

**KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN (KOBİ)
PAZARLAMA VE FİNANSMAN SORUNLARININ
ÇÖZÜMÜNDE RİSK SERMAYESİNİN
KULLANILABİLİRLİĞİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Sezer KORKMAZ*

ÖZET

Pek çok ülke ekonomisinde, küçük ve orta ölçekli işletmeler, teknolojik yeniliklerin kaynağı ve büyük işletmelerin çekirdeği konumundadırlar. Esnek ve yenilikçi yapıları ile günümüzün rekabetçi ortamına kolaylıkla uyum sağlayabilen küçük ve orta ölçekli işletmelerin, ülke ekonomisine katkıları oldukça fazladır.

Buna karşın, yeniliklerle dolu küçük girişimcilerin geleneksel finansman sistemi içinde kaynak bulmaları; ağır teminat şartlarının yerine getirilememesi nedeni ile oldukça güçtür. Çeşitli finansal ve yapısal zorluklar içindeki küçük girişimciler, belki de büyük ilerlemelere neden olacak yeni fikirlerini geliştirme olanağını bulamamaktadırlar. İşte bu noktada risk sermayesi devreye girmektedir.

Bu çalışmada, küçük ve orta ölçekli işletmelerin finansman ve pazarlama sorunlarının çözümünde risk sermayesinin kullanılabilirliği ortaya konmaya çalışılmış ve bu konuda bir araştırma yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre; küçük ve orta ölçekli işletmelerin pazarlama ve finansman alanında pek çok sorunla karşılaştıkları tespit edilmiştir.

Gazi Üniversitesi Ticaret Turizm Eğitimi Fakültesi Öğretim Üyesi (Doç. Dr.)

Pazarlama ile ilgili olarak KOBİ yöneticilerinin, iç pazarı daraltıcı uygulamalardan, finansman konusunda ise kredi kurumlarının yüksek teminat istemelerinden şikayetçi oldukları görülmüştür. Pazarlama ve finans sorunlarının ortalamalarının karşılaştırılması sonucu, KOBİ’lerde finansman sorunlarının daha öncelikli olarak çözülmesinin gerekli olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca katılımcı işletme yöneticilerinin risk sermayesi finansman yöntemini kavram olarak tanımakla birlikte, bu konuda detaylı bilgiye sahip olmamaları nedeni ile bu finansman yöntemini kullanmadıkları görülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Küçük ve orta ölçekli işletmeler, Risk sermayesi

A RESEARCH ON THE USE OF VENTURE CAPITAL IN RESOLUTION OF THE MARKETING AND FINANCING PROBLEMS OF THE SMALL AND MEDIUM SCALED COMPANIES

ABSTRACT

Small and medium scale enterprises are the resources of technological innovations and nucleus of larger enterprises within the economical structure of many countries. These enterprises which have flexible and innovative structures highly contribute to the national economies.

However, it is quite difficult for the innovative small entrepreneurs to obtain resources in the conventional financing system, due to their inability to meet strict collateral requirements. Small entrepreneurs facing various financial and organizational difficulties cannot have possibility to create the environment to develop their innovative ideas that could probably cause significant improvements. Just at this stage venture capital comes up.

The probability of using venture capital in the resolution of the marketing and financing problems of the small and medium scaled enterprises is tried to be clarified on this study and accordingly a research has been carried out.

According to the research results; it is identified that the small and medium scale enterprises (SME_s) encounter lots of difficulties in the fields of marketing and financing. It is understood that managers of the SME_s complain about the market narrowing procedures regarding marketing, and the requests of the financing institutions for large amounts of collaterals, as an issue of financing. As a result of the comparison made between the average marketing and financing issues, financing problems in SME_s are considered to be a matter of greater urgency to be resolved. Though the participating company managers are aware of the venture capital as a financing tool, they do not use it commonly since they have no detailed information in this respect.

Key Words: Small and Medium Scale Enterprises, Venture Capital

GİRİŞ

Büyük değişimlerin yaşandığı dünyamızda, bilgi toplumuna geçiş ile birlikte; yerleşik kavramların radikal şekilde değiştiği, küreselleşme rüzgarlarının pazara dayalı ekonomi kavramını adeta geçersiz kıldığı, benzer coğrafyadaki ülkelerin güç birliğine giderek geniş çaplı ticari ve finansal bütünleşmelerin yaşandığı görülmektedir.

Küreselleşme beraberinde yeni rekabetçi piyasaların oluşumunu da hızlandırmıştır. Günümüzde oluşan rekabetçi piyasalarda, uluslararası sınırların ortadan kalktığı, ürün farklılıklarının azaldığı, yaratıcılığın ön plana çıktığı, müşteriye yakın olmanın önemli hale geldiği, birçok endüstrinin büyüme hızının düştüğü ve bir çok sektörde eşiklerin (giriş engelleri) basıklaştığı görülmektedir. Ayrıca günümüz rekabetçi piyasalarında müşterilerin daha eğitilmiş ve müşkülpesent olmalarının yanı sıra rekabet üstünlüğü sağlamak için sinerji yaratma ihtiyacının da belirdiği, rakip marka ve modeller arasında fiyat farkının azalmasından dolayı rekabette fiyat dışı faktörlerin öne çıktığı görülmektedir.

Bütün bu gelişmeler neticesinde özellikle yaşanan ekonomik krizler de dikkate alındığında, konjonktürel dalgalanmalara uyum sağlama açısından çok daha fazla esnek olan küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ), büyük sanayi ile birlikte ve bir anlamda büyük sanayi'yi tamamlayarak varlıklarını ön plana çıkarmışlardır. Böylece küreselleşme süreci içerisinde ekonomik krizlerin aşılmasında, esnek üretim sistemlerine sahip KOBİ'lerin, rekabet gücü açısından büyük işletmelere göre daha yeterli oldukları sonucuna varılmıştır.

Genel olarak “küçük”, “orta” ve “büyük” sanayi ve işletme deyimleri, hukuki olmaktan çok ekonomik ve teknik içeriğe sahiptir. Sanayileşme süreci içinde, ekonomik şartlar ve kullanılan üretim teknikleri çok değiştiğinden “küçük sanayi” tanımı da değişikliğe uğramıştır. Bugün, ülkemizde ve dünyada üzerinde uzlaşılmış bir KOBİ tanımı bulunmamaktadır. İşletmelerin farklı iş kollarında bulunmaları ve çok çeşitli üretim tekniklerini kullanmaları, kendi çalışma sahalarına uygun tanım geliştirmek zorunda kalmalarına neden olmuş ve ortak bir KOBİ tanımı geliştirilmesini zorlaştırmıştır. Ayrıca KOBİ tanımı, ülkelerin sanayileşme düzeylerine göre de büyük farklılıklar göstermektedir.

Avrupa Birliği (AB) ile son dönemdeki gelişmelere paralel olarak, 19.08.1992 tarih ve 213 Sayılı AB Resmi Gazetesi'nde bir klavuz olarak hazırlanan dokümanlarda belirtilen tanıma göre; 1-9 işçi çalıştıran iş yerleri mikro, 9-49 işçi çalıştıran işyerleri küçük, 49-249 işçi çalıştıran iş yerleri ise orta büyüklükte işyerleri olarak kabul edilmiş ve yıllık 20 milyon ECU'den az satış tutarı olan işletmeler KOBİ kapsamında sayılmıştır (Çiftlikli, 2000:40 ve Baykal, 2000:14-33).

AB standartlarına uyum adına yapılan bu tanımlamayı olduğu gibi kabul edip, ülkemiz açısından genel bir değerlendirme yapacak olursak, işyeri sayısı, çalışanlar sayısı ve katma değer olmak üzere üç önemli göstergeye bakıldığında, KOBİ'lerin ülkemizin gerek

sosyal ve gerekse ekonomik dokusunda önemli bir yer işgal ettiği görülecektir ([w.w.w.kosgeb.gov.tr/kos.htm](http://www.kosgeb.gov.tr/kos.htm)).

- KOBİ'ler imalat sanayiinde faaliyet gösteren işletmelerin %99.5'ini oluşturmaktadır.
- İmalat sanayiindeki istihdamın %61.1'i KOBİ'ler de yer almaktadır.
- Yaratılan katma değerde ise KOBİ'lerin payı %27.3'dür.
- KOBİ'ler aynı zamanda, toplam Türkiye ihracatının %8-10'unu oluşturmaktadır.

Bu veriler çerçevesinde KOBİ'lerin özelliklerini sıralayacak olursak, bu işletmelerin daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağladığı, daha düşük yatırım maliyetleriyle istihdam imkanı yarattığı, yapıları itibariyle ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilendikleri, talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine daha kolay uyum sağlayabildikleri görülmektedir (www.kosgeb.gov.tr/kos.htm).

KOBİ'lerin bölgesel kalkınmayı hızlandırmada da önemli rolleri vardır. Metropollerde yoğunlaşan büyük işletmelerin aksine bu işletmeler tüm ülke geneline yayılmışlardır. Bu nedenle bu işletmeler bir yandan ülkedeki ekonomik faaliyetlerin bölgeler arasında dağılmasına katkıda bulunurken, diğer yandan da emek-yoğun özellikleri nedeniyle bölgesel düzeyde istihdamın yaratılmasını sağlayarak, küçük kentlerden büyük kentlere göç olgusunu önlemektedirler.

