



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Elif GÜN

ÇALIŞMA KÜLTÜRÜ, GİRİŞİMCİLİK VE YENİ ÜRETİM BİÇİMLERİ:
ANTALYA KÜÇÜK SANAYİ ESNAFI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Sosyoloji Anabilim Dalı
Doktora Tezi

Antalya, 2023



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Elif GÜN

ÇALIŞMA KÜLTÜRÜ, GİRİŞİMCİLİK VE YENİ ÜRETİM BİÇİMLERİ:
ANTALYA KÜÇÜK SANAYİ ESNAFI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Danışman

Prof. Dr. Nursel AYDINER AVŞAR

Sosyoloji Anabilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2023

T.C.
Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Elif Gün'ün bu çalışması, jürimiz tarafından Sosyoloji Anabilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Suat KOLUKIRIK (İmza)

Üye (Danışman) : Prof. Dr. Nursel AYDINER AVŞAR (İmza)

Üye : Prof. Dr. İhsan BULUT (İmza)

Üye : Doç. Dr. Ali ÖZTÜRK (İmza)

Üye : Doç. Dr. Muhammet FIRAT (İmza)

Tez Başlığı: Çalışma Kültürü, Girişimcilik ve Yeni Üretim Biçimleri: Antalya Küçük Sanayi Esnafı Üzerine Bir Araştırma

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi :11 / 07 / 2023

Mezuniyet Tarihi : 17/08/2023

AKADEMİK BEYAN

Doktora Tezi olarak sunduğum “Çalışma Kültürü, Girişimcilik ve Yeni Üretim Biçimleri: Antalya Küçük Sanayi Esnafı Üzerine Bir Araştırma” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

(İmza)

Elif GÜN





T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



18 / 11 / 2023

TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Elif Gün
Öğrenci Numarası	20195224001
Anabilim Dalı	Sosyoloji
Programı	Doktora
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Prof. Dr. Nursel AYDINER AVŞAR
Doktora Tez Başlığı	Çalışma Kültürü, Girişimcilik ve Yeni Üretim Biçimleri: Antalya Küçük Sanayi Esnafı Üzerine Bir Araştırma
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	2144293880
Rapor Tarihi	11.08.2023
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: %3 Alıntılar dahil: %9
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE,	
Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 300 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır. Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: (*) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.	
Gerekçe:	
Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim. Danışman Öğretim Üyesi Unvanı, Adı-Soyadı İmza	

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	i
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	iv
TABLolar LİSTESİ	v
KISALTMALAR LİSTESİ.....	viii
ÖZET	ix
ABSTRACT	x
TEŞEKKÜR	xi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE: İNSANIN DOĞASI, ÇALIŞMA VE İKTİSADİ FAALİYET İLİŞKİSİ

1.1. Bir Kültürel Faaliyet Alanı Olarak Çalışma	5
1.2. Bir Zihniyet Meselesi Olarak İktisat.....	6
1.3. Ahlakî Bir Kaide Olarak Meslek, İş ve Çalışma Yaşamı	7
1.4. Bireysel, Kültürel ve Ahlakî Boyutlarıyla Girişimcilik.....	10

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE: İKTİSADİ ALANIN TARİHSEL KÖKENLERİ VE SOSYAL İÇERİMLERİ

2.1. İlişkisel Bir Gerçeklik Olarak Toplumsalın İnşa Süreci	15
2.1.1. İçselleştirilmiş Yatkınlıklar Bütünü Olarak Habitus	16
2.1.2. Stratejik Yatkınlıklar ve Eylem.....	18
2.1.3. Mücadele Biçimleri ve Güç Dağılımı Olarak Alan.....	19
2.1.4. İktisadî Alan ve Mücadele Aracı Olarak Sermaye.....	20
2.2. İktisadî Alanın Sosyal, İlişkisel ve Bağlantısal Yönü.....	24
2.2.1. Eleştiriler Üzerinden Gelişen Bir Sosyal Teori ve Sosyalleşme Sorunsalı	26
2.2.2. Toplumsal Ağlara ve İlişkilere Gömülü Bir Faaliyet Olarak İktisat.....	26
2.2.3. İktisadî Yaşamda Güvenin Tesisi ve Dayanışma Ağları.....	28

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE İKTİSADİ FAALİYETİN TOPLUMSAL VE TARİHİ KÖKENLERİ

3.1. Osmanlı Döneminde İktisadî Teşkilatlanma.....	31
3.2. İktisadî Zihniyetin Ekonomi Üzerindeki Belirleyiciliği	36
3.2.1. Dini ve Dünyevi Yaşam Arasında Tasarruf Kültürü.....	37
3.2.2. Teşebbüs Zihniyeti, Merak Duygusu, Servetin Birikim ve Dolaşım Süreci.....	39
3.3. Kapitalizmin Gölgesinde Osmanlı İktisadî Yapısı	41

3.4. Milli İktisadi Anlayış ve Girişimciliğin Doğum Sancıları.....	44
3.4.1. 1923'ten 1938'e Türkiye'de İktisadi Politikalar: Devletçilik Çatısı Altında Gelişen Girişimcilik Eğilimleri	44
3.4.2. 1950'den 1980'e Çözünen Devletçilik Anlayışı ve Devletin Ekonomik Kalkınmada Değişen Rolü	48
3.4.3. 1980'den Günümüze: Serbest Piyasa Ekonomisi, Neoliberalizm ve Küreselleşmenin Eşiğinde Türkiye	50
3.4.4. Türkiye'de Küçük İşletmeler ve Esnafın Konumu	54

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

4.1. Araştırmanın Konusu	58
4.2. Araştırmanın Amacı ve Problemleri	59
4.3. Araştırma Deseni	64
4.4. Veri Toplama Teknikleri ve Süreci.....	67
4.5. Araştırma Sahası ve Örneklem	68
4.6. Veri Analizi.....	75
4.6.1 Faydalanılan İstatistiksel Analiz Yöntemleri	75
4.6.2 Nicel ve Nitel Verilerin Birleştirilmesi Süreci.....	80
4.7. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği.....	81
4.8. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	82
4.9. Araştırmanın Özgün Değeri	82

BEŞİNCİ BÖLÜM

BULGULAR

5.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri	85
5.2. İşletmelere İlişkin Bilgiler	91
5.3. Katılımcıların Mesleki Eğitim ve Tercihleri.....	101
5.4. Çalışma Ahlakı ve Kültürel Temelleri.....	108
5.5. İktisadi İlişkiler ve Bağlantılar	145
5.5.1. İnförmel Dayanışma Ağları.....	145
5.5.2. İşletme İçi İlişkiler	148
5.5.3. Ortaklık Kültürü ve Eğilimleri	154
5.5.4. Toplumsal Bütünleşme ve Mekân.....	160
5.5.5. Esnaflar Arası Mesleki Dayanışma ve Yardımlaşma.....	165
5.5.6. Müşterilerle İlişkiler.....	174
5.5.7. Kurumsal İlişkiler.....	184
5.6. Girişimcilik Eğilimleri	191

5.6.1. Yatırım Eğilimleri ve Tasarruf Kültürü	191
5.6.2. Pazar Sahasında Var Olma Biçimleri	205
5.6.3. Sektörel Fırsatları ve Yenilikleri Takip Etme	217
5.6.4. Girişimcilik Algısı	224
5.6.5. Gelecek Algısı ve Mesleki Sorunlara Yaklaşım	235
SONUÇ	247
KAYNAKÇA	258
EKLER	278
EK 1- Anket Formu	278
EK 2- Görüşme Formu	282
ÖZGEÇMİŞ	283



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 4.1 Araştırmanın Parametreleri	61
Şekil 4.2 Çalışmanın Nitel Bağlamındaki Sorgu Alanı	64
Şekil 4.3 2022 Yılı Antalya Nüfusu	69
Şekil 5.1 Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı	86
Şekil 5.2 Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımları.....	87
Şekil 5.3 Katılımcıların Medeni Durumları.....	87
Şekil 5.4 Katılımcıların Eğitim Durumu	88
Şekil 5.5 Katılımcıların Doğum Yerleri	89
Şekil 5.6 Antalya'ya Başka Bir Şehirden Gelme Durumu	90
Şekil 5.7 İşletmelerin İş Kollarına/Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımları.....	92
Şekil 5.8 İşletmelerin Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı.....	93
Şekil 5.9 İşletmelerin Mülkiyet Durumu	94
Şekil 5.10 İşletmelerin Yıllık Ciroları	95
Şekil 5.11 İşletmelerde Çalışan Sayısı	97
Şekil 5.12 İşletmelerin Ürün/Hizmet Kalite Standart Belgesine Sahip Olma Durumu.....	100
Şekil 5.13 Katılımcıların Meslek Seçimleri	102
Şekil 5.14 Gerçekleştirilen Meslekle İlgili Eğitim Almış Olma Durumu	105
Şekil 5.15 Katılımcıların Mesleki Deneyim Süreleri	106
Şekil 5.16 Bugüne Kadar Hep Aynı İş Yapma Durumu	107
Şekil 5.17 Yeterince Zengin Olunsaydı Yine de Çalışmanın İstenme Durumu.....	118
Şekil 5.18 Çalışmanın Dini Bir Görev Olarak Görülme Durumu	120
Şekil 5.19 İşyerinde Aile veya Akraba Üyelerinin Çalışma Durumu	145
Şekil 5.20 İşletme İçi İlişkiler.....	151
Şekil 5.21 Katılımcılara Göre Akdeniz Sanayi Sitesinde Mesleki Dayanışma ve Yardımlaşmanın Olma Durumu	165
Şekil 5.22 Katılımcılara Göre Müşterilerin Memnuniyet Durumu	174
Şekil 5.23 İşletmelerin Meslek Odalarına Üyelik Durumu	184
Şekil 5.24 Katılımcıların Kendilerini Tutumlu Olarak Tanımlama Durumları.....	191
Şekil 5.25 Katılımcıların İşletme Dışında Kazanç Sağlama Durumları	194
Şekil 5.26 Katılımcıların Başka Bir Sektöre Geçmeyi Düşünme Durumları	196
Şekil 5.27 Katılımcıların Belirsizlik Dönemlerinde Risk İçeren İşler Yapma Durumları	200
Şekil 5.28 İşletmelerin Yeni Bir Teçhizat veya Makine Almaya İhtiyacı Olma Durumları ..	206
Şekil 5.29 Katılımcıların Ürün/Hizmet Yelpazesini Genişletme Planı Olma Durumları	209
Şekil 5.30 Katılımcıların Pazar Alanını Genişletme Planına Sahip Olma Durumları.....	211
Şekil 5.31 İşletmelerin Tanıtım ve Reklamının Yapılma Durumu.....	213
Şekil 5.32 Örnek Alınan ya da Rakip Görülen İşletmelerin Olma Durumu	218
Şekil 5.33 Katılımcıların Sektördeki Fırsatları ve Yenilikçi Fikirleri Yakından Takip Etme Durumları	220
Şekil 5.34 İşletmecilerin Kendilerini Girişimci Olarak Görme Durumu	225
Şekil 5.35 Katılımcıların Patent ya da Bir Buluş veya Buna Yönelik Bir Girişimi Olma Durumları	233

