

ZİHNİYET, GİRİŞİMCİLİK VE KOBİ-SOSYOLOJİ İLİŞKİSİ

Dr. Osman Şimşek*

Kobi'ler toplumların sanayi hayatında, genellikle o toplumların kültür hayatından bağımsız olarak ele alınmaktadır. Bunun en açık nedeni olarak da, Kobi'lerin, Batı kapitalist-liberalist iktisat ve işletme bilgisi çerçevesinde ele alınıp ona göre yorumlanmasından kaynaklanmaktadır. Çünkü kapitalist-liberalist iktisat anlayışı, pozitivist dünya görüşüne göre kurgulanmaktadır. Pozitivist dünya görüşü ise insan-kültür bileşimini, kendi sisteminde dikkate almayı gerekli görmemektedir. Bundan dolayı küreselleşme ve hâkim Batı liberalist iktisat ve işletmecilik bilgisi çerçevesinde Kobi değerlendirmeleri, dünyanın her toplumundaki Kobi'lere aynı bakış açısı ve aynı iktisat ve işletmecilik bilgisi ile ele almaya yönelik bir standartlaşmayı zorlamakta olduğu gözlenmektedir. Bu kapitalist-liberalist dayatmacı Kobi sanayi ve girişimcilik zihniyeti, her bir toplumun birbirlerinden ayrı toplumsal kültür taşıdıkları gerçeğini ihmal ettiğinden, Kobi'lerinde buna yönelik sosyolojik muhtevasını görmezden gelmesi hatta onu yok sayması, kendi bilimsel felsefi anlayışından kaynaklanmaktadır. Çünkü kapitalist-liberalist iktisat sisteminin pozitivist felsefi kökenden beslenmesi itibarıyla temel amacı; toplumların özgün iktisatlarına yönelmelerini engellemek olduğu gibi buna ilaveten toplumların ve bireylerin, "ekonomizm" deyiminden hareketle adeta onların "cüzdan" (consumismo) ihtiyaçlarını dikkate almayan tüketim için tüketime tapma düşüncesini meşrulaştırma gayreti içinde(Amin 1991:28) olmasıdır. Bu durum, bir yandan çağdaş dünya medeniyetinin bunalımını oluşturduğu gibi, öte yandan dünya üzerinde medeniyet kurmuş Türk toplumunun da özgün sanayi ve girişimcilik zihniyetini Batıya bağımlı kılmaya zımnen zorlamaktadır. Bu ve buna bağlı gelişen çeşitli nedenlerden dolayı bu incelemede, konuya özgün bir çıkış sağlamaya yönelik bir katkı sağlanması amacıyla, Kobi'lerin toplumların kültür ve zihniyet dünyalarına bağlı olarak gelişmesinin sosyolojik çözümlenmesi ortaya konulacaktır. Böylece Kobi konusu sadece reel sanayi olgusunun bir parçası değil, aynı zamanda toplumsal kültürün zihniyet dünyasına bağlı bir üretim kurumu olduğu açıklanmaya çalışılacaktır. Bundan dolayı Kobi'lerin bu özelliğinden hareketle, Kobi-Sosyoloji, Kobi-toplumsal kültür ve zihniyet dünyası ilişkisinin analizi, Kobilere bakışı daha derinlikli kılması yanında var olan sorunları aşmada da faydalı çözümlenmeler üretebilecek bir nitelik taşıyacağı düşünülmektedir.

1.1. Zihniyet Kavramı ve Toplumsal Zihniyet-Kobi İlişkisi

Zihniyet, bir toplumsal grubun örtük referans sistemidir (Muchielli1991:7). Zihniyet bir düşüncenin, toplumsal davranışlarda örf ve adetlerle birlikte görülmesidir. Buna göre zihniyet, bir yandan toplumdaki bütün kesimlerin davranışlarını, öte yandan da toplumdaki dünya görüşüne ve buna dayalı davranışlardaki ilkeleri yani gizli ahlaki kavramdır (Muchielli 1991: 17). Yine bir başka tanımına göre zihniyet, toplumsal

* Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü

yapıdaki bütün kesimlerin sahip oldukları değer yargıları, tercihleri ve eğilimlerinin hepsini belli bir bakış açısından hareketle açıklayan bütünlükçü bir yaklaşımdır (Ülgener 1983: 19). Bu yönüyle zihniyet, insanın davranış kalıbını ait olduğu kültürün iktisadi ve diğer toplumsal değer yargılarına göre belirlendiğini ifade etmektedir.

Zihniyet, kendi içinde bir "dünya görüşü"nü taşıması özelliği nedeniyle, toplumsal çevreyi oluşturan olgulara karşı tutumlar -tavır alışlar- üretmektedir. Zihniyetin bu tavır aldırıcı etkisinden dolayı onu, toplumsal faaliyetlere dönüşmüş davranışlar olarak da ifade etmeyi mümkün kılmaktadır (Mucchielli 1991: 18). Toplumlardaki bütün değişim olgularını en geniş bir şekilde anlayabilmek için zihniyetlerin ve bunlardaki değişimlerin incelenmesi gerekmektedir. Çünkü zihniyet değişimleri incelenmeden değişimin olduğu toplumsal yapıdaki teknik, ekonomik, örgütsel ve yaşama ile ilgili konulardaki değişimleri incelemek oldukça güç gözükmektedir. Dolayısıyla her türdeki değişiklik çok faktörlü etmenlere (Örneğin ekonomik, demografik, teknolojik, siyasal, toplumsal, kültürel konulardaki değişimlere) bağlandığı ifade ediliyor olsa da gerçekte zihniyet değişimi, her türdeki değişimin "gerekli koşulu" olma özelliğini taşımaktadır (Mucchielli 1991: 59). Bir "dünya görüşü"nü taşıyıcısı olan zihniyet, gerçeğin bilimsel olarak açıklanmasının da en esaslı yollarından birini ortaya koymaktadır. Bu yönüyle de zihniyette "kendine göre" anlama ve bilme ihtiyacına, ayrıntılı olarak yanıt verme niteliği bulunmaktadır.

