YENİ YÖNETMELİĞE GÖRE KOBİ TANIMI

İşletme Kategorisi	Yıllık Çalışan Kişi sayısı	Satışlar (Yıllık Ciro)	Mali Bilanço
Orta Ölçekli	50 - 249	≤ 25 Milyon TL	≤ 25 Milyon TL
Küçük Ölçekli	10 - 49	≤ 5 Milyon TL	≤ 5 Milyon TL
Mikro Ölçekli	1 - 9	≤ 1 Milyon TL	≤ 1 Milyon TL

Kaynak: Taş, H.Yunus, AB ve Türkiye’de KOBİ’lerin İstihdam artırıcı etkileri, İTO Yayınları, İstanbul, s. 46, 2010

1.2 Yeni Fikirler

Yenilik (inovasyon), Latince bir sözcük olan "innovatus"tan türemiştir. "Toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması" dır. Websteri "yeni ve farklı bir sonuç" olarak tanımlar. Türkçe’ de "yenilik", "yenileme" gibi sözcüklerle karşılanmaya çalışılsa da, anlamı tek bir sözcükle ifade edilemeyecek kadar geniştir. Bir yenilik, işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet) veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyon tipi yöntemin gerçekleştirilmesidir (OECD ve Eurostat, 2006).

Bir yenilik için asgari koşul, ürün, süreç, pazarlama yöntemi veya organizasyonel yöntemin firma için yeni (veya önemli derecede iyileştirilmiş) olmasıdır. Bu, firmaların ilk defa geliştirdikleri ve diğer firma veya organizasyonlardan uyarlamış oldukları ürünler, süreçler ve yöntemleri kapsar (OECD ve Eurostat, 2006).

Yenilik terimi, küçük gelişmelerden, endüstrinin dönüşümüne neden olabilen önemli buluşlara kadar geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu açıdan yeniliğin diğer bir temel sınıflandırma kriteri yeniliğin radikalite düzeyine ve sebep olduğu etki düzeyine bağlı olarak yapılır. Bu tür yenilikler radikal (sürekli ya da devrimsel) ve kademeli (sürekli ya da evrimsel) yenilikler olarak ifade edilir (Güleş ve Bülbül, 2004).

Schumpeter, girişimcilerin, stratejik üstünlük elde etmek için, teknolojik yenilik (yeni bir ürün/hizmet ya da bunu gerçekleştirmek için yeni bir süreç) kullanmaya yöneleceklerini öne sürmüştür (Tidd ve diğerleri, 2005). Araştırma-geliştirme (Ar-Ge), yenilik için gereken en önemli faaliyetlerden biridir. Ancak girişimsel yenilik yoksa diğer bir deyişle Ar-Ge’yi yapanların girişimcilik niteliği yoksa değer oluşturulamaz; Ar-Ge sonuçları yeniliğe dönüştürülemez (www.focusinnovaion.net/what2.html2006).

1.3.Girişimcilik

Girişimcilik kavramı da literatür de farklı bakış açıları ile farklı şekillerde tanımlanmıştır. Biz burada konumuzla da yakın ilgi olması nedeniyle bir çok yazarın belirttiği gibi, küçük işletmelerin kurulması ve yönetilmesi şeklinde olan tanımını esas alacağız. Dolayısı ile girişimciliği, küçük işletmelerin kurulması ve yönetilmesi olarak tanımlıyoruz (Başer vd. 2001:4).

Ayrıca J.A Schumpeter’ in tanımında ise girişimci şöyle tanımlanmaktadır. Toplumda daha önce olmayan yenilikler yapan ve teknolojik buluşlar ile çalışma hayatına yardımcı olan kişi ve kuruluşlardır (Başer vd. 2001:4). Ancak diğer bazı kaynaklarda girişimci sadece bir kişi yada kurum olarak ta tanımlanmayıp bir süreç olarak ta görülebilmektedir.