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 4.1 Araştırmanın Amaçları, Problemleri ve Soruları	62
Tablo 4.2 Antalya Küçük Sanayi Siteleri İstatistikleri, 2020	70
Tablo 4.3 Araştırmanın Sahası ve Örneklem Bilgisi	72
Tablo 4.4 İş Kollarına Göre İşletmelerin Faaliyet Alanları	73
Tablo 4.5 Görüşmecilerin Sosyo-Demografik Özellikleri	74
Tablo 5.1 Antalya'ya Geline Şehre Göre Katılımcıların Dağılımı.....	90
Tablo 5.2 Antalya'ya Göç Eden Katılımcıların Antalya'da Bulunma Süreleri.....	91
Tablo 5.3 İşletme Sahiplerinin Yaş Ortalamasının İş Kollarına Göre Karşılaştırılması (Tek Yönlü Varyans Analiz).....	92
Tablo 5.4 Faaliyet Süresine Göre İşletmelerin Mülkiyet Durumu (Mann-Whitney U Testi Sonuçları)	94
Tablo 5.5 Yıllık Ciroların İş Kollarına Göre Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları)	96
Tablo 5.6 Yıllık Ciroların Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları)	96
Tablo 5.7 Çalışan Sayılarının İş Kollarına Göre Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları)	99
Tablo 5.8 İşletmelerin Çalışan Sayısına Göre Kalite Standart Belgesine Sahip Olma Durumları (Mann-Whitney U Testi Sonuçları)	101
Tablo 5.9 İşletmenin Faaliyet Süresine Göre Katılımcıların Meslek Seçimleri (Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları).....	104
Tablo 5.10 Mesleki Deneyim Süresine Göre İşletmelerin Mülkiyet Durumu (Mann-Whitney U Testi Sonuçları).....	106
Tablo 5.11 Boş Zaman Etkinlikleri	109
Tablo 5.12 Çalışma Kavramına Atfedilen Anlam	110
Tablo 5.13 Çalışan Sayılarının Katılımcıların Çalışmaya Atfettikleri Anlama Göre Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis Testi Sonuçları)	114
Tablo 5.14 Çalışma Kavramının Anlamına İlişkin Uyum İyiliği ve R ² Testi Sonuçları.....	115
Tablo 5.15 Çalışma Kavramının Anlamına İlişkin Çok Kategorili Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları.....	115
Tablo 5.16 Yaşlarına Göre Katılımcıların Yeterince Zengin Olunsaydı Yine de Çalışmayı İsteme Durumlarının Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklem için t Testi Sonuçları).....	119
Tablo 5.17 Yıllık Cirolarına ve Çalışan Sayılarına Göre Katılımcıların Yeterince Zengin Olunsaydı Yine de Çalışmayı İsteme Durumlarının Karşılaştırılması (Mann-Whitney U Testi Sonucu).....	119
Tablo 5.18 Mesleki Deneyim ve İşletme Faaliyet Süresine Göre Çalışmanın Dini Bir Görev Olarak Görülme Durumu (Mann-Whitney U Testi Sonucu).....	121
Tablo 5.19 Çalışmanın Dini Bir Görev Olarak Görülme Durumuna İlişkin Model Katsayılarının Omnibus Test Sonuçları.....	122
Tablo 5.20 Çalışmanın Dini Bir Görev Olarak Görülme Durumuna İlişkin Model Uyumu ve R ² Tablosu	123
Tablo 5.21 Çalışmanın Dini Bir Görev Olarak Görülme Durumuna İlişkin İkili Lojistik Regresyon Analizi	124
Tablo 5.22 Çalışma Ahlakı ve Dayandığı Temel Değerler	125

Tablo. 5.23 Çalışma Ahlakının Dayandığı Temel Değerlere İlişkin Uyum İyiliği ve R^2 Testi Sonuçları	129
Tablo 5.24 Çalışma Ahlakının Dayandığı Temel Değerlere İlişkin Çok Kategorili Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları	129
Tablo 5.25 Katılımcılara Göre Esnaf Tanımı	132
Tablo 5.26 Katılımcılara Göre İşletmeyi Başarılı Kılan Unsurlar.....	135
Tablo 5.27 Çalışan Sayısına Göre İşyerinde Aile veya Akraba Üyesinin Çalışma Durumu (Mann-Whitney U Testi Sonucu)	146
Tablo 5.28 Katılımcıların İşe Alınacak Bireylere Ulaşma Yöntemleri	147
Tablo 5.29 İstihdam Edilecek Bireylerde Olması İstenilen Özellikler.....	148
Tablo 5.30 İşletmelerin Yıllık Cirolarına Göre İşletme İçi İlişkileri (Kruskal Wallis Test Sonuçları)	153
Tablo 5.31 Katılımcıların Ortaklığa İlişkin Görüşleri	155
Tablo 5.32 Katılımcılara Göre Akdeniz Sanayi Sitesinin Anlamı	160
Tablo 5.33 İş Yeri Olarak Akdeniz Sanayi Sitesinin Tercih Edilme Sebebi.....	162
Tablo 5.34 Akdeniz Sanayi Sitesinde Mesleki Dayanışma ve Yardımlaşmanın Kapsamı	166
Tablo 5.35 Akdeniz Sanayi Sitesinde Dayanışma ve Yardımlaşma Konusunda Eksikliği Hissedilen Durumlar.....	170
Tablo 5.36 Müşteri Memnuniyetini Sağlayan Unsurlar	175
Tablo 5.37 Müşteri Memnuniyetine İlişkin Uyum İyiliği ve R^2 Testi Sonuçları.....	180
Tablo 5.38 Müşteri Memnuniyetine İlişkin Çok Kategorili Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları	181
Tablo 5.39 Mesleki Deneyim, İşletme Faaliyet Süresi ve Çalışan Sayısına Göre İşletmelerin Meslek Odalarına Üye Olma Durumları (Kruskal Wallis H Testi Sonuçları)	185
Tablo 5.40 Katılımcıların Yaş Ortalamalarına Göre Meslek Odalarına Üye Olma Durumları (Tek Yönlü Varyans Analizi Test Sonuçları)	186
Tablo 5.41 Üyesi Olunan Meslek Odasından Memnun Olma Durumu	187
Tablo 5.42 Üyesi Olunan Meslek Odasından Memnun Olmama Sebepleri.....	187
Tablo 5.43 İşletmelerin Kuruluş Süreci.....	188
Tablo 5.44 İşletmelerin Finansal İhtiyaçlarının Temin Edilme Yöntemleri	189
Tablo 5.45 Katılımcıların Yaşlarına Göre Kendilerini Tutumlu Olarak Tanımlama Durumları (Bağımsız Örneklemeler İçin t Testi Sonuçları)	192
Tablo 5.46 Katılımcıların Tasarruflarını Değerlendirme Yöntemleri	192
Tablo 5.47 İşletmelerin Çalışan Sayılarına Göre Tasarruflarını Değerlendirme Biçimleri (Kruskal-Wallis H Testi)	194
Tablo 5.48 Katılımcıların Ek Kazanç Sağladıkları Alanlar.....	195
Tablo 5.49 Katılımcıların Mesleki Deneyim Sürelerine Göre Başka Bir Sektöre Geçmeyi Düşünme Durumları (Mann-Whitney U Testi Sonucu)	197
Tablo 5.50 Başka Sektöre Geçmeyi Düşünenlerin Yönelmek İstekleri Alanlar	198
Tablo 5.51 Başka Sektöre Geçmeyi Düşünme Sebepleri	198
Tablo 5.52 Katılımcıların Yaşlarına Göre Belirsizlik Dönemlerinde İş Yapma Durumları (Bağımsız Örneklemeler için t Testi Sonuçları).....	201
Tablo 5.53 Katılımcıların Mesleki Deneyim, Çalışan Sayısı ve İşletme Faaliyet Süresine Göre Belirsizlik Dönemlerinde İş Yapma Durumları (Mann-Whitney U Testi Sonuçları)	202
Tablo 5.54 Model Katsayılarının Omnibus Test Sonuçları	203
Tablo 5.55 Model Uyumu ve R^2 Tablosu.....	204
Tablo 5.56 Belirsizlik Döneminde Risk İçeren İşler Yapma Durumuna İlişkin İkili Lojistik Regresyon Analiz Sonuçları	205