Bir toplumsal yapıda herhangi bir olgu belirlediğinde, toplumsal aktörler o olguda kendi zihniyet özelliklerinden dolayı değişik şeyleri görmeleri mümkündür. Örneğin bir işletmede işyeri sahibinin zihniyetine göre işyerindeki çalışmada özgürlüğün ihlali olarak görülen bir şey, sendika ve sendikacıların zihniyeti açısından işçilerin haklarını korumak olarak (Mucchielli 1991: 22) görülebilmektedir. Böylesi bir durumda toplumsal yapıdaki gerçeği yakalayabilmek için toplumsal gruplar arasındaki "**kendine göre**" görme ve buna dayalı zihniyetleri karşılaştırmalı olarak değerlendirmek sağlıklı toplumsal çözümlemeyi mümkün kılmaktadır.

Zihniyeti, yalnızca içe dönük bir his ve duygu dünyasından hareketle ele almak yeterli değildir. Çünkü bir toplumsal yapıdaki bütün toplumsal motif ve değerlerin tamamı, toplumsal tabandaki gerçek bir yapının elle tutulur gözle görülür türden bir davranış temeline bağlıdır (Ülgener 1983: 20). Bundan dolayı iç örgüyü meydana getiren unsurların gerçek bir yapıda nesnel(maddi) bir davranış temeline dayanıyor olması, bu toplumsal yapıya uygun yaşama tarzının ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Söz konusu yaşama tarzının bazı toplumsal normlar ile kendini ifade ediyor olması ise, konunun zihniyet yönünü oluşturmaktadır. Böylece zihniyet, toplumdaki tavır ve davranışların özünde ve yapısında var olan bir olgu olarak belirtilir.

Zihniyete sadece içe dönüklük yönü ile yaklaşılmayıp, ona toplumsal gerçekliğin değişen şartları çerçevesinde; içe dönüklük olgusuna ilaveten nesnel (maddi) toplumsal gerçeklere dayalı konjonktürel dinamik bir olgu olarak yaklaşılması, en

gerçekçi bakış açısına sahip olma olarak belirtmek (Şimşek 2004: 60) mümkündür. Böylece zihniyeti besleyip büyüten ve onu meydana getiren toplumsal sebepleri, tek bir grupta belirtmek mümkün görülmemektedir(Ülgener 2006:7).

Zihniyet bir toplumsal grubun çevresindeki kültürün içerdiği norm ve değerlerin benimsenmesi ile oluşan ortak bir referans sistemi olarak belirtildiğinde (Mucchielli 1991: 21), onu belirleyen bu ortak sistemi oluşturan normlar, değerler, tercihler ve eğilimlerin de toplumsal zihniyet çözümlemesinde dikkate alınmasının gerekliliği bulunmaktadır. Bunları dikkate alarak yapılabilecek bir zihniyet çözümlemesi, bir toplumsal yapıdaki eşyaya, üretime, sanayiye, mübadeleye, gelir elde etmeye, girişimcilğe, sermaye oluşturmaya karşı takınılan tavıra, yerli ve yabancı toplumsal çevreye ne türlü bir bakış açısı ile bakılması gerektiğine yönelik çeşitli sosyolojik içerikli soruları, en kapsamlı ve gerçeğe uygun olarak cevaplayabilmektedir. Ayrıca zihniyetin bütünlükçü yönü; geleceğe, uzak ve yakına ne tür bir mesafe bilinci içinde yaklaşılmasını belirleyen bakış ve davranışlara, içten gelen eğilim ve değer hükümlerinin söz, deyim ve telkinlerinin etkisi ile bakabilmekten oluşmaktadır (Ülgener 1983: 19).

Bir toplumsal yapı hangi çağ (zaman) da bulunursa bulunsun bu toplumsal yapıdaki zihniyetin kapsamında, değişik davranış tipleri bulunmaktadır. Söz konusu toplumsal yapı içinde ayrı toplumsal grupların, zümrelerin ve sınıfların farklı yaşama tarzlarından dolayı oluşan bu tipler dikkate alınmadıkça, toplumsal yapının zihniyetinin tam olarak ortaya konması mümkün görülmemektedir (Ülgener 1983: 29).

Bundan dolayı hem bir toplumsal yapı içindeki farklı toplumsal grup, zümre ve sınıfların hem de farklı sosyo-kültürel sistem olan toplumsal yapılardaki zihniyetleri tam olarak anlayabilmek ve yorumlayabilmek için öncelikle bunların birbirlerine göre **farklılık** taşıyan yönlerini ve **ortak yönlerini** dikkate almak gerekir.

Zihniyetin kapsamını belirleyen temel iki kriter olan "**ortak özellikler**" ve "**farklılıklar**", zaman ve çevre şartlarından dolayı oluşan farklılıkların ortak bir zihniyetten söz edilmesine engel olmadığı (Ülgener 1991: 29-30) gibi yine geriye ve ileriye doğru farkların var olması da, zihniyetlerin özgünlünden ya da birlikteliğinden bir şeyi kaybettirmemektedir.

Zihniyetin kapsamı kavramını incelememiz açısından ele aldığımızda, toplumsal yapılarda görülen girişimcilik zihniyeti, sermaye birikimi zihniyeti vs. gibi sosyal gelişmeyi belirleyen pek çok maddi temelli etmenin, **eşzamanlılık içinde** farklı sosyo-kültürel yapılarda ortak yanları ve farklılıkları bulunmaktadır. Buna göre bir toplumsal yapıdaki girişimci tipinin başka toplumsal yapılardaki girişimci tiplerine **hem benzeyen**, hem de **onlardan farklı olan** yönlerinin bulunduğu söylenebilir. Girişimcinin sahip olduğu kültürel nosyon, bir yandan girişimcinin madde-madde ve madde-insan ilişkisindeki zihniyetinin oluşmasını etkilerken, öte yandan da sahip olunan kültürün, girişimci-toplum ilişkisinde girişimcinin sosyal eylemine yansır. Bu gelişen ilişkide girişim-

cinin kültüründen dolayı sahip olduğu **özgünlüğün** oldukça fazla etkili olduğu belirtilebilir.

