TÜRK KÜLTÜR TARİHİNDE DENİZLİ VE KENTLEŞME SORUNLARI SEMPOZYUMU

22-23 ARALIK 2008

BİLDİRİLER

Editörler:
Turgut TOK
Yusuf KILIÇ
Fikri GÜL
Ferhat AĞIRMAN

DENİZLİ'DE GİRİŞİMCİLİK

İbrahim DURAK*
Ayşe İRMİŞ**
Ender COŞKUN***

1. Giriş: Girişimciliğin Tanımı ve Denizli'de Girişimciliğin Gelişimi

Girişimcilik kavramı bilimsel literatürde çoğu zaman bir belirsizlik göstermektedir. Bu sebeple, girişimcilik kavramı için bir tanım oluşturulmaya çalışılırken, 'girişimci' kavramından yararlanılır ve girişimcilik, 'girişimsel süreç' ile ilişkilendirilir. Girişimcilik, "girişimcinin hâlihazırda yaptığı iş" olarak tanımlanırken, girişimsel süreç "girişimcinin ne ile meşgul olduğunu" ifade eder. Bu durumda girişimciliği belirleyen, bizzat girişimcinin kendisi ve onun yaklaşımlarıdır[1]. Girişimci ise en dar tanımıyla, diğer dört üretim faktörünü bir araya getirerek, iktisadi mal ve hizmet üretimine yönelik gerekli atağı yapan ve bu üretim için finansal kaynakları temin edip, ürünleri sunacağı pazarı bulan kişidir[2]. Ancak, hızlı rekabet şartları, girişimciliği, üretim faktörlerinin bir araya getirilip, işlenmesi ve çıktının pazara sunulması sürecinin ötesine taşımıştır. Artık, girişimcilik, yeni pazarlara girme, yeni riskler alma ve yeni teşebbüslerde bulunma

* Yrd. Doç. Dr. Pamukkale Üniversitesi, İİBF, idurak@pau.edu.tr
** Doç. Dr. Pamukkale Üniversitesi, İİBF, airmis@pau.edu.tr
*** Dr. Pamukkale Üniversitesi, İİBF

1 Semra Arıkan, Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, Siyasal Kitabevi, Ankara 2004, ss.45-46.

2 Tamer Müftüoğlu ve Tülin Durukan, Girişimcilik ve KOBİ'ler, Gazi Kitabevi, Ankara 2004, s.15

olarak tanımlanmaktadır[3].

Ekonomik bağlamdaki girişimcilik tanımı, dile getirildiği ilk dönemlerden itibaren, risk alma davranışıyla ilişkilendirilmiştir. İlk dönemlerde, risk denilirken, daha ziyade, sermayenin bir yatırım için kullanılması ve bu yatırımın içerisinde üretimden pazara kadar geçen süreçte girişilen kâr ve zarar etme ihtimalleri kastedilmekteydi. Günümüz dünyasında ise böyle bir anlayış, girişimcilik için çok dar bir anlamı ifade eden 'iş adamlığı' olarak düşünülmektedir. Çünkü, teknoloji hızla gelişmekte, müşteri istek ve ihtiyaçları çeşitlenip artmakta, işletmeler tek başlarına pazara yetememekte, maliyetler yükselmekte, başka işletmelerle işbirliği kurma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Bütün bunların sonucunda mevcudun, hem sonuç hem de süreç bağlamında, olduğu gibi devam ettirilmesi işletmelerin bir süre sonra ortadan kalkması sonucunu doğurmaktadır. Bu sebepledir ki, çağımızın girişimcilik anlayışı, yaratıcı bir faaliyet ve yenilik olarak görülmekte ve yapılan yeniliklerin iş dünyasında somut ticari ürünlere dönüştürülmesi kapasitesine dayandırılmaktadır. Yenilik ve yaratıcılıktan ayrı düşünülemeyen girişimcilik, yeni fikirlerin, yeni ürünlerin, yeni örgütsel yapıların oluşturulması, yeni hammadde ve yarı mamul kaynaklarının bulunması ve yeni pazarlar elde edilmesi süreci olarak tanımlanmaktadır[4].

Girişimcilik sadece girişimciler ve işletmeler için değil, toplumlar için de önem arz eden bir olgudur. Tarih boyunca, toplumların değişim süreçlerinde ve geçiş noktalarında, meselâ, gelenekselden moderne, modernden post-moderne ve devlet kontrollü ekonomiden serbest piyasaya geçişte, girişimcilik, toplumlar için önemli ve anlamlı olmuştur[5]. Bu noktada, girişimcilik, sadece ekonomik bağlamda değil aynı zamanda, bir toplumun demografik ve kültürel özelliklerinde, kurum ve kuruluşlarının işleyişinde, siyasi mücadele araçlarında, süreç içerisinde meydana gelen değişikliklerde etkili rol oynamaktadır. Her şeyden önce, yapılan girişimlerle, yeni sanayi merkezlerinin oluşturulması, zaman içerisinde iş gören kalitesinde ve iş görenlerin sayısal artış veya azalışında farklılık yaratmakta ve pek çok demografik değişiklik ardı sıra gerçekleşmektedir. Meselâ Türkiye'de 1980-2005 yılları arasında yaşanan sanayileşme hızındaki artış, hızlı şehirleşmeye sebep olmuştur. Toplam nüfustaki kentli oranı 1980'de %44'ten 2005'de %67'ye ulaşmıştır. Bu dönemdeki sanayileşme trendi sadece büyük kentleri değil, aynı zamanda Denizli, Kayseri, Gaziantep gibi daha küçük Anadolu şehirlerini de yeni

3 Kevin I. N. Ibeh, "Furthering Export Participation in Less Performing Developing Countries, The Effects of Entrepreneural Orientation and Managerial Capacity Factors", International Journal of Social Economics, 2004, Vol:31, No:1/2, p.96

4 Fang Zhao, "Exploring the Snergy Between Entrepreneurship and Innovation", International Journal of Entrepreneurial Behaviour&Research, 2005, Vol:11, No:1, pp.26-28.
Adnan Çelik ve Tahir Akgemci, Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler, Gazi Kitabevi, Ankara 2007, s.15.

5 Alison Morrison, "Entrepreneurship: What Triggers It?", International Journal of Entrepreneurial Behaviour&Research, 2000, Vol.6, No.2, p.63.

endüstri merkezleri olarak ortaya çıkarmıştır[6]. Şehirli nüfusun sanayileşmeyle beraber artışı, kadın nüfusun hem iş gören hem de girişimci olarak çalışma hayatına daha fazla katılmasına, çalışanların ve girişimcilerin eğitim düzeylerinin artmasına, işçi haklarının daha sık ve örgütlenerek dile getirilmesi sonucunda çalışan nüfusun gelir düzeyinin farklılaşmasına vb. yol açmaktadır. Bütün bunlar da sonuçta, ekonomiye, sosyal yaşama, siyasi yapılanmaya vb. yansımaktadır. Bu bağlamda girişimcilik sürecinin ve girişimlerin, toplumların değişim ve gelişim sürecindeki etkisi oldukça büyük olmaktadır.

