
REKABETÇİ BİR ORTAMDA KOBİ'LERİN GELECEĞİNDE İNOVASYON VE ÜNİVERSİTE SANAYİ İŞBİRLİĞİNİN ÖNEMİ VE ÇORUM İNCELEMESİ

Hülya ÇAĞIRAN KENDİRLİ*
Selçuk KENDİRLİ**

ÖZ

Günümüzün yoğun rekabet ortamı içinde firmalar, araştırma-geliştirme ve yenilik (innovation) çalışmalarına yöneldikleri ölçüde başarılı olabilmektedirler. Bu geliştirdikleri yeni ürünlerle ve süreçlerle üretim maliyetlerini düşürmekte, pazar paylarını da arttırabilmektedirler.

Küreselleşmenin artması ile birlikte, tüketicilerin de haberleşme imkânları artmış, insanların dünyanın her köşesindeki bilgilere ulaşabilme imkânı ortaya çıkmıştır. Bu bilgi çeşitliliği yeni tüketim isteklerini ve yeni ulaştırma sistemlerini de beraberinde getirmiştir işletmeler de bu sürece uyum sağlayabilmek için, ürün ve süreçlerde yenilik yapmak zorunda kalmışlardır.

Bu sürece, ekonomilerin önemli kısmını oluşturan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) de ayak uydurmaları kaçınılmaz bir zorunluluktur. Fakat henüz kurumsallaşma sürecini tamamlayamamış olan Türkiye'deki KOBİ'lerin yenilik ikliminin yaratılması ve hayata geçirilmesi oldukça zordur. Ancak bu işletmelerin yeniliğe önem vermeleri ülke sanayisine önemli katkılar sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, Üniversite Sanayi İşbirliği, KOBİ

THE IMPORTANCE OF INNOVATION AND THE INDUSTRY-UNIVERSITY COOPERATION FOR SMES FUTURE IN A COMPETITIVE ENVIRONMENT AND CORUM REVIEW

ABSTRACT

Companies in today's which ones are in highly competitive environment, nevertheless they could be successful if they slant to research and development and innovation. They can decrease to their product cost and they can increase to their market share while if they develop new products and new processes.

With the increase of globalization, in same time consumers also have increased their opportunities for communication and people can access information in every corner of the world. This diversity of information also brought new consumer demands and transport systems together. And businesses have to make innovation to their product and their process for adapting to this process.

Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) must adapt to this process because of they are the significant portion of the economy. But it is quite difficult to creating to innovation climate and its implement in Turkey, which has not yet completed the process of institutionalization of SMEs. However, this will contribute significantly to the country's industry if the enterprises give importance to the innovation.

Key Words: Innovation, University- Industry Cooperation, SME

* Yrd. Doç. Dr., Öğretim Üyesi Hitit Üniversitesi

** Doç. Dr., Öğretim Üyesi Hitit Üniversitesi

1. GİRİŞ

Küreselleşen dünya, iletişim araçlarıyla artık bir köy haline dönüşmüş durumdadır. İletişim araçları dünyanın her köşesinden yatırımcılara haber taşırken, iyi haberleri kötü haberlerden ayırma gibi bir düşüncenin içerisine de girmemektedirler. Dolayısıyla, küreselleşen dünya, girişimciler açısından bir fırsat olurken, aynı zamanda da bir çıkmaza dönüşebilmektedir (Kendirli ve Çağlar, 2010: 1). KOBİ'lerin bu süreci bir fırsata çevirebildiğini görmekteyken aynı zamanda böyle bir sürecin onlar için yıkım olduğunu da yakın zamanlarda çok acı tecrübelerle bütün dünya test etti.

Türkiye ekonomisi 1980'li yıllara kadar kapalı bir model izlemiştir. 1980'li yıllarda ise dışa açılma söz konusu olmuş ve yeni politikalar izlenmeye başlanmıştır (Altınok,2000: 212). Bu gelişmelerden küçük işletmeler olumsuz etkilenmemiş aksine daha da önemli hale gelmişlerdir. Küçük ve Orta Ölçekli İşletme (KOBİ)'ler, bir taraftan dinamik ve esnek yapıları itibarıyla ekonomik canlanma, yapısal değişim ve teknolojik uyum sağlama konusunda önemli bir ekonomik birim olarak ortaya çıkarken diğer taraftan da yoksulluğu, bölgeler ve sosyal sınıflar arasındaki eşitsizliği azaltacak bir sosyal araç niteliği kazanmaya başlamışlardır. Bu yüzden KOBİ'ler günümüzde, hem gelişmiş ve hem de gelişmekte olan ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmalarının odak noktasında yer almaktadırlar (Dinçer,1996: 265).

Genel olarak incelendiğinde KOBİ'ler, az sermaye ile çalışan, yoğun el emeği kullanan, çabuk karar verebilme yeteneğine sahip, düşük düzeyde yönetim giderleri olan ve ucuz bir üretim gerçekleştiren iktisadi teşebbüsler olarak görülmektedirler (Kendirli ve Bilginer, 2001: 85). KOBİ nitelikli işletmeler tüm AB ülkelerindeki işletmelerin yaklaşık %95'ini kapsamaktadır. Bu işletmeler aynı zamanda çalışan nüfusun Fransa'da %40, Almanya'da %43, İngiltere'de %44, İtalya'da %54, Hollanda'da %56, Belçika'da da %68 oranında bünyesinde çalıştırmaktadır (Nurkut, 1996: 70, Oktay ve Güney, 2002: 2). Aynı şekilde Türkiye'de de, KOBİ'ler ülke ekonomisinin dinamik birimleri olarak ekonomik ve sosyal sisteme olan katkıları nedeniyle önem kazanmış ve ekonominin büyük bir bölümünü oluşturmuşlardır. Buna rağmen, çeşitli nedenlerden dolayı bu işletmelerin sorunları her geçen gün katlanmaktadır. KOBİ'leri en fazla etkileyen sorunların başında yönetsel ve finansal sorunlar gelmektedir. KOBİ'lerin bu sorunları aşabilmesi için öncelikli olarak, işletme bünyesinde yönetim bilincinin oluşması gerekmektedir. Yönetim bilincinin oluşması, işletme bünyesinde diğer politikaların oluşup yerleşmesinde de etkin olacaktır (Kendirli ve Çağlar,2010:9).

2.KOBİ TANIMI VE TARİHSEL SÜREÇ

Genel olarak incelendiği zaman bütün ekonomilerin temel dinamiğini oluşturmalarına rağmen, bugün dünya literatürlerinde kesin bir görüş birliği sağlanabilmiş bir KOBİ tanımı bulunmamaktadır (Sariaslan, 1994: 5). Ülkelerin içinde buldukları ekonomik ve teknolojik şartlar, herkesin paylaşabileceği bir KOBİ tanımının yapılmasını güçleştirmektedir (Müftüoğlu, 1991: 25). Fakat, hem bilimsel çalışmalar açısından hem de devlet yatırımlarının en etkin ve verimli bir şekilde yapılabilmesi için, objektif kriterleri kullanarak KOBİ tanımının yapılabilmesi gerekmektedir (Yıldırım, 1998: 41). Oysa doğaları gereği bu işletmeler için kesin bir tanımlama yapmak olanaksızdır. Sanayileşme düzeyine, işletmelerin bağlı oldukları işkollarına ve üretim tekniklerine bağlı olarak ülkeler arasında, hatta aynı ülkenin farklı bölgeleri ve işkolları arasında KOBİ tanımlamaları değişebilmektedir (Karataş, 1991:25). Genelde KOBİ tanımları, hukuki olmaktan çok ekonomik bir anlam taşımaktadır. En çok kullanılan ölçüt işletmede istihdam edilen kişi sayısıdır (Yıldırım, 1998: 41).

Amerika Birleşik Devletleri'nde küçük ve orta ölçekli işletme tanımı yapılırken, istihdam edilen işçi sayısı ve işletmelerin satış tutarları temel ölçüt olarak ele alınmaktadır. Örneğin, Amerika'da 1920'li yıllardan beri faaliyette bulunan Küçük İşletmeler Teşkilatı (SBA - Small Business Administration), SBA tekstil sektöründe 250

kişi istihdam eden ve 9.5 milyon dolarlık satış tutarına sahip olan işletmeleri küçük işletme sınırı içinde ele almaktadır (Müftüoğlu, 1998: 107).