Herhangi bir sosyo-kültürel yapının kültürünü taşıyan girişimci, bir başka toplumdaki sermaye biriktirme yollarından farklı olabilecek türdeki sermaye birikimi oluşturma yöntemini kullanabilir. Burada girişimci insanın değer, tutum, tavırlardan oluşan özgün zihniyet dünyası, kendisinin sermaye birikimine tavır alışına da etki eden önemli bir faktör durumundadır. Çünkü bu zihinsel inşaya dayalı (soyut-mana) zihniyetin, toplumsal eyleme dönüşmesi sonucunda somut (akli) olarak ortaya iki boyutluluğun etki gücüne dayalı bir tablo sunulmuş olmaktadır.(Şimşek 2004: 82). Böylece Türk KOBİ girişimcisi tek boyutlu insan -madde ilişkisine kendi kültür kodlarından hareket ederek insan-madde ve insan-mana etkileşimine dayalı dinamik bir yaklaşımı ortaya koyabilmiştir. Bunu sonucunda Türk KOBİ girişimcisi insan-madde ilişkisi ile dünyeviliği ve insan-mana ile de kendi geleneksel kültürüne(semaviliğe) dayalı zihniyet anlayışını **aynı anda** ortaya koymaya yönelmiştir.

Günümüzde Batı'daki antroposentrik girişimci (Şimşek 2005:132), insan-madde ilişkisi ve burjuva-proletarya **hasımlığına** (antagonizmine) dayalı zıtlaşmayı besleyen tek yönlü pozitivist felsefi içerikli liberalist merkezli insan-madde ilişkisi ile uğraşmaktadır. Buna karşın hızla gelişen Türk KOBİ girişimcisi de, insan-madde ve insan-mana ilişkisinden hareketle, girişimci ile işçi kesimi arasında **uyumlu** dengeli bir ilişkiyi kurarak, değerlere dayalı iki yönlü yeni aktif yaklaşımı ile sanayi ihtilalini gerçekleştiren Batı Avrupa girişimcisinden rövanşı alabileceği ihtimalini ortaya koymaktadır.(Şimşek 2004:103 -104). Bu yönüyle de Türk KOBİ girişimciliği; dinamik, cesaretli, üretken ve maddi dünya ile mana dünyasını aynı zihni potada ele alabilme kabiliyetine sahip, değerleri ile barışık ve kültürel köklerinin bilgisini de çağdaş yoruma tabi tutan bir sanayi anlayışı ve girişimci tablosu çizmektedir.

1.2. Sosyolojik Açıdan "Kobi" ve "İnsan" unsuru ilişkisi

Sosyolog, bir toplumsal yapıyı oluşturan kültürün iç özelliklerini anlamaya yeterince nüfuz edemediği zaman tek boyutlu bir yaklaşım ile kültürün dıştan görüşüne(ampiristik) bakarak daha çok maddeci ya da sadece manaya yönelik bir kültür olduğu kanaatine sahip olabilir. Oysa sadece maddi amaçlara yönelik olarak görünen tutum ve davranışlar, manaya yükselişin bir aracı olarak kullanılıyorsa, dışlanmış maddi amaç, araç ve kalıpların içinde bulunan manaya yönelik bir özün bulunduğunu ifade etmektedir(Bilgiseven 1994: 136).

Bu konu ile ilgili olarak Sorokin, toplumdaki madde ve mana özelliklerinin o toplumun sosyo-kültürel sistemi üzerindeki etkisinin inceleme alanını şöyle belirler:

İdeolojik kültür	=	Anlamlar, Değerler, Normlar
Davranışsal Kültür	=	Etkileşim Toplumsal Sistemleri (İnsan)
Maddi(Nesnel) Kültür	=	Araçlar ve Çevre

İdeolojik kültürü oluşturan anlamlar, değerler ve normlar yani "krallar", "patrikler", "generaller," "bilginler", "işçiler", "girişimciler", "suçlular", "kahramanlar", "ermişler", v.b. diye bir kategorik ayırmadan söz edilmesinden çok bunlar ve benzeri binlerce "anlamlar", biyolojik organizmanın üzerine toplumsal kültür ve zihniyet dünyasınca veya biyolojik organizma veya yalnızca fizik nesnelere değil, bunlardan daha çok "düşünce sahibi insan kişileri" ya da madde dışı anlamların, değerlerin ve normların taşıyıcıları olan birey ya da toplumsal gruplarca ismi konur. Bundan dolayı, zihnin ve onun fizik ya/yada biyolojik özellikleri yapısına ilave edilen anlamların bir "cisimleşmesi" veya "nesneleşmesi" sonucu ortaya çıkaran herhangi bir olgu, tanımının doğal sonucu olarak bir toplumsal-kültürel olgu olma özelliğini taşır. Böylece bu anlamlar, değerler ve normlar üç unsurdan oluşur. Yani;

- i- yaşanan zaman içinde (örneğin günümüzde) bütün taşıyıcılarıyla anlamlar değerler ve normlar toplamı,
- ii- henüz maddi taşıyıcılar vasıtasıyla nesneleşmemiş(maddeleşmemiş) ama insanlıkça bilinen madde-dışı anlamlar, değerler ve normlar toplamı
- iii- geçmişteki ve günümüzdeki düşünce sahibi bireylerin ve toplumsal grupların anlam, değerler ve normlar toplamıdır.

Böylece bu birbirlerinden ayrılması mümkün olmayan toplamlar, insanlığın maddi dünyalarının(fizik ve biyolojik dünyalarının) üstüne konulmuş olan bir toplumsal kültür ve zihniyet dünyasını oluşturur(Sorokin 1972:166-167). Bunun sonucunda da bu üç bileşenin birleşmesi ile meydana gelen sosyo-kültürel sistem oluşmaktadır. Bu üç bileşenden birinin eksik olması durumunda sosyo-kültürel ortadan kalkmaktadır. Örneğin anlamlar ve değerler dikkate alınmadan yapılan bir sosyo-kültürel inceleme, "sosyo-kültürel" olma vasfını kaybeder. O, sadece bir fiziksel veya biyolojik bir fenomen haline dönüşür. Yine araç bileşimi sosyo-kültürel analizde eksik bırakıldığı takdirde, anlamlar ve değerler sırf anlam sistemleri olarak kaldıklarından dolayı gerçek toplumsal hayat içinde bulunmazlar. Dolayısıyla bu yönden dolayı araç bileşeni ihmal edildiği takdirde sosyolojik çözümlenmeye konu olamazlar.