2.Ümraniye Güven ve Fatih Sanayi Bölgesi İşletmelerine Yönelik Alan Araştırması

2.1. Araştırmanın Amacı

İstanbul Ümraniye ilçesinin Fatih ve Güven sanayi sitelerinde faaliyette bulunan mikro ve küçük ölçekli işletmelerinde yeni teknoloji ve yeni ürünlere olan ilgi, ilgi ve bu alanda yapılan patent ya da proje çalışmalarını tespit etmektir. Ayrıca ilgili ve yetkili kurumlarca bu ve benzeri sanayi sitelerinde gerekli ilgi ve desteğin verilip verilmediği verildiyse hangi düzeyde olduğunu yerinde gözlemleyerek tespit etmektir. Küçük sanayilere destek verebilecek kurum ve kuruluşların sanayicilerin ihtiyaçları doğrultusunda yönlendirilmesi için gerekli veriler ışığında analizlerin yapılması araştırmamızın temel amacını teşkil etmektedir.

2.2. Araştırmanın Önemi

KOBİ'ler de, özellikle de mikro ölçekli işletmelerin, ekonomik gücü ve sermayesi yetersiz ve genellikle emek yoğun çalışan işletmelerin başında gelmektedirler. Bu özelliklerinden dolayı teknolojik yenilikleri geliştirmek ve herhangi bir alanda patent alma imkânları çok düşüktür. Ancak söz konusu işletmelerin çeşitli şekillerde (ekonomik, ar-ge ve eğitim) desteklenmeleri ile bu işletmelerde bulunan birikim ve tecrübelerden faydalanılabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle araştırmamız küçük sanayi bölgesinde yapılmıştır.

Bu araştırmanın uygulama alanına giren mikro ve küçük ölçekli işletmelerde bilişim teknolojilerinin kullanımı ve yenilikçilik arasındaki ilişkinin tespit edilmesi, işletme çalışanlarının yeni teknolojilere olan ilgi ve algıları ölçülmeye çalışılmaktadır.

2.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma anket uygulaması ile yüz yüze görüşme şeklinde yapılmıştır. Anket yapılan bölgede bulunan işletmeler tesadüfî olarak seçilmiş olup, işletme sahipleri ile birebir görüşülerek bilgiler alınmıştır. Ayrıca anket sorularının uygunluk testi için önceden yapılmış anketler taranmış olup konu ile ilgili olarak uzmanların görüşleri de alınmıştır. Anketlerin uygulama aşamasında işletme sahiplerinin kaygısız ve rahat olabilmeleri için gerekli açıklamalar yapılmış olup, bilgilerin sadece bilimsel çalışma konusu olan kongrede kullanılacağı ve başka bir şekilde kullanılmayacağı güvencesi verilmiştir. Bunun sonucu olarak araştırmanın verilerinin daha güvenilir olması sağlanmaya çalışılmıştır.

2.4. Araştırmanın Evreni

Araştırma bölgesi olarak İstanbul, Ümraniye ilçesi sınırlarında bulunan ve yaklaşık 1050 işyerinin bulunduğu Fatih ve Güven oto sanayi bölgeleri seçilmiştir. Burada bulunan oto tamir ve oto parça imalatı ve satışı yapan işletmeler arasında 105 farklı işyerinde anket uygulaması yapılmıştır. Burada alınan bilgiler SPSS 17 istatistik programına aktarılarak tablolara çevrilmiştir. Burada çıkan sonuçlara göre tablolardaki bilgiler yorumlanmıştır.

2.5. Araştırmanın Bulguları ve Yorumlanması

Araştırma neticesinde bulunan bulgular aşağıda verilen tablolarda verilmiş olup, konu ile ilgili yorumlar yapılmıştır.

TABLO 2: ANKETE KATILANIN EĞİTİM DURUMU

Eğitim Durumu	Kişi Sayısı	% Oranı
Okur- Yazar	3	2,9
İlköğretim	71	67,6
Lise	28	26,7
Yüksekokul Fakülte	3	2,9
Toplam	105	100,0

Ankete katılan işletme sahiplerinin %75 gibi yüksek bir orandaki kişinin eğitim durumunun ilköğretim ve okur yazar düzeyinde olduğu görülmektedir. Dolayısı ile daha çok emek yoğun olarak çalışılan bu tür sektörlerdeki işgücü eğitim düzeyinin Türkiye gerçekleri ile uyumlu olduğu görülmektedir.