1. KOBİ'LERİN SORUNLARI

KOBİ'ler, her ne kadar rekabetçi piyasalara daha kolay uyum gösteren ve ülkemizin ekonomik ve sosyal yapısında çok önemli yeri olan işletmeler olarak tanımlansa da; aşırı rekabetin yaşandığı günümüz koşullarında başarılarını engelleyen bir çok sorunla karşılaşmaktadırlar. Özellikle, AB ile Gümrük Birliği'ne gidilmesi, dış pazarlara açılmanın zorunlu hale gelmesi, ülkemizde KOBİ'lerin, sorunları daha fazla hissetmelerine yol açmıştır (Eryılmaz, 1999:3).

Bu çalışmada, KOBİ'lerin karşılaştıkları sorunlar, yapılan araştırmalarda baz alınarak (Tokol,1984; Sarıaslan, 1994; Parmaksızoğlu, 1997; Alkibay, S. ve diğerleri, 1999) öncelikli sorun alanı olarak düşünülen pazarlama ve finansman fonksiyonlarına odaklanılarak saptanmaya çalışılmıştır.

1.1. KOBİ'lerin Karşılaştıkları Pazarlama Sorunları

KOBİ'lerin karşılaştıkları pazarlama sorunlarının genel olarak aşağıdaki şekilde sıralandığı görülmektedir (Demir ve diğerleri, 1998: 66).

- Ekonomik koşulların gerektirdiği gibi davranamamak,
- Çevre analizi ve erken uyarı sistemlerinden yoksunluk,
- Yeni pazarlama kanallarının yaratılamaması,
- Dağıtım sorunları,
- Pazar bilgisi eksikliği,
- Yoğun rekabet ve rekabet edebilir fiyat belirlenememesi,

Yukarıdaki maddeler aslında pazarlama karması elemanları olan ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma fonksiyonlarında ortaya çıkan sorunlar olarak da yorumlanabilir.

Ülkemizde KOBİ'ler, satışta zorlanmalarından dolayı pazar için üretim yapmak yerine, siparişe göre üretim yapmayı tercih etmektedirler. Siparişe göre üretim yapan işletmeler ise, üretilecek ürün ile ilgili araştırma yapmamakta, müşterinin şartları doğrultusunda üretim yapmayı tercih etmektedir (Baykal ve diğerleri, 1989:259). Ayrıca, KOBİ'lerin finansal yapılarının zayıf olması, Ar-Ge faaliyetinde bulunmayı engellemekte, uzman ve teknik personele ve modern teknolojiye sahip olamama sonucunu doğurmaktadır. Bu durum da KOBİ'lerin, yeni ürün geliştirmelerinde engel oluşturmaktadır (Baykal ve Gülmez, 1988: 48).

KOBİ'ler fiyatlandırma konusunda da çeşitli sorunlarla uğraşmak zorunda kalmaktadırlar. Uygulamada, faaliyet gösterdikleri sektördeki rekabetin yoğunluğu, pazarın sınırlı olması ve finansal güçlükler gibi nedenler KOBİ mallarının fiyatının, büyük işletmeler tarafından belirlenmesine neden olmaktadır. Ayrıca, ölçek ekonomisinin büyük işletmeler lehine işlemesi, KOBİ mamullerinin fiyatının yüksek olması sonucunu doğurmaktadır. Üretim maliyetlerinin yüksekliği de fiyatın belirlenmesi konusunda KOBİ'leri zorlayıcı bir diğer faktördür.

KOBİ yöneticileri, pazarlama karmasının bir diğer elemanı olan tutundurma stratejilerini gerçekleştirmek için de bütçeden pay ayırmayı israf olarak düşünmektedirler. Finansal kaynakların yetersizliği KOBİ yöneticilerinin reklam, tanıtma gibi tutundurma tekniklerinden yararlanma konusunda tasarrufa gitmelerine neden olmaktadır. Bu yüzden bu tip işletmelerin özellikle sergi ve fuarlara katılımları teşvik edilmeli, teknolojiden de yararlanılarak müşteri ilişkisi geliştirme konusunda desteklenmeleri gerekmektedir.

KOBİ'ler coğrafi olarak geniş bir alana hitap etmektedirler. Genellikle, KOBİ'lerin finans ve üretim alanında karşılaştıkları sorunlar nedeniyle var olan dağıtım kanalları ile müşterilerine ulaştıkları ve dağıtım kanalları üzerinde etki ve denetimlerinin olmadığı görülmektedir. KOBİ'ler, mamulü üretir üretmez, hem riski azaltmak hem de başka mamullere yatırım yapabilmek için mümkün olan en kısa sürede mamulü ellerinden çıkartmaya çalışmaktadırlar. Dolayısıyla, tutundurma stratejilerinin gerçekleştirilmesi, malların taşınması, depolanması, stok bulundurma, garanti ve satış sonrası hizmetler gibi pek çok pazarlama işlevinin yerine getirilmesinde aracılar söz sahibi olmaktadır (Baykal vd. 1989: 101-102). Bu durum, KOBİ'lerin, dağıtım kanalında zayıf pazarlık gücüne sahip olmalarına ve aracıların isteklerine boyun eğmelerine neden olmaktadır.

Konuya uluslararası pazar bağlamında bakıldığında KOBİ'lerin, yukarıdaki kapsamdaki sorun alanlarının fazla değişmediği, hatta pek çok alanda örtüştüğü görülmektedir.

KOBİ'ler, yeni pazarlara girmek ve onları tanımakta zorluk çekmekte, tüketicilerin zevk ve tercihlerindeki hızlı değişimleri izlemeye ve bu değişikliklere ayak uydurmada başarılı olamamaktadırlar. Özellikle, sosyal ve ekonomik koşullardaki değişiklikler işletmelerde ciddi sorunlara yol açmakta, hatta işletmeleri başarısızlığa itmektedir (Tokol, 1984: 129-130).

Bunun dışında, Gümrük Birliği sürecinde, ciddi bir şekilde lisan bilen, nitelikli insan gücüne ihtiyaç duyulmaktadır. KOBİ sahip/yöneticilerinin bu konuda çekingen davranmaması gerekmektedir. Çünkü, ülkelerarası ithalat ve ihracatın artması, teknoloji transferinin hızlanması ve KOBİ'lerin uluslararası pazarlara açılması gibi nedenlerden dolayı lisan bilmeme, önemli bir pazarlama sorunu haline gelmiştir (Fındıklı, 1983:10).

Pazar bilgisi eksikliği ve dil bilmeme sorununu sırası ile standardizasyon, kalite kontrolü ve teknoloji seçimindeki bilgisizlik izlemektedir. İyi bir satış organizasyonuna sahip olamama, nitelikli yönetici ve/veya uzman personeli istihdam edememe de , bu işletmelerin önemli pazarlama sorunları arasında yer almaktadır.

KOBİ'lerin pazarlama alanında yaşadıkları diğer sorunları, değişime uyum sağlama, değişimi tahmin ve değişimi üretme konuları için, Ar-Ge çabalarına girememeleridir. Oysa Ar-Ge'nin, değişimi izleme, değişimi gerçekleştirme ve değişimi işletmeye kazandırma gibi işlevleri bulunurken, aynı zamanda KOBİ'ler için bir rekabet aracı işlevi de vardır (Akdemir,1990: 215-115). Ayrıca, KOBİ'ler için çevre analizlerinin yapılmasına ve erken uyarı sistemlerinin kurulmasına gereksinim vardır. Çünkü, Türk ekonomisi dışa açıldıkça, ekonominin değişim süreci hızlanmakta, çevredeki değişikliklerin işletme üzerindeki etkisi artmaktadır. Ancak, KOBİ'ler mükemmel bir çevre analizinin ve dış piyasalara kadar uzanan etkin bir erken uyarı sisteminin gerektireceği harcamalara katlanacak güçte değildirler.

1.2. KOBİ'lerin Karşılaştıkları Finansman Sorunları

Daha öncede belirtildiği üzere ülkemizdeki tüm işletmelerin %99.5'ni küçük ve orta ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. Bu işletmelerimizin toplam istihdam içindeki payı %61.1 ve üretimde yaratılan toplam katma değer içindeki payı ise %27.3'dür (www.kosgeb.gov.tr/kos.htm). Ekonomi içinde bu denli ağırlığa ve öneme sahip KOBİ'lerin finansal sistem tarafından sağlanan kredilerden elde ettiği pay ise ne yazık ki %4 civarında kalmaktadır (Sarıaslan, 1994:43). Bu oran ABD'de %42.7, Japonya'da %50, G. Kore'de %47, Singapur'da %27 ve Hindistan'da %15.3'dür (Sarıaslan, 1994: 43). Görüldüğü gibi finansal sistemin sağladığı kredi imkanlarından en az faydalanan KOBİ'ler, Türkiye'deki işletmelerdir.