Japonya'da çeşitli sektörler içinde küçük ve orta ölçekli işletmeler, istihdam edilen işçi sayısı ve yatırılan sermaye tutarı esasına göre sınıflandırılmaktadırlar. Buna göre, sanayi sektöründe 300 kişiye kadar işçi istihdam eden ve sermaye tutarı 100 milyon Yen'in altında olan işyerleri, ticaret sektöründe, 100 kişiye kadar işçi istihdam eden ve 30 milyon Yen'in altında sermaye tutarına sahip olan işyerleri ile hizmet sektöründe, 50 kişiye kadar işçi istihdam eden ve sermaye tutarı 10 milyon Yen'in altında olan işyerleri Küçük ve Orta İşletmeler Kanunu kapsamında KOBİ niteliğinde değerlendirilmektedir (Kendirli ve Bilginer, 2001: 93).

Avrupa Birliği (AB), KOBİ tanımları konusunda gerek ulusal gerekse Birlik bazında karışıklığa neden olmamak için yeni bir ortak tanım geliştirmiştir. 7/2/96 tarihli Konsey Kararı çerçevesinde belirgin bir şekilde ortaya konulan KOBİ tanımı; işçi sayısı, bilanço büyüklüğü ve bağımsızlık derecesinden oluşan ölçütleri kapsamaktadır. AB komisyon görüşmeleri sonuçlarına göre 1998 yılından itibaren geçerli olan KOBİ tanımı üçlü bir sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Bu tanıma göre, 1 ile 9 kişi arasında işçi istihdam eden işyerleri mikro işletme olarak kabul edilmektedir. Küçük işletmeler, 10 ile 49 kişi arasında işçi istihdam eden, yıllık cirosu 7 milyon Euro'ya kadar olan ve yıllık bilanço tutarı en fazla 5 milyon Euro olan, sermayesinin en çok yüzde 25'i büyük firmalara ait olan işyerleri olarak tanımlanmıştır. Orta ölçekli işletmeler ise, 50 ile 250 kişi arasında işçi istihdam eden, yıllık cirosu 40 milyon EURO'ya kadar olan ve yıllık bilanço miktarı en çok 27 milyon EURO olan, sermayesinin ise en fazla yüzde 33'ü ya da üçte biri büyük firmalara ait olan işyerleri şeklinde tanımlanmıştır. Bu tanıma göre belirlenen kriterler aşağıdaki tabloda ifade edilmiştir (Kendirli, Tuna ve Şanöz, 2007: 432).

Tablo 1: Avrupa Birliği KOBİ Kriterleri

KOBİ Tanımı	Çalışan Sayısı	Yıllık Ciro	Bilanço	Bağımsızlık
Mikro Ölçekli İşletme	10'dan az	2 milyon Euro'ya kadar	2 milyon Euro'ya kadar	Bir veya birkaç büyük şirkete ait olmamalı (sermayesinin %25'inden fazlası KOBİ olmayan bir kuruluşa ait olmamalı)
Küçük Ölçekli İşletme	50'den az	10 milyon Euro'ya kadar	10 milyon Euro'ya kadar	
Orta Ölçekli İşletme	250'den az	50 milyon Euro'ya kadar	43 milyon Euro'ya kadar	

Kaynak: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_en.htm (11/03/2014)

AB'de özellikle 1970'li yıllardan itibaren KOBİ olgusunun gelişme kaydettiği belirtilmektedir. Eurostat 2002 verilerine göre, AB'deki işletmelerin %89.1'ini mikro işletmeler, %11.3'ünü ise küçük ve orta ölçekli firmalar oluşturmaktadır. Çalışan sayısına göre dağılımda ise büyük şirketlerin payı %33.1, mikro ölçeklilerin %27.8, küçük ve orta ölçeklilerin ise %38.9'dur. Yaratılan katma değerde en büyük pay %40.3 ile 250'den fazla çalışanı olan büyük işletmelere ait iken, mikro işletmelerin payı %20.8, küçük ve orta ölçekli firmaların payı ise %38.9'dur (<http://www.deltur.cec.eu.int/default.asp?lang=0&Id=3&fId=10&prnId=12&hnd=1&ord=11&docId=322&fop=0>). Mikro, küçük ve orta ölçekli firmalar Avrupa ekonomisinin motoru olarak görülmektedir. KOBİ'ler istihdamın önemli bir kaynağı, Avrupa Birliğinde girişimcilik ve yenilikçi ruhu, rekabetçiliği besleyen önemli örgütler olarak görülmektedir. Avrupa birliğinde yer alan 20 milyon KOBİ 86,6 milyon kişiye iş sağlamakta ve bu rakam Avrupa Birliğinde sağlanan tüm işlerin %

Rekabetçi Bir Ortamda KOBİ'lerin Geleceğinde İnovasyon ve Üniversite Sanayi İşbirliğinin Önemi ve Çorum İncelemesi

66,5'ine denk gelmektedir. KOBİ'ler tüm AB işletmelerinin %99,8'ini oluşturmakta ve KOBİ'ler tarafından oluşturulan katma değer bütünü %57,6'sını temsil etmektedir. (http://www.deltur.cec.eu.int/KOBI_mali_isbirligi.html, Avrupa Komisyonu Raporu, 2013).

Türk Hukuku'nda "Küçük ve Orta Ölçekli İşletme" deyimini çeşitli mevzuatta yer almaktadır. Ancak bu kavramın tanımı sadece 12.04.1990 tarihinde kabul edilen 3624 sayılı "Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı'nın Kurulması Hakkındaki Kanun"da yer almaktadır. Bu tanım daha sonra 18.11.2005 tarihinde 25997 sayılı resmi gazetede çıkan yönetmelikle değiştirilmiş, 4 Kasım 2012 tarihli yönetmelikle de güncellenmiştir. İlgili yönetmeliğin 4. Maddesi (b) bendinde "Küçük ve orta büyüklükte işletme (KOBİ): İkiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri kırk milyon Türk Lirasını aşmayan ve bu Yönetmelikte mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ve kısaca "KOBİ" olarak adlandırılan ekonomik birimleri ifade eder" şeklinde tanımlanmıştır. KOBİ'lerin sınıflandırılması ise 5. maddede; "mikro işletme": On kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu bir milyon Türk Lirasını aşmayan çok küçük ölçekli işletmeler; "küçük işletme": Elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri sekiz milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler; "orta büyüklükteki işletme: İkiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu kırk milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler şeklinde sınıflandırılmıştır.

İlgili kanunun 8. Maddesinde ise KOBİ'lerle ilgili bağımsızlık kriteri; "a) Başka bir işletmenin % 25 veya daha fazlasına sahip değilse, b) Herhangi bir tüzel kişi veya kamu kurum ve kuruluşu veya birkaç bağlı işletme tek başına veya müştereken bu işletmenin % 25 veya daha fazla hissesine sahip değilse, c) Konsolide edilmiş hesaplar düzenlemiyorsa ve konsolide hesaplar düzenleyen başka bir işletmenin hesaplarında yer almıyorsa ve bu nedenle bağlı bir işletme değilse, bağımsız işletme kabul edilir." şeklinde tanımlanmıştır.

Kısaca özetlenecek olursa; Türkiye'de KOBİ tanımında genel olarak 3 ölçüt öne çıkmaktadır. Bunlar, firmanın çalıştırdığı personel ya da işçi sayısı, bilanço değerleri ve bağımsızlık ölçütleridir. KOBİ; çalışanlar açısından ele alındığında, 1-250 arasında çalışan istihdam eden işletmelerdir. Bağımsızlık ölçütünden kasıt, bir firmanın sermayesi ve hissesinin %25 ten fazlasının bir büyük sermaye grubuna ait olmamasıdır, yani hisse payı içinde büyük sermayenin payı %25'ten az olan bütün firmalar KOBİ kategorisine girmiş sayılmaktadır. Ciro açısından ise 40 milyon Türk Lirası'na kadar cirosu olan işletmeler KOBİ olarak nitelendirilmektedir.