Sorokin **insanı** maddi ve manevi yönlerinin her ikisinden oluşan bir varlık olarak görmektedir. Sorokin'e göre insanın maddi yönü onun bedeninin fiziki güç ve enerjisine, manevi yönü ise akıl ve anlayışının ifadesidir. İnsanın manevi yönü onun sahip olduğu manaları oluştururken maddi yönü ise anlamların cisimlenmesinden oluşur ve anlamlara bir form kazandırır. Böylece, Sorokin, insanı, üzerindeki bu iki boyutun karşılıklı etkileşimi veya bütünlüğü içinde anlaşılmasının gereklerini belirtir. Böylece Sorokin sosyolojisi insanı iki boyutuyla ele alarak, onun toplumsal gerekliliği tam olarak anlayabilmesinin çözümlenmede bu iki yönlü özelliğinin kullanılma gücüne bağlı olduğunu belirtilebilir. Bundan dolayı **İnsan** bileşenin eksikliği durumunda Sorokin'inin ifadesiyle sistem bir "mumya"ya dönüşmektedir (Şimşek 2003: 331-334). Gerçekçi bir sosyo-kültürel inceleme, ancak bütün bu sosyo-kültürel çözümlenme araçlarının birbirleri ile tam bir bütünselliği çerçevesinde söz konusu olmaktadır.

2.1. Toplumsal Kültür, Girişimci ve KOBİ İlişkisine

Sosyolojik Yaklaşım

Girişimci insan olgusu, ekonomik değerlerin oluşturulmasında en önemli üretim faktörüdür. Girişimci sürekli piyasaları gözleyip talep boşlukları yakalayan, yeni talepler oluşturan, talepteki değişimleri zamanında fark ederek gerekli uyumu sağlayan, kaynakları toplayıp yatırımları gerçekleştiren, rekabetten kaçmayan, tersine rekabeti varlığın temel şartlarından biri olarak kabul eden, riske girmekten ve sorumluluk üstlenmekten çekinmeyen, atak ve icat edici kişiler olarak kabul edilir. Yoksa kar etmek için her şeyi mubah gören, vergi kaçırarak, tekelcilik yapan, tüketiciyi aldatarak kazanç elde eden kişinin gerçek girişimci ile ilişkisi yoktur.(Müftüoğlu 2002: 15).Zaten sosyolojik anlamda bir toplumun inşa ettiği insan ve girişimcisinin o toplumun kültür sistemini de taşıyor olması gerekmektedir. Bu tür bir girişimci ait olduğu toplumun değerler sistemini, ahlak ve zihniyet dünyasını kendi toplumsal eylemine taşıyarak girişimcilik faaliyetlerini bu zihni, kültürel anlam ve değerler çerçevesinde geliştirir. Öte yandan böylece toplumların kültürlerinin de birbirlerinden "**benzerlikleri**" ve "**farklılıkları**" olduğu için, söz konusu farklılıklar, toplumların özgün insanının davranış ve eylemlerini kültür ve zihniyete bağlı olarak ortaya koyar. Bu sosyal realiteyi ihmal etmek veya göz ardı etmek, örneğin toplumdaki girişimcilik, sanayicilik, eğitimcilik v.s. gibi konuları hem bilimsel ve akla uygunluk açısından, hemde kültür ve zihniyet dünyası açısından hatalı analizlere ve yanlış yönlendirmelere neden olabilecektir. Bunu önlemek ya da olumsuz etkisini en aza indirmek için sosyal realite kavramı oldukça önem taşımaktadır. Çünkü sosyoloji bilimi açısından toplumlar kurumlardan oluşmaktadır. Bu kurumlar (din, ekonomi, siyaset, aile, eğitim) her toplumda vardır(Fichter 2004:144). Ancak bunların içeriği toplumdan topluma değiştiği için farklı insan-toplum -eşya ilişkisi ve algılayışı ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle her toplumun sanayi, üretim, girişimcilik, girişimci ve üretim süreci (prosesi) birbirlerine bazı konularda benzerlikler taşısalar da aslında üretimlerine, sanayi anlayışlarına, girişimcilerine ve girişimcilik ilişkilerine farklı, özgün anlamını veren temel olgu, **toplumsal zihniyet dünyaları**dır. Toplumsal yapılarda bulunan bu kurumlar, farklı kültür ve zihniyet içeriğine sahip olduklarından ayrı ayrı değerler ve bunun inşa ettiği birey kişiliğini ortaya koymaktadırlar. Bundan dolayı toplumsal yapılarda birey -toplum, birey-üretim, birey-toplumsal grup ilişkileri hep farklılık taşıdıklarından, zihniyet içeriği açısından birbirlerine **benzemeyen** sosyal eylemleri de ortaya koymaktadırlar. **Bu yönüyle toplumsal değerlerin ve anlamların toplumdaki nesnel davranışları belirlemede temel önceliği bulunmaktadır.** Örneğin Türk sosyo-kültür sisteminde toplumsal üretim ve çalışma ilişkileri bağlamında girişimci kesimin (sermaye sahibi, işveren) işçinin hakkını, işçinin alnındaki teri kurumadan vermesi yani işçinin hak ettiği ücretini kesintiye uğratmaksızın tam olarak ve hemencecik vermesini gerekli ve zorunlu görür. Ücretini bu iş ahlakı zihniyeti ölçüleri içinde alan işçi, hem işini huzurla ve **güvenle** yapabilmekte ve hem de yüksek bir motivasyonla vazifesini gönüllü bir şekilde yerine getirir. Böylece toplumsal iş ahlakı zihniyeti, yüksek bir dayanışma duygusunu ve o da beraberinde toplumsal barışı gönüllü olarak sağlamayı meydana getirmektedir.

Diğer taraftan Batı materyalist zihin kurgulu kapitalist-liberalist toplumda ise bu durum, Türk toplumunun üretim ve çalışma ilişkilerinin zihniyet ve kültür dünyasından oldukça farklı yapısal özellikler içermektedir. Aynı üretim ilişkisi Batı liberalist toplumun üretim zihniyetinde çatışma, monotonluk, işe yabancılaşma ve işçinin kendi hakkını ilk zamanlarda koruyamaması nedeniyle sendika yolu ile hakkının almak zorunda kalması durumunu ortaya çıkarmıştır. Yani Batı liberalist girişim hayatı bir güven bunalımını beraberinde taşımıştır. Bu gelişme ise toplumda üretim işini gerçekleştiren tekelleri zihniyet içeriği taşıyan liberalist girişimci ile işçi arasındaki bağların zayıflamasını ve dolayısıyla da çatışma kültürü ve bireyin atomizasyonunu ortaya çıkarıcı etkileri güçlendirmiştir.