Finansal kaynaklara sahip olma konusunda KOBİ'ler, büyük ölçekli firmalar kadar güçlü değildirler. Dolayısıyla finansman güçlüğü KOBİ'ler için çoğu kez daha kuruluş aşamasında başlamakta ve yaşamları boyunca da faaliyetlerini ve gelişmelerini olumsuz yönde etkilemektedir. Finansman bakımından küçük ve orta boy işletmelerle büyük işletmeler arasındaki farklar; öz kaynak yetersizliği, yabancı kaynak teminindeki zorluklar ve finans yönetiminin yetersizliğinden kaynaklanmaktadır. Küçük ve orta boy işletmelerin kuruluş sermayeleri genellikle bireysel ve ailevi kaynaklardan temin edilmektedir. Dolayısıyla, bu işletmelerin öz kaynakları, teminat göstermeye yetmemekte ve buna bağlı olarak kaynak verenlere yeterli güvenceyi sağlayamadıkları için dış kaynak bulmaları da güçleşmektedir (Aypek, 1998: 73). Ayrıca, işletme yöneticilerinin özellikle finansal yönetim konusundaki bilgi ve deneyimlerinin eksikliği de finansal bir sorun olmaktadır. Bunların dışında, KOBİ finansman sorunları kendi içinde; beklenmeyen ödemeler, kredi maliyetleri, kredi alma formalitelerinin ağırlığı ve enflasyona karşı savunmasız olmaları şeklinde sıralanmaktadır (İslamoğlu, 1992: 9-10). Enflasyon, rekabet ve ekonomik durgunluk, bu işletmelerin kaynak ihtiyacını artırmaktadır. Kaynağın maliyeti de, elde edilebilecek kârlara göre daha yüksek olmaktadır. Ayrıca,

KOBİ'lerin enflasyon muhasebesini yasal olarak yürütemeyişleri nedeniyle, cari kârın gerçek kârı aşması ve bunun da vergi yüklerini artırması sonucunu doğurduğu görülmektedir.

Literatürde KOBİ'lerin finansman sorunları çeşitli kıstaslar dikkate alınarak sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmalardan bir tanesi de vade kıstası dikkate alınarak yapılan sınıflandırmadır (Demirbaş, 1992: 32).

Buna göre, bu işletmelerin kısa vadeli sorunları şunlardır:

- Yetersiz işletme sermayesi ve işletme sermayesi temininde karşılaşılan güçlükler,
- Kredi maliyetlerinin yüksek olması,
- Teşvik imkanlarının sınırlı olması,
- Piyasadan ve resmi kuruluşlardan yapılan tahsilatlarda karşılaşılan güçlükler,
- İç ve dış ekonomik piyasalardaki değişimler ve finansman imkanlarının yeterince değerlendirilememesi.

Uzun vadeli finansman sorunlarını ise şöyle sıralanabilir:

- Yetersiz öz kaynak ve yatırım kredisi almaktaki güçlükler,
- Yatırım kredilerinin pahalı olması,
- Genel ekonomik durum ve sermaye piyasasının gelişmişlik düzeyi.

Vade kıstasının dışında, KOBİ'lerin finansal sorunları, para ve sermaye piyasalarından kaynaklanan sorunlar olarak da sınıflandırılmaktadır.

Para piyasasında faaliyette bulunan finansal kurumlar, özellikle ticari bankalar KOBİ'leri teminat, vade ve faiz oranı açısından uygun olmayan kredi şartlarına tabi tutmaktadırlar. Aslında KOBİ'lerin para piyasasına ilişkin sorunları yatırım kararı verme aşamasından itibaren başlamaktadır. Bu tip işletmelerin yatırım kararı, uygun bir proje ya da fizibilite etüdüne dayandırılmadan verildiği için gereksinim duyulacak sermaye miktarının hesaplanması yanlış yapılabilmektedir. Bu durum yetersiz sermaye ile işe başlanılmasına

neden olmaktadır. Bunun dışında KOBİ'lerde ilk yatırım tutarı genellikle sabit sermaye yatırım miktarı olarak algılanmakta ve sabit sermaye yatırımının mal ve hizmet üretilmesi için gerekli olan işletme sermayesi göz ardı edilebilmektedir. Bu durum işletmenin kuruluşundan hemen sonra işletme sermayesi sorununu ortaya çıkarmaktadır (Sariaslan 1994: 45). Ayrıca KOBİ'lerde, sabit ve işletme sermayesinden oluşan ilk yatırım tutarı genellikle bireysel tasarrufların oluşturduğu öz kaynaklardan, akraba ve dostlardan sağlanan borçlardan oluşmaktadır. Dolayısıyla daha kuruluş aşamasında KOBİ'lerde, öz kaynakların sınırlı olması, başarılı ve kârlılık oranı yüksek yatırım projelerinin finans kurumlarından yabancı kaynak sağlama olanağını kısıtlamaktadır. Çünkü finansal kurumlar genellikle büyük ve bilançoları sağlam işletmelere finansman imkanı sağlamayı tercih etmektedirler.

KOBİ'lerin sermaye piyasasına bağlı olarak ortaya çıkan sorunları da çeşitlidir. Bu tip işletmelerin sermaye piyasasından fon sağlamaları, sermaye piyasasının işleyişini düzenleyen mevzuat ve sermaye piyasasında faaliyette olan finansal aracı kurumlar ile bağlantılıdır. Sermaye piyasasının yeterli derinliğe ve genişliğe ulaşmadığı ve buna bağlı olarak finansal aracı kurumların gelişmediği ve geçerli olan mevzuatın sermaye piyasasından yararlanma imkanı tanımadığı ekonomilerde, KOBİ'lerin uzun vadeli finans kaynaklarından yararlanamadıkları görülmektedir.

KOBİ'lerin sermaye piyasalarından yararlanamamaları yalnızca menkul kıymet ihracı hususuyla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda risk sermayesi ve finansal kiralama gibi mali enstrümanların da fazla yaygınlaşmaması sonucunu doğurabilmektedir. Küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin sermaye piyasasında daha kolay işlem görebilmeleri için desteklenip yardım görmeleri şarttır. Bu durumda risk sermayesinin gelişmesi önem taşımaktadır.

2. KOBİ'LERİN SORUNLARININ ÇÖZÜMÜNDE RİSK SERMAYESİNİN YERİ VE ÖNEMİ

Risk sermayesi, geleneksel finans sisteminde gerek sermaye piyasasından, gerekse banka ve diğer finans kurumlarından kaynak sağlama imkanı çok sınırlı veya hiç olmayan KOBİ'lere yönelik bir finansman yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Risk sermayesi bu işlevi ile finansal sıkıntı içinde var olmaya çalışan KOBİ'lerin bu alandaki ihtiyaçlarını karşılayarak, kaynak sağlama sürecini de tanımlamaktadır (Canbaş, 1992:73-74). Risk sermayesinin bir diğer tanımı ise, fon fazlasına sahip yatırımcıların, gelişme potansiyeli yüksek olan KOBİ'lerin oluşumu ve faaliyete geçmesi için yaptıkları uzun vadeli yatırımlardır. Amaç yatırım yapılan projenin dayandığı teknolojinin getireceği verimlilik artışından ortaya çıkacak kârı elde etmektir (www.google.com/girişimcilik/agi.htm). Risk sermayesi fon temininin yanı sıra, yatırımcıdan strateji, finansman, pazarlama ve yönetim konularında da danışmanlık desteği alınmasını sağlamaktadır.

KOBİ'ler için tohum sermaye olarak da adlandırılan risk sermayesi genellikle, aşağıdaki özelliklere sahip işletmelere verilmektedir (TÜSİAD, 1973:25).

- Mal sahipliği teknolojisi (Alameti Farika Sahibi) ya da diğer savunabilir rekabet avantajı olan KOBİ'ler,
- Hızlı büyüyen pazar potansiyeline sahip KOBİ'ler,
- Yetenekli ve yaratıcı bir yönetim yapısı olan KOBİ'ler,
- Ara malları üreterek diğer işletmelere girdi temin eden, fason bir üretim yapısı olup, bu potansiyeli sürekli koruyan KOBİ'ler.

Özellikle ülkemizde KOBİ'lerin, pazarlama, üretim ve finansman alanında karşılaştıkları sorunları giderebilmelerinde büyük oranda kaynağa ihtiyaçları vardır. Bu durumda risk sermayesi önemli bir finansman yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Risk sermayesi öz kaynak benzeri bir kaynak olduğundan KOBİ'ye, yabancı kaynaklarda olduğu gibi zorunlu bir ödeme getirmemektedir. Ayrıca, kâr ve zarara katılmayı göze alan risk sermayedarları sermaye katkıları karşılığında garanti, kefalet ve ipotek de aramamaktadırlar. Bu tür teminatların istenmemesi, özellikle teminat gösterecek yeterli varlığı olmayan KOBİ'lere önemli bir imkan sağlamaktadır. Risk sermayedarlarının aradığı garanti, girişimcinin yetenekleri ve girişimin gelişme projesinin kâr potansiyelinden ibarettir. Diğer bir ifadeyle, risk sermayedarlarının yatırım yaparken güvencesi, desteklediği yeni ve küçük işletmenin teknolojik yeniliği sayesinde büyümesinden elde edeceği sermaye kazancıdır (Woodcock, 1983: 103-104).