TABLO 3: ANKETE KATILANLARIN YAŞI

Yaş Aralığı	Kişi Sayısı	% Oranı
26-35 Arası	12	11,4
36-45 Arası	62	59,0
46-55	16	15,2
56 ve üstü	15	14,3
Toplam	105	100,0

Anket katılanların yaşına baktığımızda, genel olarak %90'ana yakınının 36 yaş ve üstü olduğu bunlardan %65'e yakınının ise 36 45 yaş arasında yani Orta yaş grubunda bulunduğu tespit edilmiştir.

TABLO 4: İŞLETMELERİN HUKUKİ YAPISI

İşletme Türü	Kişi Sayısı	% Oranı
Şahıs İşletmesi	105	100,0

İşletmelerin tümü şahıslara ait küçük ve mikro ölçekli işletmelerdir.

TABLO 5: İŞLETME SAHİPLERİNİN CİNSİYETİ

Cinsiyeti	Kişi Sayısı	% Oranı
Erkek	105	100,0

İşletme sahiplerinin tümünün erkek olduğu görülmüştür.

TABLO 6: İŞLETMENİN BULUNDUĞU SEKTÖR ALANI

Sektörler	Kişi Sayısı	% Oranı
Hizmetler	40	37,9
Sanayi	65	62,1
Toplam	105	100,0

Araştırmanın yapıldığı alan küçük sanayi bölgesi olduğundan burada faaliyette bulunan işletmelerin % 38 oranında da oto tamir ve bakım hizmeti vermektedir. % 62' lik kısmı ise oto parçaları imalatında bulunmaktadır.

TABLO 7: İŞLETMENİN HİZMET YILI SÜRESİ

Yıllar	Sayı	% Oranı
0-1 yıllık	3	2,9
1-5 Yıllık	19	18,1
6-10 Yıllık	18	17,1
11-15 Yıllık	6	5,7
16-20 yıllık	19	18,1
20 ve üstü	40	38,1
Toplam	105	100,0

İşletmelerin %60 civarındaki kısmı 10 ve üzerinde bir süreden beri faaliyette bulunmakta olup, bunlardan 38 den fazla bir orandakiler ise 20 yıldan fazla sürelidir. Bu durumda işletmelerin yeterli tecrübeye sahip oturmuş işletmeler olduğunu söylemek mümkündür.

TABLO 8: İŞLETMENİZ DAHA ÖNCE DEVLETTEN DESTEK ALDIMI?

Cevaplar	Sayı	% Oranı
Evet	10	9,5
Hayır	95	90,5
Toplam	105	100,0

İşletmelerin devletten destek alıp almadıkları konusunda sorulan sorumuza ise %90'dan fazla bir kısmının devletten hiçbir şekilde ekonomik kriz dönemleri dâhil yardım almadıklarını belirtilmişlerdir. Yani bu işletmeler kendi imkânları ile ayakta durabilen ve ülkemizde oto sanayisine hizmet vermektedirler. Bu yönüyle takdire şayan olumlu yönlerinin olduklarını belirtmek gerekir.

TABLO 9: İŞLETMEDE ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI

	Sayı	% Oranı
1-5 kişi	94	89,5
6-10 kişi	7	6,7
11 ve üstü	4	3,8
Toplam	105	100,0

İşletmelerin hemen hepsinde de, yaklaşık %90'ında 5 kişi den fazla çalışanı olmadığı görülmektedir. Sadece % 10 gibi bir kısmında 5 kişiden fazla çalışanın olduğu ve bunlardan % 4'e yakın kısmında ise 10 kişiden fazla çalışan bulunduğu görülmektedir.