Türk sosyo-kültür sisteminin özgün kültür-zihniyet anlayışı çerçevesinde tekelcilik, iktisadi bir konu olmaktan çok toplumun önemli bir kesiminin hakkının gasp edilmesi olarak görülen sosyolojik muhtevalı bir kavramdır.

Buradan hareketle Türk toplumunda tekelcilik konusu, sadece üretim ve iktisat konusu olarak görülmeyip o, toplumun **değer ve ahlaki açısından** ele alınmış ve Türk sosyo-kültür dünyasının zihniyet anlayışına göre sosyolojik etkisinin iktisadi etkisinden oldukça fazla öneminin bulunduğu dikkat çekilmiştir. Özgün Türk toplumunda, toplumun gelir dağılımını bozmayı önleyici anti tekelci bir zihniyete dayalı diğergam iktisat anlayışı ve pozitif rekabet muhtevalı üretim ilişkisinin içeriği, hep kendi kültür ve zihniyet dünyasının temellerinden kaynaklanan ahlak-iktisat etkileşimine dayalı olan bir üretimini gerçekleştirme içeriği bulunmaktadır. Oysa Batı medeniyeti, 18.yüzyıl aydınlanma felsefesinden ruhunu alan materyalist pozitivist düşünce(Cevizci 2002:11) ile beslenen liberalist kültür ve zihniyet dünyasında, **insan insanın kurdudur** temelli iktisat anlayışın da tekelci ekonomik zihniyetin geliştiricisi olarak kabul edilir. Yine bu iktisat (klasik iktisat) Ülgener'e göre temelde toplumsal anlamların(manevi) yönlendirdiği zihniyet dünyasının ekonomik davranış üzerindeki etkisini hiçlediğinden, insan bu iktisat anlayışına göre yalnızca iktisadi olma ilkesinden hareket eden soyut bir homo economicusdur(Sayar 1998:231). Bu yapıda acımasız rekabet ve gelir dağılımının bozulduğu ve bunun sonucunda topluma yabancılaşan, yalnızlaşan **a-sosyal insan** ve onun bu zihniyet içeriği ile ortaya koyduğu birey-toplum ilişkisini güçlendirdiği görülür. Bu iktisat merkezli ahlak-iktisat ilişkisi, çatışma ve toplumsal barışın bozulmasını geliştirdiği gibi aynı zamanda sadece ekonomik ve siyasal gücü elinde bulduran az sayıda bir **hegemonik elit kesimin** etkin olduğu bir toplum yapısını beslemektedir. Söz konusu durum, Batı toplumunun üretim, girişimcilik, iktisat ve işçi ilişkilerini sadece nesnel kültür açısından ele aldığı görülmektedir. Böylece Batı medeniyeti pozitivist liberal felsefeye dayalı madde merkezli tekelci siyasal dayatmaların rasyonalite adı altında meşrulaştırmaya çalıştığından, hem dünyadaki sosyal barışı, hem de Türk toplumu gibi dünyada medeniyet kurmuş toplumların siyasi, iktisadi ve sosyolojik yapılarını bu iktisat felsefesi çerçevesinde oluşturma gayretindedir. Böylece **hedef toplumların** özgün iktisat bilgisi üretmesini ve kaynaklarını etkin kullanmasını, girişimcisinin özgünlüğünü ve var olan özgün sanayi kültürüne olan inancını yitirmesine yönelik bilinçli

sosyal -psikolojik çeşitli araçlarla (aydın ihaneti, liberalist iktisat dışı bir dünya olamayacağı yönünde tek yanlı bilgi ve yayın üretme, Türk toplumun iktisat anlayışını aydınlanma dönemi ve Batı sanayi devriminden başlatma, v.s. gibi telkinler) bunu sağlama çabıdır.

Bütün bu sanayi - girişimcilik -KOBİ- kültür etkileşimine yönelik bilgi kirlenmesinin aşılması için zihniyet-KOBİ-sosyoloji özgün bakış açısının geliştirilmesi gerekmektedir. Bunun içinde Türk KOBİ girişimciliğini bu temel noktadan hareket ettirmeye yönlendirmekle, bu kurumun yapısal sorunlarını çözmeye yönelik bakış açısının üretilmesi için anlamlı ve kalıcı çözümler ancak sunulabilmiş olacaktır. Aksi takdirde toplumun kültür ve zihniyet içeriğine uygun olmayan **ithalci** üretim-sanayi-girişimcilik anlayışının Türk KOBİ' lerinde yerleşik bir mantık haline alması, sorunların aşılmasındaki en önemli etken faktörü taşımış olacaktır. Bu noktada, mevcut Türk KOBİ' lerinin sorunlarını aşmak için sosyolojik temalı yaklaşımlara öncelik verilmesi gerekmektedir. Ancak bundan sonra buradan elde edilen verilerle maddi olguları da dikkate alarak, çözümlenmeye girişilmesinin, Türk sanayinin kendi sorunlarını aşmak için, gerçekçi bir planlama ortaya koyması mümkün olmaktadır. Bu aşamadan sonra ise iktisat ve siyasal içerikli çözümlenmelere geçilmesinin, takip edilmesi gereken temel bir strateji olarak karşımıza çıkmaktadır. Türk KOBİ' lerinin günümüze değin sorunlarını aşamamalarının en önemli faktörlerinden birisinin de konunun **sosyolojik boyutunun** hep gözden uzak tutulmasından kaynaklanmış olduğu söylenebilir. KOBİ' lerin sosyolojik boyutunun ihmali ya da görmezden gelinmesinin nedeni ise Türk Devletinin özgün(millî) bir sanayi ve girişimcilik geliştirmeye yönelik toplum felsefesinin yeterince gündeme getirilmemiş olmasından kaynaklanmakta olduğu söylenebilir.