Ayrıca risk sermayesinden faydalanmanın KOBİ'nin nakit akımı ve oto finansman imkanları üzerinde kısıtlayıcı ve olumsuz bir etkisi de olmamaktadır. Çünkü, risk sermayesi yatırımı kâr payından çok sermaye kazancı beklentisi ile yapılmakta, hiçbir şekilde geri satın alma taahhüdü içermemekte, hisse senetlerinin istenildiğinde satışı ile ortaklıktan ayrılma esasına dayanmaktadır (Canbaş, 1992:74). Görüleceği üzere risk sermayesi, KOBİ'lerin özellikle kuruluş ve gelişme aşamalarında karşılaştıkları finansman sorunlarının çözümünde etkin bir araç ve uygun bir kaynaktır.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI, ÖNEMİ VE HİPOTEZLERİ

Günümüz koşulları çerçevesinde Türkiye ekonomisi güç bir dönem yaşamaktadır. Yaşanan ekonomik güçlüklerle paralel olarak, KOBİ'ler de kaynak ve buna bağlı olarak üretim, pazarlama, yönetim ve organizasyon fonksiyonlarının işlerliği konusunda sorunlar yaşamaktadır. Özellikle gelişmekte olan ve ekonomik krizlerden fazlasıyla etkilenen bir ekonomik yapıya sahip ülkelerde KOBİ'ler hem yatırım, hem de çalışma sermayesi temin etmekte ciddi sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Bu sorunların çözümünde risk sermayesi finansman yöntemi, KOBİ'lerin önem derecesine göre birinci sırada yer alan finansman sorununun ve diğer işlevsel sorunlarının çözümünde önemli bir araç olarak görülmektedir.

Bu çalışma, KOBİ'lerin gelişiminde risk sermayesi finansman yönteminin etkinliğini vurgulaması açısından önemlidir. Bu doğrultuda bu araştırmanın amacı, KOBİ'lerin ağırlıklı sorunları olarak varsaydığımız finansman ve pazarlama sorunlarının tespit edilmesi ve bu sorunların çözümünde risk sermayesi finansman yönteminin yeri, önemi ve kullanımının saptanmasıdır.

Yukarıdaki amaç çerçevesinde araştırmanın temel hipotezi "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Gelişiminde Risk Sermayesi Yöntemi Önemlidir. Bu Yöntemin Önemi ve Kullanımı Konusunda Küçük ve Orta Ölçekli İşletme Sahip ve Yöneticileri Belirli Bir Bilgi Düzeyine Sahiptirler" şeklinde belirlenmiştir.

Bu temel hipotez çerçevesinde araştırmanın alt hipotezleri ise;

H_{1a}; Araştırmada yer alan KOBİ'lerin finansman alanında karşılaştıkları sorunlar, pazarlama alanında karşılaştıkları sorunlardan daha önemlidir.

H_{1b}; Araştırmada yer alan KOBİ sahip ve yöneticilerinin risk sermayesi finansman yöntemini kavram olarak tanımakta fakat bu finansman yönteminden yararlanmamaktadırlar şeklinde belirlenmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE SINIRLARI

Bu araştırma betimsel bir araştırmadır. Araştırmada, bilgisayar, makine, ekipman ve parçaları, tekstil ve tekstil malzemeleri, makineler, ekipmanlar, aletler, cihazlar ve ilgili ürünleri üreten küçük ve orta ölçekli işletmeler baz alınarak anket çalışması yapılmıştır. Araştırmanın evrenini, Ege Bölgesinde İzmir, Marmara Bölgesinde İstanbul illerinde yukarıda belirtilen faaliyet alanlarında çalışan KOBİ'ler oluşturmaktadır. Araştırma evreni çizilirken KOSGEB'in verilerinden yararlanılmış ve özellikle Anonim şirket statüsünde (risk sermayesi finansman yönteminden yararlanmak isteyen işletmelerin Anonim Şirket statüsünde olması gerekmektedir) 10-249 arası personel istihdam eden ve ciro bazında 50-500 milyar arası cirosu olan KOBİ'ler araştırmaya dahil edilmiştir. Bu

kriterler çerçevesinde 250 KOBİ belirlenmiş ve bu 250 KOBİ içerisinde de örneklem seçimine gidilerek 100 KOBİ'ye ulaşmak hedeflenmiştir. Çalışmada, yüz yüze görüşme ve postalama anket yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Anketlerin geri dönüşünü bekleme süresi Mayıs-Kasım 2002 dönemiyle kısıtlanmıştır. Anketi işletme sahipleri ve onların olmadığı durumda üst düzey yöneticiler cevaplandırmışlardır. İki defa postalama yapılmasına karşın anket geri dönüşümü çok düşük olmuştur. Bu yüzden, büyüme ve finans ile ilgili sorunların çözümünü, Anonim şirket statüsünü alarak risk sermayesi yöntemi ile çözmek isteyebilecekleri düşüncesiyle Limited şirketlerde çalışma kapsamına alınmış, böylelikle, altmış yedi anketin geri dönüşümü sağlanabilmiştir.

Anket yoluyla elde edilen verilerin analizinde SPSS paket programı kullanılmıştır. Analizlerde parametrik olmayan testlerden yararlanılmıştır.

5. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmamıza katkı veren altmış yedi KOBİ yöneticisinin pazarlama konusunda karşılaştıkları sorunlar, on iki başlık halinde, beşli Likert ölçeği kullanılarak kapalı uçlu soru şeklinde hazırlanmış ve katılımcılara sorulmuştur. Bu doğrultuda alınan cevapların, frekans, yüzde, aritmetik ortalama ve standart sapma dağılımları aşağıda tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1: KOBİ'lerin Karşılaştıkları Pazarlama Sorunları

	1 Önemsiz		2 Biraz Önemli		3 Önemli		4 Oldukça Önemli		5 Çok Önemli		X	S,S
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Pazar Bulma Güçlüğü	7	10,4	6	9,0	15	22,4	19	28,4	20	29,8	3,58	1,29
Pazardaki Yoğun Rekabet	3	4,5	3	4,5	15	26,9	19	28,4	24	35,7	3,86	1,09
Haksız Rekabet Uygulamaları	2	3,0	4	6,0	18	25,4	11	16,4	33	49,2	4,02	1,12
İç Pazarı daraltıcı Ekonomik Uygulamalar	-	-	2	3,0	17	16,4	22	32,8	32	47,8	4,25	0,84
Pazardaki Fiyat İstikrarsızlıkları	2	3,0	4	6,0	11	23,9	14	20,9	31	46,2	4,01	1,10
Nakliye Güçlükleri	20	29,9	11	16,4	16	26,9	9	13,4	9	13,4	2,64	1,38
Aracılarla Yaşanan Problemler	8	11,9	19	28,4	18	31,3	6	9,0	13	19,4	2,95	1,28
Yetersiz Satış Elemanları	6	9,0	13	19,4	19	22,4	16	23,9	17	25,3	3,37	1,30
Yetersiz Tutundurma Çabaları	5	7,5	9	13,4	21	31,3	15	22,4	17	25,4	3,44	1,22
Yeni Teknolojilere Uyum Güçlüğü	11	16,4	9	13,4	16	23,9	12	17,9	19	28,4	3,28	1,43
Ambalajlama ve Paketleme Sorunları	19	22,4	19	28,4	12	17,9	12	17,9	9	13,4	2,71	1,35
Pazarlama Maliyetinin Yüksekliği	3	4,5	7	10,4	19	28,4	12	17,9	26	38,8	3,76	1,20

Yukarıda ki tablodan da görüldüğü üzere, araştırmamıza katılan KOBİ yöneticilerinin %29.8'i pazar bulma güçlüğüne çok önemli, %28.4'ü ise oldukça önemli bulduklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla pazar bulmanın KOBİ'ler için güç olduğunu söyleyen katılımcı yüzdesinin toplam %58.2 olduğu görülmektedir. Bu durumda pazar bulma önemli bir pazarlama sorun değişkeni olarak görülebilir.

Pazardaki yoğun ve haksız rekabet uygulamalarına bakacak olursak, her iki değişkenin de araştırmaya katılan KOBİ yöneticileri tarafından önemli sorun değişkenleri olarak

yorumlandığı görülmektedir. Araştırmamıza katılan yöneticilerin %64,1'i (oldukça önemli %28,4; çok önemli %35,7) pazardaki yoğun rekabetten şikayet ederken, %65,6'sı ise haksız rekabet uygulamalarından şikayet etmiştir (oldukça önemli %16,4; çok önemli %49,2).

Araştırmaya katılan KOBİ yöneticilerinin %80,6 (oldukça önemli %32,8; çok önemli %47,8) gibi büyük bir çoğunluğunun iç pazarı daraltıcı ekonomik uygulamalardan rahatsız oldukları görülmektedir. Ayrıca, %67,1 (oldukça önemli %20,9; çok önemli %46,2) oranında KOBİ yöneticisinin pazardaki fiyat istikrarsızlıklarını sorun olarak değerlendirdikleri tespit edilmiştir.

Buna karşılık fiziksel dağıtım kavramı içinde irdelediğimiz nakliye güçlüklerinin araştırmamıza katılan KOBİ yöneticileri tarafından önemli bir sorun değişkeni olarak görülmediği belirlenmiştir. Katılımcıların %46,3'u (Önemsiz %29,9; biraz önemli %16,4) nakliye güçlüklerini önemli bir sorun değişkeni olarak görmediklerini belirtmişlerdir.

Araştırmamıza katılan KOBİ yöneticileri, araçlarla yaşanan sorunları da önemli bir değişken olarak yorumlamamışlardır. Katılımcıların, %40,3'ünün (önemsiz %11,9; biraz önemli %28,4) araçlarla yaşanan problemleri önemli görmedikleri belirlenmiştir.