TABLO 10: İŞLETMELERDE KULLANILAN BİLİŞİM ALETLERİ

Kullanılan Aletler	Sayı	% Oranı
Bilgisayar ve internet	57	55
Sadece Bilgisayar	17	16
Hiçbiri yok evde var orada kullanıyorum	21	20,0
Diğer	10	9
Toplam	105	100,0

İşletmelerin bilişim teknolojileri kullanma yönündeki eğilimlerinin belirlenmesine yönelik sorulan soruda ise, %55 oranındaki işyerlerinde hem bilgisayar hem de internet kullanıldığı ve %16'lık bir kısmında ise sadece bilgisayar olduğu tespit edilmiştir. Geriye kalan % 20 kısmı ise bilgisayar ve internetin evde bulunduğunu iş yerinde kullanma ihtiyacı hissetmediklerini belirtmişlerdir.

TABLO 11: BİLİŞİM ALETLERİ KULLANIM AMACI

Kullanım Amaçları	Sayı	% Oranı
Mesleğimle ilgili yenilikleri takip etmek	47	44,8
Müşteri bilgileri ve hesapları tutmak	7	6,7
Haberleşme ve banka işlemlerim için	21	20
Müşterilerimi yenilik ve kampanyalardan haberdar etmek için	6	5,5
Diğer	24	23
Toplam	105	100,0

Bilişim araçlarının kullanım amaçlarına yönelik sorumuza da %47'lik kısmının hem meslekleriyle ilgili gelişmeleri takip etmek, hem müşteri bilgilerini takip hem de haberleşme ve bankacılık işlemlerinde kullandıkları görülmüştür. %20 ik bir kısmının sadece haberleşme için ve yine %25 gibi bir orandaki işletmelerde ise sadece eğlence ve oyun için bulduklarını belirtmişlerdir.

TABLO 12: FİKİRLERİN GERÇEKLEŞMESİ DURUMUNDA İŞYERİNİZDE NASIL BİR DEĞİŞİKLİK OLABİLİR.

İşyirinde Muhtemel Değişiklikler	Kişi Sayısı	% Oranı
İşyerinin kapasitesi ve çalışanı artar	65	61,9
Ekonomik etkisi olur	20	19,0
işletmemi daha da büyütürüm.	20	19.1
Toplam	105	100,0

İşletme sahiplerinin sahip oldukları ancak ekonomik ve teknik yetersizliklerden dolayı gerçekleştiremedikleri fikir ve projelerinin gerçekleşebilmesi durumunda, İşletmelerin % 62 sinde işyeri kapasitesi ve çalışanlarının artabileceğini beyan etmişlerdir. % 19'unda ise ekonomik gelişme yaşanacağı belirtilmiş ve yine diğer %19.1'lik oranda da işletmenin büyütüleceğini ve dolayısı ile istihdam oranında artış olacağını söylemek mümkündür.

TABLO 13: MESLEĞİNİZLE İLGİLİ YENİLİKLERİ TAKİP EDEBİLİYORMUSUNUZ.

	Kişi Sayısı	% Oranı
Evet, her zaman	56	53,3
Bazen takip ederim	34	32,4
Bildiğimi yaparım	9	8,6
Diğer	6	5,7
Toplam	105	100,0

Meslekleri ile ilgili yeniliklerin takip edilme sıklığı sorulduğunda genelde bu konuda da dikkatli olduklarını söyleyebiliriz. Burada % 53 lük kısmının yenilikleri sürekli takip edebildiği % 33 lük kısmının ise bazen takip ettiği ve geriye kalan %14 lük kısmının ise eskiden öğrendikleri mesleği yaptıklarını ve yenilikleri takip için yaşlarının geçtiğini belirtmişlerdir.

TABLO 14: MESLEĞİNİZLE İLGİLİ HERHANGİ BİR PATENT HAKKI ALDIĞINIZ ÜRÜNÜZ VARMIDIR?

