

1993, *Türkiye'de Kadın Girişimcilik*, Tes-Ar Yay., No:7.

TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ:

MEVCUT DURUM,SORUNLAR VE ÖNERİLER

Türkiye'de kadın girişimciliği üzerine konuşmanın ilk adımı birden çok soruyu yanıtlama çabası olmak zorundadır:Girişimci kimdir?, Türkiye'de girişimciliğin şartları nelerdir? ve son olarak da, Kadın girişimci kimdir ve sorunları nelerdir?

Girişimci ve girişimcilik kavramı, Sosyal Bilimlerin hemen tüm alanlarında 'kalkınma ve gelişmeyi çeken, lokomotif güç' tanımları ile karşımıza çıkmaktadır. Kavram köken olarak Latince'den gelir. Latince'de girişimci: *inträre*-yoluyla, içinden geçerek,Yunanca *enteron*(*entos*-içinde) bağırsak anlamlarına gelir. Fransızca'da da aynı kökenden *entre*-aidiyet ve *prendre*-aşmak, katılmak anlamına dönüşmüştür. Yeni Fransızca'da Fiil *entrer* gir-mek kökünden gelir, *entrée* giriş, *entreprenant* girişimci,atılğan anlamına gelir. İngilizce'de *enter*-giriş ve *pre*-ilk, *entrepre-neur* ilk girişen, ilk giren, başlayan anlamına gelmektedir. Arapça'da *müteşebbis*, *şe-bi-se* kökünden türetilen *Teşebbese* vezninden elde edilmiştir. *Teşebbüs* bir şeye pençe ile yapışmak demektir. Türkçe'de *gir* kökünden gir-iş-me fiiline dönüşmüştür.

'Girişimci-lik' kavramının analizi, kelimenin basit etimolojisi ile çelişen bir zorluk içermektedir. Bu zorluk, sadece kavramın sosyal bilimlerdeki neredeyse tüm kavramları karşı karşıya bulunduğu, kullanımdaki içerik farklılıklarına ilişkin değildir, ayrıca kendisine yüklenen farklı anlam ve eylemsel durumları sadece kuramlar boyunca değil aynı zamanda çeşitli zamanlar süresince de taşınmasının getirdiği bir zorluktur.

Kavram; yönetici, idare eden, organize eden, süreklilik, inisiyatif vb. yanları ile Yönetim Biliminin; yatırım yapan, arzı ve talebi yönlendiren, pazar arayan, vb. yönleri ile Ekonominin; çekici (attractive), atak, yaratıcı, yenilikçi, birey olan, kendine güvenen, cesur vb. sıfatları ile Psikolojinin ve tüm bunların hepsi ve üzerine bütünsel alanda oynadığı rol ve yapı içindeki yeri yönüyle de Sosyolojinin ilgi alanına girmektedir.

Son derece geniş bir araştırma yelpazesinde, sadece zaman içinde değil çeşitli kuramlarca ele alınış biçimine de bağlı olarak, girişimci çalışmaları içerikte farklılaşmışlar ve

kavramın tanımları çoğalmıştır: Gelişmenin harekete geçiricisi (Schumpeter); örgütlenmedeki formel otorite kaynağı, yaratıcı, yenilikçi (Hartmann); ekonomik kaynakların kontrolünde odak (Coates); risk almada atak, (Lauterbach); kâr için fırsatların nitelik ve boyutlarını sezebilecek özel bir yetenek, uzağı görme, yönetme ve girişkenlik, tüm enerjisini ulaşılmak istediği sona hasretmek (Habakkuk); evrensellik, fonksiyonel uzmanlaşma (Hoselitz); üretici, işveren, endüstrinin kaptanı (Hartmann); karar alıcı (Dobb); sonu yaratan, temel karar verici (Gehard-Haussermann ve Turin); önder, yaratıcı yeni fırsatları yakalayan, risk alıcı (Miller); diğer insanlarınkinden farklı kararları olabilen, kendine güvenen, işini ve niteliklerini iyi bilen (Casson); nadir yetenekleri olan, uyumcu olmayan(non-conformist) davranış ve özelliklere sahip, izzeti-nefis sahibi, araştırma becerisi olan (Casson); başarı oryantasyonlu (Parsons); n-ach(number of achievement) katsayısı yüksek (McClelland); hem yaratıcı hem de birleştirici öge (Hirschman); amaçlı aktivitesi olan, süreklilik sağlayıcı, kâr oryantasyonlu (Cole); maceracı, organizatör ve ayrıntıları atlamayan (Harbison ve Myers).

Girişimci kavramının bu tanım çeşitliliği, temelinde pekçok ortak noktanın yanısıra bir gizil vurguyu da taşır:"Girişimciliğin kamu oyundaki imajı-ekonomik ve politik anlamları ile-erkeksi bir imajdır"(Ray,1991,s:130). Sadece işadamı (businessman) tanımının yaygınlığı ile değil, fakat aynı zamanda kavramın içerdiği anlamlar itibari ile de, girişimci sözcüğü pek çok eril anlam içerir. Tanım: 'tutuğunu koparmak', 'ataklık', 'cesaret', 'özgüven', 'maceracılık', 'risk alma' vb. yüklemelerle bu eril anlamını pekiştirmektedir.