3.KOBİLER VE YENİLİK

Ekonomi ve toplumla ilgili değer yaratmak için ürünlerde, hizmetlerde ve iş yapma yöntemlerinde yapılan değişiklik ve farklılıklar "yenilik (inovasyon)" olarak adlandırılmaktadır. Ortak kabul görmüş bir yenilik tanımı olmamasına rağmen yenilik çeşitlerinin göreceli olarak da olsa, önemli kısmında bir birliktelik mevcuttur ve yenilikle birlikte kullanılmak istenen pek çok kavram bulunmaktadır (Çağırın Kendirli,2008:3).

Bununla birlikte, firmaların ve ulusların sürdürülebilir bir rekabet gücüne sahip olabilmeleri için geliştirmeleri gereken en önemli yeteneklerin başında yenilikçilik gelmektedir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:155).

Günümüzde giderek ön plana çıkan ve işletmelerin üretimden pazarlamaya değin bütün faaliyetlerinde maliyet kadar önem arz etmeye başlayan "yenilik" kavramı, "inovasyon" kelimesi ile eş anlamlı olarak kullanılmakta; geniş ve dar anlamıyla farklı şekillerde tanımlanmaktadır (Çağırın Kendirli, 2008: 35).

1960'lı yıllardan bu yana dünya da yenilik teorisi geliştirme çabaları vardır. Wolfe'ye (1994) göre; henüz yenilikle ilgili konularda herhangi bir yeniliği kestirmenize

yarayacak bir teori çıkmamıştır. Çünkü hangi sorunun sorulması gerektiği bilinmemektedir. Bu nedenden dolayı, bu konuda çok sayıda çalışma yapılmasına karşın, araştırma sonuçlarının açıklayıcılık derecesinin düşük olduğu, sonuçlar arasında tutarsızlıklar bulunduğu, bunlardan bir sonuç çıkarmanın mümkün olmadığı yine aynı yazar tarafından dile getirilmiştir.

Sosyal bilimcilerin her birinin ayrı ayrı soru sormak suretiyle, teori düzeyinde bazı yargılar geliştirdiklerini, ama bunları bir araya getirerek bir teori oluşturmanın mümkün olmadığı kanısındadır. Yeniliği anlamak, araştırmalarda ferdi, örgütle ilgili, teknolojik ve çevreyle ilgili etmenlerle yenilik ilişkisine bakmakla mümkün olabilmektedir (Selçuk, 1997: 47).

Yeniliğin ölçülmesi, yenilikle ilgili araştırmaların en zor kısmıdır. Çünkü, yeniliğin ölçülmesinde hangi kriterlerin kullanılacağı ve bu kriterlerin yeniliği tam ve doğru olarak ölçüp ölçemeyeceği kesin olarak belli değildir. Aslında, 1970'lere kadar yeniliği ölçmek için bile doğrudan doğruya sistematik bir girişimde bulunulmamıştır. Ancak, 1970'lerden sonra yeniliği ölçmek için bazı yöntemler geliştirilmiş ve değişik ölçüm kriterleri kullanılmaya başlanmıştır. Bu kriterler arasında en yaygın olanlar ise şunlardır (İmamoğlu, 2002: 78).

- Ar-Ge'ye ayrılan paylar
- Üretilen patentler
- İşletme sahip/yöneticilerin yeniliğe karşı olan tutumları
- Son beş yılda yapılan yenilikler
- Yapılan yeniliklerin yayınlanması
- Son bir yılda işletme içinde yenilik fikirlerinin oluşturulması ve bunların yeniliğe dönüştürülmesi
- Diğer işletmelerle yapılan kıyaslamalar (benchmarking vs.)

Yapılan literatür incelemesinde araştırmacıların bazılarının bir kaç kriteri birlikte kullandıkları görülmüştür. Örneğin; Acs ve Audretsch (1987), Ar-Ge'ye ayrılan payı yenilikçi süreçlere girdilerin ölçümünde kullanırken, alınan patentlerin sayısı yenilikçi çıktılarının ölçümünde kullanılmaktadır.

Genzoglani, yeniliği patentlerin ve pazara giren ticari markaların sayısı ile ölçmektedir (Genzoglani, 1994: 1). Geroski ve Walters ise yenilik faaliyetlerinin ölçümünde üretilen büyük yeniliklerin sayısı ile alınan patentlerin sayısını kullanmaktadır (Geroski and Walters, 1995: 916-917). Acs ve Audretsch'de Ar-Ge harcamaları ile yeniliği doğrudan doğruya ilişkilendirmektedir (Acs and Audretsch, 1988: 688).

Brouwer ve Kleinknecht (1996), yenilik sürecinin ölçülmesinde kullanılan kriterlerin özelliklerini ise şu şekilde sıralamışlardır (Brouwer and Kleinknecht, 1996: 189);

- Bütün yeniliklerin patentle korunuyor olması,
- Bazı yeniliklerin uygulanabilir ticari ürün haline gelememesi,
- Patent alma eğilimi sektöre ve firma boyutuna göre değişebilmesi,
- KOBİ'lerde genel olarak küçük miktarlarda ama resmi olmayan bir Ar-Ge'nin mevcut olması.
- Ar-Ge yeni ürün ya da ürün geliştirme araştırması ile birlikte pazar araştırmasını da kapsayan çok geniş bir alanı kapsamaması.

Léger ve Swaminathan (2008), çalışmalarında, yenilik ölçüm sürecinin dışına çıkmış, sürecin ölçümüne farklı kriterleri de dâhil etmişlerdir. Bu süreçte öncelikli olarak bilgi ve haberin ayrımını yapmayı hedeflemişlerdir. Onlara göre, bazen sektörel haberler, kendi bilgisinin de önüne geçip firmanın yenilik hareketinin önüne geçebilmektedir. Yine çalışmalarında, yenilik sürecini tetikleyen etmen olarak firma çevresini de dikkate almışlardır. Son olarak, firma karakteristiğinin de yenilik sürecinde etkili olduğunu düşünmüşlerdir (Léger and Swaminathan, 2008: 16).

3.1. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Özellikleri

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin en temel özelliği işletme sahipliğinin ve yöneticiliğinin tek bir kişide toplanmasıdır. Bugün, KOBİ'lerin faaliyette buldukları alanlar çok çeşitlidir ve KOBİ'ler bu faaliyet alanlarına kolayca uyum sağlayarak, her alanda etkili stratejiler geliştirebilmektedirler. KOBİ'ler ülkemizde olduğu gibi, Avrupa ülkelerinin ekonomik yapısında da önemli bir yere sahiptirler. Bu anlamda küçük ve orta ölçekli işletmeler bazı niteliklerini açıkça ortaya koyabilmektedirler. Bu nitelikler aşağıdaki gibi sayılabilir (Sarıaslan1996: 8, Sarıaslan, 1994: 12):

- Bağımsız çalışmayı tercih ederler.
- Güçlü bir girişim duygusuna sahiptirler.
- Kişisel ve ailevi kaynaklar tarafından motive edilmişlerdir.
- Hızlı ve somut sonuçlar elde etmek isterler.
- Çok çabuk karşılık verebilme kabiliyetine sahiptirler.
- Kendilerini faaliyetlerine adanmışlardır.
- Her ne kadar planlı olsa da, çoğu zaman şans eseri işe başlamışlardır.
- Büyük sanayi işletmelerinin tamamlayıcısıdır.
- Bölgelerarası kalkınmada denge unsurudurlar.
- Değişen taleplere daha kolay uyum sağlayabilirler.