	Kişi Sayısı	% Oranı
Evet	3	2,9
Hayır nereye müracaat edeceğimi bilemiyorum	12	11,4
Zamanım yok	14	13,3
Diğer	70	66,7
5	6	5,7
Toplam	105	100,0

İşletmelerin herhangi bir patentlerinin olup olmadığı sorulduğunda ise, işletmelerin %97 sinde böyle bir müracaatlarının olmadığı belirtilmiştir. %3'e yakın bir kısmında ise patent almak için patent kurumuna müracaatlarının olduğunu belirtmişlerdir. Yüz yüze yaptığımız görüşmelerde ise işletme sahiplerinin % 40' a yakın bir kısmının kafalarında fikir olarak geliştirdikleri bazı yeni ürünler bulunduğunu ancak formalitelerin çokluğu ve istenen teknik şartlardan dolayı Türk Patent Enstitüsüne müracaatlarının olmadığını belirtmişlerdir.

TABLO 15: YENİ FİKİRLERE VE TEKNOLOJİLERE AÇIKMISINIZ?

	Kişi Sayısı	% Oranı
Evet, olumlu fikirlerin geliştirilmesi taraftarıyım	80	76,2
Evet, ancak çok olumlu değil	10	9,5
Diğer	15	14,3
Toplam	105	100,0

Yeni fikir ve teknolojilere bakışları ve ilgilerinin beklenenden daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu oran yaklaşık %77 civarındadır. Diğer kalan %23 kısmı yaşlarının ileri olması ve daha önceleri yaşadığı bazı olumsuz örneklerden dolayı yeni buluş ve teknolojilere pek olumlu bakmıyor.

TABLO 16: PATENT VE İNOVASYON DEYİNCE NE ANLIYORSUNUZ.

	Kişi Sayısı	% Oranı
Yenilik ve değişim	24	22,9
Yeni ürünler, yeni gelişmeler	69	65,7
Ürün kullanım hakkı ve yeni metotlar	3	2,9
Diğer	9	8,6
Toplam	105	100,0

Patent ve inovasyon kavramlarına olan algı ve yakınlıklarının araştırıldığı bu sorumuzda ise genel olarak patent hakkında bilgilerinin olduğu ancak inovasyon kelimesine biraz uzak oldukları görülmüştür. Ancak inovasyon un anlamı Türkçe olarak verildiğinde ise evet diye anladıklarını belirtmişlerdir.

TABLO 17: YENİ TEKNOLOJİ VE FİKİRLERİN GELİŞTİRİLEBİLMESİ İÇİN AŞAĞIDAKİ YARDIMLARDAN HANGİ VEYA HANGİLERİNE İHTİYACINIZ BULUNMAKTADIR.

	Kişi Sayısı	% Oranı
Evet ilgili ortam (laboratuar vb) ve finansal destek	80	76
Evet eğitim alanında	4	3,9
Evet ar-ge merkezleri	12	11,4
Diğer	9	8,7
Toplam	105	100,0

Yeni fikir ve yeni teknolojilerin geliştirilmesi için yardıma ihtiyacınız var mı? diye sorulan sorumuza ise; Girişimcilerimizin % 91'i evet denmiştir. Bu ihtiyacın en çok olduğu alan ise ekonomik ve teknik alt yapı olarak belirtilmiştir. Yine % 4 lük kısmı ise diğer ihtiyaçlarla beraber (ekonomik ve teknik alt yapı) eğitim alanında da duyduklarını belirtilmişlerdir.

Sonuç

Ekonomik gelişmede KOBİ'lerin çok önemli bir araç olduğunu, günümüzdeki gelişmelerin sonunda istihdamın önemli bölümünün KOBİ'ler tarafından karşılanan yeni bir dünyanın ortaya çıktığını söyleyebiliriz. KOBİ'lerin ekonomik krizlerden, konjonktürel dalgalanmalardan ve finansal darboğazlardan büyük işletmelere nispeten daha az etkilenmeleri nedeniyle, iş dünyasının dikkatini çekmiş ve "küçük güzeldir" anlayışıyla yeni bir dönemin açılmasına sebep olmuştur.