Yetersiz satış elemanı ve tutundurma çabaları ise araştırmamıza katılan yöneticiler tarafından sorun değişkenleri olarak yorumlanmıştır. Buna göre katılımcıların %49,2'si (oldukça önemli %23,9; çok önemli %25,3) yetersiz satış elemanını, %47,8'i (oldukça önemli %22,4; çok önemli %25,4) yetersiz tutundurma çabalarını önemli bir pazarlama sorunu olarak gördüklerini belirtmişlerdir.

Yeni teknolojilere uyum güçlüğü ve pazarlama maliyetlerinin yüksekliği de araştırmamıza katılan KOBİ yöneticileri tarafından önemli sorun değişkenleri olarak

yorumlanmıştır. Yeni teknolojilere uyum güçlüğünü araştırmaya katılanların %46,3'ü (oldukça önemli %17,9; çok önemli %28,4) önemli bir sorun olarak görmektedir.

Ambalajlama ve paketleme sorunlarına baktığımızda ise bu değişkenin de nakliye ve araçlarla yaşanan sorun değişkenlerinde olduğu gibi fazlaca önemsenen bir sorun alanı olmadığı görülmektedir. Ambalajlama ve paketleme sorunlarını katılımcıların, %50,8'i (önemsiz %22,4; biraz önemli %28,4) önemsiz olarak tanımlamıştır.

Bu aşamada, KOBİ yöneticilerinin pazarlama sorunlarına yönelik olarak, Tablo 1'de sunulan frekans dağılımının yanında, ayrıca bu değişkenlerin frekans değerlerine göre anlamlı bir yığılmayı kapsayıp kapsamadığının belirlenmesine yardımcı olması amacıyla değişkenlerin ortalamasına da bakılmalıdır. Bu amaçla, herhangi bir dağılımdaki alt ve üst değerlerin "ortalaması" önemli olmaktadır. Bu ortalama değerler arasından, "önemsiz" önermesi (1.00) ile "çok önemli" önermesinin (5.00) arasında yer alan ve 5.00'e en yakın olanlar dikkate alınır. Buna göre, KOBİ yöneticilerinin pazarlama sorunlarına ilişkin vermiş olduğu cevapların önem sırasına göre ortalama değerleri, frekans değerleri ile benzerlik taşımaktadır. Nakliye güçlükleri, araçlarla yaşanan problemler, ambalajlama ve paketleme sorunları dışında kalan değişkenlerin ortalama değerlerinin 3,28 ile 4,25 değerleri arasında yer aldığı görülmektedir.

Bu çerçevede araştırmamıza katılan KOBİ yöneticilerinin, en önemli pazarlama sorunları olarak; iç pazarı daraltıcı ekonomik uygulamaları (X:4,25), haksız rekabet uygulamalarını (X:4,02) ve pazardaki fiyat istikrarsızlıklarını (X:4,01) gördükleri söylenebilir.

Katılımcı KOBİ'lerin karşılaştıkları finansman sorunları ise tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2: KOBİ'lerin Karşılaştıkları Finansman Sorunları

	(1)Önemsiz		(2) Biraz Önemli		(3) Önemli		(4) Oldukça Önemli		(5) Çok Önemli		X	S,S
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Kredi Kurumlarının Yüksek Teminat İstemesi	5	7,5	2	3,0	9	13,4	21	31,3	30	44,8	4,02	1,18
Kredi Geri Ödemelerinde Ödemesiz Sürenin Yetersizliği	6	9,0	3	4,5	16	23,9	15	22,3	27	40,3	3,80	1,27
Yüksek Kredi Maliyetleri	4	6,0	-	-	7	10,4	16	23,9	40	59,7	4,31	1,07
Kısıtlı Kredi İmkanları	5	7,5	3	4,5	12	17,9	15	22,4	32	47,7	3,98	1,23
Öz kaynak Oluşturma Güçlüğü	2	3,0	4	6,0	11	16,4	22	32,8	28	41,8	4,04	1,05
Uygulanan Ekonomik Politikalar	2	3,0	2	3,0	6	9,0	12	17,8	45	67,2	4,43	0,98
Stoklamanın Getirdiği Ek Maliyetler	3	4,5	8	11,9	19	28,4	18	26,8	19	28,4	3,62	1,15
Kapasite Düşüklüğü	6	9,0	9	13,4	23	34,3	14	20,9	15	22,4	3,34	1,22
Mevzuatla ilgili Yaşanan Sorunlar	3	4,5	6	9,0	22	32,8	16	22,4	20	29,9	3,65	1,13
Verilen Teşviklerin Yetersizliği	9	7,5	2	3,0	11	16,4	16	23,8	33	49,3	4,04	1,21
İş hayatına Yönelik Bürokratik Engeller	1	1,5	6	9,0	8	11,9	18	26,9	34	50,7	4,16	1,05
Yeni Teknoloji – Ekipmanda Sağlamada Yaşanan Güçlükler	3	4,5	6	9,0	9	13,4	19	28,4	30	44,7	4,00	1,16

Tablo 2’de görüldüğü üzere, katılımcıların %31,3’ü kredi veren kurumlarca istenen teminatın yüksek olmasını oldukça önemli bir sorun olarak nitelendirirken, %44,8’i bunu çok önemli bir sorun olarak nitelendirmişlerdir. Dolayısıyla yöneticilerin %76,1’i için kredi kurumlarınca istenen yüksek teminat önemli bir sorun değişkeni olarak karşımıza çıkmaktadır.

Aynı şekilde, katılımcıların, %83,6'sı yüksek kredi maliyetini (oldukça önemli %23,9; çok önemli %59,7), %70,2'si kısıtlı kredi imkanlarını (oldukça önemli %22,4; çok önemli %47,8), %76,1'i öz kaynak oluşturma güçlüğü (oldukça önemli %34,3; çok önemli %41,8), %85,1'i uygulanan ekonomik politikaları (oldukça önemli %17,9; çok önemli %67,2), %73,2'si verilen teşviklerin yetersizliğini (oldukça önemli %23,9, oldukça önemli %49,3), %77,6'sı iş hayatına yönelik bürokratik engelleri (oldukça önemli %26,9; çok önemli %50,7), %73,2'si yeni teknoloji ve ekipman sağlamada yaşanan güçlükleri (oldukça önemli %28,4; çok önemli %44,8) çok önemli finansman sorun değişkenleri olarak gördüklerini belirtmişlerdir.

Araştırmamıza katılanların % 46,3 kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliğini (önemli %23,9; oldukça önemli %22,4), , %55,3'ü stoklamanın getirdiği ek maliyetleri (önemli %26,9; oldukça önemli %28,4) , %55,2'si kapasite düşüklüğünü (önemli %34,3; oldukça önemli %20,9) , % 56,7'si mevzuatla yaşanan sorunları (önemli %32,8; oldukça önemli %23,9) önemli görmekle birlikte çok önemli bulmadıklarını da belirtmişlerdir.

Bu aşamada, KOBİ yöneticilerinin finansman sorunlarına yönelik olarak, Tablo 2'de sunulan frekans dağılımının yanında, ayrıca bu değişkenlerin frekans değerlerine göre anlamlı bir yığılmayı kapsayıp kapsamadığının belirlenmesini saptamak amacıyla yukarıda pazarlama sorunları ile ilgili yapmış olduğumuz gibi değişkenlerin ortalamasına bakılmış ve ortalama değerlerle, frekans değerler arasında uyum olduğu görülmüştür. Dolayısıyla, katılımcıların, önemli finansman sorunları olarak uygulanan ekonomik politikaları (X:4,43), yüksek kredi maliyetini (X: 4,31), iş hayatına yönelik bürokratik engelleri (X:4,16) ve öz kaynak oluşturma güçlüğü ile (X:4,04) verilen teşviklerin yetersizliğini (X: 4,04) gördükleri söylenebilir.

Çalışmanın önemli hipotezlerinden biri katılımcı KOBİ'lerin finansman sorunlarını pazarlama sorunlarından daha önemli gördükleridir. Bu doğrultuda pazarlama ve finansman sorunlarının belirlenen ortalamalarının ortalamasına bakılmıştır. Yapılan analiz sonucu on iki sorudan oluşan pazarlama sorunlarına ilişkin ortalamaların ortalaması 3.48, yine on iki sorudan oluşan finansman sorunlarına ilişkin ortalamaların ortalamasının 4.00 olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla araştırmamıza katılan KOBİ'ler için de finansman sorunları pazarlama sorunlarına nazaran öncelikli sorun olarak görülmektedir.

Finans konusunda karşılaşılan sorunların risk sermayesinin kullanımı ve yaygınlaşmasında girdi veri oluşturması nedeniyle, sorun değişkenleri arasındaki karşılıklı bağımlılığın kökeni araştırmak ve bu bağımlılığa dayanarak, verilerin daha anlamlı ve özet bir biçimde sunulmasını sağlamak amacıyla bu gruptaki sorular için faktör analizi yapılmıştır. “Faktör Analizi” başta sosyal bilimlerde olmak üzere bir çok alanda sıkça kullanılan çok değişkenli analiz tekniklerinden bir tanesidir. Faktör analizinin kullanılmasıyla çok değişkenli bir araştırmada birbiri ile ilişkili değişkenleri bir araya getirmek suretiyle az sayıda ve benzerlik taşıyanları aynı grupta değerlendirme olanağı elde edilir (Akgül, 2003: 440). Nitekim bu çalışmada faktör analizi, öncelikle yöneticiler tarafından ifade edilen sorun kriter sayısını azaltmak ve aynı kalan kriterleri belirlemek amacıyla kullanılmıştır. Bunun yanı sıra, analizde esas seçim kriterlerine bağlı olarak değerlendirilen, yani aynı grup içerisinde yer alan seçim kriterleri belirlenmeye çalışılacaktır. Soru kağıdının bu bölümünün güvenilirlik derecesi (Chronbach α) %69.5'dir. Bu bölümün on iki sorudan oluştuğu dikkate alınırsa, elde edilen güvenilirlik derecesinin tatmin edici düzeyde olduğu söylenebilir. Yapılan faktör analizi sonucu elde edilen sonuçlar tablo 3 de sunulmuştur.