Denizli, 19. yüzyıldan beri önemli bir tarım ve ticaret merkezi olarak faaliyet göstermiştir. Bu gün hâlâ şehir ekonomisinin ve sanayileşme sürecinin ilk sırasında yer alan giysi ve dokuma faaliyetleri gerçekte, Denizli'nin eski dönemlere kadar uzanan geleneksel üretim faaliyetidir. Denizli'de modern tekstile geçişteki ilk girişim çabaları ise devlet eliyle gerçekleşmiştir, 1953 yılında açılan Sümerbank Giysi fabrikası ve 1970'li yılların başlarında Denizli'nin gelişmede öncelikli alan olarak kabul edilip, yatırımcılara devlet teşviklerinin verilmesi, Denizli'nin bu günkü büyük yatırımlara ve girişimlere kavuşmasına önemli ölçüde yardımcı olmuştur[7]. Türkiye'deki ihracatta önemli bir payı olan Denizli, son dönemlerde giysi ve dokuma faaliyetlerinin yanı sıra, gıda, mermer ve traverten alanlarında da yeni yatırımlar ve üretimlerle iş kollarını çeşitlendirmeye çalışmakta ve bu alanlarda da tekstildeki kadar büyük miktarlarda olmasa bile ürünlerini dünya pazarlarına ihraç etmektedir. Ancak Denizli sanayi, geçmişten getirdiği üretim kültürüne ve 30 küsur yıllık sanayileşme sürecine rağmen, şimdiye kadar hem üretiminde hem de çoğunlukla fason üretime dayalı ihracatında katma değeri düşük ürünlerle yetinmiş, daha ileri teknoloji ürünlerinin üretimine geçememiştir.

2. Denizli'deki Girişimcilerin Genel Özelliklerini Tespite Yönelik Bir Araştırma

Araştırma Denizli üretim alanında faaliyet gösteren girişimcilerin girişimcilik özelliklerini birkaç boyutta tespit etmeye yöneliktir. Bu amaç doğrultusunda oluşturulan varsayımlar şunlardır.

1. Denizli'de tekstilin, geleneksel bir üretim konusu olması Denizli'deki girişimciliğin oluşumunda önemli bir etkendir.
2. Denizli'deki işletmelerin KOBİ niteliği göstermesi sebebiyle, girişimciler, bizzat yönetimde yer almaktadırlar ve ayrıca stratejik kararların verildiği üst yönetim kademelerinde kendi yakınlarının olmasını tercih etmektedirler.
3. Girişimcilerin yenilik anlayışı daha çok ürün hacminin artırılmasına yöneliktir.

6 Yunus Kaya, "Proletarianization: Industrialization, Globalization, and Social Class in Turkey, 1980-2005", Research in Social Stratification and Mobility, 2008,26, p.167.
7 Gül Berna Özcan, "Local Economic Development, Decentralisation and Consensus Building in Turkey", Progress in Planning, 2000, 54, pp. 227-231.

4. Girişimcilerin, işletmelerinin büyüyüp gelişmesini sağlarken karşılaştıkları en önemli problem finansal yetersizliktir.
5. İhracat ağırlıklı çalışan Denizli girişimcisi, yabancı sermaye ile ortaklıklara olumlu bakmaktadır.
6. Girişimciler, Türkiye'nin gelecekte gelişmiş bir ülke olmasını, gelişmiş batılı ülkeler ve onların birlikleriyle yapacakları işbirliğine bağlamaktadırlar.

Bu varsayımlar doğrultusunda hazırlanan anketler, Denizli'de üretim alanında faaliyet gösteren 150 firmaya dağıtılmış, bu anketlerden 120 tanesi cevaplandırılmış ve ancak 103 tanesi değerlendirmeye alınabilir nitelikte bulunmuştur. Anketler SPSS paket programıyla değerlendirilmiş, sıklık ve yüzde dağılımı tablolar halinde gösterilmiştir. Çalışmanın verileri, bu tablolar ve Denizli girişimcileriyle yapılan serbest (biçimsel olmayan) mülakatlarda elde edilen bilgiler üzerinden yorumlanmıştır.

2.1. Denizli'deki Girişimcilerin Demografik Özellikleri

Denizli'deki girişimcilerin %38,8'i doğrudan il doğumlu olmakla beraber, %61,2'si ilçe, kasaba ve köy doğumludur (Tablo 1). Böyle bir durum, sanayileşme sonucunda, Denizli'deki köyden kente yapılan göçlerin yukarıda ifade edildiği gibi sadece işçiler için değil aynı zamanda girişimciler için de söz konusu olduğunu göstermektedir. Denizli'deki sanayileşme sürecinde yaşanan köyden kente göçler, girişimci nüfusun şehirde artış göstermesinde etkili olmuştur. Bununla beraber, Denizli'nin ilçeleri olan Buldan, Babadağ ve Kızılcabölük dokuma sanatı geleneğine sahip olup, hâlâ buralarda, çoğu evlerin altında bulunan küçük atölyelerde, dokuma, nakış vb. işlere devam edilmektedir. Sanayileşme süreci içerisinde bu ilçelerdeki üretim gücünün önemli bir kısmı Denizli iline göç ederek, işlerini Denizli'ye taşımış ve bu defa, şehirde fabrikalar kurarak kitle üretimine geçmişlerdir. Böylece, Denizli ilindeki daha önceden özerk olan üretim alanları (kasabalar) özerkliğini büyük ölçüde kaybetmiş ve bu birimlerde oluşan sermaye birikimi Denizli kent merkezinde toplanmaya başlamıştır[8].

Tablo 1'den de görüleceği gibi, girişimcilerin %70.8'i 40 yaş üstüdür. Eğitim açısından ise girişimcilerin %45.7'si lisans ve lisansüstü eğitim almıştır. Bu oran, 2002 yılında basılan ancak alan araştırmasının 2000 yılında Denizli'de girişimcilik üzerine yapıldığı bir çalışmada ortaya konulan orana çok yakındır. 95 girişimci üzerinde yapılan bu çalışmada, Denizli girişimcilerinin %45,3'ünün lisans ve lisansüstü eğitim aldığı görülmektedir[9]. Denizli'nin halen sanayileşme

8 Metin Özuğurlu, Anadolu'da Küresel Fabrikanın Doğuşu, Yeni İşçilik Örüntülerinin Sosyolojisi, Halkevleri, İstanbul 2005, s. 125.
9 Ayşe İrmiş ve Ö. Selçuk Emsen, İktisadi Gelişmede Girişimcilik, Denizli ve Erzurum Örneği, Beta, İstanbul 2002, s.69, 75.