KOBİ'ler den özellikle mikro boyutlarda (çalışan sayısı 1-9 arası) olup organize olanlarının ihmal edilmeden varsa sorunlarının dinlenip mümkün olan en hızlı ve etkin bir şekilde çözümler üretilmesi Türkiye' ekonomisinin gelişmesi için kaçınılmaz bir gerekliliktir. Birçok usta ve sanatkâr kişiyi içinde barındıran bu tür kurumlara gerekli ve yeterli destek verildiği zaman Türkiye sanayiine ve ekonomisine büyük katkıları olacağı düşünülmektedir. Yapılan görüşmeler neticesinde bu durumu açıkça destekleyen bir çok örnek görülmüştür.

Yapılan araştırma sonucunda şu tespitleri yapmak mümkündür. İşletmelerin hemen hepsi Tablo 10 ve Tablo 11'den anlaşıldığı gibi bilgi teknolojilerinden haberdar olup, bunları %71 gibi bir kısmı işyerlerinde bilgisayar ve interneti mesleği ile ilgili olarak kullanmaktadır. %20'si evinde bilgisayar ve internet kullanmakta olup, geriye kalan %9 luk kısmı ise hiç kullanmamaktadır. Ayrıca yeni fikirlere ve yeni teknolojilere yönelik olarak yapılan araştırmada hemen hepsinin yeniliklere (İnovasyon) açık oldukları görülmüştür. Yeterli imkanlar ve yerinde yapılabilecek ekonomik desteklerle işletme sahibi girişimcilerin kendi tecrübe ve bilgi birikimleri ile bir çok yeni teknolojik ürünleri geliştirebileceklerini belirtmişlerdir.

KOBİ'lerin en önemli özelliği dinamik ve değişimlere kolay adapte olabilen esnek yapılarıdır. Ancak finansal güçlerinin yetersizliği, bazılarında yönetimlerin ilköğütü, eğitim yetersizliği ve bunlara bağılı olarak gelişen sorunlar rekabetçi güçlerini zaafa uğratmaktadır. Küreselleşen yeni dünya düzeninde ekonomik anlamda rekabetçi güçlerini artırmaları için KOBİ'lerin avantajlı yönlerini öne çıkarmaları ve eksik yönlerini de tamamlamak üzere yeniden yapılanmaları şarttır.

KOBİ'ler sahip oldukları avantajı koruyarak yenilikçilik yeteneği geliştirebilmek için mühendislik ve teknoloji yönetimi tekniklerini kullanabilmeli, yeni ürün geliştirmede süreç yaklaşımı kullanarak kurumsallaşmalı, yeni teknikleri uygulamalı, bilgi yönetimi uygulayabilmeli, işbirliği yapabilmeli, ağı yapılarının bir parçası olmalı ve sayısal ekonominin getirdiği fırsatları değerlendirebilmelidir. Fakat bunların yapılabilir olmasında KOBİ'ler büyük firmalara göre ölçek nedeniyle dezavantajlıdır. Bu dezavantajın giderilmesi için KOBİ'ler hem sanal ortamda hem de gerçek ortamlarda bir araya gelerek kümeler oluşturmaları ve gruplar içerisinde hedeflerini gerçekleştirmeye çalışmalıdırlar.

KOBİ'lerin büyük çoğunluğunun emek yoğun karakterli olmalarından buldukları bölgelerde istihdama önemli katkılar sağlamaktadırlar. Bu çalışmamızda araştırmaya konu olan işletmeler mikro ölçekli olup % 100 e yakını kendi imkânları ile işletmelerini kurup daha çok emek yoğun çalışmaları nedeniyle de buldukları çevrede istihdama ve üretime katkıda önemli roller üstlenmişlerdir. Araştırmanın yapıldığı bölgede yan yana 6 tane farklı küçük sanayii sitesi bulunmakta olup ve burada yaklaşık 3.000 mikro ve küçük işletme faaliyette bulunmaktadır. Ayrıca bu işletmelerin toplamında 20.000 kadar işçi istihdam edilmektedir.

Araştırmanın yapıldığı söz konusu KOBİ'lerin kurucularının hemen hepsinde girişimcilik ruhu ve isteği olduğu görülmüştür. Bu girişimcilerimize yeterli destek ve kontrollü olarak teknik alt yapı sağlanabildiğinde bugün sahip oldukları teknoloji ve istihdam seviyesinin çok daha üstünde bir kapasite ile faaliyette bulunabilecekleri düşünülmektedir. Bu anlamda birkaç sanayi bölgesinin ortak kullanabilecekleri Ar - Ge merkezlerinin kurulabilmesi Türk sanayisi için önemli gelişmelere sebep olabileceği düşünülmektedir.