Tablo 3: Finansman Sorunlarının Yöneticiler Açısından Değerlendirilmesine İlişkin Verilerin Faktör Analizi

Finansman Sorunları	1	2	3
Kredi Kurumlarının Yüksek Teminat İstemesi	,846	-,002	,193
Kredi Geri Ödemelerinde Ödemesiz Sürenin Yetersizliği	,828	-,002	,181
Yüksek Kredi Maliyetleri	,646	,547	-,120
Kısıtlı Kredi İmkanları	,737	,436	-,002
Öz kaynak Oluşturma Güçlüğü	,584	,223	,222
Uygulanan Ekonomik Politikalar	,257	,745	,002
Stoklama'nın Getirdiği Ek Maliyetler	,113	,135	,820
Kapasite Düşüklüğü	-,002	-,002	,803
Mevzuatla ilgili Yaşanan Sorunlar	-,002	,680	458
Verilen Teşviklerin Yetersizliği	,264	,750	,113
İş hayatına yönelik Bürokratik Engeller	-,002	,752	,241
Yeni Teknoloji ve Ekipman Sağlamada Yaşanan Güçlükler	,243	,244	,455

Faktör analizini yorumlamak için, öncelikle her bir faktörün en yüksek değerinin hangi grupta yer aldığına bakılmalıdır. Tablo 3’de görüldüğü üzere, her grupta yer alan ve %50’nin üzerinden yükleme değerlerine sahip olan seçim kriterleri arasında en büyük değerler koyu olarak belirtilmiştir. Yine tablo 3’de görüldüğü üzere, seçim kriterleri üç ayrı grupta değerlendirilmektedir. Şöyle ki, kredi kurumlarının yüksek teminat istemesi ,846 ile birinci grupta en yüksek yükleme değerine sahipken, ikinci grupta yer alan seçim kriterlerinden “iş hayatına yönelik bürokratik engeller” ,752 ile en yüksek değer olarak göze çarpmaktadır. Analiz sonucunda, üçüncü grubun en yüksek değerini de ,820 yükleme değeri ile “stoklamanın getirdiği ek maliyetler” oluşturmaktadır.

Söz konusu faktör analizi “Varimax Rotation” metoduna göre yapılarak, her seçim kriterinin en yüksek değeri belirlendikten sonra, oluşan gruplara o grup içinde en yüksek değeri alan seçim kriterlerinin adı verilmiştir. Böylece yöneticilere göre KOBİ’lerin finansman sorunları üç gruba ayrılmıştır. Birinci grup “kredi kurumlarının yüksek teminat istemesi”, ikinci grup “iş hayatına yönelik bürokratik engeller” ve üçüncü grupta “stoklamanın getirdiği ek maliyetler”dir. Tablo 4’de bu gruplara dahil olan diğer seçim kriterleri görülmektedir.

Tablo 4 : KOBİ Yöneticilerine Göre Finansman Sorunlarının Yer Aldığı Gruplar

Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3
-Kredi Kurumlarının Yüksek Teminat İstemesi -Kredi Geri Ödemelerinde Ödemesiz Sürenin Yetersizliği -Kısıtlı Kredi İmkanları -Yüksek Kredi Maliyetleri -Öz kaynak Oluşturma Güçlüğü	-İş Hayatına Yönelik Bürokratik Engeller -Verilen Teşviklerin Yetersizliği -Uygulanan Ekonomik Politikalar -Mevzuatla İlgili Yaşanan Sorunlar -Yüksek Kredi Maliyetleri	-Stoklamanın Getirdiği Ek Maliyetler -Kapasite Düşüklüğü

Yukarıdaki tablo 4’de görüldüğü gibi, Faktör 1’de beş seçim kriteri yer almaktadır. Kredi kurumlarının yüksek teminat istemesinden şikayetçi olan katılımcı yöneticiler, aynı zamanda, kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliğinden, kısıtlı kredi imkanlarından, yüksek kredi maliyetlerinden ve öz kaynak oluşturma güçlüğünden şikayet etmişlerdir. Faktör 2’de ise, yine beş sorun gruplanmıştır. İş hayatına yönelik bürokratik engeller başlığı altında, verilen teşviklerin yetersizliğinden, uygulanan ekonomik politikalar ve mevzuatla ilgili yaşanan sorunlardan şikayet edilmiştir. Yüksek kredi maliyetleri bu grupta en düşük yükleme değeri ile yine yer almıştır. Faktör 3’de ise stoklamanın getirdiği ek maliyetlerin yanı sıra kapasite düşüklüğü sorunu yer almıştır.

Çalışmamızda katılımcılara, risk sermayesi kavramı ile ilgili olması nedeniyle başka sorular da yöneltilmiştir. Yatırım ve İşletme Sermayesinin nereden karşılandığına yönelik soruya verilen cevaplar tablo 5’de yer almaktadır.

Tablo 5: Yatırım ve İşletme Sermayesinin Sağlanma Alanı

	Önem Derecesi			Ağırlık		Önem Sırası
	1	2	3	Toplam	%	
Banka Kredisi Kullanma	19	12	1	82	26,6	(1)
Leasingden Yararlanma	3	7	6	29	9,4	(4)
Özel Finans Kurumlarından Yararlanma	3	4	6	23	7,5	(7)
Risk Sermayesinden Yararlanma	2	1	-	8	2,6	(8)
Sermaye Artırımına Gitme	10	6	9	51	16,6	(3)
Yeni Ortak Bulma	4	7	-	26	8,4	(6)
Kredili Mal Alma	12	6	12	60	19,5	(2)
Diğer	7	4	-	29	9,4	(5)
Toplam				308	100	

* Ağırlıklı Toplam = “1. Derece Frekansı x 3+2. Derece Frekansı x 2+3. Derece Frekans x 1” şeklinde hesaplanmıştır (Zeisel, 1982; Pınar ve Ateş, 1983)

Tablodan da görüleceği üzere, KOBİ’lerin yatırım ve işletme sermayesinin karşılanmasında öncelikle tercih ettikleri finansman yöntemi, banka kredileridir. Banka kredileri, temin edilmelerindeki formalitelerin çokluğu, teminat koşullarının ağırlığına rağmen en çok tercih edilen finansman tekniği olarak karşımıza çıkmaktadır. KOBİ’lerin yatırım ve işletme sermayesinin karşılanmasında ikinci derecede başvurdıkları finansman tekniği, kredili mal alarak satıcı kredilerine başvurmadır. Görüleceği üzere, KOBİ’ler kredili mal alımı ile diğer finansman tekniklerinden daha uygun vade ve faizle işletme faaliyetlerini sürdürebilecek finansman kaynağını elde edebilmektedirler.

KOBİ’lerin yatırım ve işletme sermayesinin karşılanmasında üçüncü sırada tercih ettikleri finansman tekniği, sermaye artırımına gitme yani kendi öz kaynaklarına dayanmadır. Buna karşın, yatırım ve işletme sermayesi sağlamada Leasing’in kullanımının sınırlı olduğu görülmektedir.

risk sermayesinin KOBİ'lerce kullanımı ise, tabloda görüldüğü üzere en son sırada yer almıştır. Aslında ilk üç sırada yer alan finansman araçlarına göre risk sermayesi yöntemi, zorunlu bir ödeme getirmemesi, nakit akımı ve oto finansman imkanları üzerinde kısıtlayıcı bir etkisi olmaması gibi nedenlerden dolayı daha avantajlıdır. Sonucun bu şekilde olması, bu yöntemin fazlaca bilinmemesinden kaynaklanmış olabilir.

Araştırmamızda sorulan bir diğer soru da katılımcıların son bir yıl içinde kredi kullanıp kullanmadıklarıdır. Katılımcıların %55,3'ü son bir yıl içerisinde kredi kullanmadıklarını belirtmişlerdir. Ülkemizde son on yıldır yaşanan ekonomik krizler, bankacılık sektörünü de oldukça olumsuz etkilemiştir. Sektörde yer alan bankaların, özellikle geri dönüşü olmayan krediler nedeniyle likitide sıkıntısına düştükleri ve sermaye yapılarının zayıfladığı görülmektedir. Bu nedenden dolayı, bankalar, kredi verirken teminat koşullarını ve kredi maliyetlerini artırma yoluna gitmişlerdir. Bu durum KOBİ'lerin banka kredilerini çok fazla tercih etmeme nedenlerinden biri olabilir. Ayrıca yaşanan ekonomik krizler KOBİ'lerin finansman tercihinde banka kredilerini kullanmaktan kaçınmalarına neden olmuştur. Kredi kullanımına giden %44,7 oranın da katılımcı işletmenin ise daha çok işletme kredisi ile tüketici kredisi kullanma yoluna gittikleri görülmektedir.