süreci içerisinde bulunmasına rağmen, son 8 yıl içerisinde girişimcilerin eğitim düzeyinin bir birine yakın oranlarda ve her halükarda %50'nin altında kalması, Denizlili girişimcilerin, girişimcilik ile eğitim düzeyinin artması bağlantısına çok da fazla itibar etmediklerini göstermektedir. Bu durum, üç sebeple açıklanabilir. Bunlardan ilki, Denizli girişimcilerinin zaten katma değeri, teknolojik önemi ve bilgi birikim gerekliliği yüksek olmayan ürünleri kitle halinde üretiyor olmalarıdır. Böyle bir üretim, durumsallık yaklaşımı açısından, üretimde sanat ve fikir gerektiren mamullerin üretiminde olduğu gibi bilgi açısından çok da donanımlı olmayı gerektirmemektedir. Ancak, hızlı rekabet şartları ve sürekli değişen pazar anlayışı, üretimde, yönetimde, üründe daima daha yenilikçi ve etkin olmayı gerektirmektedir. Bununla beraber, Denizli sanayindeki üretimin çoğunlukla fason üretim ve fason mal ihracatına bağlı olması, gelen siparişlerle, gelen talimatlar doğrultusunda üretim yapma sonucunu doğurmaktadır. Bu da Denizli girişimcisinin yaratıcılık ve yenilikte kendi inisiyatifini kullanma zahmetine katlanmaması için, kendilerince bir sebep olmaktadır. Denizli girişimcileriyle yapılan mülakatlarda da çıkan sonuçlar, Denizli girişimcisinin pazarlama faaliyetleri açısından yeterli bilgi ve de ilgi düzeyine sahip olmadıklarını ortaya koymuştur. Bir diğer sebep ise zaten Türk yüksek eğitim sisteminin sanayideki yerel ihtiyaçlara cevap verebilecek donanımı kazandırma konusunda ve bu donanımın iş hayatına yansıtılmasında zayıf kalmasıdır[10]. Yapılan mülakatların pek çoğunda girişimciler, üniversite mezunu olan çalışanların işe başladıklarında üniversite eğitiminin kazandırması beklenilen bilgi ve yeteneğe sahip olmadıklarından şikâyet etmişler ve üniversite eğitiminin kendileri için fazla bir anlam taşımadığını belirtmişlerdir. Bu durumda da girişimcilerin çoğu (%54,3'ü) uzmanlık kazandıran üniversite eğitimini almadıkları halde işletmelerini devam ettirmektedirler.

Tablo 1: Girişimcilerin demografik özellikleri

	Sıklık	%
Doğum yeri		
Köy	21	20,4
Kasaba-belde	21	20,4
İlçe	21	20,4
İl	40	**38,8**
Toplam	103	100,0
Yaş	Sıklık	%
30 ve daha küçük	8	7,8
31-40	22	21,4
41-50	40	38,8
50'den büyük	33	32,0
Toplam	103	100,0

10 Figen Dalyan, "The Cooperation of Small and Middle-Sized Companies with Universities in Turkey Acquiring Enterprising Skills Project", Journal of European Industrial Training, Vol.28, No. 7, pp.589-590.

Eğitim durumu	Sıklık	%
İlkokul	16	15,6
Ortakul	3	2,9
Lise	37	35,9
Fakülte	38	36,9
Lisansüstü	9	8,8
Toplam	103	100

2.2. İşletmelerin Genel Özellikleri

Denizli'nin geleneksel üretim konusu olan dokuma, havlu ve havlu temelli üretim, işletmelerin de faaliyet alanını daha ziyade tekstil olarak belirlemiştir (Tablo 2). Gıda, deri, inşaat malzemeleri, gibi başka alanlarda da üretim çeşitlendirmesi olmasına rağmen, oranları tekstile nispeten düşüktür ve tekstil de dâhil her birinin üretim konusunu, katma değeri düşük ürünler oluşturmaktadır. Ankete katılan işletmelerin %26,7'sinin yaşam süresi 20 yıldan fazladır, Aslında bu oran ve hatta Denizli'de anketimize katılanlar arasında, en az 40 yıldır çalışmaya devam eden 6 işletmenin olması işletme ömürlerinin oldukça azaldığı bir rekabet ortamında, dikkate alınması gereken durumdur. Üstelik anketimize katılan işletmelerin %86,3'ü en fazla 250 kişi çalıştırarak KOBİ sınıfına giren işletmelerdir. Bu durum hem Türkiye'deki genel işletme özelliğiyle hem de dünyadaki işletmelerin özelliğiyle uyumludur. Çünkü, Türkiye'deki işletmelerin %99.2'si KOBİ olup, katma değerin %38'ini meydana getirmektedir. Türkiye'deki Gaziantep, Çorum, Denizli, Kayseri, Kahraman Maraş gibi illerde yeni ekonomi merkezlerinin oluşturulması da, değişen pazar şartlarına pazar gücüne uyum sağlayabilen, büyük şirketler için hammaddeyi ve yarı mamulü arz edebilen, yeni teknolojiye ve yeni ürüne uyumda esnekliği olan KOBİ'ler aracılığıyla gerçekleşmiştir.[11] Benzer şekilde dünyada da KOBİ'ler iş dünyasının %95'ini oluşturmakta ve bütün dünyadaki toplam katma değerin %50'sini yaratmaktadır[12].

Tablo 2 : İşletmenin Yapısal Özellikleri

Faaliyet Alanı	Sıklık	%
Gıda	42	41,2
Tekstil	55	53,9
Deri	1	1
İnşaat Malzemesi	1	1
Metal işl.	1	1
Diğer	2	2

11 Recai Coşkun and Remzi Altunışık , "Management's Concerns About the Issues Faced by Turkish SMEs", International Journal of Entrepreneural Behaviour and Research, 2002, Vol.8, No. 6, 2002, s.277.

12 Ian Fillis, "A Metodology for Researching International Entrepreneurship in SMEs, A Challenge to the Status Quo", Journal of Small Business and Enterprise Development, 2007, Vol. 14, No.1, p. 120.

Kaç yıldır varolduğu	Sıklık	%
1-9 yıl	33	32,7
10-19 yıl	41	40,6
20-29 yıl	14	13,9
30-39 yıl	7	6,9
40 yıl ve üstü	6	5,9
Toplam	101	100
Çalışan İşgören sayısı	**Sıklık**	**%**
1-9 Kişi	13	12,7
10-49 Kişi	37	36,3
50-250 Kişi	37	36,3
250+ Kişi	15	14,7
Toplam	102	100

Anket yapılan kişilerin girişimci olmalarında ve işin oluşumunda etki eden en önemli üç faktör sırasıyla 'işle ilgili yüksek kazanç olduğunun gözlenmesi', 'okulda işle ilgili eğitim alınmış olması' ve 'geleceklerini bağımsız çalışmada görüyor olmaları'dır. Dördüncü sırada, 'ilde üretim sahasıyla ilgili önceden yatırımların olması' ve beşinci sırada da 'işin babadan kalması' bulunmaktadır. Bu bağlamda, Denizli'de özellikle tekstilde ve son zamanlarda gıda konusunda sanayinin varlığı ve kazanç imkânının bulunmasının, kişilerin girişimci olmalarında ve iş oluşumlarında etkili olduğu söylenebilir. Benzer şekilde, girişimcilerin %41'inin 'ilde üretim sahasıyla ilgili daha önceden yatırımların yapılmış olmasını' önemsemesi (ki, bu durum aynı zamanda, girişimcilere daha önceden hazırlanmış alt yapıdan faydalanma kolaylığı sağlamaktadır) ve de işin babadan kalmış olması, girişimcilerin daha önceden hem kazanç olarak hem de işleyiş olarak denenmiş olanı tercih ettiklerini göstermektedir. Okulda işle ilgili eğitim almayı önemseyen yüzde lisans ve lisansüstü eğitim yapanların (%45,7) yüzdesiyle yakındır. Ancak, çok açıktır ki girişimcilerin yarısından daha fazlası girişimde bulunup, işi oluşturmalarında etki eden en önemli ilk üç faktör arasında okulda işle ilgili eğitim almayı görmemektedirler. Bununla beraber modern girişimciliğin dikkate değer özelliklerinden biri olarak kabul edilen 'bağımsız çalışma' arzusu, %43,6 ile önemli bir oranda bulunsa da, girişimcilerin %56,4'ü 'bağımsız çalışma arzusunu' ilk üç önem derecesinde görmemektedir.