Tüm eril anlamlarına rağmen girişimci-lik kavramı, kadınların bu alana da el atması ile yine bir içerik farklılığına uğramaktadır. 'İşkadını' kavramı, literatür ve günlük kullanımda, girişimci işadamı tanımına tekabül ettirilen bir tanımdır. Ancak burada özellikle dikkati çeken, işkadını tanımının girişimci kadından yöneticiye, profesyonel mesleklerde çalışan kadından maaş-ücret karşılığı çalışan kadınlara dek, tüm çalışma alanlarını kapsamastır. Çalışma yaşamında meslek tanımları ne denli ayrıntılandırılmış olursa olsun, kadınların iş hayatına ücretli veya işveren olarak girişleri; meslek tanımların neredeyse bu tek kavrama, işkadını olmaya indirgenmesi ile yorumlanıyor görünmektedir.

Kadınların modern mesleklere ve çalışma hayatına girmesi, bilindiği üzere sanayi devriminin bir sonucudur.

Modelden de görüleceği gibi girişimcilik karakteri veya girişimcilik performansı kişinin öznel, ekonomik ve sosyo demografik özelliklerinin toplamının bir bileşkesi, karşılıklı etkileşimlerinin bir sonucudur. Ancak literatürde buraya dek olan kısım az/çok ortak bir kararla kabul görürken, bu çalışmada yanıtlanmak istenen bir diğer bağlantı vardır: Girişimcilik özelliğinin kendisi (bütün olarak) acaba köken, firma özellikleri ve bireyin öznel algıları ne kadar ve nasıl etkilemektedir ya da böyle tersine bir ilişkiden söz etmek ne kadar mümkündür?

Aynı biçimde bu tersine etkileşim kurgusu içinde girişimcilik karakteristikleri olarak tanımlanan ve 6 boyutta ele alınan ölçütlerin her birinin kendi içinde de birbirleri ile olan ilişkileri, ek olarak da bu her alt boyutun sosyo-demografik, ekonomik ve bireyin öznel yanlarını ne ölçüde ve nasıl etkilediği de bu çalışmada yanıt aranacak sorular olacaktır.

Yukarıda da belirtildiği gibi, sosyo-demografik, ekonomik ve öznel etkenlerin karşılıklı ilişkisinin bir bileşkeni olan girişimcilik kavramı, literatürde modernleşmeci yaklaşımların da araştırmalarına konu olmaktadır. Ancak modernleşmeci literatürde yer alan "ölçütleri ideal tiplere göre oluşturmak, bu ölçütlere uyan yapıların alanda varlığını/yokluğunu sorgulamak" yerine; bu çalışmada çevrelerinde girişimci olarak tanımlanan ve kendilerini sanayici-girişimci gruba ait addeden ve başarılı* olmuş bir grup sanayici üzerinde araştırma yürütülecektir. Zira gerek Modernleşmeci yaklaşımlar, gerekse Bağımlılık Okulu kendi evrimsel kategorizasyonlarını varolan'ın öncelikle tespiti üzerine kurmaktan çok, ideal olanı alanda aramakta ve giderek de farklılıkların nedenlerine ilişkin *ad hoc*'lar üzerinde yoğunlaşmaktadırlar. Sosyoloji'de gelişme-kalkınma alanına ilişkin bu totoloji, kavramın adı her iki yönde kalsa da (gelişmekte olan veya azgelişmiş), gelişme kavramına atıfla yapılandırılmaya çalışılmasından ileri gelmektedir.

Dolayısı ile bu çalışmada referans noktası, önceden 'girişimci' olduğu saptanan gruptur. Bu grubun çeşitli evrensel ölçütlere uygunluk-farklılık tespiti ve varolanın tanımlanması da araştırmanın konusunu oluşturmaktadır.

Bu çalışmada girişimciliğin temel ölçütleri olarak altı boyut ele alınmıştır. Bu altı boyut literatürde üzerlerinde fikir birliğine varılarak ortak olarak saptanmış ölçütler değildir. Zira başta da belirtildiği gibi *heffalump* sadece kuramlar değil zamanlar boyunca da farklı tanımlamaların konusu olmuş, kavramın içeriği zaman içinde farklılıklar göstermiştir. Bu çalışmada kullanılan ölçütler, literatürde zaman içinde, çeşitli disiplinlerde farklı kuramlar tarafından farklı vurgularla ele alınan

(* Başarılı terimi 'firmasını sürekli kılma' ile eşanlamlı olarak kullanılmıştır.

ölçütlerdir. Zaman ve kuram boyunca görülen bu farklılıklar kavramın içeriğinde ve dolayısı ile tanımında kullanılan ölçütlerde belirgin ayrımlar oluşturmuştur. Örneğin 'organizasyon becerisi' ölçütü "yenilikçilik" ile, "risk alma" ise kimi zaman "kârı maksimize etme becerisi" ile çatışabilmektedir.