3.2. Türkiye'deki KOBİ'lerin Ekonomik Önemi

KOBİ'ler, cumhuriyetin kuruluş yıllarından başlayarak, Türkiye'nin ekonomisine büyük katkılarda bulunan, önemli istihdam alanı oluşturan ve hatta bölgelerarası kalkınmışlık farklarını azaltan kuruluşlar olarak günümüze kadar gelmişlerdir. KOBİ'lerin hızlı gelişimi 80'li yıllarda ortaya çıkmıştır. Günümüzde de KOBİ'ler üretime ve istihdama olan katkılarında dolayı büyük önem kazanmışlardır. Türkiye'deki işletmelerin %99'u KOBİ niteliğindedir. Bu işletmeler toplam istihdam içerisinde %45, yatırımlar içerisinde %27 ve katma değer içerisinde %25 gibi önemli bir paya sahiptirler. Özellikle ülkemizdeki küçük işletmeler, belirli bir bölgedeki imkânları en iyi şekilde değerlendirebilecek biçimde çalışmakta, üretimleri ile de o bölgenin kalkınmasına ve ulusal ekonomimize büyük oranda katkı sağlamaktadırlar. Aynı zamanda KOBİ'ler sosyal çelişkileri düzenleyici ve düzeltici bir unsur olarak da kendilerini göstermektedirler (Söğüt, 1997).

Geçen yıllar zarfında çok farklı sosyal, politik ve kültürel yapıya sahip olan gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, ekonominin bel kemiğini oluşturan KOBİ'lere büyük önem vermişlerdir. Uzmanlar tarafından gelişmekte olan ekonomilere verilen ilk tavsiyelerden biri, KOBİ'lerin desteklenerek güçlendirilmeleridir. Gelişmekte olan Türkiye ekonomisi açısından da KOBİ'ler büyük önem taşımaktadırlar. KOBİ'ler Türkiye ekonomisi için, sayı ve çeşitlilik açısından önem taşımalarının yanı sıra, aşağıdaki hususlar açısından da büyük önem arz etmektedirler (Sarıaslan, 1994:2 6):

- Ekonominin her alanında faaliyet gösterebilmeleri.
- Bölgesel gelişme ve sanayileşmeye katkıda bulunabilmeleri.
- İşsizlik problemleri üzerinde etkili olmaları.
- Büyük endüstrileri tamamlayıcı ve bütünüleyici destek sağlayabilmeleri.
- Üretim alanlarının esnek olması.
- Piyasa baskılarını karşılayabilmeleri.
- Yeni teknolojilere kolay adapte olabilmeleri.
- Ekonomik dalgalanmalara kolay tepki gösterebilmeleri.
- Kullanılmayan sermaye ve yeteneklerin seferber edilmesinde başarılı olabilmeleri.

Gelişmiş ülkelerdeki küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekonomi içindeki payları incelendiğinde, küçük farklılıklarla Türkiye'dekine benzer özellikler gösterdikleri ortaya

çıkılmaktadır. Seçilmiş bazı ülke ekonomilerinde KOBİ'lerin önemi aşağıdaki tabloda özetlenmiştir:

Tablo 2: Seçilmiş Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ'lerin Önemi

Ekonomik Göstergeler (%)	ABD	ALM	JAP	FRN	HOLD	HİND	GKORE	İTL	TÜRK
Kobi'lerin Toplam İşlet. Oranı	99.7	99	99.4	99	98	98.6	98.8	97	98.8
Kobi'lerde İstihdam Payı	56.6	64	81.4	67	57	63	59	56	76.7
Kobi'lerin Yatırım Payı	38	44	40	45	45	27.8	35	36.9	26.5
Kobi'lerin Katma Değer Payı	43	49	52	54	32	50	35	53	38
Kobi'lerin İhracat Payı	32	31	38	26	38	40	20	*	8
Kobi'lere Verilen Kredi Payı	42.7	*	50	29	*	15.3	47	*	3-4

Kaynak: KOSGEB, KOBİ Rehberi (Ankara,2000).

Tablo 2 incelendiği zaman, ülkelerin istihdam, yatırım, ihracat ve katma değer payları içinde KOBİ'lerin çok büyük bir öneme ve ağırlığa sahip oldukları görülmektedir. KOBİ'ler, Türkiye'nin sosyal yapısına uygun kuruluşlar olmaları nedeniyle, geçmişte olduğu gibi gelecekte de sistemdeki yerlerini ve önemlerini korumaya devam edeceklerdir.

4.REKABETÇİ YENİLİK AÇISINDAN İŞLETMELER

1960'lı yıllardan bu yana dünya da yenilik teorisi geliştirme çabaları vardır. Wolfe'ye (1994) göre; henüz yenilikle ilgili konularda herhangi bir yeniliği kestirmenize yarayacak bir teori çıkmamıştır. Çünkü hangi sorunun sorulması gerektiği bilinmemektedir. Bu nedenden dolayı, bu konuda çok sayıda çalışma yapılmasına karşın, araştırma sonuçlarının açıklayıcılık derecesinin düşük olduğu, sonuçlar arasında tutarsızlıklar bulunduğu, bunlardan bir sonuç çıkarmanın mümkün olmadığı yine aynı yazar tarafından dile getirilmiştir. Mohr (1987), sosyal bilimcilerin her birinin ayrı ayrı soru sormak suretiyle, teori düzeyinde bazı yargılar geliştirdiklerini, ama bunları bir araya getirerek bir teori oluşturmanın mümkün olmadığı kanısındadır. Yeniliği anlamak, Tornatzky ve Fleischer'in (1990) belirttiği gibi, araştırmalarda ferdi, örgütle ilgili, teknolojik ve çevreyle ilgili etmenlerle yenilik ilişkisine bakmakla mümkün olabilmektedir (Selçuk, 1997: 47).

Yeniliğin ölçülmesi, yenilikle ilgili araştırmaların en zor kısmıdır. Çünkü, yeniliğin ölçülmesinde hangi kriterlerin kullanılacağı ve bu kriterlerin yeniliği tam ve doğru olarak ölçüp ölçmeyeceği kesin olarak belli değildir. Aslında, 1970'lere kadar yeniliği ölçmek için bile doğrudan doğruya sistematik bir girişimde bulunulmamıştır. Ancak, 1970'lerden sonra yeniliği ölçmek için bazı yöntemler geliştirilmiş ve değişik ölçüm kriterleri kullanılmaya başlanmıştır. Bu kriterler arasında en yaygın olanlar ise şunlardır (İmamoğlu, 2002: 78).

- Ar-Ge'ye ayrılan paylar
- Üretilen patentler
- İşletme sahip/yöneticilerin yeniliğe karşı olan tutumları
- Son beş yılda yapılan yenilikler
- Yapılan yeniliklerin yayınlanması
- Son bir yılda işletme içinde yenilik fikirlerinin oluşturulması ve bunların yeniliğe dönüştürülmesi
- Diğer işletmelerle yapılan kıyaslamalar (benchmarking vs.)

Rekabetçi Bir Ortamda KOBİ'lerin Geleceğinde İnovasyon ve Üniversite Sanayi İşbirliğinin Önemi ve Çorum İncelemesi

Yapılan literatür incelemesinde araştırmacıların bazılarının bir kaç kriteri birlikte kullandıkları görülmüştür. Örneğin; Acs ve Audretsch (1987), Ar-Ge'ye ayrılan payı yenilikçi süreçlere girdilerin ölçümünde kullanırken, alınan patentlerin sayısı yenilikçi çıktılarının ölçümünde kullanılmaktadır.

Genzoglani, yeniliği patentlerin ve pazara giren ticari markaların sayısı ile ölçmektedir (Genzoglani, 1994: 1). Geroski ve Walters ise yenilik faaliyetlerinin ölçümünde üretilen büyük yeniliklerin sayısı ile alınan patentlerin sayısını kullanmaktadır (Geroski and Walters, 1995: 916-917). Acs ve Audretsch'de Ar-Ge harcamaları ile yeniliği doğrudan doğruya ilişkilendirmektedir (Acs and Audretsch, 1988: 688).

Brouwer ve Kleinknecht (1996), yenilik sürecinin ölçülmesinde kullanılan kriterlerin özelliklerini ise şu şekilde sıralamışlardır (Brouwer and Kleinknecht, 1996: 189);

- Bütün yeniliklerin patentle korunuyor olması,
- Bazı yeniliklerin uygulanabilir ticari ürün haline gelememesi,
- Patent alma eğilimi sektöre ve firma boyutuna göre değişebilmesi,
- KOBİ'lerde genel olarak küçük miktarlarda ama resmi olmayan bir Ar-Ge'nin mevcut olması.
- Ar-Ge yeni ürün ya da ürün geliştirme araştırması ile birlikte pazar araştırmasını da kapsayan çok geniş bir alanı kapsamaması.