Tablo 3: İş oluşumuna etki eden en önemli üç faktör

	Sıklık	%
1.İşin babadan kalması	37	36
2. Daha önce bu işte ücretli çalışma	23	22,3
3.Okulda işle ilgili eğitim alma	**49**	**47,5**
4. İşle ilgili yüksek kazanç olduğunu gözleme	**50**	**48,5**
5.Başka iş sahası bulamama	9	8,7
6.Geleceğini bağımsız çalışmada görme	**45**	**43,6**
7.İlde üretim sahası ile ilgili önceden yatırımların olması	42	41

Girişimciler, özellikle KOBİ niteliği gösteren işletmelerin yönetimlerinde bizzat kendileri yer almak istemektedirler fakat hızlı rekabet şartları ve işletmelerde çeşitlenen fonksiyonların varlığı KOBİ niteliği gösterse bile girişimcilerin profesyonel yöneticilere olan ihtiyacını artırmaktadır. Bu sebeple Denizli'de yapılan çalışmada ankete katılan girişimcilerin büyük bir çoğunluğu işletmeyi kendilerinin ve profesyonel yöneticilerin beraberce daha iyi yönetebileceklerini ifade etmişlerdir (%68) (Tablo 4). İşletmeyi en iyi şekilde sadece kendilerinin ve profesyonel olmayan ama aileden biri olan kişiyle beraber yöneteceklerini söyleyen işletmelerin oranı da %17 dir.

Tablo 4: İşin en iyi şekilde yönetimi

	Sıklık	**%**
Sadece ben yönetirim	5	5
Sadece profesyonel yöneticiler yönetir	10	**10**
En iyi ben ve profesyonel yöneticiler beraber yönetiriz	68	68
Ben ve profesyonel olmasa da ailemden biriyle yönetirim	17	17
Toplam	100	100

Benzer şekilde, Tablo 5'den de görüleceği gibi, anketimize cevap veren girişimcilerin çok büyük bir kısmının (%80) üst yönetimde çalışan en az bir tane yakını bulunmaktadır. Üstelik, girişimcilerin çoğunluğunun üst yönetimdeki yakın sayısı 2 ve daha fazladır. Özellikle KOBİ özelliği gösteren firmalarda yeterince profesyonel yönetici istihdam edilememektedir. Profesyonel yöneticilerin yerine

girişimciler, kendi yakınlarından olan kişileri işletmedeki daha stratejik nitelik arz eden üst yönetim kadrolarında istihdam etmektedirler. Bununla beraber, girişimci yakınlarının işletmelerde karar verici konumlarda bulunması, girişimciler için güven unsuru olarak algılanmaktadır. Ayrıca bu kişilerle paylaşılan ortak geçmişin olması, girişimci ile yöneticinin karşılıklı olarak ne istediklerini daha rahat anlamalarına imkân verecektir. Bu sebeple de girişimcilerin büyük bir kısmı karar verici konumunda olan kişilerin kendi yakınları olmasını tercih etmektedirler.

Tablo 5: Girişimcinin üst yönetimde çalışan yakın sayısı

	Sıklık	%
Hiç yok	20	19,4
1 kişi	15	14,6
2 kişi	23	22,3
3 kişi	21	20,4
4 kişi	11	10,7
5 kişi ve daha fazla	13	12,6
Toplam	103	100

2.3. Girişimcilerin Gelecekle İlgili Planları

Denizli'de anketimize katılan girişimcilerin son beş yılda yaptıkları değişiklikler arasında en önemli gördükleri üç unsurdan ilki 'teknolojik yenilik yapmaktır' (%75.7). KOBİ niteliğindeki işletmelerin önemli özelliklerinden biri olarak onların teknolojik süreçlerle ilgili değişimlere ve esnek otomasyona daha kolay uyum sağlayabilmesi[13] gösterilir. Girişimcilerine anket yaptığımız işletmelerin büyük bir kısmının da KOBİ olması, teknolojik yenilik yapma unsurunu ön plana çıkarmıştır. Aynı zamanda, girişimcilerin %50.5'i mevcut ürününün üretim hacmini artırmış, %48.5'i de yeni bir pazara girmiştir (Tablo 6). Üretim hacminin artmasıyla beraber yeni bir pazara girilmiş olması dolaylı olarak pazar sayısının ve/veya pazar hacminin de arttığı anlamına gelmektedir. Girişimciliğin esas göstergelerinden biri de, yeni bir pazara ya da daha önceden kurulmuş bir pazara girme ve haliyle yeni riskler almadır[14].

13 Roy Thurik and Sander Wennekers, "Entrepreneurship, Small Business and Economic Growth", Journal of Small Business and Entreprise Development, 2004, 11/1, pp. 143-145.
14 Kevin I. N. Ibeh, agm., p.96.

Tablo 6: Son beş yılda işletmede yapılan en önemli üç değişiklik

	Sıklık	%
1.Teknolojik yenilik yaptım	**78**	**75.7**
2.Mevcut ürünümün üretim hacmini artırdım	**52**	**50,5**
3.Mevcut ürünümde değişiklikler yaptım	42	40,8
4.Mevcut ürünle beraber farklı bir sektörde yeni bir ürün üretmeye başladım	35	34
5.Mevcut ürünümle beraber aynı sektörde yeni ürünler üretmeye başladım	31	30,1
6.Yeni bir pazara girdim	**50**	48,5

Katma değeri daha düşük ürünler üreten Denizli girişimcileri, teknolojik yenilik yapıyor olmalarına rağmen ve çoğunluğu olmasa bile büyük bir kısmı yeni bir pazara giriyor olmasına rağmen, girişimcilerin %52,48'i Araştırma Geliştirme (ar-ge) faaliyetleri için herhangi bir kaynak ayırmamaktadır (Tablo 7). Bu durumda işletmeler teknolojik yenilik yapsalar da bunu yeni bir şey üretmekten çok, üretim hacimlerini artırmakta kullanmakta ya da aynı sektörde mevcut ürünlerinde bir kısım değişiklikler yapmaktadırlar.

Tablo 7: Ar-ge için kaynak ayırma

	Sıklık	%
Evet	48	47,52
Hayır	53	52,48
Toplam	101	100

Gerçekte KOBİ niteliği gösteren işletmelerin de ar-ge faaliyetlerinin maliyetinin çok yüksek olması sebebiyle ayırabilecekleri çok fazla kaynaklarının olması beklenmez. Tablo 8'den de görülebileceği gibi, işletmelerin büyümesinin önündeki ilk üç engel girişimcilerin çoğunluğu tarafından 'finansman yetersizliği' olarak görülmektedir. Yenilikleri takip etme zorluğu en düşük oranda kabul görmüştür. Pazarın sürekli değişmesi kabul ediliyor olmasına rağmen yenilikleri takip etme zorluğunun bu kadar az orandaki girişimci tarafından kabul edilmesi (Tablo 8) fason üretimden kaynaklanmaktadır. Denizli girişimcilerinin daha ziyade fason üretim yapması, onların kendilerine verilen talimatlar doğrultusunda iş yapmalarına sebep olmaktadır. Yapılan mülakatlarda da çoğunluğu yurt içi ya da yurt dışı markalara fason üretim yapan girişimciler, fason üretmenin rahat olduğunu, daha ziyade müşterilerin üretim yaptırmak için kendilerini bulduklarını, bu sebeple, ürünlerinde kendi başlarına değişiklik yapıp, bununla pazar yaratma gereği duymadıklarını belirtmişlerdir. Bu sebepledir ki, yenilikleri takip etmek

Denizli girişimcileri için zor olmamakta fakat pazardaki değişiklik (fason üretim yaptıkları ve talimat aldıkları firmalardaki ve onların isteklerindeki değişiklik) girişimcilerin çoğunluğu tarafından ilk üç önem derecesindeki güçlük olarak kabul edilmektedir. Böylece de yukarıda da ifade edildiği gibi işletmeler ar-ge faaliyetlerinde bulunup, fazladan bir masrafa girmemektedirler. Ar-ge faaliyeti yaptığını söyleyen işletmelerin önemli bir kısmı da bu kapsama sadece kendi ürünlerindeki tasarım ve motifte yapılan değişikliklerin girdiğini söylemektedirler.