Tüm bunlara rağmen ele alınan ölçütler, çeşitli kuramlarda girişimcilik karakterinin en belirgin özellikleri olduğu en sık vurgulanan ve ölçülebilme niteliği en fazla olan özellikleridir. Bu ölçütler 4'lü cevap skalasında boyutlar oluşturacak biçimde düzenlenmiş ve tutumların kontrolünü pekiştirmek amacı ile bireysel bilgi formu içerisinde bazı ek sorular kullanılmıştır.

a) Kendine İlişkin İmajı Yakalama-Yargılayabilme:

Bu boyut ile girişimcinin bir gruba aidiyet yargısını ölçmeyi hedeflemektedir. Aynı zamanda az gelişmiş ülke girişimcisinin tipik bir özelliği olarak yansıtılan; "*referans aldığı grubun kamuoyunda olumsuz yansımaları olduğuna ilişkin genel bir kanı ve bu nedenle de birey olarak kendisine olumlu atıfta bulunma isteği*" de bu boyut içerisinde ele alınıp değerlendirilecektir.

Mills aidiyet konusunda sınıf kavramı ile hareket eder: "Sınıf bilincine sahip olma niteliği, toplumun tüm tabakalarına eşit biçimde yayılmamıştır. Bu bilinçlenme en çok üst sınıflarda görülmektedir... Alt tabaka üyesi insanlar, toplumdaki ayrımları karıştırmakta, farkedememekte, toplumsal açıdan insanların giyim, konut, para tasarruf etme ve harcama biçimlerinin taşıdığı statü sembolü olma niteliğini kavrayamamaktadırlar... Oysa üst tabakadan kimseler, sayıca az oluşları yüzünden de olsa, birbirlerini daha kolay ve daha iyi

tanıyabilmekte, kendi aralarında kendilerine özgü bir gelenek yaratabilmekte, kendi ayrıcalıklı durumlarının bilincine varabilmektedirler" (Mills, 1974, s: 45).

Öte yandan Randall gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde girişimciye bakışın farklı olduğunu vurgular; "Gelişmiş ülkelerin halkı, özel girişimciye pozitif yaklaşıyor. Politik ve ekonomik özgürlük arasında güçlü bir ilişkinin olduğu ve bunun da özel girişimciliğin başarılı sonuçları ile var olduğunu/olabileceğini biliyorlar. Oysa gelişmekte olan ülkelerde girişimciye bakış daha olumsuzdur" (Randall, 1971, s: 3). Randall'a göre bu durum az gelişmiş ülke girişimcisinin kamuoyuna karşı kendisini güçlü hissetmemesine bu nedenle de edimine verdiği bireysel önemi aşırı vurgulamasına yol açmaktadır. Lipset Latin Amerika'lı girişimcilerin davranış kalıplarını aktarıırken, özellikle "kişisel görüş ve duygulara fazlaca önem verme ve kişisel otoritesinin sınırlandırılmasına duyduğu tahammülsüzlük" üzerinde durur (Lipset, 1967 s:17). "Bu niteliklere göre" der Şaylan, "AGÜ burjuvazisinin henüz Batı anlamda girişimci haline gelmediği ve buna dayanarak da bu ülkelerdeki burjuvalaşma sürecinde hala feodal değer ve ilişki şekillerinin devam ettiği ileri sürülebilir" (Şaylan, 1986, s: 62). Şaylan bu ülke girişimcilerinin Parsonian yaklaşımla, esas olarak öznel-bağıtlı (Particularistic-ascriptive) olduğunu vurgulamakta ve bir sınıfa aidiyet olgusunun gelişemediğine ilişkin örneği de 1986 yılında yaptığı çalışmada aidiyet sorusuna verilen yanıt ile desteklemektedir. Bu çalışmada "Kendinizi hangi tabakaya ait hissediyorsunuz?" sorusuna yanıt en fazla % 46.3 ile "üst-orta tabaka" olmuştur (Şaylan, 1986, s:202).

Pye ise, konuyu siyasal sosyalizasyon boyutunda ele alarak, az gelişmiş ülkelerde siyasal sosyalizasyonun olmamasından dolayı, Batı'ya bir akültürasyon formunun ortaya çıktığını, Batı'ya en çok akültüre olmuş olan grubu meydana getiren elitin batılı gibi davranmaya ve toplumu batılılaştırmaya çalıştığını ileri sürer (Pye, 1962 den akt., Şaylan, 1986, s: 101). Oysa Batı'da görülen siyasal sosyalizasyon formu ve gerek davranış kalıpları kişilerin öznel yönelimlerinden değil, belli bir toplumsal yapının gereklerinden doğmuştur. Dolayısı ile az gelişmiş ülke girişimcisinin kendine ilişkin imajını yargılayabilme konusunda Batı'dakine benzer atıflarda bulunmaması olasılığı fazladır.

b. İşi Kurumlaştırabilme, Kişiselleştirmeden Uzaklaşabilme

Bu boyut girişimcinin organizasyon konusundaki tutumunu iki grupta ölçmeyi amaçlamaktadır: Girişimci işi ne kadar, ne ölçüde kurumlaştırabilmektedir (organizasyon

becerisi ve isteği) ve ek olarak bu organizasyonu (hangi düzeyde olursa olsun) kendi kişisel yargı ve etkilerinden ne ölçüde uzaklaştırabilmektedir (nesnellik).