Léger ve Swaminathan (2008), çalışmalarında, yenilik ölçüm sürecinin dışına çıkmış, sürecin ölçümüne farklı kriterleri de dâhil etmişlerdir. Bu süreçte öncelikli olarak bilgi ve haberin ayrımını yapmayı hedeflemişlerdir. Onlara göre, bazen sektörel haberler, kendi bilgisinin de önüne geçip firmanın yenilik hareketinin önüne geçebilmektedir. Yine çalışmalarında, yenilik sürecini tetikleyen etmen olarak firma çevresini de dikkate almışlardır. Son olarak, firma karakteristiğinin de yenilik sürecinde etkili olduğunu düşünmüşlerdir (Léger and Swaminathan, 2008: 16).

Wilson (1966) teorisinde çeşitlilik üzerinde yoğunlaşmıştır. Wilson'a (1966) göre çeşitlilik örgüt açısından bir nevi teşvik sistemi oluşturmuştur. Yazara göre yenilik üç aşamada oluşmaktadır. Bunlardan birincisi; öncelikli olarak örgütte değişimin kavranmasıdır. İkinci olarak yeniliğin benimsenmesi ve son olarak da uygulanmasıdır (Selçuk, 1997: 52-53).

Yeniliğin ölçüm çalışmalarında Eren'in (1982) çalışmaları da dikkate değer niteliktedir. Eren yeniliğin ölçülmesinde şu kriterlere yer vermiştir (Eren, 1982: 93);

- Araştırma harcamalarının miktarı,
- Patentlerin sayısı,
- Uluslar arası teknolojik değişmelerin durumu

Yenilik ölçümünde birden fazla kriterin kullanılması, doğru sonuca ulaşmak için önemli bir faktör olacaktır. Yalnız bu da yenilik ölçümünde yeterli gelmeyebilir. Jennings ve Young yaptıkları çalışmada, Miller ve Friesen'in çalışmasına atıfla işletme sahip ya da yöneticilerinin yeniliğe karşı tutumlarını ölçmeye çalışmışlardır. Bu çalışmada yenilik ölçüm kriteri olarak işletme yöneticilerine; son beş yıl içerisinde güvenilir ve gerçek ürünlerin pazarlamasını, birçok yeni ürün ve hizmetin ortaya çıkarılmasını ürün ve hizmetlerdeki değişikliklerin desteklenme durumlarını da sormuşlardır. Fakat bu çalışmada Ar-Ge ve patentlerle ilgili bir konuya değinilmemiştir (Jennings and Young, 1990: 65).

Cornwell ve Hartman tarafından geliştirilen yenilik ölçüm süreci, Hartman ve Tower tarafından da çalışmalarında kullanılmıştır. Çalışmada yenilik süreci dört adımda ölçülmeye çalışılmıştır. Bu süreç esas olarak yenilik fikrinin ölçülmesini esas almaktadır. Bu süreçte; ilk adım ürünler ya da süreçler için yeni fikirlerin örgüt tarafından geliştirilmesidir. İkinci adım, bu yeni fikirlerin departmanlara sunulmasıdır. Üçüncü adım, tasarımın gerçekleştirilmesidir. Dördüncü adım ise yenilik geliştirme sürecinin başlatılması ve pazara giriş sürecinin devreye girmesidir (Hartman and Tower, 1994: 37).

Yaptığı çalışmada Acs (1994) ise yenilik sürecini iki temel faktörle ölçmeye çalışmıştır. Bu faktörlerden ilki, Ar-Ge için ayrılan paydır. Fakat burada yaşanacak zorluk, KOBİ'lerde Ar-Ge için ayrılacak payın hesaplanmasının güçlüğüdür. İkinci faktör ise patent sayıdır. Burada yaşanacak güçlük ise, özellikle KOBİ'lerde, yenilik olarak gerçekleştirilen ürün ve süreçlerin çoğunun patenle tescil edilmemiş olmasıdır (Acs, 1994: 29).

Wolfe (1994), yenilikle ilgili çalışmaları, yeniliğin araştırılmasında sorulan sorulara göre sınıflamaktadır. Yazara göre üç çeşit araştırma akımı vardır. Bunlardan birincisi yeniliğin yayılması akımıdır. Bu süreçte, yeniliğin zaman ve yer içinde yayılması açıklanmaya çalışılmaktadır. İkinci akım süreçinde ise yeniliği belirleyen unsurlar araştırılmaya ve açıklanmaya çalışılmaktadır. Üçüncü akım süreçinde ise yeniliğin aşamaları açıklanmaya çalışılmıştır.

Symeonidis (1996) çalışmasında yenilik sürecini ölçme çalışmalarının Schumpeterian teze dayandırmaktadır. Araştırmacıların da genel olarak bu yaklaşımla yeniliği açıklamaya çalıştıklarını ifade etmiştir. Symeonidis'e göre yenilik faktörleri, teknoloji, karakteristik gereklilikler, kuruluş gayesi, stratejik etkileşim ve planlar şeklinde sıralanmaktadır. Bu çalışmada Ar-Ge'nin de yeniliğe katkısından bahsedilmiştir (Symeonidis, 1996: 28).

Klantaridis ve Pheby (1999) ise yaptıkları çalışmalarda yenilik sürecinin ölçülmesini dört temel kriterle belirlemeye çalışmışlardır. Bu kriterlerden ilki, patent sayıdır. Patent sayısı yenilik ölçümünde kullanılan temel faktörlerden birisidir. Fakat yaptığı yeniliği patent sürecine girdirecek mali güce sahip olmayan küçük işletmeleri araştırma kapsamı dışında tutmaktadır. Yazarların ikinci kriteri ise endüstriye özel göstergelerdir. Her türlü süreli ya da günlük yayınlarda bahsedilen yenilik unsurlarıdır. Kullanılan ya da üretilen yenilik unsurları, Science Policy Research Unit (SPRU) tarafından oluşturulan veri tabanından elde edilebilmektedir. Bu kriterin ise kayıt altında olmayan yenilikleri gözden kaçırmaya gibi bir durum söz konusudur. Süreçte kullanılan üçüncü kriter ise endüstriye özel kıyaslamalar (benchmarking) setidir. Dördüncü ve son kriter ise işletme sahibi ya da yöneticileri ile şahsen görüşmedir. Bu kriter kişisel görüşlere dayandığı için değerlendirme yaparken daha hassas davranmak gerekir (Klantaridis and Pheby, 1999: 65).

Dachs ve Ebersberger (2007) firmaların yenilikçi aktiviteleri ile ilgili çalışmalarında, firmaları bütünü bir parçası varsayarak yeniliği anlamaya çalışmışlardır. Yazarlara göre, yenilikçi yetenek tek bir belirleyici tarafından temsil edilmektedir. Bu da ortaya çıkarılan projelerdir. Ortaya çıkarılan projeleri, Ar-Ge desteklemektedir. Çalışmalarını beş değişkene bağlamışlardır. Bunlardan birinci değişken olarak yenilikçi çıktıyı, ikinci değişken olarak ürünün pazarda kabulünü, üçüncü değişken olarak personelin yenilikçilik sürecinde geri bildirimini, dördüncü değişken olarak firmanın ekonomik şartlarını ve son olarak da yeniliğe içerden engel olan unsurları dikkate almışlardır (Dachs and Ebersberger, 2007: 12-14).

Bu bağlamda bir çalışma yapan Bocquet (2007) ise, çalışmasında anket yoluyla firmalardan elde ettiği verileri kullanmıştır. Çalışmada firmanın tipini belirlemeye çalışmıştır. Temel değişkenler olarak da firmanın özelliklerini kullanmıştır (Bocquet, 2007: 9-11).