Araştırmamızda katılımcılara yöneltilen bir diğer soru da , girişimcileri yatırım yapmaya yönleltmek amacıyla verilen teşviklerin yeterli olup olmadığıdır. Cevaplara baktığımızda, %3 oranında katılımcı teşviklerin yeterli olduğunu söylerken, %97 gibi büyük bir çoğunluğu, KOBİ olarak kendilerine verilen teşvikleri yeterli bulmadıklarını belirtmişlerdir. KOBİ'lerin ülkemiz ekonomisindeki rolü pek çok kez vurgulanmasına rağmen bu işletmelerin kuruluşu ve gelişimine yönelik teşvik edici politikaların yeni olduğu görülmektedir. Bu bakımdan, küçük ve orta ölçekli işletmelerimiz bugün pek çok finansal sorunla karşılaşmaktadır. Dolayısıyla ülkemizdeki küçük ve orta ölçekli işletmelerin acil finansman sorunlarına ilişkin, kalkınma planlarında belirtilen hedefler

doğrultusunda öngörülen tedbirler ile halen uygulanmakta olan mevcut finansal sistem çözüm olmak konumunda değildir (Parmaksızoğlu, 1997: 128).

Bu durum, KOBİ'lerin öz sermaye tabanını genişletecek ve yeni yatırımların riskini karşılayacak bir finans yoluna gerek duyduklarını göstermektedir. Risk sermayesi bu alanda önemli fonksiyonlara sahiptir. Bu düşünceden yola çıkılarak çalışmamızda katılımcılara risk sermayesinin bilinme ve kullanılma düzeyini saptamak amacıyla sorular yöneltilmiştir.

Tablo 6: Risk Sermayesinin Bilinme ve Kullanılma Oranları

Bir Finansman Aracı Olarak Risk Sermayesini Biliyor musunuz ?		
	f	%
Evet	32	47,8
Hayır	35	52,2
Toplam	67	100,0
Risk Sermayesinden yararlandınız mı?		
	f	%
Evet	4	6,0
Hayır	63	94,0
Toplam	67	100,0
Risk Sermayesinden Yararlanmayı Niçin Düşünmediniz?		
	f	%
Yeterli Bilgiye Sahip Değilim	42	66,7
Maliyeti Yüksek Bir Finansman Aracı	7	11,1
Mevzuat Yetersiz	5	7,9
Kamu Sektörünün yetersiz Desteği Ve Vergi Muafiyetinin Olmaması	9	14,3
Toplam	63	100,0

Tablo 6'dan görüleceği üzere KOBİ yöneticilerinin %52'si risk sermayesini bildiklerini, % 47'si ise bilmediklerini belirtmişlerdir. Risk sermayesi kavramı bilinmekle birlikte, risk sermayesinin kullanımı ile ilgili soruya bakıldığında, % 94'ünün risk sermayesinden yararlanmadıkları görülmektedir. Bunun nedeni, katılımcıların risk sermayesi kavramını

duymakla birlikte bu konuda yeterli bilgiye sahip olmamaları (%66.7) nedeni ile bu yöntemi kullanmamalarıdır..

Genel bir bilgi vermesi amacıyla, katılımcı işletmelerin ve yöneticilerinin genel olarak demografik özelliklerine baktığımızda ise katılımcı işletmelerin % 62.6'sı imalat sektöründe, %28.4'ü hizmet sektöründe yer aldığı görülmektedir. Katılımcı işletmelerin % 83.7'si sermaye şirkettir. Bunların da % 23.9 u Anonim Şirkettir. Risk sermaye şirketlerinin hukuki yapılarına bakıldığında ise bu tür şirketlerin hukuki yapısının Anonim Şirket olması gerekmektedir. Fakat daha önce belirtmiş olduğumuz gerekçe ile Araştırmamıza Limited şirketlerde dahil edilmiştir. Dolayısıyla risk sermayesinin Tablo 6'da görülen kullanım oranının düşük çıkmasının sebebi; Anonim Şirket statüsündeki katılımcı işletme sayısının azlığı da olabilir.

İşletme sahip ve yöneticilerinin deneyimlerine bakıldığında da yoğunlaşmanın 11-15 yıl ile 20 ve daha fazla yıl üzerinde olduğu görülmektedir. İş hayatındaki deneyim süresi ile risk sermayesinin bilinebilirliği arasında da doğal bir ilişki olması beklenen bir diğer sonuçtur. Fakat bu araştırma da bu ilişki test edilmemiş, çalışmanın profil belirleme çalışması olması nedeniyle, katılımcıların finansal sorunların çözümünde önemli bir yöntem olan risk sermayesi bilip bilmediklerine bakılmıştır. Sonuçta, bu finans yönteminin araştırmamıza katılan işletmeler tarafından kavram olarak duyulduğu, fakat bu yöntemin bilgisizlik ve gerekli alt yapının hazır olmaması nedeniyle kullanılmadığı belirlenmiştir.

6. SONUÇ ve ÖNERİLER

Dünya ekonomisinin yaşamış olduğu krizler, özellikle sanayi sektöründe ekonomik birimlerin ölçeklerinin küçülmesine sebep olmuştur. Yaşanan bu değişim, emek yoğun işletme tipinin, sermaye yoğun işletme tipine dönüşmesine aracı olmuştur. Dolayısıyla işletmelerin üretim sistemleri esnek bir yapıya kavuşmuş ve ürün çeşitlendirilmesi yoluyla rekabetçi avantaj kazanmışlardır.

Dünyadaki bu eğilimler, Türkiye'nin de ekonomik ve sosyal alanlarda değişime gitmesini gerektirmiş ve dünya ekonomisine entegre olma çabalarına ivme kazandırmıştır. Bu çabalar doğrultusunda KOBİ'ler Türkiye'nin gündeminde önemli bir yer kazanmıştır. Çünkü KOBİ'ler, yenilikleri hemen yakalayabilen, üretim süreçlerini ayarlayabilen, pratik girişimciliği temsil eden, başarmak ve yaşamını devam ettirmek güdüsüyle yönetilen işletmelerdir. Dolayısıyla, bu işletmeler, toplumsal yapımızın ve mevcut ekonomik sistemin önemli bir parçası durumundadır.

Bütün bunlara karşın, ülkemizde bu işletmelerin yapısal özellikleri gereği bir takım sorunlarla karşılaştıkları ve bu nedeniyle ekonomiye beklenen katkıyı sağlayamadıkları görülmektedir. Gerek dünyada gerekse ülkemizde KOBİ'lerin başlıca sorunu finansman yetersizliğidir. Çalışmamızda da, katılımcılar, finansman konusunda, öncelikli olarak kredi kurumlarının yüksek teminat istemesi, kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği, iş hayatına yönelik bürokratik engeller ve stoklamanın getirdiği ek maliyetlerden şikayet etmişler ve finansman sorunlarının pazarlama sorunlarından daha önemli olduğunu belirtmişlerdir. Böylelikle H_{1a} hipotezi desteklenmiştir. Ülkemiz KOBİ'lerinin, mevcut sermaye piyasası mevzuatına göre sermaye piyasasından fon sağlama imkanı yoktur. Bu yüzden KOBİ'lere finansal destek büyük ölçüde bankacılık sektöründen gelmektedir. Son yıllarda bankacılık sektöründe yaşanan sıkıntılar ve bu işletmelerin riskli ve getirilerinin yetersiz görülmesi gibi sebeplerde KOBİ'lerin finansman sorunlarını daha da arttırmış ve bu alanda bir boşluğa neden olmuştur. Dolayısıyla bütün bu gelişmeler, alternatif bir finansman tekniğine duyulan ihtiyacı arttırmıştır. Bu noktada risk sermayesi modeli bu boşluğu dolduracak bir finans enstrümanı olarak devreye girmektedir.

Risk sermayesi ile geleneksel yöntemlerle finansman sağlamakta zorluk çeken küçük girişimcilerin ihtiyacı karşılanmaktadır. Böylelikle bu sermaye modeli ile hem küçük

girişimciler desteklenmekte hem de bu yatırımlar daha çok teknoloji ağırlıklı olduğu için ülke ekonomisinin hızlı gelişimine katkı sağlanmaktadır. Sistemin iyi işlemedi halinde, ülkenin teknolojik kapasitesinin ve uluslararası piyasalarda rekabet gücünün artacağı tartışılmazdır. Çünkü ekonomik büyüme, ülkenin uluslararası pazarda markalaşarak rekabet gücünü artırabilmesine ve yeni pazarlara girebilmesine bağlıdır. Dolayısıyla teknolojilerini yenileyen, yeni ürün ve yöntemler geliştirebilen ülkeler uluslararası arenada rakiplerine göre daha avantajlı olmaktadır. Böyle bir yapıda yaratıcı girişimcilere ve bu girişimcilerin finanse edilmesine gereksinim görölmektedir. Dolayısıyla, risk sermayesinin oluşumu için üç temel unsurdan birincisi, yeni fikirleri olup yeterli finansmana sahip olmayan küçük girişimciler, ikincisi bu girişimcilere fon sağlayacak yüksek getiri bekleyen finansörler ve üçüncüsü gelişmiş bir sermaye piyasasının varlığıdır. Bu doğrultuda yapmış olduğumuz çalışmada da risk sermayesi yönteminin KOBİ'lerin özellikle finansman alanında karşılaştıkları sorunlarının çözümünde önemli bir araç olduğu belirlenmiştir.