Ancak literatürde kurumlaşabilmenin girişimciliğin bir ölçütü olarak kullanılması iki uç noktada cereyan etmektedir. Yönetim bilimci ve ekonomistler organizasyon becerisi ve isteğini girişimciliğin *sine qua non* karakteristiği olarak ele alırken, daha sonra gelişen yaklaşımlarda yönetim bilimi, yönetme yeteneği ile yönetim erki arasında bir ayrım geliştirmekte, yani yönetme (managment) ile girişimci (entrepreneur) birbirinden ayrı tutulmaktadır*. Ancak bu ayrıştırmanın içeriği; mülkiyet ile yönetimin ayrıştırılmasının yanısıra çok ortaklı anonim şirketlerde yönetim kurulu başkanlıklarının esas karar alma mercileri olmasının getirdiği ayrım zorluklarından, beyaz yakalı grubun üst kesiminin iktidar erki açısından hangi sınıf-tabakaya ait olacağının belirlenmesine değin bir dizi tartışmayı da içermektedir (Mills, 1974; Bottomore, 1989 ve 1990).

Yine de tüm bu tartışmaların içinde sabit olan nokta; girişimcinin niceliği ne olursa olsun bir organizasyon oluşturma becerisinin bir girişimcilik karakteristiği sayılmasıdır. Örneğin Cole, girişimcinin toplumun diğer üyelerinden farklı bir rolü oynamaya, ekonomik analiz için belirli entellektüel ve duygusal nitelikleri göstermeye daha yatkın ve baskın olduğunu vurgular. "O, bir ya da daha çok ihtisaslaşmış işi yürütür, girişir, sürdürür, yönetir ve hatta olabilirse büyütür... Burada üretimdeki artış kadar önemli olan şey, çevredeki etkenlerin olanaklarını maksimize etmek çabasıdır (eforudur). Kapital ya da işgücüne erişebilme tali plandadır (Cole, 1968, s: 61). Yine Kilby girişimci tanımını verirken "... kamu bürokrasisi ile iş gören, firma içi insan ilişkilerini yönetme, müşteri ve satıcıyı idare etme, finansal yönetim, üretim yönetimi, üst denetim (supervision) vb." (Kilby, 1971, s: 27-28) özelliklerini önemle belirtir.

Casson organizasyonel becerinin girişimci için önemini sık sık vurgularken (Casson, 1982, s: 29 ve 390), girişimciyi "aktif karar alıcı kişi" olarak

(*) Yönetici ve girişimci arasındaki ayrım ile ilgili son derece geniş olan tartışmalara burada fazla yer verilmeyecektir. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Hartmann, 1958; Zeitlin, 1974 ve Barton, 1985.

tanımlar. Casson'a göre girişimcilik ölçümsel beceri, iletişimsel beceri ve danışma becerisinin bir etkileşimsel sonucu olarak organizasyonel beceriyi içinde barındırır (Casson, 1982, s: 29). "Aktif ve pasif planlama arasındaki ayrım, girişimci ile diğer insanlar arasındaki önemli bir ayrımdır. Bir anlamda herkes plan yapar, örneklersek basit tip bir planlamada aynı strateji

bir periyoddan bir diğere tekrarlanır. Diğere bir deyişle, plan bir alışkanlık uyarlaması içerir. Burada pasif karar planı düzeltmez; plan tutucu (conservative) bir "değişiklik yok" stratejisine eşdeğerdur. Aktif bir karar ise, değişiklik olasılığını gereksinen alışkanlıkların bir yeniden değerlendirmesini içerir. Girişimci aktif bir plancı, girişimci olmayan (yönetici-manager) ise pasif bir plancı olarak karakterize edilir" (Casson, 1982, s:28) Casson aktif planlama ve karar vermenin organizasyona birkaç aşamada yansıdığını belirtir. En alt düzeyde aile şirketlerinde, girişimci bir danışman kişi/gruba sahip değildir, kararlarını bizzat kendisi verir. Bu modern girişimciliğin en alt boyutudur. İkinci basamakta bir danışman veya bir ekip girişimciyi bilgilendirir ve girişimci yine son kararını ekipten bağımsız olarak verir. Üçüncü basamakta girişimci, danışman ekibinden bilgilendirilir, danışır ve ortak bir karar alınma olasılığı yüksektir. Dördüncü ve en modern aşamada ise danışmanlar ekibi veya çeşitli kısımların alt ekiplerinin üst yönetim kademesine ilettiği bilgiler dahilinde çalışan bir en üst organizasyon ekibi kararları alır ve girişimci bizzat bu karar alınma sürecinin içerisinde (Casson, 1982, s: 344-345 ve ayrıca bkz. Miller, 1983).

Görüldüğü üzere literatürde girişimcinin organizasyonel becerisi; planlama, karar alma ve uygulamadan, profesyonel yönetici sahibi olmaya dek bir dizi birbirinden ayrı alanı kapsamaktadır*. Ortak olan nokta organizasyonel becerinin örtük/açık olarak bir modernleşme belirtisi sayılmasıdır. Az gelişmiş ülkeler üzerinde yapılan çeşitli çalışmalarda, AGÜ girişimcisinin: "...yarı feodal bir nitelik taşıdığı" (Halpern'den akt. Şaylan, 1986, s:62), bu ülkelerde "...dışarıdan ithal bir kapitalizm yaşadığı" (Gevgilili, 1989, s: 43), bunun en önemli belirtisinin de "... küçük-ölçekli aile işletmelerinin yaygınlığı" (Woddis, 1977, s:268) ve "...