2. 2. Türk KOBİ' lerinin Toplumsal Görünümünün Analizi

Küçük ve orta ölçekli işletmeler(KOBİ) terimi, sınırlı bir sayıya kadar işçi istihdam eden veya belirli bir yıllık kazancı olan şirketleri ifade eden bir kavramdır(Şimşek 2002:5).KOBİ' ler aynı zamanda, bir toplumsal yapıda üretim faaliyetini gerçekleştiren sanayi kurumlarıdır. Ancak KOBİ' ler büyük işletmelerin bir minyatürü olmadıklarından dolayı onlardan da oldukça farklı özellikler taşırlar. (Müftüoğlu 2002: 41).Bu farklı olma KOBİ' leri, büyük sanayi işletmelerini ele alan sosyolojik yaklaşımdan daha başka bir analiz biçimine götürmektedir. Şüphesiz bunda KOBİ' lerin, büyük işletmelerden hem hacimce, hem taşıdıkları fonksiyon, hem de toplumun özgün kültür ve zihniyet dünyasını içselleştirmelerindeki farklılıklarını gözlemlemek mümkündür. İşte bu ve benzeri sanayi işletmecilik ve girişimcilik düzeyindeki farklı toplumsal davranışlar sergilemeleri neticesi KOBİ' leri ele alış biçimini Kobi'lerin toplumsal değer(anlam dünyası) taşıma boyutu ve toplumun sanayi kapasitesini(ölçeğini) yani maddi boyutu olmak üzere iki yönünü **aynı anda "bütünsel"** bir analizle ele almak gerekmektedir.

Öncelikle Türkiye'de KOBİ' leri **maddi boyut** çerçevesine ele aldığımızda, günümüz rakamları itibariyle bu işletmelerin Türkiye'de toplam sayısı 1milyon 200 bin

(Aktepe 2005: 14) olup bu sayının Türkiye'deki toplam işletmelerin %99,3'ünü oluşturdıkları görülmektedir. Söz konusu işletmeler aynı zamanda Türkiye'de ki istihdamın %76'sını, yatırımların %26,5' ini, katma değerini %38'ini, doğrudan ihracatın %10'unu ve Türkiye'deki işletmelerin toplam cirosunun da %60'nı (Müftüoğlu 2004: 15) gerçekleştirme başarısını göstermesi yanında, yine bu kurumların kredilerden aldıkları payın %5 ve bilgisayar kullanım oranları ise %30 civarında (Aktepe 2005:14)) olduğu belirtilmektedir. Bu yönüyle KOBİ' leri tek başlarına Türkiye'nin sanayileşmesinin belirleyicisi olarak kabul etmek doğru değilse de, bu kurumlar; gelir artışına, istihdam kapasitesinin genişlemesine, teknolojik gelişmeye, bölgeler arası eşitsizliği gidermede ve dolayısıyla toplumsal kalkınmanın sağlanmasındaki etkisi nedeniyle, Türkiye'nin sanayileşmesini tamamlanmasında itici güç olarak görülmesi doğru bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir (Şimşek 2002 18-19). Öte yandan günümüz dünyasında küresel boyuttaki tüketim alışkanlıklarında, yaşam tarzları ve rekabetten kaynaklanan yoğun değişim eğiliminin fırsat oluşturması, üretim ve sanayi hayatında faaliyet gösteren her kurumun istenen sosyal değişim baskısını gerçekleştirebilmesi birey-kurum ilişkisinin bir "**kültür**" oluşturmasının zorunlu kılmaktadır. Bu kültürün ana teması ise değişim baskısının ortaya çıkardığı yeni imkânlarla donanmış olmayı gerektirmektedir. Bunu sağlamak için de KOBİ' lerin; modası geçmiş teknolojiler kullanan, geleneksel tarzda üretim yapan, yeniliklere karşı duyarsız, sadece yakın çevre pazarına yönelmiş, rekabet anlayışından uzak ve büyümekten çekinen klasik Kobi ve Kobi girişimci zihniyetinden uzaklaşması gerekmektedir. Bunun yerine tüm yeniliklere açık, daima teknolojik gelişmeyi hedef seçen, dünya pazarını ölçü alan, etkin bir rekabeti gelişmenin dinamiği sayan, büyümeyi en önemli ölçüt sayan ve bilimsel bilgiye dayalı akılcı bir risk üstlenebilen ve çağın kavramlarıyla çağa uygun üretim yapabilen dinamik bir zihniyet taşıyan Kobi ve Kobi girişimcisi haline dönüşmesinin vazgeçilemez önemi açığa çıkmış durumdadır(Gürkan 2005:4). Böylece yukarıda değinilen ve KOBİ' lerin maddi boyut olarak ele alınan yönünün yani reel üretimi gerçekleştiren faktörlerin çağa uygun ve gelişmelere açık olarak yeniden tasarlanmasıyla Türk KOBİ' lerinin kendi ülkesi ile değil dünyadaki KOBİ'lerle yarış bir aşamaya gelmesi muhtemel gözükmektedir.

Kobilerin ikinci boyutu olan **toplumsal değeri** (anlam dünyası) taşıma boyutu ise hiç şüphesiz toplumun kültür ve zihniyet dünyasını iç dünyasında taşıyan insan unsurunun toplumsal değer- üretim ilişkisini en anlamlı ve dengeli bir şekilde kurup, bunu üretim yoluyla toplumsal bünyeye taşıması gerekmektedir. Hiç şüphesiz bu sosyal eylemi gerçekleştirecek olan, toplumsal değerlerin canlı taşıyıcısı olan girişimci bireydir.