5. REKABETÇİ BİR ORTAMDA KOBİ'LER VE SANAYİ İŞBİRLİĞİ KAPSAMINDA ÇORUM KOBİ'LERİ

5.1. Çorum İli'nin Ekonomik Yapısı

Tarihi boyunca önemli bir ticaret merkezi olan, coğrafi konumu bakımından da bu avantajını çok iyi kullanan Çorum, günümüzde de yine gelişen sanayisinin yanı sıra önemli bir ticaret merkezi durumunda. Kişi başına düşen milli geliri, Devlet İstatistik Enstitüsü rakamlarına göre 2300 dolar olan Çorum'un ekonomik yapısı iki ana sektöre dayanmaktadır. Birincisi tarım, ikincisi sanayi sektörüdür.

Çorum'da üretilen zirai ürünler, Karadeniz Bölgesi, Orta Anadolu, İstanbul ve yurt dışına pazarlanmaktadır. Bölgede üretilen çimento, linyit kömürü, kiremit, tuğla, şeker, tekstil ürünleri, kağıt ve şırınga gibi sanayi ürünleri ekonomik hayatı geliştirmiştir. 1970'li yıllardan itibaren kiremit ve tuğla sanayisinin gelişmesi, bu ürünlerin ticaretini canlandırmış ve Kuzey, Orta, Güney ve Kuzey Batı Anadolu'da bu ürünlerin satılması için pazar arayışına girilmiştir. Çorum'un tuğla ve kiremit dışında sattığı mallar arasında; linyit kömürü, trans taşı, alçı taşı, sönmemiş kireç, şeker, elektrikli battaniye, emaye soba, boru, un, toprak sanayi makineleri, oto kaloriferleri, tekstil, tıbbi ampul, termosifon, elektrik malzemeleri, plastik enjektör, oto yedek parçaları, manifatura, tuhafiyeye, dayanıklı tüketim malları ve çimento yer almaktadır. Çorum'un 2000 yılı itibariyle ithalatı 4 milyon 467 bin 810 dolardır. Kentin aynı yılda yaptığı ihracat ise 13 milyon 8 bin 220 dolardır. Anlaşılacağı üzere Çorum, dışardan aldığından daha fazlasını dışarıya satma başarısını gösteren bir kenttir.

Çorum Ticaret ve Sanayi Odası'nın (ÇTSO) 2005 yılında gerçekleştirmiş olduğu Çorum İmalat Sanayi Anket sonuçlarına göre, Çorum'daki imalat sektörleri; makine sanayi, gıda sanayi, tekstil sanayi, orman ürünleri ve mobilya imalat sanayi, kâğıt ve kâğıt ürünleri sanayi, kimya ve plastik sanayi ile taş ve toprağa dayalı sanayi olarak gruplanmaktadır. Bu gruplamada makine sanayisi %29,8 oranındaki üretimi ile birinci sırada gelmektedir. Gıda sanayi %26,7 oranında gıda üretimi ile ikinci sırada yer alırken, taş ve toprağa dayalı sanayi %22,5 oranındaki üretimi ile üçüncü sırada sıralanmaktadır. Kâğıt ve kâğıt ürünleri sanayi %6,6 oranındaki üretimi ile dördüncü sırada, orman ürünleri ve mobilya imalat sanayi %6,2 oranındaki üretimi ile beşinci sırada ve son olarak tekstil sanayi %5,4 oranındaki üretimi ile altıncı sırada yer almaktadır. Ayrıca, tescilli markaya sahip işletmelerin sektörel dağılımı incelendiğinde makine üretimi yapan işletmelerin %36,5'inin, taş ve toprağa dayalı imalatçıların %84'ünün ve gıda sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin %60'ünün tescilli markaya sahip oldukları görülmektedir (Yılmaz, 2006: 25-28).

Aşağıdaki tabloda Çorum İli'nde yer alan üretim sektörlerinin ürün pazarları görülmektedir:

Tablo 3: Çorum İli'ndeki Üretim Sektörlerinin Ürün Pazar Payları

Ürün Pazarları						
Üretim Sektörleri	Yerel Pazar Payı	Yerel Firmalar	Yerel Tüketiciler	Yakın Bölgeler	Diğer Bölgeler	Yurtdışı
İçecek	24.7	17.7	7.0	28.2	33.2	11.9
Tekstil-Giyim	8.8	0.2	8.6	34.0	36.2	21.0
Orman Ürünleri	0	0	0	0	97.0	3.0
Kauçuk ve Plastik Ürünleri	1.7	0	1.7	0	71.7	26.7
Metal Olmayan Mineral Ürünleri	27.4	17.1	10.2	7.4	60.0	5.2
Temel Metal Sanayi	0	0	0	0	90	10
İmal Edilmiş Metal Ürünleri	31.0	4.4	26.6	16.9	43.7	8.3
Toplam	25.0	9.1	15.8	17.0	47.6	10.1

Kaynak: S. Kendirli, C. Tanrıöven, "Çorum Ticaret Borsasının İşlevleri ve Borsa Üyelerinin Beklentileri", Gazi Üniversitesi, İİBF Dergisi, 165-185 pp., Kış 2004 .

Tablo 3'e göre Çorum İli'ndeki üretim sektörleri içinde en yüksek yerel pazar payına metal olmayan mineral ürünleri sektörü, en yüksek yerel firma payına içecek sektörü, en yüksek yerel tüketiciler payına, imal edilmiş metal ürünleri, makine ve

malzeme sektörü, en yüksek yakın bölgeler payına tekstil-giyim sektörü, en yüksek diğer bölgeler payına, orman ürünleri sektörü ve en yüksek yurtdışı payına, kauçuk ve plastik ürünleri sektörü sahiptir. Aşağıdaki tabloda ise bu sektörlerin organize ihracat yollarına ilişkin payları yer almaktadır:

Tablo 4: Çorum İli'ndeki Üretim Sektörlerinin Organize İhracat Yollarına İlişkin Payları

Organize İhracat Yolları						
Üretim Sektörleri	İhracat Yapma -yanlar	İhracat Yapanlar	Yerel Ticaret Yapanlar	Doğrudan Dış Müşterilerle Çalışanlar	Distribütörl erle Çalışanlar	Topla m
İçecek	6.35	6.35	1.59	4.76	0.00	19.05
Tekstil-Giyim	4.76	1.59	0.00	1.59	0.00	7.94
Orman Ürünleri	0.00	0.00	0.00	0.00	1.59	1.59
Kauçuk ve Plastik Ürünleri	1.59	3.17	0.00	0.00	0.00	4.76
Metal Olmayan Mineral Ürünleri	14.29	3.17	0.00	3.17	1.59	22.22
Temel Metal Sanayi	1.59	0.00	0.00	0.00	0.00	1.59
İmal Edilmiş Metal Ürünleri	22.22	9.52	0.00	11.11	0.00	42.86
Toplam	50.79	23.81	1.59	20.63	3.17	100.00

Kaynak: S. Kendirli, C. Tanrıöven, "Çorum Ticaret Borsasının İşlevleri ve Borsa Üyelerinin Beklentileri", Gazi Üniversitesi, İİBF Dergisi , 165-185 pp., Kış 2004 .

Tablo 4'e göre Çorum'daki üretim sektörleri içinde ihracat yapanların payı %23.81 iken yapmayanların payı ise %50.79'dur. İhracat yapan üretim sektörleri içindeki en yüksek paya, imal edilmiş metal ürünleri sektörü sahiptir. Yine orman ürünleri sektörü sadece distribütörlerle çalışmaktadır. İhracat yapan sektörlerin, ihracat yapmayanlara göre oranları düşük olmasına rağmen, Çorum İli ihracat payının büyük bir kısmını oluşturmaları üretim sektörlerinin başarısının bir göstergesidir.