Tablo 5.57 Katılımcıların İşletme Faaliyet Sürelerine Göre Makine veya Teçhizat İhtiyacı Olma Durumları (Mann-Whitney U Testi Sonuçları)	206
Tablo 5.58 Katılımcıların Mesleki Deneyim Süresine ve Çalışan Sayılarına Göre Ürün/Hizmet Yelpazesini Genişletme Planına Sahip Olma Durumları (Mann-Whitney U Testi Sonucu).....	210
Tablo 5.59 İşletmelerin Çalışan Sayısına ve Faaliyet Süresine Göre Pazar Alanını Genişletme Planına Sahip Olma Durumu (Mann-Whitney U Testi Sonucu).....	212
Tablo 5.60 Katılımcıların Yaşlarına Göre Pazara Sahasını Genişletme Planına Sahip Olma Durumu (Bağımsız Örneklemeler için t Testi Sonuçları)	212
Tablo 5.61 İşletmelerin Faaliyet Süresine Göre İşletmelerinin Tanıtım ve Reklamını Yapma Durumları (Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları)	215
Tablo 5.62 İşletmenin Reklam ve Tanıtım Faaliyetinin Yapılması Durumuna İlişkin Uyum İyiliği ve R^2 Testi Sonuçları	215
Tablo 5.63 İşletmenin Reklam ve Tanıtım Faaliyetinin Yapılması Durumuna İlişkin Çok Kategorili Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları	216
Tablo 5.64 İşletmelerin Yıllık Cirolarına ve Çalışan Sayılarına Göre Örnek Alınan ya da Rakip Görülen İşletmelerin Olma Durumu (Mann-Whitney U Testi Sonuçları).....	219
Tablo 5.65 Sektördeki Gelişmeleri Takip Etme Durumuna İlişkin Model Uyum İyiliği ve R^2 Testi Sonuçları.....	222
Tablo 5.66 Sektördeki Gelişmeleri Takip Etme Durumuna İlişkin Çok Kategorili Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları	222
Tablo 5.67 Katılımcıların Sektördeki Fırsatları Takip Etme Kanalları	224
Tablo 5.68 İşletmelerin Çalışan Sayısına Göre Kendilerini Girişimci Olarak Görme Durumları	226
Tablo 5.69 Katılımcıların Kendini Girişimci Olarak Görme Durumuna İlişkin Model Katsayılarının Omnibus Test Sonuçları.....	226
Tablo 5.70 Katılımcıların Kendini Girişimci Olarak Görme Durumuna İlişkin Model Uyum ve R^2 Tablosu	227
Tablo 5.71 Katılımcıların Kendini Girişimci Olarak Görme Durumuna İlişkin İkili Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları	228
Tablo 5.72 Katılımcıların Girişimci Algısı ve Tanımları	229
Tablo 5.73 Patent veya Buluş İçerikleri	234
Tablo 5.74 Büyüklük Gruplarına Göre Patent Başvuru ve Tescil Sayılarının Dağılımı, 2021	234
Tablo 5.75 Katılımcılara Göre İşletmelerinin Geleceğini Bekleyen En Büyük Sorun	235
Tablo 5.76 Mesleki Tecrübelerine Göre İşletmelerinin Geleceğini Bekleyen En Büyük Sorun (Kruskal Wallis H Testi Sonuçları)	238
Tablo 5.77 Katılımcıların Yaşlarına Göre İşletmelerinin Geleceğini Bekleyen En Büyük Sorun (Tek Yönlü Varyans Analizi Test Sonuçları)	238
Tablo 5.78 Katılımcıların Mesleki Geleceklerine İlişkin Görüşleri	239
Tablo 5.79 Katılımcıların Mesleki Deneyim Sürelerine Göre Mesleki Geleceklerine İlişkin Düşünceleri (Kruskal Wallis H Testi Sonuçları).....	245

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AŞ	Anonim Şirketi
bkz.	Bakınız
DİE	Devlet İstatistik Enstitüsü
IMF	Uluslararası Para Fonu
KHK	Kanun Hükmünde Kararname
KİT	Kamu İktisadi Teşebbüsü
KO	Kareler Ortalaması (Mean square)
KOBİ	Küçük ve Orta Boy İşletmeler
KT	Kareler Toplamı (Sum of square)
LL	Log Likelihood
Maks.	Maksimum (Maximum)
Min.	Minimum (Minimum)
N	Sayı
Ort.	Ortalama (Mean)
p.	p değeri (önem düzeyi) (sig.)
R Kare	R^2
S	Standart Sapma (Std. Deviation)
sd	Serbestlik Derecesi (Degree of freedom) (df)
Sıra Ort.	Sıra Ortalaması (Mean rank)
Sıra Top.	Sıra Toplamı (Sum of ranks)
SSCB	Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
Std. Hata	Standart hata (Std. Error, S.E.)
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
vb.	Ve benzeri
χ^2	Ki-kare Testi (Chi-Square)

ÖZET

Türkiye’de ülke ekonomisi ve toplum yapısı içerisinde oldukça önemli bir işleve sahip olan esnaflar, kapsamlı bir şekilde irdelenmeyen ve geri planda kalan iktisadi öznelerdir. Genel olarak küçük ve mikro işletme özelliği gösteren bu girişimlerin kısa ömürlü olmaları, bu işletmelerin hızla değişen günümüz iktisadi yapısına uyum sağlama sürecinde bazı problemler yaşadıklarına işaret etmektedir. Bu durum ekonomik ve sosyal çıktılar bağlamında esnafların ihtiyaçlarının, sorunlarının tespit edilmesini ve güçlü yönlerinin ortaya çıkarılmasını gerekli hale getirmektedir. Tez çalışmasında, esnafların iktisadi faaliyetini şekillendirerek mevcut ekonomik yapıya eklenilebilmelerini sağlayan veya dışarıda kalmalarına sebep olan kültürel, ekonomik ve sosyal sermayelerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu temelden hareketle kuramsal çerçeve kapsamında Bourdieu’nun habitus yaklaşımından faydalanılmış, bireylerin iktisadi tutumlarının kökenleri ve iktisadi alanda mücadele etme biçimleri yapı-fail ilişkisi çerçevesinde irdelenmiştir. Aynı zamanda girişimcilik ile özdeşleşen sosyal ağlar, ilişkiler ve bağlantıların önem kazanması hususunda sosyal sermaye kavramı ve etrafında gelişen tartışmalardan faydalanılmıştır. Araştırma, karma araştırma desenine göre tasarlanmış olup nicel ve nitel verilerin eş zamanlı bir şekilde toplandığı, analiz edildiği ve yorumlandığı kapsamlı bir süreç üzerinden gerçekleştirilmiştir. Antalya Küçük Sanayi Esnafı örneğinde gerçekleştirilen bu tez çalışmasında, esnafların çalışma kültürü, iktisadi ilişkileri ve girişimcilik eğilimleri derinlemesine incelenmiş ve ardında yatan toplumsal örüntüler tarihi, kültürel ve mekânsal bağlamlarıyla anlaşılmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgular, esnaflar için ahlaklı ve dürüst iş yapmanın işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için temel tesis ettiğine işaret etmektedir. Derinlemesine ele alındığında bu eğilimin temelinde kültürel ve tarihi değerlerin izleri görülmektedir. Aynı zamanda, sosyal ilişkiler ve bağlantıların da esnafların iktisadi kazançları üzerinde önemli etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Ancak bulgular, pazar ekonomisinin sunduğu çalkantılı iktisadi atmosfere uygun kültürel, kurumsal ve bireysel kaynakların mevcut olmayışının, esnafların garantili, hızlı, kolay ve ticaret odaklı kazançlara yönelmesini etkilediğini göstermektedir. Bu temelden hareketle değerlendirildiğinde bulgular, uzun dönemli ve üretime yönelik yatırımlar, yüksek teknoloji kullanımı, teknik donanım ve yeni üretim biçimlerine uyum ve tanıtım gibi faaliyetleri kapsayan girişimcilik eğilimlerinin esnafların iktisadi zihniyetlerine tecelli edemediğine işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik yapı, Çalışma kültürü, Zihniyet, Girişimcilik, Antalya