D. McClelland toplumların milli farklılıkları taşımaları, onların toplumsal ve ekonomik gelişmede de birbirlerine göre farklılıklar taşıyabileceklerinin dikkate alınmasının gerekli olduğunu belirtir(McClelland 1974: 174). Buna bağlı olarak da McClelland toplumun, milli psikolojik özelliklerin sayısal ölçütlerinin ekonomik, politik ve toplumsal temayülü göstermede önemli bir kaynak olduğunu belirterek(McClelland

1974: 182) girişimci ve girişimcilik konularına milli farklılıkları ortaya koyan bir çerçeveden bakılmasının önemine vurgu yapmaktadır. Bu noktadan bakış ise toplumun milli kimliğini ve değerlerini taşıyan girişimci özneye; zihniyet, kültür ve milli farkları dikkate alan kültür merkezli yaklaşımın gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Öte yandan McClelland' ın yaptığı bir araştırmaya göre(1952),Türk girişimcisinin taşıdığı girişimcilik nitelikleri itibariyle, dünya sıralamasında birinci olduğunu belirterek, Türk girişimcisinin büyük potansiyeline dikkat çekmektedir(Müftüoğlu 2004:15). Böylece bir taraftan büyük bir girişimcilik enerjisini bünyesinde barındıran öte taraftan da girişimcinin toplumun zihniyet, kültür, değerlerini milli farklılıklar noktasında bünyesinde taşıyan Türk girişimciliği inşasının bu iki yönünü aynı anda ele alan milli girişimciliği geliştirici bir toplum felsefesinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bunun ihmal edilmesi durumunda, asıl girişimcilik ruhunu besleyen yön dikkatlerden kaçmış olacağından, diğer toplumsal konularda görüldüğü gibi bir başka kültürü taklit etme burada da kendini gösterebilir. Bu da girişimciliğin toplumsal geliştiricilik yönünün yani sosyal değişmeyi yönelik olumlu yöndeki özgün katkısından gereğince istifade edememeyi ortaya çıkaracaktır. Böylece aksak işleyen bir girişimcilik olgusu hem girişimci bireyin kendisini yetersizleştireceği gibi girişimciliğin topluma olan katkısını da olumlu düzeyde sağlamayacaktır.

SONUÇ

KOBİ 'ler toplumsal ve yapısal özelliklerinden dolayı içinde bulunmuş oldukları toplumların kültür ve zihniyet dünyalarından etkilenecek, girişimcilik ve üretim faaliyetlerini gerçekleştirecekler.

Türkiye'de KOBİ' lere genellikle tek boyutlu olarak, yani insan-madde merkezli, Aydınlanma düşüncesi eksenli pozitivist felsefi içerikle yaklaşılmaktadır. Bu ise KOBİ' lere, ağırlıklı olarak **işletme ve kapitalist-liberalist iktisat** anlayışı çerçevesinde bakmayı gerektirmektedir. Oysa toplumların üretim olayına bakışı ve girişimcinin zihniyet dünyasının üretim hayatına yansımaları gibi çeşitli kültürel içerikli konuların, realiteye(sosyal alana) yansıtılmaları sonucu, KOBİ olgusu, toplumun özgün kültür taşıyıcılığını bünyesinde barındırmaktadır. Hal böyle olunca, bir toplum sanayi algılaması ve girişimcilik zihniyetini başka bir toplumun kültür ve zihniyet tasarımına göre biçimlendirmesi ve buna göre üretim ilişkisini yönlendirmesi, öncelikle üretim, sanayi ve girişimcilik alanları olmak üzere pek çok konu da sosyolojik hataların yapılmasına neden olmaktadır. Bu gözden kaçan **hatalar** da alıcı pozisyonundaki toplumun sanayi, üretim, girişimcilik ve buna bağlı **kültür-toplum-sanayi** etkileşiminde, birbirine bağlı ve katlamalı yanlışlıkların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bundan dolayı Türkiye'deki Kobileri iki temel başlıkta yani; a-**kurum olgusu** b- **milli kültür ve zihniyet anlayışını sanayiye yansıtan "kültür taşıyıcısı ve dinamik insan olgusu"** çerçevesinde ele almak zorunluluğu bulunmaktadır. Yaşadığı toplumun kültürünü bünyesinde taşıyan insan faktörünün, işletmesine dinamizm kazandıran bir özelliği bulunmaktadır. İnsan faktörünün nesnel(madde) dünyaya karşı tavır alışığı, iki etkiye bağlı olarak yani kendi zih-

niyet dünyası ve dış faktörlerin etkisi bağlamında oluştuğundan, "insan" unsuru, Kobi olgusu içinde kilit bir rol taşır. Öte yandan KOBİ' yi sadece **kurum** temelinde ele alma durumunda ise, KOBİ' nin kapitalist-liberalist iktisat dünyasının ekonomi-sanayi ve girişimcilik ahlakına göre "yapılanmasının" gerektiği "çıkarımı" belirleyicilik kazanır. Bu "çıkarım" da çağdaş ilişkiler sisteminin bir gereği olduğu dayatması ile belirtilir. Bu dayatma çerçevesinde KOBİ olgusuna, kapitalist-liberalist üretim sistemi ilişki demeti içinde ele almayı benimsemek çabası yoğunluk kazanmaktadır. Oysa Türk toplumu ve Batı toplumunun değerlerini ve üretim hayatını ifade eden kavramlara zihniyet açısından bakıldığında, her iki toplumun bunları değerlendirmede birtakım farklılıkları ve benzerliklerinin bulunduğu görülür. Farklılıkların, özgünlüğü veya kimliği ifade etme özelliği bulunmaktadır. Buna göre Türk KOBİ girişimcisi, işletmesini **özgün kültür ve zihniyet dünyası davranış kalıplarını** dikkate alan ve buna hassasiyet taşıyan duygu dünyası noktasından hareket etmesi durumunda, kültür ve zihniyetinin geliştirdiği davranış kalıplarına dayalı bir işletme yönetiminin, eylemlerini belirlemede önemli ağırlığı bulunduğu ortaya çıkacaktır. Girişimci birey, milli kültürünü ve zihniyetini iç dünyasında taşıdığından, **Türk KOBİ 'si ve onun girişimci bireyinin de KOBİ 'sine ve girişimciliğine, ağırlıklı olarak milli çerçeveden yaklaşmasının zarureti bulunmaktadır.** Bu özgünlüğü yeniden oluşturmanın kaynağını ise Türk KOBİ girişimcisinin kendi orijinal kültür kodlarına dayalı davranış kalıpları ve buna ilaveten dünya gerçeklerini de dikkate alan **yeni bir sentezlemeye** yönelmesi oluşturmaktadır. Buna göre Türk KOBİ' lerini sadece kapitalist-liberalist işletme davranışları bağlamından hareket eden bir "işletme kurumu" çerçevesinde ele almak, onu yetersiz değerlendirmeye tabi tutma anlamını taşıdığı gibi, aynı zamanda Türk toplumunun da en dinamik gücü olan KOBİ girişimcisini, **Taklit** zihniyeti ile onu bağımlılaştırma tehlikesini ortaya çıkarmış olabilecektir. Bu durumda özgün yeni açılımları gerçekleştiremeyen KOBİ girişimcisini pasifleştirilmeye itilebilecektir.