Tablo 8: İşletmenin büyümesinin önündeki en önemli üç engel

İşletmenin büyümesinin önündeki en önemli üç engel	Sıklık	%
1.Finansman yetersizliği	**64**	**62,1**
2.Yenilikleri takip etme zorluğu	21	20,4
3.Devlet politikaları (aşırı vergi yükü vs.)	**52**	**50,5**
4.Ar-ge faaliyetleri yapamama	32	31,1
5.Kalifiye eleman yetersizliği	30	29,1
6.Büyümenin getirdiği riskler	35	34,3
7.Pazarın sürekli değişmesi	**55**	**53,4**
8.Diğer	5	4,9

Girişimcilerin işletmelerini büyütmelerinin önünde gördükleri en önemli engellerden biri de devlet politikalarıdır. Yapılan mülakatlarda da girişimciler, devletin kendilerinden yüksek vergiler aldığını ve özellikle işçi maliyetleri için devlete ödenen para miktarının yüksek olduğunu, bunun devlete ödenmesi yerine doğrudan işçiye verilmesi durumunda işçiden daha çok verimlilik elde edileceğini söylemişlerdir. Mülakatlar sırasında, girişimciler tarafından en çok dile getirilen hususlardan biri de, son dönemlerde devletin Denizli'nin çevresindeki illere sanayinin gelişmesi için teşvikler verirken, Denizli'ye aynı teşvikleri vermemesidir. Girişimciler, çevre illere verilen bu teşviklerin rekabeti güçleştirdiğini bu sebepten dolayı, yatırımlarını Denizli'den bu illere kaydırmayı düşündüklerini söylemişlerdir.

Mevcut durumu, teknolojik yenilikler yaparak, üretim hacmini artırmaya yönelik olan Denizli girişimcisinin, gelecekle ilgili planları arasında da daha ziyade hâlihazırdaki işin geliştirilip, genişletilmesi bulunmaktadır. Bu soruya cevap veren girişimcilerin %40'ı hâlihazırdaki işlerini geliştirip, genişleteceklerini ifade ederken, %44'ü de gelecekte hâlihazırdaki iş koluna devam edeceklerini ancak bu arada başka bir iş kolunda da faaliyet göstereceklerini ifade etmişlerdir (Tablo 9). Tablo 9'da, 100 işletmeden 9 tanesinin gelecekle ilgili henüz karar vermemiş olduğunu söylemesi fakat özellikle 3 tanesinin de işletmeyi kapatacağını söylemesi

Denizli sanayi ve Denizli ekonomisi açısından dikkat çeken üzücü bir durumdur.

Tablo 9: Gelecekte ne yapmayı düşünüyorsunuz

	Sıklık	%
İşletmeyi kapatacağım	3	3
Hâlihazırdaki işimi geliştirip genişleteceğim	40	40
Hâlihazırdaki işkolumdan başka bir iş koluna geçeceğim	4	4
Hâlihazırdaki iş koluna devam ve başka bir işkolunda faaliyet	44	44
Gelecekte ne yapacağıma karar vermedim	9	9
Toplam	100	100

2.4. İşletmelerin Küreselleşme Süreci İçerisindeki Algıları

Denizli girişimcileri, yurt dışındaki firmalara fason üretim yaparak, hiyerarşik bakımdan zincirin alt düzeyinde bulunsa bile, küreselleşme sürecinin üretim boyutunda yer almaktadır. Küreselleşme sürecinin sermaye ve üretim boyutunun en belirgin göstergelerinden biri de o bölgedeki yabancı yatırımların sayısındaki artıştır. Türkiye'de de yabancı yatırımların sayısında, son dönemlerde dikkate değer bir artış olmuştur. Ancak, Türkiye'deki yabancı yatırımların önemli bir payı, yabancı bankaların ve şirketlerin Türkiye'deki büyük bankaları ve iletişim kuruluşlarını satın almaları suretiyle, hizmet sektöründe gerçekleşmiştir. 1990'ların ilk yıllarında doğrudan yabancı yatırımlar çoğunlukla üretim sektöründe yapılırken, son dönemlerde, üretim mallarının ihracatındaki artış devam ediyor olmasına rağmen bu alandaki doğrudan yabancı yatırımlar azalmıştır[15]. Bunun en önemli sebebi de Türkiye'nin, zaten gelişmiş ülke sermayedarları ve işletmeleri için fason üretim yapıyor olmalarıdır. Fason üretimin istenilen şekilde, üstelikte firmalar arasında rekabet oluşturarak yaptırılması, doğrudan o bölgelerde yatırım yapıp mal üretmekten daha az maliyetlidir. Türkiye'de yapılan çalışmalarda da KOBİ yöneticileri, yabancı sermayeyi hayat kurtarıcı olarak görmekte ve yabancı sermayenin Türkiye'ye gelmesine yönelik olumlu tutum sergilemektedirler[16].

15 Kaya, agm, p. 168.
16 Coşkun and Altunışık, agm., pp. 284-285.

Tablo 10: Yabancı sermaye ile ortaklıklara bakış

	Sıklık	%
Ülkenin menfaatini zedeler	15	15,5
Teknoloji ve teknik bilgi getirir	27	**27,8**
Pazar payını genişletir	32	**33**
Üretim için girdiye ulaşmamızı kolaylaştırır	3	3,1
Daha verimli çalışmamızı sağlar	2	2,1
Ülkenin kârını dışarı çıkarır	15	15,5
Toplam	97	100

Tablo 10'dan da görüleceği gibi, ankete katılan Denizli girişimcileri, yabancı yatırımlarla yapılacak ortaklıkların pazar payını genişleteceğini (%33) ve teknolojik ve teknik bilgi kazanımı sağlayacağını (%27,8) ümit etmektedirler. Tablo 6'dan da hatırlanacağı üzere girişimcilerin son beş yıl içerisinde yaptıkları en önemli üç değişiklik arasında, teknolojik yenilik yapmak ve mevcut ürünle yeni bir pazara girmek yer alıyordu. Çoğunluğu KOBİ sahibi olan girişimcilerin yabancı sermayeden beklentileri de bu yönde çıkmıştır. Denizli girişimcilerinin büyük bir miktarının fason üretim şeklinde bile olsa, ihracata yönelik çalışıyor olması, yabancı sermaye ile yapılacak ortaklıklarda da Pazar payının artırılması yönündeki beklentileri ortaya çıkarmıştır. İkinci beklenti türü ise teknoloji ve teknik bilgiye ulaşmaya yöneliktir. Hâlbuki teknoloji ortaklığı, genellikle gelişmiş ülke işletmeleriyle uygunluk gösteren bir faaliyettir. İşletmelerinin ve hükümetlerinin Ar-ge faaliyetlerine yeterince önem vermediği ve kaynak ayırmadığı ülkelerde ise zaten yenilik ve yaratıcılık düzeyi ve iş birliği düzeyi oldukça düşüktür. Bu ülkelerin işletmeleri işbirliklerine girişseler bile bilgiyi içselleştiremez ve iş görenlerine de aktaramazlar. Bu da ortaklıklardan beklenen etkinin düşük olması sonucunu doğurur[17]. Özellikle de 'bilgi'nin stratejik güç olarak kabul edildiği günümüzde, teknoloji doğrudan yabancı yatırımlarla gelse bile stratejik güç olan 'bilgi'nin zannedildiği gibi cömertçe paylaşılamayacağı da açıktır.