ABSTRACT

WORK CULTURE, ENTREPRENEURSHIP AND NEW MODES OF PRODUCTION: A RESEARCH ON ANTALYA SMALL INDUSTRIAL TRADESMEN

Tradesmen, who have a very important function in the country's economic and social structure in Türkiye, are economic actors that remain in the background because they are not examined comprehensively. A closer look at the short-lived nature of these enterprises, which generally carry micro and small business characteristics, indicates that these economic actors have some problems adapting to today's rapidly changing economic structure. This observation makes it necessary to describe the needs and problems of tradesmen and determine their strengths in the context of economic and social outputs. This study aimed to determine the cultural, economic, and social capital of tradesmen in shaping their economic activities, enabling them to be integrated into the existing economic structure or cause them to be excluded. From this viewpoint, the sources of individuals' economic activity and their ways of struggling in the economic field are investigated in the context of the structure and agent relationship, based on Bourdieu's habitus approach within the scope of the theoretical framework. In addition to this, considering the social networks, relationships, and connections associated with entrepreneurship, the concept of social capital and related discussions were imposed. The thesis study followed a mixed research method and was carried out through a comprehensive process in which quantitative and qualitative data were collected, analyzed, and interpreted simultaneously. This study examined Antalya's small industrial tradesmen's work cultures, economic relations, and entrepreneurial tendencies in depth. Their social patterns were tried to be understood in their historical, cultural, and spatial contexts. The findings indicate that running ethical and honest businesses is the basis for tradesmen's activities. The sources of cultural and historical values are the base of this tendency. In addition to this, social relations and connections have a significant impact on the economic gains of tradesmen. However, the findings indicate that a lack of cultural, institutional, and individual resources needed to survive in the unstable economic atmosphere of the market economy affects the tendency of tradesmen to seek protective, fast, easy, and trade-oriented gains. From this viewpoint, the findings indicate that entrepreneurial tendencies, including long-term and production-oriented investments, high technology and technical equipment use, and adaptation to new forms of production and advertising, could not be manifested in the economic mentalities of tradesmen.

Keywords: Economic structure, Work culture, Mentality, Entrepreneurship, Antalya

TEŞEKKÜR

Tez çalışmasına birlikte adım attığımız, tezin her aşamasında birlikte yol aldığımız, yurtdışı görevlendirmesi nedeniyle danışmanlığı son bulmak durumunda kalan ve yurtdışı görevindeyken desteğini ve yardımlarını esirgemeyen, tecrübeleri ve zengin bilgi birikimiyle hem kişisel hem de akademik yaşamım üzerinde büyük emeği olan, beni çalışmalarına dâhil eden, yetiştiren, geliştiren, koruyan ve yol gösteren, bir hocadan öte büyüğüm, en büyük şansım olan değerli Hocam Prof. Dr. Suat KOLUKIRIK'a sonsuz teşekkürlerimi ve minnetimi sunarım.

Zengin bilgi birikimi ve tecrübelerini büyük bir çaba ve özveri ile tez çalışmama aktaran, en başından itibaren önerileri ve görüşleri ile tez çalışmamın gelişmesi ve olgunlaşmasında büyük bir emek harcayan, takıldığım noktaları büyük bir sabırla dinleyen ve yol gösteren, 27.10.2022 tarihinden bu yana tezimin danışmanlığını büyük bir fedakârlık ile yürüten kıymetli Hocam Prof. Dr. Nursel AYDINER AVŞAR'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tez çalışmamın gelişmesi ve olgunlaşması sürecinde önerileri ve fikirleri ile tez çalışmama katkı sağlayan değerli Hocam Prof. Dr. İhsan BULUT'a, tez savunma sınavındaki katkıları ve önerileri için değerli Hocalarım Doç. Dr. Ali ÖZTÜRK'e ve Doç. Dr. Muhammet FIRAT'a teşekkürlerimi sunarım. Tez çalışmasının istatistiksel analiz aşamasında fikir ve önerileri ile katkı sağlayan kıymetli Hocam Prof. Dr. M. Burak ÖNEMLİ'ye çok teşekkür ederim.

Vakti, bilgisi, deneyimleri ve kütüphanesini her daim bana sunan, kıymetli öneri ve dönüşleri ile tez çalışmamda yol gösteren değerli büyüğüm Prof. Dr. Sevinç GÜÇLÜ'ye çok teşekkür ederim.

Akademik çalışmalarımda tavsiyeleri, destekleri ve rehberliği ile beni yüreklendiren ve yol gösteren kıymetli Hocam Doç. Dr. Hasan Hüseyin AYGÜL'e çok teşekkür ederim.

Akademik bilgi birikimim üzerinde önemli katkıları olan, her konuda daima desteklerini hissettiğim değerli Hocalarım Doç. Dr. Gökhan Veli KÖKTÜRK'e ve Doç. Dr. Özge ZEYBEKOĞLU AKBAŞ'a teşekkür ederim.

Tez çalışmama vakit ayırıp katılım gösteren tüm katılımcılara, yardımları için Akdeniz Sanayi Sitesi Kooperatifi kurum yetkilileri ve çalışanlarına sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Hayatımın her aşamasında beni destekleyen, teşvik eden, zorlu süreçleri birlikte atlattığımız kıymetli annem Günay GÜN'e ve değerli abim Kadem GÜN'e teşekkürü bir borç bilirim.

GİRİŞ

Sosyolojinin kurucu isimleri üretim biçimlerini, toplumsal yapının temel itici gücü olarak görmüşler ve toplumsal değişimin anlaşılmasında ve aşamalarının oluşturulmasında temel belirleyici olarak değerlendirmişlerdir. Bu temelde sosyal teoriyi Saint Simon endüstrileşme, Augusto Comte toplumsal yasalar, Emile Durkheim iş bölümü, Karl Marx üretim araçları ve ilişkileri ve Max Weber rasyonelleşme üzerinden kurgulamıştır. İçinde bulunan toplumsal değerlerin ve zihniyet dünyasının bir sonucu olarak ortaya çıkan olan üretim araçları aynı zamanda mevcut koşulları aşındırarak toplumsal yapıda köklü değişikliklere sebep olabilmekte, toplumsalın inşa edilme ve yeniden üretilme sürecinde en etkin unsurlar haline gelebilmektedir.

Üretim faaliyeti, insanlık tarihi boyunca farklı görünümlere sahip olmuş, hâkim paradigmlar, güç dengeleri, egemenlik ve yönetim anlayışları üzerinde büyük tesirlerde bulunmuştur. Kapitalizm öncesi dönemde üretim etkinliği, temel olarak gereksinimlerin ve ihtiyaçların karşılanması amacıyla gerçekleştirilmekteydi (Nelson, 2018: 19; Sombart, 2020: 27). Sanayi Devrimiyle birlikte fiziksel kuvvete, toprağa ve küçük esnaflığa dayalı olan çalışma kültürü aşınmış ve yeni üretim biçimleri ön plana çıkmıştır (Zencirkıran ve Baştürk, 2019: 138). Çalışma mekânı olarak evin yerini fabrikalar almış, zaman ise belirli bir ücret karşılığında satılabilen metaya dönüşmüştür (Bozkurt ve Dolgun, 2020: 179-180). Kâr, sermaye ve pazar ön plana çıkan yeni değerler haline gelmiş, üreticiler ve çalışanlar olmak üzere ikili bir sınıfsal yapı belirginlik kazanmıştır (Nelson, 2018: 19-20).

Sanayi Devrimiyle birlikte üretim biçimlerinin dönüşmesi, toplumsal yapıda köklü değişimleri beraberinde getirmiştir. Toplumsal yapının yeniden inşa edildiği bu sürece bilimsel gelişmeler eşlik etmiş ve doğa bilimleri ön plana çıkmaya başlamıştır. Yaşanan gelişmelerle birlikte bilim anlayışında, somut ve yasalar ile açıklanabilir olmak kabul görmeye başlamıştır. Bilim olabilmenin yasa benzeri düzenliliklere eş değer tutulmasının sosyal bilimlerdeki yansıması, sosyal olanın tek boyutlu ve ölçülebilir olana sığdırılması ile sonuçlanmıştır. Dolayısıyla, hâkim paradigma tüm olguların ele alınma biçimini şekillendirdiği gibi iktisadi faaliyetler de belirli yasalar temelinde açıklanmaya çalışılmış ve sosyal bilimlerin doğa bilimlerine benzetilme sürecinin iktisadi alandaki karşılığı Neoklasik iktisadi anlayış olarak somutlaşmıştır. Böylelikle, doğa bilimlerine benzeme uğraşısı içinde olan iktisadın toplumsal olan ile ilişkisi zarar görmüştür (Kitapçı, 2019b: 4). Neoklasik iktisat anlayışında ekonomik faaliyet, kıt kaynakların hem üretici hem de tüketici açısından rasyonel bir şekilde dağıtım ve bölüşümüne dayanan ve her birinin bu alışverişten maksimum getiri sağlamayı amaçladığı bir

süreç olarak görülmektedir (Trigilia, 2002: 120-121, 125). Bu yaklaşıma göre serbest piyasa ekonomisinin doğal işleyişi, toplumsal refahı sağlamakta olup sistemin önündeki engeller toplumsal huzursuzluğun kaynakları olarak görülmektedir (Nelson, 2018: 22-24). Ancak bu yaklaşım, tüm bireylerin iktisadi eğilimlerini atomistik bir yapı içerisinde ele almakta (Trigilia, 2002: 121,125), ihtiyaç ve adalet gibi değerler alanına kayıtsız kalarak bilimsellik çerçevesinde açıklanabilen iktisadi yapı ve ilişkiler sunmaya çalışmaktadır (Nelson, 2018: 31-32). Rasyonel ve çıkar odaklı bir insan görünümü sunan neoklasik anlayışta, insanların iktisadi kararlar alırken duygu, düşünce ve değerlerden etkilenen yönü göz ardı edilmektedir (Kitapçı, 2019a:1). İktisatçılar tarafından bu alan ahlaki ve ilahi yapının dışında “ekonomik ‘makineyi’ çalıştıran ‘itkiler’ ve ‘mekanizmalar’ın nesnel biçimde incelenmesi olarak” değerlendirilmektedir (Nelson, 2018: 22).