5.2. Çorum KOBİ'lerine Rekabet Açısından Genel Bir Bakış

Çorum KOBİ'leri ile ilgili bakıldığında genel olarak makine sanayii, taş toprak sanayii, gıda sanayii ve tekstil sanayii üzerinde faaliyet gösterdikleri görülmektedir. Çalışmalar incelendiğinde bu işletmelerin yöneticileri genel olarak ortaklardan birisi olarak görülmekte, profesyonel yönetici ile çalışma alışkanlığı çok görülmemektedir. Fakat bu kişilerin genelde üniversite mezunu olmaları (Lisans ya da ön lisans mezunu, az sayıda da olsa lisansüstü mezunu bulunmaktadır.) işletmelerin yeteneklerini daha güçlü bir konuma getirmektedir. Bu çerçevede, Çağırın Kendirli (2008) tarafından yapılan ve Çorum imalat sanayisinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin yenilikçilik davranışlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi çalışması önemli çalışmalardan sayılabilir. Çalışmada yenilikçi davranışlarını belirleyen faktörler ve bu faktörlerin işletmelerin yenilikçilik performanslarına göre sınıflandırılmalarındaki rollerinin ortaya konulması araştırılmıştır. Çalışma kapsamında işletmelerin etkin şekilde yenilikçilik davranışında bulunmadıkları ve yenilikçilik davranışlarını etkileyen faktörler ile işletmelerin rekabetçi performansları arasında ilişki olduğu varsayımından hareket

edilmiştir. Ayrıca, KOBİ'ler yöneticilerinin yeniliğe ilişkin algıları açısından değerlendirilmiştir.

Çalışmada elde edilen yönetici özellikleri, işletme özellikleri ve yenilikçilik davranışıyla yöneticilerin yeniliğe ilişkin algılarına dair elde edilen bulgular, önemli ve anlamlı sonuçlar vermektedir. Çalışmada yenilikçilik davranışını etkileyen tüm faktörlerin işletmenin rekabetçi performansı ile ilişkili olduğu belirlenmiştir. İşletmeler, genel olarak Ar-Ge harcaması yapmamakla birlikte ürün tasarımına ve meslek içi eğitime önem vermektedirler. İşletmeler rekabet avantajı sağlamada, yenilikçiliği ise önemli bir noktada görmektedirler. İşletmelerin geneli gerçekleştirdikleri yenilikleri herhangi bir patent ya da lisans almadan kullandıklarını ifade etmişlerdir. Bu durum KOBİ'ler açısından son derece önemlidir. KOBİ'ler avantajlarını koruyabilmek açısından, bu yenilikleri belgelendirmeleri noktasında özendirilmelidir (Çağırın Kendirli, 2008: 193).

Çağırın Kendirli (2008) çalışmasında Çorum KOBİ'leri genel olarak son beş yıl içerisinde yenilikler yaptıklarını ve bunu üretimlerine yansıttıklarını ifade etmekle birlikte, yenilik için Ar-Ge çalışmalarında genel olarak dışarıdan yardım ve destek almadıklarını ifade etmişlerdir. Bu döngünün kırılarak Çorum genelinde Üniversite ile işbirliğinin sağlanması gerekmektedir.

Çorum KOBİ'leri, genelde iç piyasaya hitap etmektedirler ve teknolojik yenilik stratejilerini iç piyasada dâhili rakiplere karşı gerekli teknolojiye sahip olma olarak görmektedirler. Üniversite sanayi işbirliği çerçevesinde Çorum KOBİ'lerinin dünyaya açılması da hedeflenmeli ve işletmelere bu alanda bir rota da çizilmelidir. Hali hazırda işletmeler yenilik faaliyetleri için ortak laboratuvar kurmaya da sıcak bakmaktadırlar. Bu durum olumlu değerlendirilerek Hitit Üniversitesi Teknokent Projesi Çorum sanayisi ile birlikte gerçekleştirilmektedir.

Çorum KOBİ yöneticileri rekabet avantajını korumak için yenilik yapmanın ve mevcut ürünlere yeni ürünler eklemenin gerekliliğine önemli ölçüde inanmaktadırlar. Çorum KOBİ'leri ürün farklılaştırılmasını da önemli görmektedir. Bu noktada pazardan yenilik için yeterli talebin geldiğini ve bunun yenilik için önemli olduğunu ifade etmektedirler. Çorum KOBİ'leri, gerçekleştirilen ürün/hizmet ve süreç yeniliklerinin işletmeye katkı sağladığını da ifade etmişlerdir (Çağırın Kendirli, 2008: 195).

5.3. Sonuç ve Değerlendirme

Çorum genelinde faaliyet gösteren KOBİ'ler dikkate alındığında, gerek Çorum ekonomisi için gerekse Türkiye ekonomisi için oldukça ciddiye alınabilecek bir faaliyet göstermektedirler. İşletmelerin, sayıları, yarattıkları istihdam ve katma değer payları açısından değerlendirildiğinde özellikle makine sanayiinde Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahip oldukları görülebilir. Bu bağlamda durum özetlenecek olursa;

Çorum KOBİ'leri yenilikçilik için gerekli olan Ar-Ge'ye inanmalarına rağmen, buna fazla önem vermemektedirler. Çorum KOBİ'lerinin yenilik geliştirmede müşteri taleplerini daha çok dikkate almaları Ar-Ge'ye önem vermemesine neden olmaktadır. Sistematik bir Ar-Ge yapıları olmadığı için, yenilik için yapılan fikir tartışmalarından bir proje ya da ticari bir ürün çıkaramamaktadırlar.

Genel olarak Çorum KOBİ'leri kendilerini iç piyasa ile sınırlandırmışlardır. Uluslararası piyasalara açılmayı öngören işletmelerin sayısı oldukça önemli, fakat bu fikrin genele yayılması daha da önemlidir. İşletmelerin özellikle kriz dönemlerinde ayakta kalabilmeleri için bu fikrin oluşması şart gibi görünmektedir. Çünkü Türkiye'de tüm piyasalar her an bir kriz tehdidinin altında bulunmakta olup, dış piyasalara açılan işletmeler bu krizleri daha rahat atlattıklarıdır.

Bu kapsamda Çorum KOBİ'lerine aşağıdaki öneriler sunulabilir;