Ankete katılan girişimciler, gelişmiş bölgeler olarak bilinen ABD ve AB ülkeleriyle Türkiye arasında yatırımlar ve girişimcilik ruhu açısından yaptıkları kıyaslamada (Tablo 11), bu bölgelerin ülkemizin gelişmişlik düzeyine göre çok ileride olduğunu fakat Türkiye'nin dünyaya açılmasıyla (küresel sürece daha fazla ayak uydurmasıyla) bu ülkelerin gelişmişlik düzeyine ulaşabileceğini

17 Dilek Çetindamar and Gündüz Ulusoy, "Innovation Performance and Partnerships in Manufacturing Firms in Turkey", Journal of Manufacturing Technology Management, 2008, Vol:19, No:3, p. 342-343.

düşünmektedirler (%57). Girişimcilerin %20'sine göre ABD ve AB ülkelerine gelişmişlik düzeyi açısından ulaşmanın yolu rekabetçi ve dünya pazarına yönelik stratejilerin oluşturulmasıyla mümkün olacaktır.

Tablo 11: ABD ve AB ile Türkiye kıyaslandığında yatırımlar ve girişimcilik ruhu

	Sıklık	%
Çok gerideyiz yetişmemiz imkânsız	7	7
Kendi içimizde kalıp dışarıyla ilişkilerimizi azaltmalıyız	10	10
Gelişmiş ülkeler bizi ilgilendirmez rekabet etmemiz gerekmez	5	5
Onlar çok ilerde fakat dünyaya açıldıkça gelişip onlara ulaşabiliriz	57	**57**
Rekabetçi ve dünya pazarına yönelik uzun vadeli strateji ile başarılı olunur	20	**20**
Diğer	1	1
Toplam	100	100

Bu bağlamda Türkiye'nin gelişmiş bir ülke olması, ankete cevap veren girişimcilerin %37.9'u için, AB'ye üye olmakla mümkündür (Tablo 12). Elbette ki, bu durum yabancı yatırımların ülkeye teknoloji getireceğini ve pazar payını genişleteceğini düşünen girişimciler için beklenen bir sonuçtur. Çünkü girişimciler, ülkedeki gelişmenin, hâlihazırdaki gelişmiş ülke devletleri ve işletmeleri ile yapılacak anlaşmalarla olacağını düşünmektedirler. Bu konuda ülke yönetiminin de uzun yıllardır verdiği çaba ve siyasi zeminde hükümetlerin ve ilgili bürokrasinin AB'yle yaptığı anlaşmalar, girişimcilerin de Türkiye'nin gelişmesi için AB'ye üye olması gerekliliğini bir çözüm olarak düşünmeleri sonucunu doğurmaktadır. Gelişmiş bir ülke olan ABD ile siyasi ve ekonomik iş birliğinin kurulması oldukça düşük düzeyde çıkmıştır. Muhtemeldir ki, bu dönemde ABD'nin dünya üzerinde ve özellikle komşumuz olan ülkelerle yaptığı savaşlar ve Türkiye'nin de özellikle siyasi olarak bu savaştan etkilenmesi yüzdenin düşük çıkmasında önemli rol oynamaktadır. Asıl önemli etken ise, Denizli sanayicisinin ürünlerinin ihracatında ABD'nin çok daha düşük pazar payını oluşturması, buna karşılık pazar alanının daha çok AB ülkelerinden oluşmasıdır. Girişimcilerin %27,4'ü Türkiye'nin gelecekte gelişmiş bir ülke olmasının mevcut alternatiflerden daha başka bir çözümle mümkün olabileceğini 'diğer' şıkkıyla cevaplandırmışlardır fakat, büyük bir çoğunluğu 'diğer' çözümünün ne olacağına dair herhangi bir öngörüde bulunmamıştır.

Tablo 12: Türkiye'nin gelecekte gelişmiş bir ülke olması hangisine bağlıdır

	Sıklık	%
Bütün dünyaya kendini kapatmasına	8	8,4
AB ye üye olmasına	36	37,9
ABD ile siyasi ve ekonomik işbirliği	8	8,4
Avrasya ile siyasi ve Ekonomik işbirliği	1	1,1
Ortadoğu ile siyasi ve ekonomik işbirliği	16	16,8
Diğer	26	27,4
Toplam	95	100

AB ile siyasi ve ekonomik işbirliğini düşünen girişimciler, kendilerine yöneltilen anket sorusu içerisinde pek çok gelişmiş ülke alternatifi olmasına rağmen ne yazık ki, dünya üzerinde yaptıkları üretimde en güçlü ilk üç rakip olarak Çin, Hindistan ve Pakistan'ı görmektedirler. Her üç ülkede ucuz işgücü ve ucuz hammadde kaynakları sebebiyle batılı gelişmiş ülkelerin işletmeleri için üretim yaptırılmak üzere tercih edilen ülkelerdir. Bu ülkeler batılı gelişmiş ülkelerin işletmelerinin oluşturduğu küresel pazara ucuz maliyetlerinden dolayı ucuz ürün sunmakta fakat bunu kendi markalarıyla değil gelişmiş ülke markalarıyla yapmaktadırlar.

Tablo 13: İşle ilgili en güçlü üç rakip

Rakip	Sıklık	%	%
Çin	65	62,1	83,33
Hindistan	44	42,7	56,4
Pakistan	35	33,98	44,87

3. Sonuç

Sanayileşme sürecinin başlangıcından beri bu güne kadar devam eden süreçte, ülkelerin gelişmişliği ve zenginliği, o ülkelerdeki girişimcilik süreci ve anlayışıyla ilişkili görülmüştür. Öyle ki, sanayileşmenin ilk dönemlerinde sadece dört üretim faktörünün bir araya getirilip işletilmesi olarak görülen girişimcilik, artık, üründe, teknolojide, üretim süreçlerinde, diğer işletme fonksiyonlarında, mamulde, pazarda ve aynı endüstri içerisinde veya endüstriler arasında işletmelerin yaptıkları organizasyonlarda vs. yenilik yapma, yaratıcı olma ve bütün bunlarla da işletmenin uzun dönemde varlığını devam ettirme süreci olarak görülmektedir. Bu bağlamda girişimcilik, bir işletme kurup, bu işletmeyi kâr eder duruma getirmekten daha geniş kapsamlı ve yeniliğe dönük bir anlayış haline gelmiştir.