Sosyolojinin bir bilim dalı olarak doğma sürecinde iktisadi olaylar toplumsal mercekte ve ölçekte ele alınmaya başlanmıştır. Bu bağlamda, sosyolojinin kurucu isimlerinin çalışmaları ve ekonomi kurumunu ele alış biçimleri bir kırılma noktası oluşturmuştur. Max Weber, Emile Durkheim ve Karl Marx, iktisadi eylemin sosyal bağlamı temelinde ele alınması gerektiği görüşünü benimsemişlerdir (Dobbin, 2013: 48). Weber’e göre iktisadi faaliyet, hukuk, din ve siyaset gibi pek çok olgu tarafından şekillenen sosyal bir süreçtir (Swedberg, 2019). Kapitalist anlayışı ortaya çıkaran akılcı yaklaşımın kültürel temellerini sorgulayan Weber, meslek kavramının temellerini oluşturan akıl dışı öğretileri saptamaya odaklanır (Weber, 2018: 60). Toplumsal değişmeyi açıklamada ahlak ve kolektif bilinç gibi kavramları sıklıkla kullanan Durkheim’a göre de bireylerin davranış ve algıları, içerisinde bulundukları kültür tarafından şekillenmekte ve sınırlandırılmaktadır (Turner vd., 2010: 355-356). Ekonomik determinizm görüşünü savunan Marx’a göre ise toplumsal evrelerin oluşmasında üretim tarzları belirleyici bir öneme sahiptir ve ekonomik alt yapı, siyasal ve toplumsal alana karşılık gelen üst yapı unsurlarını şekillendirmektedir (Slattery, 2018: 104, 107).

Sosyolojinin bir bilim dalı olarak gelişim gösterme süreciyle birlikte İktisat Sosyolojisi kapsamında gerçekleşen çalışmalar ön plana çıkmış ve iktisadın göz ardı edilen sosyal ve kültürel boyutları sorgu alanına dâhil edilmiştir. Bu kapsamda eleştirilmeye başlanan egemen iktisadi anlayış ile birlikte sosyal alanı içeren yeni modeller ve yaklaşımlar gelişmeye başlamıştır. 20. yüzyılda yerleşik olarak adlandırılan Neoklasik iktisadın karşısına Kurumsal İktisat anlayışı çıkmıştır (Özveren, 2007: 21-22). Weber’in din ve iktisadi faaliyet üzerine yapmış olduğu incelemeler, bu alanda gerçekleştirilen çalışmalara öncülük etmiştir (Dobbin, 2013: 24-26). Kurumsal İktisat, “ekonomiyi kurumsallaşmış bir süreç” olarak ele almakta ve ekonomi tarihini kurumların tarihiyle özdeş değerlendirmektedir (Özveren, 2007: 17).

Kurumlar veya kurumsal örüntüler beklenen, meşru ve uygun davranış kalıplarına karşılık gelmektedir (Parsons, 1940: 190). Bireyler eski zamanlardan devralınan “düşünce alışkanlıkları, görüş noktaları, zihinsel tutumlar ve yatkınlıklar” olan kurumların yol göstericiliği altında yaşamaktadır (Veblen, 2005: 131). Bu anlayışa göre bireylerin iktisadi davranışları ve kararları, toplumun kurumları ve egemen iktisadi yapısı tarafından şekillendirilmektedir (Şenalp, 2007: 46). Kurumsal İktisat ve ardından gelişen Yeni Kurumsal İktisat kapsamında Gustav von Schmoller, Thorstein Veblen, Walton Hamilton ve John Roger Commons gibi kurucu isimler ile Oliver Williamson, Douglass North, Masahiko Aoki ve Geoffrey Hodgson gibi kuramcılar ön plana çıkmaktadır (Chavance, 2019). Kurumsal İktisat ve ardından gelişen Yeni Kurumsal İktisat savunucuları, ekolün öne sürdüğü temel varsayımları karşılar nitelikte çalışmalar ortaya koyamamışlar ve bu sebeple çeşitli biçimlerde eleştirilmişlerdir. 1930’dan sonra Neoklasik iktisadin egemen paradigma haline gelmesi, Yeni Kurumsal İktisada karşı yükselen eleştiriler ve iktisadi ve sosyal olanın ilişkisinin yeniden ele alınmasının gerekliliği, Yeni İktisat Sosyolojisini ortaya çıkaracak zemini oluşturmuştur (Baş Dinar, 2015: 26).

20. yüzyılın sonundan itibaren sosyologların öncülüğünde iktisadi olanın sosyal boyutları merkeze alınarak gerçekleştirilen Yeni İktisat Sosyolojisi kapsamındaki tartışmalar ve kuramcılar belirginlik kazanmıştır. Yeni İktisat Sosyolojisi kapsamında esas alınan argümanlardan birisi, iktisadi davranışın toplumsal bir faaliyet olduğudur (Kitapçı, 2019a: 117). Bu yaklaşım biçimi, iktisat ve sosyoloji bilimlerini alanlarını yakınlaştırmaya yönelik bir fırsat yaratmaktadır (Smelser ve Swedberg, 2005: 20). Bu ekol kapsamında kurumlar, ilişkiler ve ağlar gibi pek çok gündelik unsur ve informal yapı araştırma konusu haline gelmiştir (Yıldız, Emrah, 2021: 132). Tüm bunlara rağmen bu yaklaşım kapsamında kültürün iktisadi faaliyet üzerindeki etkisine yeterince yer verilmeyerek iktisadi eylem ağlar ve ilişkilere indirgenmiş, tarihin değişken ve gerçekliğin karmaşık doğası göz ardı edilerek doğrusal ve mutlak bir çerçevede incelenmiştir (Baş Dinar, 2015: 36-40). Sosyal gerçekliğin devingen yapısı, yapı-fail dinamiklerinin göz önünde bulundurularak ele alınmasını gerektirmektedir. Bir toplum kültürel ve tarihi kökenlerinin derin izlerini taşımakla birlikte, maruz kaldığı ve eklemlendiği bir dizi süreç ile birlikte değişmekte ve yerel dokuda farklılaşan görünümlere sahip olabilmektedir. Bu bağlamda tez çalışmasında, kültürel olanın tarihi temelleri başlangıç noktası olarak kabul edilmiş ve geçmişten günümüze taşınanların dönüşen, değişen ve yenilenen boyutlarıyla mevcut iktisadi yapıya yansıma biçimlerinin irdelenmesi amaçlanmıştır. Kültür, eğitim, teknoloji, hâkim iktisadi politikalar, küreselleşme ve bireyselleşme gibi durumlar, bireylerin mücadele biçimlerini güçlendirebilen veya zayıflatabilen unsurlar olarak iktisadi eylemleri

üzerinde etkilerde bulunabilmektedir. Bu noktada bu tez çalışmasının konusunu, toplumsala gömülü olan ilişkiler, sermaye kaynakları ve kültürel tutumlar oluşturmaktadır. İktisadi öznenin içinde sosyalleştiği doku dikkate alınarak iktisadi alanda giriştiği mücadele biçimlerinin sosyal ve kültürel boyutları irdelenmiştir.

İktisadi faaliyetin toplumsal kökenlerinin sorunsal edinildiği tez çalışmasının ilk bölümünde kavramsal çerçeve aktarılmıştır. Kavramsal zeminde çalışma, çalışma kültürü, zihniyet, ahlak, iş ahlakı, girişimcilik ve girişimcilik kültürü ele alınmıştır. Tezin ikinci bölümünde kuramsal zemin olarak Yeni İktisat Sosyolojisi ekseninde, iktisadi olanın toplumsal boyutları sorgulanmıştır. Bu kapsamda, Bourdieu'nun toplumsal düzenin işleyişine ışık tutan anahtar kavramlarından faydalanılarak iktisadi alandaki yönelimleri şekillendiren toplumsal bağlayıcıların anlaşılması amaçlanmıştır. Burada bireyin toplum içerisindeki tutum ve davranışlarını şekillendiren, sınırlayan ve belirleyen genel kabuller, düzenlilikler, gelenek-görenek ve ahlaki yapı gibi güçlü eğilimlere ışık tutulmak istenmiştir. Ardından ekonomik işleyişin çözümlenmesinde sosyal ilişkilerin vurgulandığı ve Granovetter'in de önemli açılımlar sağladığı gömülülük yaklaşımı ele alınmıştır. Aynı zamanda, sosyal sermaye yaklaşımından faydalanılarak güçlü ve zayıf ilişkilerin iktisadi faaliyet üzerindeki etkisi irdelenmek istenmiştir. Üçüncü bölümde, esnafın zihniyet dünyasının kültürel ve tarihi kökenleri genel hatlarıyla irdelenmiştir. Osmanlı döneminden itibaren benimsenen ekonomi anlayışı ve politikalar ele alınarak günümüz çalışma ve girişimcilik kültürünün kökenleri anlaşılmasına çalışılmıştır. Dördüncü bölümü oluşturan araştırma metodolojisinde, tez fikrinin olgunlaşarak araştırma tasarımına ve çıktıya dönüşme sürecine ilişkin tüm aşamalar aktarılmıştır. Antalya kenti, küçük sanayi esnafı örneğinde, Akdeniz Küçük Sanayi Sitesinde gerçekleştirilmiş olan tez çalışması, nicel ve nitel verilerin eş zamanlı toplandığı, eşit önem ve ağırlıkta olacak biçimde analiz edilip yorumlanmasına dayanmaktadır. Bu kapsamda, genel örüntüyü sapmaya hizmet etmekte olan nicel veriler ile bu genel eğilimlerin derinlemesine anlaşılabilmesine olanak sağlayan nitel veriler, ortak temalar altında bir araya getirilerek çeşitli betimleyici ve istatistiksel analizler üzerinden raporlaştırılmıştır. Son olarak bulgular bölümünde ise kavramsal ve kuramsal çerçeve temelinde anket, görüşme ve gözlemlerden elde edilen veriler ışığında iktisadi faaliyetin karmaşık doğası anlaşılmasına çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE: İNSANIN DOĞASI, ÇALIŞMA VE İKTİSADİ FAALİYET İLİŞKİSİ