Bazı girişimciler, 10-15 yıl önce bir çok oto parçaları ve aksesuarlarının daha da geliştirilmesi ve modernize edilmesi yönünde projeleri olduğunu ve imkansızlıklardan dolayı hayata geçiremediklerini belirtmişlerdir. Ancak maalesef sonraki yıllarda söz konusu projelerin farklı ve gelişmiş hallerinin değişik ülkelerin araçlarında kullanıldığını gördüklerini ve üzüldüklerini aktarmaktadırlar.

Özetlemek gerekirse; İşletme yöneticileri olan girişimcilerimizin en büyük talepleri kendilerine düzenli ve dengeli bir desteğin verilmesidir. Bu düzenli desteğin verilmesi halinde otomotiv sanayiinde üretmeyecekleri parça ve geliştiremeyecekleri teknoloji ve yeniliğin bulunmayacağını belirtmişlerdir. Çok samimi bir şekilde şunu da belirtmişlerdir. Uygun imkanların ve teknolojinin bulunduğu bir atölye ve çalışma alanının olması durumunda sanayi esnafı olarak biz yeni marka bir araç üretebilecek bilgi ve kapasiteye sahibiz demişlerdir. Girişimciler (mikro ve küçük işletme sahipleri) iddialarını yaptıkları yeni ürünlerden örnekler vererek güçlendirmişlerdir.

Kaynakça

- Akgemci, Tahir, (2001), **KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler**, KOSGEB, Haziran.
- Baktır, Elif, (2005), *"İnternet Teknolojilerinin Sağladığı Olanaklar: KOBİ'lerde Yenilikçilik Yönetimi, X."* Türkiye'de İnternet Konferansı, Bahçe şehir Üniversitesi, Aralık 2005.
- Bülbül, Hasan, Güleş, Hasan K., (2004), "Türk Sanayi İşletmelerinde İleri İmalât Teknolojileri Kullanımı ve Performansa Etkisi", *ODTÜ Gelişme Dergisi*, Haziran 2004.
- Müftüoğlu, Tamer (1989), **Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler**, A.Ü. Siyasal Bilimler Fakültesi, Ankara.
- Oralat, Osman, (2006), **Türkiye'de KOBİ Anlayışının Dünü Bugünü Geleceği -Panel-**, KOSGEB Yayınları, Ankara.
- Önal, Recep, (2000), **Sıra Psikolojik Mücadelede, Yeni Yüzyılda Girişimci Ruhu ve KOBİ'ler**, Ortak Konferanslar Dizisi (26.08.2000-10.09.2000) Kitap 1, TOSYÖV, İzmir.
- Öndeş, Turan (1995), "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Finansal Sorunları ve Çözüm Önerileri" A.Ü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi, Erzurum.

Özdemir, Süleyman vd. (2006), **İşsizlik Sorununun çözümünde KOBİ'lerin Desteklenmesi**, İTO yayınları, İstanbul.

Sarıaslan, Halil, (1996), **Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler, İmalat Sanayi İşletmelerinde Sorunlar ve Yeni Stratejiler**, TOBB Yayını, Ankara.

Savaşır, Rebi, (1999), **Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Küçük ve Orta Boyutlu İşletmeler Açısından İstihdam Politikaları**, Kamu-İş Sendikası, Ankara.

Taş, H.Yunus, (2010), **AB ve Türkiye'de KOBİ'lerin İstihdam Artırıcı Etkileri**, İTO Yayınları, İstanbul.

Tidd, Joe, Bessant, John, Pavitt, Keith, (2005), **Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change, 3rd Edition**, John Wiley&Sons, March 2005.

OECD ve Eurostat, (2006), **Oslo Kılavuzu: Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler**, TÜBİTAK Yayını.