Bu günkü, anlamıyla girişimciliğin gelişim süreci batının sanayileşme süreciyle yakından ilgilidir. Batılı gelişmiş ülkelerdeki sanayileşme süreci, uzunca

için sermaye kaynakları yaratmışlardır. Bu ülkeler, 1970'lı yıllardan sonra daralan pazarları ve maliyeti yükselen üretim faktörleri sebebiyle pazarlarını, üretim süreçlerini ve yatırımlarını ülke sınırlarının dışına kaydırmışlardır. Az gelişmiş bölgelere hem üretim yapmak ve yaptırmak için hem de pazar alanları oluşturmak için girmeleri uzun sürmemiştir. Çünkü bu ülkelerin ekonomik ve teknolojik gelişmişlikleri, dünya üzerinde önemli ölçüde bir siyasi güç ve kültürel farklılık yaratmıştır. Ekonomik gücü ve dünya üzerindeki siyasi gücü zayıf olan az gelişmiş ülkeler bir an önce sanayileşmek, teknolojilerini geliştirmek ve zenginleşmek için gelişmiş ülkelerin üretim alanları haline gelmişlerdir. Gelişmiş ülkelerin "teknolojik, ekonomik ve siyasi" açılardan güç kazanmış olması, bu ülkelerin güçlü bir kültüre sahip olduklarına dair bir imajın dünya üzerinde yayılması sonucunu da doğurmuştur. Teknolojik ve ekonomik açıdan yeterli gelişmeyi bir türlü yakalayamayan az gelişmiş ülkeler, "kültürel" açıdan gelişmiş ülkeleri taklit ederek, onlar gibi yemeye, içmeye, giyinmeye, tatil yapmaya vs. başlamış ve onlara benzediklerini zannettikleri her bir faaliyetlerinde onların ürünlerini kullanmışlardır. Gelişmiş ülkeler de az gelişmiş ülkeleri kendi kültürlerinin etki alanları içerisine alıp, bu bölgeleri ürünlerinin sadece üretim alanı değil, aynı zamanda pazar alanı haline de getirmişlerdir.

Türkiye'nin, sanayileşmeye batılı gelişmiş ülkelere göre önemli ölçüde geç başlaması ve hızlı sanayileşme telaşesi, girişimcilik olgusunun yapılanmasına ve devamlılığına tesir etmiştir. 1950'li yıllara kadar bir şekilde devlet eliyle gerçekleştirilmeye çalışılan sanayileşme, 1950'li yıllardan sonra, en azından geçiş döneminde, devlet tarafından desteklenen özel sektöre bırakılmıştır. 1980 yılından sonra ise dışa açık ekonomi politikası güdülerek özel sektörün büyümesi ve gelişmesi sağlanmıştır. Ancak, sanayideki gelişme, batılı gelişmiş ülkelerdeki gibi seyretmemiştir. Çünkü, Türkiye'de hem devlet hem de özel sektör, teknolojinin temininde dışa bağımlı kalmıştır. Üstelik sürekli IMF'ye borçlanma ve yaşanan ekonomik krizler de sermayenin ülke içinde yeterli düzeyde birikimine el vermediği gibi bu konuda da dışa bağımlı kalınmasına sebep olmuştur. Gelişmiş batılı ülkelere duyulan hayranlıkla onların ürünlerine pazar olunurken, kendi topraklarında, kendi iş görenleri tarafından üretilen ürünler için kendi yönetimlerindeki pazarları oluşturamamışlardır. Bunun yerine, gelişmiş ülkelerin işletmelerine ve markalarına daha ziyade katma değeri düşük mamul üretmekle yetinilmiş, bir miktar da kendi yerel pazarlarında (gelişmiş ülke markalarından yer buldukça) yer edinmişlerdir. Bir taraftan ülkenin sürekli IMF vb. kurumlara borçlanması, diğer taraftan da gelişmiş ülke işletmelerinin talimatları doğrultusunda üretim yapmaları ve kendi pazarlarını pazarlama faaliyetleriyle kendileri oluşturma yerine, kendilerine fason

üretim talimatlarını veren gelişmiş ülke firmalarını pazar alanı olarak bilmeleri, Türkiye'de, güdümlü ve bağımlı girişimcilik anlayışını ortaya çıkarmıştır. Böyle bir girişimcilik anlayışı tekstilden otomotive kadar pek çok alanda, kendine mahsus, yeni ve yaratıcı olanı uygulamaktan ve üretmekten ziyade, verilen talimata uygun ürünü üretme ile sınırlanmıştır.

Denizli girişimciliği özellikle üretim konusunu teşkil eden fason üretime dayalı katma değeri düşük ürünlerle, Türkiye'deki güdümlü girişimcilik anlayışının örneklerinden birini temsil etmektedir. Yapılan araştırma sonuçlarına göre, birinci varsayım doğrultusunda, tekstilin ildeki geleneksel bir üretim konusu olması Denizli'deki girişimciliğin oluşumunda önemli bir faktör olmuştur. Çünkü Denizli'deki girişimcilerin %53.9'u tekstil üretiminde yer almaktadırlar. Anketimize katılan girişimciler, çok uzun süredir varlıklarını devam ettiriyor olmalarına rağmen işletmelerin büyük bir çoğunluğu KOBİ niteliğindedir. İkinci varsayıma göre elde edilen sonuçlarda da KOBİ niteliği gösteren bu işletmelerde girişimcilerin bizzat yönetimde yer aldıkları ve stratejik kararların alındığı üst yönetimde kendi yakınlarından bir ya da birden fazla kişiyi istihdam ettikleri görülmektedir.

Denizli'deki işletmelerin büyük bir kısmının fason üretim yapıyor olması ve KOBİ özelliğine sahip olmaları, girişimcilerin önemli bir kısmı için yenilik anlayışlarını, ürün hacminin artırılması (üçüncü varsayım), ürün hacminin artırılmasına yönelik yenilenen teknoloji ve artan ürün hacmiyle girilen yeni pazarlarla sınırlandırmaktadır. İşletmelerin çoğunluğunun Ar-ge faaliyetleri için kaynak ayırmaması, yenilik anlayışını, üretim hacminin artırılması ve buna bağlı değişikliklerle sınırlandırmaktadır. Ar-ge faaliyetleri için kaynak ayırmamanın en önemli sebebi, çoğu KOBİ için yeterli finansal kaynağın bulunamaması olmakla beraber, Denizli girişimcilerinin büyük bir çoğunluğunun işletmesini büyütüp geliştirmesi için finansal kaynak yetersizliği yaşadıkları görülmüştür (4. varsayım kabul görmüştür). Girişimcilerin büyüyüp gelişmelerinin önünde en önemli engel olarak gördükleri husus 'devlet politikaları'dır. Yapılan mülakatlarda Denizlili girişimciler bir taraftan aşırı vergi yüküyle karşı karşıya kaldıklarını diğer taraftan da devletin üretim konusunda alt yapısı çok da olmayan Denizli'deki çevre illere kredi verip kendilerini bu konuda ihmal ettiklerini söylemişlerdir. Elbette ki, böyle bir durumun Denizlili girişimciler için sorun teşkil edeceği açıktır. Ancak, Denizlili girişimcilerin uzun süredir yaptıkları üretim ve ihracat doğrultusunda zaten bu zamana kadar yeni yatırımlara dönüştürebilecekleri, önemli bir miktarda sermaye birikimine sahip olmaları ve devletin çevre illere gelişmeleri için verdiği kredilerden de bu kadar rahatsız olmamaları beklenmektedir.