(*) Bu becerinin içeriğine girişimcinin diğere elit gruplarla birlikte örgütlenebilme (formel ve informal olarak) ve bu örgüt/yapı/kurumlardan çeşitli alanlarda bilgilenebilme yeteneği de dahil olmaktadır. Ancak konunun sağlıklı sınırlanabilmesi için burada yer verilmemiştir. Bu konuda bilgi için bkz. Mills,1974; Miller,1983; Brimmer,1955..

emek yoğun ve geri teknolojikli işletmelerin aile tipi girişimcilerin elinde olmasının oluşturduğu organizasyonel yetersizlikler"olduğunu belirtilmektedir (Şaylan, 1986, s: 80). Aile şirketi tipi yapılanmaların veya aile temel alınarak genişletilen işletme tiplerinin modernleşmenin önündeki temel engellerden birisi olduğuna ilişkin örtük ve yaygın varsayıma en temelli karşı yanıt ise, Bottomore ve Brym'in 1989 yılında yayınladıkları 6 ülke elitine ait çalışmada bulunmaktadır. Martinelli ve Chiesi'nin kitapta yer alan çalışmalarında İtalyan sanayi burjuvazisinin tipik özelliği olarak-dış rekabete açık ve büyük ölçekli firmalarda dahi-aile tipi işletmelerinin yaygınlığı gösterilmiştir (Martinelli ve Chiesi, 1989,

s: II6). Yine Japonya için de aile tipi işletmelerin yaygınlığı, iş hacimleri ve çeşitli iktidar ve finansal gruplarla ilişkileri tartışma konusudur (**Morioka, 1989, s: 143**).

Gerek organizasyonel becerinin bir girişimcilik yeteneği olduğu, gerekse bu organizasyonun hangi aşamalarda modern olma (gelişme/kalkınma)nın bir göstergesi sayılabileceğine ilişkin bu tartışmalarda, esas olan kanıtımızca organizasyonun niceliğinden ziyade niteliğidir. Bu boyutta ele alınacak temel soru girişimcinin ne ölçüde organizasyon isteği ve becerisi bulunduğu ve bunlara ek olarak bu kurumu kişiselleşmeden ne ölçüde uzak tutabildiğidir.

c. Verdiği Kararların Başarısını Para İle Ölçebilme

Bu boyut "kârın maksimizasyonu" olarak ifade edilen ve girişimciliğin en temel ölçütü sayılan kâr güdüsünü ölçmeyi hedeflemektedir. Örneğin Hartmann "Girişimciliğin özü, iş hayatının yeni fırsatlarını algılayıp kendi çıkarına kullanmayla ilgidir" (**Hartmann, 1958, s: 430**) derken, Şaylan girişimcilik tanımını şöyle verir: "Girişimci, ekonomik kaynakları bir araya getiren ve bir kâr eldesi için riski göze alan kişidir" (**Şaylan, 1989, s:58**). Habakkuk girişimci özellikleri arasında ilk sırayı "...kâr için fırsatların boyut ve kimliklerini görmede özel bir yetenek"e verir. McClelland girişimci aktiviteleri içinde ilk sıraya "...Belli konularda yetenekli olma ve kâr için riski göze olma ve ...verdiği kararların başarısını para ile ölçebilme yeteneği" (**McClelland, 1961, s: 27**) ölçütlerini koyarken, önemli bir tartışma konusunu; *başarı'yı* gündeme getirmektedir. Batı toplumu için girişimsel başarı, *elde edilen kâr'a* endekslenmiştir. Marceau (kapitalist burjuvazi için) "tüm ekonomik gücü elinde tutan sınıf" tanımlamasını yaparak, "Bu salt ekonomik aktiviteden çıkan kârı elinde tutan anlamına gelmez, fakat aynı zamanda üretim alanındaki yatırım ve tahsisat (allocation) gücünü de elinde tutmak demektir" der (**Marceau, 1989, s:49**). Casson, "Girişimci, işini sadece belirli bir çaba ile elde edebileceği kârın maksimizasyonu için işletir. O, kârına ihtiyacı olan statü ve tüketimi alabileceği için güvenir. Statüsünü artırmak için işteki kârını düşürecek yöntemleri uygulamaz" (**Casson, 1982, s: 25**) demektedir. Gerçekte literatürde girişimci, mal ve lüksün (leisure) tüketimine yönelik, statüsü diğer insanlardan farklı olarak ilgi ve kazanımları ile belirlenmiş kişidir. Dolayısı ile Batı tarzı girişimci için statüsü, kâr ile elde edilen bir araçtır. Amaç *kâr'dır* ve kârın maksimize edilmesi ile statü satın alınabilir*.