Ülkemizde KOBİ'lere yönelik uygulanacak olan risk sermayesi finansman yönteminin başarılı olabilmesi için öncelikle küçük girişimcilerin bu konuda bilgilendirilmeleri gerekmektedir. Yapmış olduğumuz araştırmada da katılımcıların risk sermayesi kavramını tanımakla beraber, bu yöntem konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları ve bunun için de kullanmadıkları saptanmıştır. Böylelikle H_{1b} hipotezi de desteklenmiştir.

Bunun yanı sıra ülkemizde yaşanan ekonomik krizler ve istikrarsızlık gibi faktörlerin, yatırımcıları riski az olan yatırımlara yönlendirdiği görölmektedir. Bu durum yatırımcıların, KOBİ statüsündeki girişimcilerin hisse senetlerine yatırım yapmak istememelerine neden olmaktadır. Bu yüzden, dünya uygulamalarında olduğu gibi ülkemizde de devletin riski düşünerek yatırımcıları teşvik etmesi yararlı bir uygulama olacaktır.

Risk sermayesi yönteminin başarılı olması için mevcut teşvik sisteminin yeniden gözden geçirilerek hem yatırım yapan, hem girişimci işletme, hem de bu işletmelerin hisse senetlerini alarak sermaye aktaran kişi ve kurumlara özendirici vergisel teşviklerin getirilmesi yararlı olacaktır. Ayrıca, ikincil piyasa olarak adlandırılan borsa dışı sermaye piyasalarının oluşturulmasına çalışılmalı ve genelde Limited şirket statüsünde olan küçük girişimcilerin pay ihraç etmesine imkan sağlayan hukuki düzenlemelerin yapılması konusunda da çaba gösterilmelidir.

Günümüzde borçlanma yöntemiyle finans sağlayan işletmelere kuşkuyla bakılmaktadır. Bu nedenle öz kaynak finansmanı için ciddi bir alternatif olan faizsiz ve ortaklık düzeyinde finansman sağlayan risk sermayesinin gelişmesi bir taraftan ülke ekonomisine katkı sağlarken, diğer taraftan bireylerin girişimcilik gücünü motive ederek cesaretlendirecek ve dolayısıyla yeni KOBİ'lerin kurulmasına yardımcı olurken mevcutlarının kurumsallaşmasına katkı sağlayarak istikrarlı bir ekonomik yapının oluşmasına aracı olacaktır.

Sonuç olarak, özellikle kuruluş aşamasında ve işletme faaliyetinin başlatılmasında gerekli olan kısa vadeli finansman ihtiyacını kendi kaynaklarından karşılamak durumunda olan küçük girişimcilerin finansman sorunlarının giderilmesi gerekmektedir. Bu yüzden, finansman sorunlarını kısa vadeli fon kaynaklarıyla çözmeye çalışan KOBİ'lerin sorunlarının çözümünde uzun vadeli bir finansman aracı olan risk sermayesi yöntemi önemle göz önünde bulundurulmalıdır. Risk sermayesinin gelişimi için; yeterli teknik bilgi ve deneyim, ülke koşullarına uygun bir alt yapı, atıl fon, gelişmiş bir sermaye piyasası, politik ve ekonomik istikrar gerekmektedir. Aynı zamanda risk sermayesi yatırımları vergi, yatırım indirimi ve teşvik önlemleri ile çekici hale getirilmelidir. Bu yüzden konu devlet politikası olarak mutlaka teşvik edilmeli ve desteklenmelidir.

KAYNAKÇA

- AKDEMİR, Ali., (1990), Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Ar-Ge Olanakları, Eskişehir
- AKGÜL, Aziz., (2003), “Tıbbi Araştırmalarda İstatistiksel Analiz Teknikleri-SPSS Uygulamaları, 2. Baskı, Emek Ofset Limited Şti., Ankara.
- ALKİBAY, Sanem, (1999). SONGUR, N., ERTÜRK, İ., Ortadoğu Sanayi ve Ticaret Merkezi’ndeki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Profili, sorunları ve Çözüm Önerileri, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı KOSGEB Ankara Ostim küçük İşletmeler Geliştirme Merkez Müdürlüğü, ISBN: 975-7608-78-9, 1. Baskı, Ankara.
- AYPEK, Nevzat., (1998), Sermaye Piyasası Aracı Olarak Risk Sermayesi ve Türk Sermaye Piyasasına Uygulanabilirliği, KOSGEB, Tubitak Matbaası, Ankara,
- BAYKAL, M., Cevdet., (2000), “Kobi’lere Yönelik Devlet Yardımlarının Avrupa Birliği ve Türkiye Karşılaştırılması”, Yeni Türkiye Dergisi, Yıl:6, Sayı:36, Kasım-Aralık, Ankara.
- BAYKAL, O., N. Ergün., O., Pazarcık, (1989), Gıda Sanayinde KOBİ’lerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Yolları, Ankara MPM Yayınları,.
- BAYKAL, O., İ., Gülmez, (1988), KOBİ’ler için Pazarlama, Ankara, MPM Yayınları, No.368,.
- CANBAŞ, Serpil., (1992), “Küçük İşletmeciliği ve Girişimciliği Teşvik Aracı Olarak Risk Sermayesi Türkiye’de Uygulama Olanakları”, Modern Finansman Araçlarının Esnaf- Sanatkar ve Küçük İşletmeler Açısından Değerlendirilmesi, Yayına Hazırlayan: Tamer Müftüoğlu, Te-Ar Yayınları, No: 6, Ankara.
- ÇİFTLİKLİ, M., (2000), Uluslararası Pazarlama İhracat-İthalat Strateji ve Yöntemler, Kobi Teşvikleri ve İhracatta Devlet Yardımları, Avrasya, Yatırım, Yönetim, Dış Ticaret ve Eğitim Danışmanlık Merkezi, İzmir, Kasım.
- DEMİR, Nazmiye., Birbil Dilek., Atalay, Nevda ve Yıldırım, Şevket., (1998), Pazarlama Yönetiminde Yeni Yaklaşımlar ve Küçük ve Orta Boy İşletmeler, MPM Merkezi Yayınları, No:633, Ankara,.

- DEMİRBAŞ, Ahmet., (1992), Küçük ve Orta Ölçekli Teşebbüslerin Finansman Sorunları, MPM Yayınları: 358, Ankara.
- ERYILMAZ, Ünal, (1999), Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Dış Ticaret Performansı, G.Ü. Sosyal bilimler Enstitüsü, İktisat Politikası Yüksek Lisans Programı Seminer Dersi Notları, Ankara.
- FINDIKLI, Remzi., (1983), “Küçük sanayi İşletmelerinin Gerekliliği ve Sorunları”, Küçük İşletmelerin Problemleri ve Çözüm yolları Sempozyumu, İstanbul, 12-13 Aralık.
- İSLAMOĞLU, Hamdi., (1992), “Küçük İşletmelerin Toplumsal Özellikleri”, Pazarlama Dünyası Dergisi, Mayıs-Haziran.
- MÜFTÜOĞLU, M., Tamer., (1993), Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: Sorunlar ve Öneriler, 3. Baskı, Desen Ofset A.Ş., Ankara,.
- OKTAV, Mete., v.d., (1990), Orta ve Küçük İşletmelerde İhracata Yönelik Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri, TOBB, 40.Yıl, Ankara,.
- PARMAKSIZOĞLU, Ömer., (1997) “Türkiye’de KOBİ’lerin Konumu ve Finans Sorunlarının Çözümünde Risk Sermayesinin Uygulanabilirliğinin Değerlendirilmesi”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erzurum.
- PINAR, M. Cengiz, Hüseyin Ateş, (1983), Pazarlama Araştırmaları, Toros Matbaacılık Reklamcılık A.Ş., İstanbul.
- SARIASLAN, Halil., (1994), Orta ve Küçük Ölçekli İşletmelerin Finansman Sorunları, Çözüm İçin Bir Finansal Paket Önerisi, TOBB Yayınları, No: 281-25, Ankara.
- TOKOL, Tuncer., (1984), “Küçük İşletmelerin Pazarlama Sorunları”, U.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt:5, Sayı:1, Bursa, Mart.
- TÜSİAD, (1973), Türkiye’de Girişimcilikle İle İlgili Sorunlar ve Çözümler, yayın No: TÜSİAD-T 187.10.103, İstanbul.
- ÜNER, Nurel., (1991), “Türkiye’de Küçük (ve Orta Ölçekli) İşletmelerin Genel Sorunları ve Çözüm yolları”, D.E.İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt:6, sayı:2.
- WOODCOCK, Clive (Ed.), (1983), The Guardian Guide to Running A Small Business, Third Edition, Kogan Page Ltd., London,.

[www. google.com/girişimcilik ağı.htm](http://www.google.com/girişimcilik_ağı.htm)

www.kosgeb.gov.tr/kos.htm.

ZEILSEL, Hans, (1982), Sosyal Araştırmada Sayısal Anlatım, ev. Onur Kumbaracıbaşı,
Gazi Üniversitesi, Yayın No: 12.