1.1. Bir Kültürel Faaliyet Alanı Olarak Çalışma

Çalışma, ekonomik ve anlamsal karşılıkları barındıran, fiziksel ve zihinsel emek gerektiren aktiviteler bütünüdür (Budd, 2016: 15-16). Belirli bir ücret karşılığında gerçekleştirilen eylemler iş veya meslek kategorisinde yer alırken (Giddens, 2012: 792) çalışma kavramı, üretim ve kazanç sağlamak amacıyla yapılan ekonomik bir faaliyet olmanın ötesinde psikolojik, sosyolojik ve hukuki boyutlara sahip, toplumla bağ kurma, bütünleşme ve diğerlerinden farklılaşma yöntemlerinden birisidir (Güldiken, 2020: 5-7). Bir diğer ifadeyle çalışma, maddi kazancın dışında sosyalleşme ihtiyacı, anlamlandırma, beğenilme ve saygınlık kazanma gibi çeşitli arayışları içermektedir (Bozkurt ve Dolgun, 2020: 178-179). Genel olarak insanların yaşamlarını sürdürebilmek için gerekli olandan daha fazla çalışmaları, bu aktivitenin basit bir iktisadi mübadelenin ötesinde bir anlam dünyasına işaret ettiğinin göstergesidir (Budd, 2016). Bu perspektiften hareketle zihinsel ve fiziksel zaman ve çaba harcanan etkinlikler toplamı olarak çalışma, iktisadi bir değiş tokuş ilişkisini aşan bir anlam dünyası ve bunun yeniden üretilme biçimi olarak ifade edilebilir.

Kültür, bireylere içerisinde bulundukları çevreye ilişkin anlam çerçeveleri sunar (Lavoie ve Chamlee-Wright, 2001: 14). Bu bağlamda kültürel unsurlar, çalışmaya atfedilen anlamı ve çalışma faaliyetlerini şekillendirmektedir (Çolak, 2018: 52). Bir diğer ifadeyle çalışma, normlar, değerler ve kurumlardan etkilenen sosyal bir mübadeledir (Budd, 2016). Bu nedenle çalışma, hem içinde bulunulan toplumsal değerler tarafından şekillenen hem de onu etkileyen sosyal ve kültürel boyutu içermektedir. Çalışma kültürü, içinde bulunulan topluma ve zamana göre değişkenlik gösteren, sosyalleşme aracılığıyla edinilen değerler ve davranışlar bütünüdür (Zencirkıran ve Baştürk, 2019: 133). Toplumsal yaşamın her alanını içermesi nedeniyle kültür iktisadi olandan ayırt edilemez (Erkal, 1992: 38-40).

Bütün insan faaliyetleri gibi ekonomik faaliyetler de manevi, zihinsel ve ruhsal bir öze sahiptir (Sombart, 2020: 17). İktisadi hayatın maddi, hukuki ve teknik alanının derinliklerinde inanış, ruh ve zihniyet dünyası yer almakta ve iktisadi olan ancak onun uygulayıcısı olan insan ile anlam bulmaktadır (Ülgener, 1981: 11-12). Sombart (2020: 18), iktisadi yaşamın şu öğelerden oluştuğunu öne sürer: Belirli bir meslek alanında çalışmak için gerekli olan çalışkanlık ve dürüstlük gibi ruhsal unsurlar; hesap yapabilme gibi yetenek ve becerilere karşılık gelen iktisadi eylemler. Ülgener'e göre madde dünyasının temelinde insanın

davranışları ve tutumları yer almaktadır. Hukuki ve teknik donanım açısından birebir aynı olan ülkelerin iktisadi gelişmişliklerinin farklı olmasının altında yatan etken zihniyet, anlayış ve uygulayış farklılığıdır (Ülgener, 1981: 11-12).

Ekonomik yapı ve ilişkilerde çarklar ve dişliler kadar insan psikolojisi, istekler ve kararlar da etkin bir rol oynamaktadır (Nelson, 2018: 55). Ekonominin konusu içerisinde yer alan üretim, tüketim, mübadele ve iş birliği gibi konuların birey ve toplum arasında karşılıklı ilişkiyi gerektirmesi sebebiyle iktisadi olan sosyal olandan ayırt edilemez (Erkal, 1992: 40). Nelson ekonomiyi “atan bir kalp” olarak betimleyerek, ekonominin hem hayati konumuna hem de kültürel ve değer yüklü yönüne vurgu yapmaktadır (Nelson, 2018: 61-62).

1.2. Bir Zihniyet Meselesi Olarak İktisat

Zihniyet, belirli bir toplum içerisinde yer alan üyelerin durum ve olaylar karşısında göstermesi gerektiğine inanılan ve beklenen değerler bütünüdür. Sadece mevcut olanı değil olması, yapılması ve yapılmaması gerekenleri de belirleyerek bireylerin fikirleri, tutumları ve eylemlerini şekillendirebilmektedir. Toplamların içinde barındırdığı farklılıklara rağmen, bir bütün olarak ele alınabilmelerini sağlayan “ortak vasıflar”ı ve bunların tespit edilebilmesine olanak sağlayan genel toplumsal yapıya işaret eden siyasi ve sosyal kurumları ve sınıfsal yapıları söz konusudur (Ülgener, 1981: 29-30). Zihniyet yapısı üretim, tüketim ve yatırım gibi pek çok alanda iktisadi faaliyetleri şekillendirmektedir (Erkal, 1992: 39). Ülgener’in ifadesiyle dayandığı temel değerleri sürdürmek ve korumak üzere tasarlanmış kurallar bütünü olan zihniyet, bireylerin eşyaya, çalışmaya, yabancıya ve geleceğe yönelik yaklaşım biçimlerini şekillendirmektedir. Bu bağlamda çeşitli deyimler ve sözler, dönemin zihniyetini dışa vurma araçları olarak işlev görür. Bu durumu Ülgener şu şekilde örneklendirir: “Biri, söz gelişi, «*vakit nakittir!*» derse, öbürü «*acele işe şeytan karışır!*» diyecektir. Biri «*bakarsan bağ olur!*» derken öbürü «*sana ısmarladılar mı bu yalan dünyayı!*» diye kestirip atacaktır” (Ülgener, 1983: 19)¹. Özetle zihniyet bireyin zamana, eşyaya ve çevreye karşı tutumunu şekillendiren, içerisinde bulunduğu ve onun tarafından kuşatıldığı sosyal bağlamın bir ürünüdür.

Bireyin bilincine ve bilinçaltına tesir ederek onun eylemlerini biçimlendiren iktisadi faaliyet, bireylerin davranışları aracılığıyla devam ettirdiği değerler bütününe karşılık gelmektedir (Ülgener, 1983: 20-21). Ülgener’e göre ekonomi sistemleri, yalnızca maddi birikimler ve bunun dolaşımına imkân sağlayan hukuki nizamdan ibaret olmayıp, tarihi ve kültürel unsurların bir sonucu olarak oluşan manevi ve fikirsel bir mevcudiyete sahiptir. Bu

¹ İtalik vurgu, alıntı yapılan kaynağa aittir.

bağlamda ekonomi tarihinin ve anlayışının anlaşılabilmesi noktasında toplumsal zihniyet önem arz etmektedir (Ülgener, 2006: 19-25). İnsanların faaliyetlerini çevreleyen ve şekillendiren kültür, insanın zaman, çevre ve mal ile kurduğu ilişkiyi biçimlendirmektedir (Ülgener, 1983: 20). Uzun planlı yerine kısa dönemli yatırımlar, dış piyasa yerine iç piyasaya yönelme, sınırlı bir pazar alanında faaliyet gösterme, lüks tüketim, israf, değerli maden saklama ve yastık altı gibi örnekler zihniyet dünyasının ürünleridir (Erkal, 1992: 43). Bu bağlamda yaygın kabul gören ahlaki kaideler, mevcut iktisadi yapıyı biçimlendirdiği gibi yeni açılımlara uyum sağlama ya da direnç gösterme mekanizmalarını da içerisinde barındırmaktadır. Bu nedenle iş ahlakı ve dayandığı kültürel değerler, iktisadi yaşamın evrilme sürecini belirleyen temel unsurlar olmaktadır.