Konuya Türk KOBİ girişimcisinin zihniyet dünyası ve özgün iktisat anlayışı noktasından bakılması durumunda ise KOBİ, üretim, sanayi ve girişimcilik konularına bilimsel içerikli bir yaklaşımın amaçlanmış olduğuna dair güçlü işaretler verilmiş olacaktır. Çünkü Türk toplumsal yapısının din, ekonomi, eğitim, aile ve siyaset olan sosyal kurumlarının içeriği ve zihniyet tasarımı, Batı toplumunda **aynı isim altında ama içeriği ve zihniyeti farklı** bir şekilde bulunmaktadır. Bu kurumların her iki toplumda inşa ettiği insan ve girişimci zihniyeti, birbirlerine göre **benzerlikleri** bulunsa da, daha çok **farklılıklarından** kaynaklanan sosyal eylem biçimlerini ortaya çıkartmaktadır. Bu toplumsal gerçekliğin sanayi, üretim ve girişimcilik alanında da görmezden gelinmesi, sosyal bilim ile realite arasındaki ilişkiyi hatalı kurmaya götürecektir. O yüzden bu zorunlu farklılığın bilincinde olan bir KOBİ ve KOBİ girişimciliğinin (devlet, aydınlar, KOBİ yöneticilerinin eşgüdümüyle) desteklenmesi, Türk toplumundaki KOBİ -sosyoloji ilişkisi gelişimi açısından oldukça önem taşımaktadır. Böylece özgün Türk KOBİ girişimcisinin, kendi kültür-zihniyet dünyasına uygun yeni önlemleri **milli KOBİ felsefesi** inşası yoluyla gerçekleştirmesi, kendi KOBİ' lerinin önünün açılmasında oldukça rasyonel bir tavır olarak görülmelidir. Bu anlayış ve yeni güven ve dayanışma duyguları ile Türk

KOBİ'leri, gelişimini ve verimliliğini daha da artırabilecektir. Söz konusu bu katkının, Türk KOBİ girişimciline yeni motivasyonlar (isteklendirme) sağlayarak, KOBİ'lerin Türk toplum tarihinde özellikle Anadolu'da devlet kurucu ve bu coğrafyayı vatan **yapıcı** yönünün, bilim, akıl ve duygu eşliğinde çağa uygun yeni bir tasarım ve sunumla, Türk toplumuna en verimli şekilde hizmet etmesinin etkin yolu açılmış olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Aktepe, Rahmi :** "Farklı olmak nedir?", Girişim Dergisi, Girişimcinin Gücü, Tasyöv, Sayı:65, Ankara, 2005.
- Amin, Samir ;** "Eşitsiz Gelişme, çevre kapitalizmi Toplumsal Kuruluşlar Üzerine Bir Deneme ", Çev. Ahmet Kotil, Arba Yayınları, İstanbul, 1991.
- Bilgiseven, Amiran Kurtkan; Cevizci, Ahmet; Gürkan, Erkan ;** "Sosyal İlimler Metodolojisi", 4. Baskı, Filiz Kitapevi, İstanbul 1994. Aydınlanma Felsefesi, Ezgi Kitapevi, Bursa, 2002.
- Fichter Joseph; McClelland, David :** "KOBİ'ler Yeni Ekonomiye Hazır Olacak, Girişim Dergisi, Girişimcinin Gücü, Tasyöv, Sayı:65, Ankara, 2005. Sosyoloji nedir?, çev. Nilgün Çelebi, 7. baskı, Anı yayınları, 2004, Ankara. "Ulusal Özellik ve Türkiye ve İran 'da Ekonomik Gelişme", Amme İdare Dergisi, Cilt:7, Sayı:3, Ankara, 1974.
- Mucchielli, Alex:** Zihniyetler, (Çev.: A.Kotil), Cep Üniversitesi İletişim Yayınları, İstanbul, 1991.
- Müftüoğlu ,Tamer:** Türkiye' de Küçük ve orta ölçekli işletmeler KOBİ' ler, Turhan Kitapevi, Ankara, 2002.
- Müftüoğlu ,Tamer:** AB Üyeliği Sürecinde KOBİ' lerimiz ve Girişimcilik", Girişim Dergisi, Girişimcinin Gücü, Tasyöv, Sayı:60, Ankara, 2004.
- Sayar, A. Güner :** "Bir İktisatçının Entelektüel Portresi, Sabri F.Ülgener", Eren Yayınevi, İstanbul, 1998.
- Şimşek, Muhittin:** "Ekonominin Lokomotifleri KOBİ' lerin Olmazsa Olmazları, Alfa Yayıncılık, İstanbul 2002.
- Şimşek, Osman;** "Sorokin Sosyolojisi Bağlamında Post Endüstriyel Toplum Sürecinde Batı Toplumu ve Türkiye'nin İktisat ve Çalışma Hayatına Kültürel Yaklaşım", **Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri** Seçme Yazıları, Editör. E.T.Kaplan-B.Bayat, Gazi Üniversitesi İİBF Geliştirme Vakfı, Ankara, 2003.
- Şimşek, Osman ;** "Türk KOBİ'lerinde Sermaye Birikiminin Kültür Temelleri, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2004.
- Şimşek, Osman;** Zihniyet Kavramı Ekseninden Batı Medeniyeti ve Antroposentrik Liberalist Girişimcilik, Kamu-İş Dergisi, Cilt:8, Sayı:3, Ankara, 2005.
- Sorokin, A.Pitirim ;** "Bir Bunalım Çağında Toplum Felsefesi", Çev. Mete Tuncay, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1972.
- Ülgener Sabri F. :** İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası, Der Yayınları, İstanbul, 1991.
- Ülgener Sabri F. :** Zihniyet Aydınlar ve İzm' ler-Denemeler ve Araştırmalar-, Mayaş Yayınları, Ankara, 1983.
- Ülgener Sabri F. :** "Zihniyet ve Din İslam, Tasavvuf ve Çözülme Devri İktisat Ahlakı", Derin yayınları -77, İstanbul, 2006.