Oysa AGÜ girişimci tipleri statünün ve saygınlığın satın alınan bir mal olduğu konusunda Mills'in *yeni üst zenginler* tiplemesine benzer bir tutum içerisindedirler (**Mills,**

1974, s: 46). Lipset AGÜ girişimci tiplerinin davranış özellikleri arasında "... sosyal prestije paradan fazla önem verme"yi (**Lipset, 1967, s: 11**) vurgular. Stewart Endonezya çalışmasında değiş-tokuş ekonomisinde kazancın prestij, ad ve statü olduğunu vurgular. "Big Man kazançtan çok prestij için rekabete girer. Ancak en yüksek moral değer hakimiyet (territory)in sürekliliğidir. Çünkü prestij sahibi bir lider daha çok askeri gücü ve kadını elde tutar. Prestij kârdan çok daha fazla birşeydir; kârın dönüştürülmüş bir biçimidir... Ulaşılan kâr gücü de içerir" (**Stewart, 1989, s: 141,142**).

Görüleceği gibi Batı tarzı olmayan bir başarı anlayışı, içerisinde kârın maksimizasyonundan ziyade statüye yönelik bir amaç algısını barındırmaktadır. AGÜ girişimcisi için iyi ad, aile onuru, baba adı, vb. biçimlerde ifade edilen ailesel prestij kişisel statüsü ile eşanlamlı sayılabilmekte ve öncelikle kâr yerine statüye verilebilmektedir. Bu boyutta girişimci için statünün yerini (amaç/araç olarak algısı) ölçmek hedeflenmiştir.

(*) Burada statüyü algılama konusu tartışılırken, kârın maksimizasyonu ile paraya önem verme arasında önemli bir fark olduğu gözardı edilmemelidir. Statüyü verilen kimliksel önem Batı tarzı girişimci için ön plandadır. Ancak bunun ardında yine de temel amaç , kârı ençoklamaktır.

d. Yenilikçilik

Girişimci karakterinin bir diğer tartışılmalı kriteridir. Tıpkı "organize etme becerisi ve isteği" gibi, yenilikçilik de, çeşitli araştırmalar tarafından girişimci karakterin ya temel bir özelliği ya da 'olmasa da olur' bir yan görünümü olarak değerlendirilmiştir.

Yenilikçiliğin temel bir kriter olması Schumpeter ile girişimci literatürüne girmiştir. Schumpeter için girişimci ekonomik gelişmenin önde gelen harekete geçiricisidir ve girişimcinin fonksiyonu, yenilik yaratma ve/veya yeni kombinasyonları oluşturmaktır. Schumpeter beş çeşit yaratıcılık (innovation) tartışmaktadır: a) Yeni mallara el atma veya varolan bir malın kalitesinde iyileştirmeler, b) Üretimde yeni bir yöntem girme, c) Yeni bir pazar açma (özellikle yeni bir alanda, bir dışsattım pazarında), d) Hammadde veya yarımamul madde arzına ilişkin yeni bir kaynağı ele geçirme ve e) Yeni bir tip endüstriyel organizasyon yaratma-özellikle bir tröst veya tekel oluşturmaları (**Schumpeter, 1934, s: 47-50**).

Wilken, Schumpeter'in "bir yaratıcı olarak ekonomik değişimin baş aktörü; girişimci" tanımından hareketle yaratıcılığın etkilerinin ekonomik değişimin herhangi bir noktasında ölçülebileceğini savunur. Wilken'e göre girişimsel yaratıcılık ve büyüme girişimsel performansın iki göstergesidir ve büyüme ve yaratıcılığın her ikisinin de var olduğu durum dinamik girişimcilik olarak adlandırılır. Burada genişleme-büyüme değişimin niceliksel, yaratıcılık-yenilikçilik ise nitel yanına tekabül eder (**Wilken, 1979, s:61**). Wilken bu durumu aşağıdaki model ile açıklar:

Girişimciliğin özet karakterizasyonu (**Wilken, 1979, s: 61**).

	Genişleme-Büyüme		
	Var	Yok	
Yaratıcılık	Var	Dinamik Girişimci	Yaratıcı Girişimci
Yoktur	Yok	Gelişmeci Girişimci	Girişimcilik

Wilken gelişmeci ve yaratıcı girişimciliğin pek çok değişkenle birlikte (pazar, işgücü, finans, hammadde ve ek olarak sosyo-demografik şartlar, azınlık olup olmama, ailesel ilişkiler vb.) eylediğini; gelişmeci ve yaratıcı girişimciliğin bu nedenle birçok varyasyonu olabileceğini savunur (**Wilken, 1979, s: 64-74**). Drucker girişimcinin yaratıcılık aktivitesi üzerine temellendirdiği kavramlaştırmasını ele aldığı kitabında her iş sahibinin girişimci olamayacağını savunur. Ona göre iş sahibinin girişimci sayılabilmesinin tek ölçütü yaratıcılıktır ve girişimci kavramının zaman içinde değişen içeriğinde kalıcı olan tek kriter de budur (**Drucker, 1985, s:19-30**). Yine Hartmann, girişimciliğin özünün yenilikçi aktivite olduğunu savunurken, burada temel olanın geleneksel olandan, eski ve alışılmış olandan uzaklaşmak, yeni bir alana yönelmek olduğunu vurgular (**Hartmann, 1958, s:430**).