Kalkınma veya gelişme meselesi her şeyden önce bir zihniyet ve kültür meselesidir. Bu nedenle iktisadi kalkınmanın yalnızca maddi birikim ve kaynaklar üzerinden resminin çizilmesi, genel toplumsal örüntünün anlaşılmasında yeterli olmayacaktır. Toplumsal ilişkilerin, huzurun ve düzenin tesisinde belirli ahlaki kaidelerin olması esastır. Çünkü maddi ve manevi kalkınmanın birlikte gerçekleştirilememesi durumu, ekonomik ve toplumsal refahın sürdürülebilirliğine ilişkin sorunlara neden olacaktır (Zaim, 2013: 182). Bu noktada iktisadi faaliyeti düzenleyen resmi kuralların dışında ilişkileri ve davranışları biçimlendiren ahlaki değerlere ihtiyaç duyulmaktadır.

1.3. Ahlaki Bir Kaide Olarak Meslek, İş ve Çalışma Yaşamı

Toplum içerisinde bir arada yaşama, beraberinde bir dizi kuralı gerektirmekte ve bu durum toplumsal karmaşa ve kaosu önüne geçmektedir. Bu nedenle sağlıklı bir toplumsal yapının varlığının belirli bir düzeni içermesi beklenmektedir. Günümüzde sosyal düzenin sürdürülmesinde belirli bir yaptırım gücüne sahip olan yazılı kuralların önemli bir işlevi bulunmaktadır. Bununla birlikte toplumsal düzenin tesisinde insanlık tarihi kadar eski, sözlü geleneğe dayanan ve genel kabul üzerinden varlığını sürdüren ahlaki değerler büyük bir öneme sahiptir. Ahlak², belirli davranışlara ilişkin değer yargılarını ve kabulleri içerisinde barındıran bir dizi kurallar toplamıdır (Bektaş, 2015: 329). Ahlak, bireylerin diğerlerine karşı

² Alan yazınında ahlak ve etik kavramlarının birbiri yerine kullanıldığı görülmektedir. Ancak ikisi de birbirlerini bazı yönlerden içermekle birlikte farklı anlamlara sahiptir. Ahlak, bireylerin tutum ve eylemlerini şekillendirmeyi ve yön vermeyi amaçlayan süreçlere karşılık gelirken etik, ahlak felsefesi olarak ele alınmaktadır (Bektaş, 2015: 334). Etik, eylemlere doğru veya iyi şeklinde bir değer atfedilmesi olmayıp bu değer yargılarını belirleyen ölçütlerin tespiti içerir (Torlak vd., 2008: 16).

gerçekleştirmesi beklenen ve onun eylemlerine rehberlik eden inanışlar ve genel kabuller bütünüdür (Şahin ve Demir, 2000: 204). Bu bağlamda ahlak, belirli bir çerçeve sunarak içsel ve dışsal ilişkileri ve davranışları şekillendirme ve belirli bir standart sağlamaya yönelik şemsiye işlevi görmektedir (Eğri ve Sunar, 2010: 43; Şahin ve Demir, 2000: 204). Ahlak, toplum içerisinde onaylanan ve onaylanmayan tutum ve davranışları belirleyen ve toplumsal istikrarı ve düzeni korumayı amaçlayan informel kurallar, kabuller ve uzlaşılar bütünüdür. İnanç, değer, gelenek ve ritüeller toplamı olan ahlak, olması beklenen ve olmaması gerekenleri üreten bir toplumsal baskı ve kontrol mekanizması işlevi de görmektedir.

Genel algının tersine ahlak ve din birbirinden farklı şeylerdir. Din, doğaüstü bir inanç sistemini temele alarak buna uygun bir ahlaki sistem üretirken, ahlaki yapıda toplumsal yaşamın zarar verilmeden organize edilmesi ve düzenlenmesini içeren uygulamalara yönelik unsurlar söz konusudur ve yaşamın nasıl olması gerektiğine ilişkin bir sorunsala cevap vermektedir (Arslan, 2012: 17). İki farklı unsur olmakla birlikte dinin ahlak üzerindeki etkileri yadsınamazdır. Hem kadim hem de semavi dinlerde ahlak ve iş ahlakına ilişkin çeşitli söylemler mevcuttur (Yıldız, Kemal, 2021: 7). Çeşitli kuramcılar tarafından din ve iktisadi gelişme arasındaki ilişkinin ele alındığı görülmektedir (bkz. Weber, 2018; Sombart, 2020; Sombart, 2019; Ülgener, 1981).

Genel ahlaktan beslenen ve onunla uyumlu olup çalışma yaşamında karşı karşıya gelinebilecek tüm ilişkileri ve sorunları ele alan kurallar bütününe iş ahlakı³ denir (Arslan, 2012: 19-20). Genel ahlaktan farklı olmayan iş ahlakı, toplumun genel ahlakından beslenmekte olup iş yaşamına ilişkin çeşitli davranış örüntüleri sunmaktadır (Bektaş, 2015: 335). Ahlak esasen manevi bir iyi hissetme haline karşılık gelse de ahlaklı iş yapmanın da maddi getirileri olması, iş yaşamında ahlaklı tutumu destekleyen bir unsurdur (Zaim, 2013: 187).

İktisat ahlakı, “uyulması istenen normların ve hareket kurallarının toplam ifadesi”dir (Ülgener, 1981: 21). Bu kaideler çalışan, yönetici, müşteri ve diğer çevresel etkenler dikkate alınarak iş ile ilgili sorunların çözümünde ve işin gereklerine uygun bir şekilde yapılmasını belirleyen ve uyulması beklenen kurallar ve değerlere ilişkin bilgi sunar (Zaim, 2013: 184). Bir diğer ifadeyle iş ahlakı, iş yaşamında bireylerin tercihlerine rehberlik eden ve yol gösterici

³ Ahlak yerine etik kavramının kullanımında görüldüğü gibi iş ahlakı yerine iş etiği kavramının da alan yazınında kullanıldığı görülmektedir. Arslan’a (2012: 21) göre bu yanlış olmamakla birlikte iş etiğinin halk dilinde tam bir karşılığı yoktur ve kavramsal karmaşaya yol açabilir ve dolayısıyla beklenen toplumsal etkiyi oluşturamayabilir. Bu sebeple, iş ahlakı kavramı toplumsal tepki yaratma sürecinde daha işlevseldir. Benzer bir şekilde, diğer çalışmalarda da ahlak kelimesi yerine kullanılan etik kavramının bireyler üzerindeki etkisinin daha zayıf olduğu ve bağlayıcılığını azalttığı ifade edilmektedir (Bkz. Bektaş, 2015: 335; Eğri ve Sunar, 2010: 44; Özdemir, 2009: 304).

nitelikteki değerleri ve kaideleri inceleyen bir daldır (Özgener, 2008: 35). İş ahlakı, iktisadi yaşamda bireysel ve toplumsal çıkarların uyumlu olmasını sağlayacak kuralları içermelidir (Şahin ve Demir, 2000: 205). İş ahlakı, hakkı teminat altına alarak dürüstlük ve güvene dayalı iktisadi ilişkilerin ve mübadelenin gerçekleşmesi yönündeki ilkeleri kapsamaktadır (McHugh, 1992: 11-12).

Özdemir (2009: 305) iş ahlakının üç unsurdan oluştuğunu ifade etmektedir: Çalışma ahlakı, meslek ahlakı ve işletmecilik ahlakı. Çalışma ahlakı, bir toplumda çalışmaya yönelik benimsenen değerleri içeren ve bireyin iş ve çalışma yaşamına karşı sorumluluk ve tutumlarını belirleyen kültürel bir olgudur (Ünal, 2011: 129-130). Meslek ahlakı ise belirli bir mesleğe sahip olan bireylerin, o mesleğin gerçekleştirilmesinde uymaları ve izlemeleri gereken ilkeler bütünüdür (Özdemir, 2009: 306). Modernleşmenin beraberinde getirdiği standartlaşma sonucunda mesleki yetkinliğin belirlenmesinde meslek ahlakı önemli bir işleve sahip olmuştur (Eğri ve Sunar, 2010: 53). İşletmecilik ahlakı ise faaliyet gösteren bir işletmenin çalışan, müşteri ve tedarikçiler gibi diğer tüm iktisadi ajanlara ve çevresine karşı kendisine rehber edinerek sürdürdüğü, işletmenin dışsal ve içsel bütün etkinliklerinde yol gösterici nitelik arz eden ahlaki yükümlülükler toplamıdır (Bektaş, 2015: 341).

Küreselleşme ve teknolojik gelişmeler ile birlikte dünya piyasasında ön plana çıkan hırçın rekabet ortamı, işletmelerin yasal ve ahlaki kaideleri yok saymalarına sebep olabilmektedir (Şahin ve Yıldırım, 2008: 56). Rekabet ortamında giderek artan kazanç sağlama hırsı ve tüketme isteğinin karşısında farklılaşan çıkarlar ve ilişkileri dengeleyici iş ahlakı kurallarına ihtiyaç duyulmaktadır (Bektaş, 2015: 341). Yolsuzluk, hayali ihracatlar, rüşvet, müşteriye ve çalışanlara olumsuz tutumlar, kayırmacılık, iş kazaları, hatalı ve sahte ürünler gibi hususların güncel problemler olarak ön plana çıkması iş ahlakı meselesinin günümüzde önem kazanmasını sağlamaktadır (Erdem vd., 2020: 60; Arslan, 2012: 23). Rüşvetçi davranışlar pek çok sebebi olmakla birlikte kültürel, sosyal ve ahlaki yapıda yaşanan aksaklıkların bir yansıması olabilir (Aytaç ve Fırat, 2021: 1561). Hayali ihracat ve vergi kaçırma gibi yasa dışı durumların yanı sıra rekabetten kaçınmak, israf, gösterişçi tüketim ve rasyonel düşünememe gibi eğilimler de zihniyet bozukluklarının somut örnekleri arasında yer almaktadır (Erkal, 1992: 39). İş yaşamında ahlaki kaidelerin dikkate alınması, sosyal, çevresel ve iktisadi zararların önüne geçilmesinde ve kamusal faydanın sağlanmasında oldukça önem arz etmektedir (İlhan, 2005b).