Beşinci varsayım doğrultusunda; Denizli girişimcilerinin önemli bir kısmının, teknolojiyi ve teknik bilgiyi getirmesi ve pazar payını genişletmesi açısından yabancı yatırımlara olumlu baktıkları görülmektedir. Bu bağlamda Denizli girişimcisinin

teknolojik gelişme ve dünya pazarlarında yer edinme konusunda yabancı sermayeli yatırımları bir katalizör olarak gördüğü açıktır. Ancak gelecekteki değişim ve yenilik olarak, hâlihazırdaki katma değeri düşük ürünlerini üretme ve pazarlama konusunda plan yapan girişimcilerin zaten gelişmiş ülkeler için fason üretim yaptıkları göz önüne alınırsa, bu girişimcilerin yabancı sermayenin gelişiyle hangi bağlamda kendilerine fayda sağlayacağını çok da kestiremedikleri açıktır. Bellidir ki, girişimciler, yabancı sermayenin gelişini daha çok 'moda söylem' olarak kullanmakta ya da gelecekteki büyüme ve gelişme hedeflerini netleştirmedikleri halde, yabancı sermayenin güdümü doğrultusunda gelişeceklerini ummaktadırlar. Kaldı ki, Türkiye'ye bu zamana kadar gelen yabancı sermaye, zannedildiği gibi teknolojiyi getirip öğreten, katma değeri yüksek malların üretimine katkı veren bir fonksiyon görmemiş, yatırımlarını ve satın almalarını daha çok ülke için iletişim ve finans açısından stratejik öneme haiz hizmet sektöründe yapmıştır. Girişimcilerin batılı gelişmiş ülkelerle Türkiye'nin yapacağı anlaşmalarda daha çok AB'yi tercih etmesi de (Altıncı varsayım) gelişme için yabancı sermayenin katalizörlüğüne ihtiyaç duymalarına benzemektedir. Bu defa da girişimciler Türkiye'nin gelecekte gelişmiş bir ülke olması için gelişmiş ülkelerle ve onların birlikleriyle işbirliğini öngörmüşlerdir. Ancak burada girişimcilerin bir ikileme düştükleri açıktır. Çünkü, girişimcilerin %57'si gelişmiş ülkelerin Türkiye'ye göre çok ileride olduklarını dünyaya açıldıkça onlara ulaşabileceğini söylemekte, ancak, %20 gibi bir orandaki girişimci de rekabetçi ve dünya pazarına yönelik uzun vadeli bir strateji ile başarının yakalanacağını düşünmektedirler. Elbette ki, rekabetçi yaklaşım girişimciliğin hangi boyutta olduğunun da göstergesidir. Fakat ne yazık ki, yabancı sermayenin ülkeye gelmesinden medet uman ve AB ile işbirliğini isteyen Denizlili girişimciler, ilk üç sıradaki rakipleri olarak Çin, Hindistan, Pakistan gibi Batılı gelişmiş ülke işletmeleri için üretim yapan (fason üretim) 'gelişmekte olan ülkelerin' işletmelerini görmektedirler.

Sonuç olarak denilebilir ki, Denizli girişimcileri henüz günümüzün rekabetçi girişimcilik anlayışı kapsamında bulunmamakta, daha ziyade klasik bağlamdaki girişimcilik özelliklerini göstermektedirler. Bununla beraber, mevcut rekabete gelecekte ayak uydurabilmenin de arayışı içerisindedirler. Fakat fason üretime dayalı çalışan ve genelde gelişme isteğini dışarıdaki katalizörlerin varlığına bağlayan, üstelik büyüyememe sebeplerini kendilerinde aramak yerine meselâ devlette aramaya kalkışan girişimcilerin gelecekte mevcut rekabet şartları içerisinde gelişip, büyümeleri de zor olacaktır. Nihayetinde Denizli'deki üretim geleneği çok eskilere dayanıyor olmasına rağmen ve en azından 30 yıllık bir sanayi kültürü ve bikrimi bulunmasına rağmen, hâlâ katma değeri yüksek ve dünya pazarlarında daha stratejik nitelik taşıyan ürünlerin üretimine geçememişlerdir. Bu doğrultuda denilebilir ki, Denizli girişimcisinin, fason üretim haricindeki kendi öz yeteneklerini keşfetmesi ve bu zamana kadarki birikimini artık daha rekabetçi strateji ve taktiklerle ve kendi pazarlarını kendileri yaratarak, yurt içi, yerel veya

yurt dışı organizasyonlar ve işbirliklerini kendi yönlendirmeleriyle kurarak faaliyet göstermeleri gereklidir. Denizli'deki üretim ve yatırım kültürü hiç şüphe yok ki, en azından geçirdiği zaman bağlamında bu olgunluğa gelmiştir. Bir an önce pazarda, üretimde, rekabette ve yenilikte daha girişken tavırlar gösterilebilmelidir.

Kaynaklar

Arıkan S., **Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular**, Siyasal Kitabevi, Ankara 2004.

Coşkun R. and R. Altunışık , "Management's Concerns About the Issues Faced by Turkish SMEs", **International Journal of Entrepreneural Behaviour and Research**, 2002, Vol.8, No. 6, 2002,

Çelik A. ve T. Akgemci, **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler**, Gazi Kitabevi, Ankara 2007.

Çetindamar D. and G. Ulusoy, "Innovation Performance and Partnerships in Manufacturing Firms in Turkey", **Journal of Manufacturing Technology Management**, 2008, Vol:19, No:3

Dalyan F., "The Cooperation of Small and Middle-Sized Companies with Universities in Turkey Acquiring Enterprising Skills Project", **Journal of European Industrial Training**, Vol.28, No. 7.

Fillis I., "A Metodology for Researching International Entrepreneurship in SMEs, A Challenge to the Status Quo", **Journal of Small Business and Enterprise Development**, 2007, Vol. 14, No.1

Ibeh K. I. N., "Furthering Export Participation in Less Performing Developing Countries, The Effects of Entrepreneural Orientation and Managerial Capacity Factors", **International Journal of Social Economics**, 2004, Vol:31, No:1/2.

İrmiş A. ve Ö. S.Emsen, **İktisadi Gelişmede Girişimcilik, Denizli ve Erzurum Örneği**, Beta, İstanbul 2002.

Kaya Y., "Proletarianization: Industrialization, Globalization, and Social Class in Turkey, 1980-2005", **Research in Social Stratification and Mobility**, 2008,26.

Morrison A., "Entrepreneurship: What Triggers It?", **International Journal of Entrepreneurial Behaviour&Research**, 2000, Vol.6, No.2.

Müftüoğlu T. ve T. Durukan, **Girişimcilik ve KOBİ'ler**, Gazi Kitabevi, Ankara 2004.

Özcan G. B., "Local Economic Development, Decentralisation and Consensus Building in Turkey", **Progress in Planning**, 2000, 54.

Özuğurlu M., **Anadolu'da Küresel Fabrikanın Doğuşu, Yeni İşçilik Örüntülerinin Sosyolojisi**, Halkevleri, İstanbul 2005.

Thurik R. and S. Wennekers, "Entrepreneurship, Small Business and Economic Growth", **Journal of Small Business and Entreprise Development**, 2004, 11/1

Zhao F., "Exploring the Snergy Between Entrepreneurship and Innovation", **International Journal of Entrepreneurial Behaviour&Research**, 2005, Vol:11, N