- Çorum KOBİ'lerinde yenilikçilik faaliyetlerinin daha etkin yürütülebilmesi için Ar-Ge birimlerinin kurulması ve bunlara daha fazla kaynak ayrılması sağlanmalıdır. Bu konuda Çorum KOBİ'leri üniversitelerden, kamu ya da özel kuruluş Ar-Ge kurumlarından destek talebinde bulunmalıdır. Hitit Üniversitesi Teknokent Projesi işletmemelere bu konuda yardımcı olabilecektir. İşletmelerinde bu sürece inanmaları ve projede daha fazla yer almaları gerekmektedir.
- Çorum KOBİ'leri ürün/hizmet ya da süreç yenilikleri gerçekleştirme kapasitesine sahiptirler. Bu süreçte müşteri talepleri öncelikli veri olarak kullanılmaktadır. Bu verilerin daha etkin kullanılabilmesi için kurulacak Teknokent bünyesinde bir veri bankası kurulabilir.
- Çorum KOBİ'leri yeniliği rekabet için önemli görmektedirler. Bu durumun bir rekabet avantajına dönüşmesi ve gerçekleştirilen yeniliklerin korunup güvence altına alınması Çorum KOBİ'leri geliştirdikleri ürün/hizmet ya da süreç yeniliklerini patent ya da lisans belgeleriyle güvence altına almalıdırlar. Mevcutta bu konuda yeterli çalışma bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Acs, Z. J. (1994); "Where New Things Come From", Inc, Vol:16, Issue:5, pp. 29.
- Acs, Z. J. and Audretsch, D. B. (1990); Innovation and Small Firms, MIT Pres, Cambridge.
- Acs, Z. J. and Audretsch, D. B. (1987); "Innovation, Market Structure and Firm Size", The Review of Economics and Statistics, Vol:69, Number:4, November, pp.567-574.
- Acs, Z. J. and Audretsch, D. B. (1988); "Innovation in Large and Small Firms: An Ampirical Analysis", The American Economic Review, Sep:88, Vol:78, Issue:4, pp.678-690.
- Altınok, S. (2000); İktisada Giriş, Konya.
- Audretsch D.; Lehmann, E. (Editors: Albert N. Link and F. M. Scherer) (2005); Mansfield's Innovation in the Theory of Innovation: The Economics of R&D, Innovation, and Technological Change, Springer Publishing, USA.
- Avrupa Komisyonu Raporu, 2013, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2013/annual-report-smes-2013_en.pdf, erişim: 24-02-2014
- Bocquet, R. (2007); "Inter-firm Relations and Innovative Activity: A Cluster Analysis Based on Subcontracting Firms in The French Sillon Alpin", <http://www.univie.ac.at/EMNET/2007/papers/Bocquet.pdf>, (Erişim Tarihi: 15/07/2008).
- Brouwer, E. and Kleinknecht, A. (1996); "Firm Size, Small Business Presence and Sales of Innovative Products: A Macroeconometric Analysis", Small Business Economics, Vol:8, Issue:3, June 1996, pp. 189-201.
- ÇAĞIRAN KENDİRLİ, H. (2008); "İşletmelerde Rekabet Tekniği Olarak Yenilik ve Çorum'daki Kobi'lerde Bir Uygulama Çalışması", Gazi Üniversitesi SBE Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Çorum Ticaret ve Sanayi Odası Çorum İli Ekonomik ve Sosyal Göstergeler (2007), Çorum Ticaret ve Sanayi Odası Yayını, Sayı 2.
- Dachs, B. and Ebersberger, B. (2007); "Does Foreign Ownership Matter for the Innovative Activities of Enterprises?", Austrian Research Centers (ARC), Vienna, Austria, April 2007, <http://www.econsearch.net/papers/DachsEbersberger.pdf> (Erişim Tarihi: 15/07/2008).
- Diñçer, Ö. (1996); Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, İstanbul.
- Eren, E. (1982); İşletmelerde Yenilik Politikası, Formül Matbaası Yayınları, İstanbul.
- Gentzoglani, A. (1994); "Sunk Costs, Innovation and Spillover Effects in R&D Intensive Industries", Journal of Applied Business Research, Fall:94, Vol:10, Issue:4, pp. 1-11.
- Geroski, P.A. , Walters, C. F. (1995); "Innovative Activity Over the Business Cycle", The Economic Journal, 105, July, pp. 926-928.
- Hartman ,E. and Tower, C. B. (1994); "Information Sources and Their Relationship to Organizational Innovation in Small Businesses", Journal of Small Business Management, Vol.:32, Issue:1, January , pp.36-47.
- İmamoğlu, S. Z. (2002); " Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde (KOBİ) Yenilik Çabaları ve KOBİ'lerde Ürün Yeniliği Üzerine Bir Araştırma", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- İraz, R. (2005); Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler, Konya, Çizgi Kitabevi, 1. Baskı.
- Jennings, D. F. and Young, D. M.(1990); "An Ampirical Comparison Between Objective and Subjective Measures of the Product Innovation Domain of Corporate Entrepreneurship", Entrepreneurship: Theory and Practice, Fall: 90, Vol.:15, Issue:1, pp. 53-66.
- Karataş, S.(1991) Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler. Veli Yayınları, İstanbul.
- KENDİRLİ, S. ve İ. ÇAĞLAR, (2010);"Corporate Governance As A Strategic Management Factor: Investigating Financial Institutionalization In Çorum SMEs", LV2010Manuscripts, Academic and Business Research Institute Conference- Las Vegas, 1-10 pp., Las Vegas, ABD, Nisan 2010

- Kendirli, S. ve M. Bilginer (2001); "Modern Finansman Teknikleri Bağlamında Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Alternatif Çözüm Önerileri". Standard, Yıl:40, Sayı:272, Nisan, s.85.
- Kendirli, S., C. Tanrıöven (2004); "Çorum Ticaret Borsasının İşlevleri ve Borsa Üyelerinin Beklentileri", Gazi Üniversitesi, İİBF Dergisi , ss.165-185.
- Kendirli, S., M. Tuna, F. Şanöz,(2007); "AB'ye Giriş Sürecinde İşletmelerde Yönetim Bilinci ve Finansal Politikalara Etkileri, Çorum KOBİ'lerine Yönelik Bir Araştırma", 6. Anadolu İşletmecilik Kongresi, 500-514 pp., Kırıkkale Üniversitesi, İİBF, Kırıkkale, Türkiye, 31 Mayıs 2 Haziran.
- KOSGEB, KOBİ Rehberi, Ankara, 2000.
- Léger, A. and Swaminathan, S. (2008); "Innovation Theories: Relevance and Implications for Developing Countries", http://www.druid.dk/uploads/tx_picturedb/dw2006-1680.pdf (Erişim Tarihi: 15/07/2008).
- MFA, erişim: 25-02-2014, <http://www.mfa.gov.tr/turk-ekonomisindeki-son-gelistmeler.tr.mfa>
- Miller, D. and Friesen, P. H. (1982); "Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum", Strategic Management Journal, 3(1), pp.1-25.
- Müftüoğlu, M. T. (1991); Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler-Sorunlar & Öneriler, 1. Baskı, Sevinç Yayınevi, Ankara.
- Müftüoğlu, T. (1998); Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Ankara.
- Müftüoğlu, T. ve Durukan, T. (2004); Girişimcilik ve KOBİ'ler, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Nurkut, İ. (1996), Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanunun KOBİ'lere Etkisi. TES-AR Yayınları, No:20, Ankara.
- Oktay, E., ve A. Güney (2002); "Türkiye'de Kobi'lerin Finansman Sorunu Ve Çözüm Önerileri", 21.Yüzyılda KOBİ'ler: Sorunlar, Fırsatlar Ve Çözüm Önerileri Sempozyumu, Doğu Akdeniz Üniversitesi, K.K.T.C.
- Sarıaslan, H. (1994), Orta ve Küçük Ölçekli İşletmelerin Finansal Sorunları, Çözüm İçin Bir Finansal Paket Önerisi, TOBB Yayınları, Ankara.
- Sarıaslan, H. (1996), Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, İmalat Sanayii İşletmelerinde Sorunlar ve Yeni Stratejiler, TOBB Yayınları, Ankara.
- Selçuk, Y. (1997); "İmalat Sanayisinde Yeniliği Belirleyen Örgütsel Etmenler: Merkezîyetçilik, Biçimsellik ve Yenilik İklimi", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Söğüt, M. A.; (1997) "Experience In Promotion of SME's In Turkey", Prepared For The Southeast European Cooperative Initiative (SECI) Project Group Meeting On "Financial Policies To Promote SME's Conference", Nisan, Romanya.
- Symeonidis, G. (1996); Innovation, Firm Size And Market Structure: Schumpeterian Hypotheses And Some New Themes, London School Of Economics Organization For Economic Co-Operation And Development, Economics Department Working Papers, No. 161, Paris.
- TÜİK, <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> erişim: 23-02-2014
- TÜİK, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=15881>, erişim: 24-02-2014
- Wilson, A. L., Ramamurthy, K., Nystrom, P. C. (1999), "A Multi-attribute Measure for Innovation Adoption: The Context of Imaging Technology", IEEE Transactions on Engineering Management, Vol. 46, No. 3.
- Wolfe, R.A.; (1994); "Organizational Innovation: Review, Critic and Suggested Research Directions", Journal of Management Studies, 31, pp.405-407.
- Yeniçeri, Ö., İnce, M. (2005); Bilgi Yönetim Stratejileri ve Girişimcilik: IQ, Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul.
- Yıldırım, M.(1998), "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri", Gümrük Dergisi, Yıl:7, Sayı:24, İstanbul.
- Yılmaz, A. (2006); Çorum Sanayi, Çorum Sanayi ve Ticaret Odası, Çorum.

- Yılmaz, F. (2004), "Türkiye'de Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ), İktisadi Araştırmalar Ve Planlama Müdürlüğü, [www. isbank. com.tr/ dosya/ ekon-tr_kobiler 2004.pdf](http://www.isbank.com.tr/dosya/ekon-tr_kobiler2004.pdf)
- Young, R. C., Francis, J. and Young D., (1993), Christopher H.; "Innovation in Small Manufacturing Firms", Community Development Reports, Research Briefs and Case Studies, Cornell Community and Rural Development Institute, Vol:1, Issue4, Sep.