Yukarıda anlatılanlardan da görüleceği üzere, yenilikçiliğin girişimsel performansın temel kriteri olduğunu vurgulayan literatürde, yenilikçilik ölçütü daha çok kişisel bir yetenek atfı içeren yaratıcılık niteliği ile belirgin bir biçimde içiçedir*. Öte yandan literatür, organizasyon becerisi ile yaratıcılığı birbirine zıt iki temel ölçüt olarak koyarken bir yandan da organizasyon becerisi ile yenilikçiliğin zıt kriterler olmadığını-dolayısı ile sahip ile yönetici ayrımında üst düzey yöneticinin de girişimsel aktivitesi bulunduğunu-tartışmaktadır.

Organizasyon becerisine ilişkin bu tartışmalarda bazı araştırmacılar yaratıcılık-yenilikçilik ve karar alma ile liderliğin her üçünü de girişimsel aktivitenin temel ölçütleri olarak ele alırken (bkz. **Miller, 1983; Hoselitz, 1952; Soltow, 1968**) örn: McClelland liderlik ile başarı katsayısının (n-ach katsayısı) birbiri ile negatif ilişki içinde olduğunu vurgular (**McClelland, 1961, s: 55**).

Her durumda da yenilikçilik aktivitesinin çizgi-dışılık içerdiği yolunda örtük bir fikir birliği görünmektedir. Nadir yetenekleri olan, uyumcu olmayan (non-

(*) Yaratıcılık ile yenilikçiliğin bu biçimde içiçeliği kimi zaman Leonardo Da Vinci'nin en yaratıcı-dolayısı ile en yenilikçi olup olmadığı tartışmasına dek gider (Taştışma için bkz. **Drucker, 1985, s: 133-137**).

conformist) davranış ve özelliklere sahip kişilerde girişimci aktivitesi aranmaktadır (**Casson, 1982, s: 358; Shapero, 1975, s: 83-89**).

Girişimsel aktivitenin en yoğun biçimde beklenildiği ve araştırıldığı bir kesim olarak azınlık gruplarında, bu aktivitelerin temel harekete geçiricisi olarak azınlık psikolojisi önemle vurgulanır. Azınlığa dahil kişilerin genel olana aykırı davranabildikleri; yaratıcılıklarını bu aykırılıkları ile daha etken olarak kullanabildikleri savunulmaktadır (**Drucker, 1985, s: 76-82; Wilken, 1979, s:11-12; Barton,1985, s: 58**).

Girişimciliği hazırlayan ortamlar içinde eğitimin rolü ayrıca bir tartışma konusudur. Casson formel eğitimi aşan bir eğitim düzeyinin girişimsel aktiviteyi engelleyeceğini savunur "Girişimci (bu ileri eğitim yoluyla) asla sahip olamayacağı temsilcilik (delegating) özelliklerini kazanmış gözükebileceği için, hayati kararlarını kolayca temsilcilerine kaptırabilir. İlerleyen eğitim düzeyi bireyde uyumculuk (conformism) ve pasifizm yaratabilir. (İleri eğitimin). Bir diğer dezavantajı da, girişimcinin bireyselliğini ve özgün bakış açılarını zayıflatabilmesidir" (**Casson, 1982, s: 356,357**).

Ancak yenilikçilik kriterinin az gelişmiş ülke uygulamaları diğer kriterlerde olduğu gibi tartışmalıdır. Zira yeni olanı uygulama ve yaratıcılık gibi özellikler; özellikle teknolojisi dışı bağımlı ve bu yüzden de taklit etme üzerine kurulu olmakla suçlanan (**Alexander, 1960; Albertini, 1972, s: 41**) bir sanayie sahip olan az gelişmiş ülkelerde belirleyici ölçütler olmaktan uzaktırlar. Bu konuda neo-Keynesian akım dengesiz piyasada yaratıcılığın olamayacağını savunur. "Yaratıcılık için en elverişli ortam ekonominin bir denge tuttuğu

dönemdir. Ancak o zaman gelecek görelî olarak kolayca uzak görüşe açık hale gelebilir" (Casson, 1982, s: 374).

Bu boyutta ele alınacak temel soru, girişimciliğin bir kriteri olarak yenilikçilik ve yaratıcılığın Ege Bölgesi imalat sanayiinde ne ölçüde ortaya çıkabildiği olacaktır.

e) Risk Alma: Risk alma, ya da riski göze alma boyutu (diğer tüm ölçütlerde olduğu gibi) organize edebilme, uzak görüşlü olma ve yenilikçi olabilme ölçütlerinin hem öngerekliliği, hem de kaçınılmaz tamamlayıcı ögesidir. Risk alma ölçütü bütün olarak girişimsel performansın içinde en önemli yeri işgal ederken, literatür tartışmalarında riskin niteliği ve niceliğine ilişkin farklı betimlemeler sözkonusudur.

Tartışmaların altında *rekabet* ve *çıkâr* kavramlarını da içeren risk tanımı yatmaktadır. Aynı alanda yarışan bir dizi benzer ile kendi çıkarı doğrultusunda yarışmaya girmek, eşit olmayan şartların gerektirdiği bir risk katsayısını doğurur ki, bu katsayının nicel ve nitel karakteri, özellikle az gelişmiş ülke girişimcisi çalışmalarında tartışma konusudur*. Riski göze alabilme ölçütü, tek başına ele alındığında maceracılık ve serüven ruhu vb. tanımlarla girişimcilik kavramının içeriğini de bir hayli değiştirmektedir (Bkz. **Harbison, 1956**). Bu durumda örneğin, 15. yy. İspanyol korsanları veya politik çıkarları için iktidarı ele geçirmeyi planlayan ordu mensubu diktatörleri de girişimci saymak mümkün olabilmektedir. Örneğin Casson 5 çeşit girişimci ayırır: a) Özel girişimci (kendi işinde çalışan (self employment), satış yöneticisi ve finansal spekülâtör olarak üç ayrı grupta toplanır. b) Kurucu girişimci, c) Politik girişimci, d) Devrimci girişimci ve e) Kriminall girişimci (Casson, 1982, s: 350).

Literatürün daha yeni bölümlerinde ise girişimsel performans, serüven isteği ve maceracılıktan ayrılmaya çalışılır: Örneğin Smith amaçlı bir aktivite ve inisiyatif içeren girişimsel karakterin orta-dereceli risk alıcı gruptan olduğunu savunur (Smith, 1967, s:22). Bu durumda önemli olan gözü kapalı riske girmek değil, riskleri önceden sezme ve azaltabilmektir.

Ancak az gelişmiş ülke girişimcileri risk alıcı olmamakla karakterize edilir. Van Velzen Kayseri çalışmasında kişisel girişimcilik özellikleri arasında riskten kaçınma eğilimlerinin güçlülüğüne dikkat çeker (Van Velzen, 1978, s: 112). Halpern Ortadoğu

ülkelerinde yatırım için riskin göze alınmadığına dikkat çeker

(*) Riskin göze alınabilirlik derecesine ilişkin en geniş tartışmalar klasik iktisat ile diğer ekonomi okullarının görüşleri arasında yer alır . Bkz.**Drucker, 1985**.

(Halpern'den akt. **Şaylan, 1986, s:62**). Lipset, Latin Amerika girişimcilerinin tipik özellikleri arasında "risk alma ve büyüme için herhangi bir gerçek güdüye sahip olmama"yı sayar (**Lipset, 1967, s: 12**). Riskin göze alınmama nedenlerinin en önemlileri ise, az gelişmiş ülkelerde var olan güçlüklerdir. Albertini, bu ketlemeleri üç grupta toplar; a) Üretim yatırımlarının güçlüğü; ekonomik güçlükler, teknik güçlükler, psikolojik güçlükler ve politik riskler; b) Girişkenlerin az sayıda olması ve c) Finansal yetersizlikler (**Albertini, 1972, s:62**). Habakkuk sosyal çevre, yetiştirme tarzının otoriterliği vb. yapısal ketlemelerin yanı sıra, az gelişmiş ülke girişimcisini asıl olarak ekonomik yapılanmanın doğası gereği oluşan risk yüksekliğinin engellediğini savunur (**Habakkuk, 1958, s: 13**). Girişimci riski azaltmak ya da riskten kaçınmak için bu ülkelerde kâr marjı ve umudu daha yüksek olan alanlara (spekülasyon ve ticarete) yönelmektedir. Bu boyutta az gelişmiş ülke girişimcisinin kara yönelik olarak riski ne zaman ve ne oranda göze alabileceği tartışılacaktır.

f) Uzak Görüşlülük: Girişimsel aktivitenin temel ölçütlerinin içindeki öznel değerlerden birisi olarak (diğerleri kendine güven, ataklık, işini iyi bilme ve uygulama gurur (arrogance), izzeti nefis, işi sevmek vb.dir.) *nadir yetenek* ölçütü; içerisinde uzak görüşlü olma (foresight), uzağı görebilme yeteneğini de barındırır. Temel olarak girişimsel uzak görüşlülük; belli bir zaman sonrayı hesap edebilme, yatırımın kara dönüşmesi için gereken süreyi hesaplayabilme vb. yanları ile risk alma, insiyatif, karar verme ve organizasyon becerisi ile aldığı kararların sorumluluğunu taşıma ve işi büyütmeyle duyulan istekle etkileşerek işler. Zira başlıbaşına tek bir ölçüt olarak ele alınan uzak görüşlülük kriteri, içerisinde çeşitli girişimci tanımlarını barındırabilmektedir. Örneğin tarlasına gelecek yılın hububat fiyatlarını hesaplayarak soya ekme kararıyla kararlaşır bir çiftçi de bu anlamda uzak görüşlülük kriterine uymuş sayılabilir.

Tartışıldığı üzere uzağı görme/geleceği önceden sezebilme yeteneği içinde esas konu, geleceğin kendisine ilişkindir. Gelişmiş ülkelerde girişimcinin gelecek algısı 10-20'li yılları kapsarken, az gelişmiş ülkelerde bu rakam 1-5 yıl arasında olabilmekte, hatta 1-2 yıl sonrası için yapılan planlar istek ve temennilerden ileri gitmemektedir (**Buğra, 1990, s: 37**). Bu boyutta, karar alma süreçlerinde girişimcilerin uzak görüşlü olabilme kapasitesi ve isteği ölçülmeye çalışılacaktır.