Türkiye’de iktisadi yaşam, 1980’lerden sonra oldukça hızlı bir değişim süreci içerisine girmiş ve yaşanan sorunların çözümü noktasında iş ahlakı tartışmaları önem kazanmıştır (Eğri ve Sunar, 2010: 42). Bu dönemden itibaren değişen ekonomik sistem ile birlikte iş ahlakında çözümler başlamıştır (Arslan, 2012: 23). İş ahlakı, çalışkanlık ve güvenilirlik bakımından

yakın tarihe kadar dünyaya örnek olan Türk toplumu, iktisadi alanda bu değerleri günümüze kadar sürdürememiştir (Özdemir, 2009: 302).

İş ahlakından yoksun bir iş dünyası, topluma ve çevreye büyük zararlar verebilir (Arslan, 2012: 21-23). Günümüzde insan haklarını temel alan, topluma ve çevreye karşı duyarlı, bütüncül bir şekilde ihtiyaçların karşılandığı ahlaki temelde çözümci bir yaklaşıma ihtiyaç duyulmaktadır (Özgener, 2008). Bu nedenle, rekabete ve kârın maksimize edilmesi anlayışına dayanan serbest piyasa ekonomisinde toplumsal yozlaşmanın ve eşitsizliklerin önlenmesi hususunda iş ahlakının korunması giderek önemli hale gelmektedir.

1.4. Bireysel, Kültürel ve Ahlaki Boyutlarıyla Girişimcilik

Dünyanın karmaşıklaşan ve birbirine bağımlı hale gelen yapısıyla birlikte tarih bir tekerrür olmaktan çıkmış, geçmiş kesinliğini kaybetmiş ve süreksiz bir değişim süreci içerisine girmiştir (Gibson, 1997: 5). Günümüzün küresel dünyasında girişimcilik, yaratıcılık ve yeniliğin teşvik edildiği ve popüler hale geldiği bir iktisadi kalkınma anlayışı söz konusudur. Her ne kadar girişimcilik, kapitalist zihniyetin temel öğelerinden birisi olsa da (Sombart, 2020: 68) girişimciliği sadece kapitalist ekonomik sistem kapsamında değerlendirmek, kavramın çok boyutlu doğasının anlaşılması önünde bir engel teşkil etmektedir (Şimşek, 2008: 121). Hirschman'a göre ekonomik kalkınma kapsamında gerçekleştirilen çalışmalar niceliksel ve somut olgulardan soyut ve ölçülemez olana doğru bir yönelim göstermiştir. Buna göre, bir ülkenin gelişmişliğinin temel kaynağı 1929'lara kadar doğal kaynaklar olarak görülürken sonrasında sermaye ön plana çıkmıştır. Ardından sermayenin kalkınma üzerindeki konumu giderek tartışmalı hale gelirken onunla eşit bir üstünlüğe erişen girişimcilik ve yöneticilik yeteneği vurgulanmıştır (Hirschman, 1958: 1). Dünya piyasasında ülkeye sağlayabileceği rekabet avantajının yanı sıra girişimcilik ülke içindeki bölgesel gelişmişlik farklılıklarını azaltabilme ve aşabilme hususunda bütüncül bir güce sahiptir (İrmiş vd., 2010: 1). Ortaya çıkan istihdam olanakları da girişimciliğin ön plana çıkan katkıları arasında ele alınmaktadır (Candan, 2011: 158; İrmiş vd., 2010: 1). Girişimcilik, ülkelerin teknoloji ve bilim alanında yaşanan gelişmeleri takip etme ve değişen çevre koşullarına uyum sağlama ve dolayısıyla sürdürülebilir olma süreçlerini de içermektedir (Ağca ve Yumuşakipek, 2015: 11; İrmiş vd., 2010: 1).

Çeşitli tanımların yanı sıra girişimci birey bazı özellikler üzerinden karakterize edilmektedir. Girişimcilikte ön plana çıkan ortak tema yenilik getirme ve yaratım sürecidir (Hisrich vd., 2017: 6). Girişimcilik, büyümek ve kâr elde etmek amacıyla harekete geçen, yenilikçi davranış ve stratejik uygulamaları kullanan bireylerin (Carland vd., 1984: 358) daha önce gerçekleştirilmemişi içeren eylemlerine karşılık gelmektedir (Morris, 1998: 25). Benzer

bir bağlama vurgu yapan Drucker’a göre girişimciliğin özel bir aracı ve kaynak yaratım süreci olan yenilik⁴, bir şeyin kullanım alanı bulması ve onun ekonomik bir değer haline dönüştürülme sürecidir (Drucker, 2015: 36).

Yenilikçi fikirler başlangıç noktası olmakla birlikte bunların somut birer girişim haline gelebilmesi bir dizi aşamanın, sürecin ve özelliğin olmasını gerektirmektedir. Alan yazınında bu kapsamda çeşitli boyutlara dikkat çekilmektedir. Akçomak, girişimciliğin gerçekleşebilmesi için üç unsurun gerekliliğine vurgu yapar: Fikir, ürün ve yeniliğe zemin sağlayan bilgi alt yapısı; bilginin paylaşılarak bunun yatırıma dönüştürülmesi için etkileşim; destek ve kaynak sağlanarak fikrin işlenmesi (Akçomak, 2018: 103-107). Girişimcinin gerçekleştirmeyi planladığı fikir ve hedefleri konusunda bilgi sahibi ve yenilikçi olması, hedeflerini gerçekleştirme konusunda motive ve uygulamaya dönük girişken faaliyetlerde bulunması gerekmektedir (Öktem vd., 2007: 50). Bu bağlamda girişimcilik, pazar olanakları gözetilerek yenilikçi ve yaratıcı düşüncelerin bir çıktı haline dönüştürülebilmesi sürecidir (Ağca ve Yumuşakipek, 2015: 11). Görüldüğü üzere girişimcilik, uzun dönemi kapsayan bir planı ve bunun iş birliği içerisinde hayata geçirilmesini içermektedir (Sombart, 2020: 70). Temel bir özet niteliğinde ele alınacak olursa, Morris girişimciliği altı aşamadan oluşan bir süreç olarak değerlendirir. Girişimciliğin başlangıç noktası, fırsattır. İkinci unsur ise yeni bir ürün, hizmet, süreç ve teknoloji gibi iş konseptine sahip olmasıdır. Fırsat, yeni bir iş konsepti yaratabilecek elverişli koşullar kümesi olarak tanımlanmaktadır. Belirli bir konseptin başarılı olabilmesi için yeterli sayıda müşteri tarafından talep görmesi gerekmektedir. Bir diğer ifadeyle fırsata sahip olmalıdır. Ardından, finansal ihtiyaçlar, kalifiye eleman ve teknik uzmanlar gibi bilgi ve beceri gerektiren süreçlerdeki ihtiyaçların belirlenmesi; borç, kredi, finansman ve ortaklık gibi yollarla gerekli kaynakların temin edilmesi; iş konseptinin uygulanma ve sürecin yönetilmesi aşamaları gelmektedir. Son süreç ise girişim ile sonrasında ne yapılacağına ilişkindir. Bu kapsamda girişimin halka açılması, satılması veya lisanslanması gibi eylemler söz konusu olabilir (Morris, 1998: 26-35). Fikir veya fırsatlar girişimcilik için etkin bir başlangıç noktası olmakla birlikte bunun harekete geçirici ve teşvik edici bir bağlama büründürülmesi için isteklilik, doğru planlama, doğru kaynaklara ve kanallara erişim, iş birlikleri ve sunum yeteneği ön plana çıkmaktadır. Bir fikrin kazanca dönüşebilmesi, hayal gücü ve yenilikçi bir bakış açısını, fırsatları iyi değerlendirebilme becerisini, kabiliyeti ve çok boyutlu etkileşimi gerektirmektedir. Görüldüğü üzere girişimcilik, bir dizi eylemi içeren uzun soluklu aşamalar bütünüdür. Bu nedenle, basitçe bazı kaynaklara sahip olmak girişimciliğin bir ön koşulu olmadığı gibi,

⁴ Tez çalışması kapsamında, “inovasyon” kelimesinin Türkçe karşılığı olarak alan yazınında yaygın kullanıma sahip olan “yenilik” kavramının kullanımı tercih edilmiştir.

kaynakların da doğru bir şekilde işlenmesi, girişimcilik eylemini zorunlu olarak ortaya çıkarmaz. Bu sebeple, girişimcilik ele alınan unsur ve öğelerin bir bileşimi, yaratımı ve çoğaltımı sürecidir.

Schumpeter, girişimcilik davranışının yetenek ve harekete geçme isteğine bağlı olduğundan bahseder. Ona göre bir girişimciyi harekete geçirebilecek üç unsur söz konusudur: Güç ve bağımsızlık elde etme; kazanma arzusu; yaratmanın ve üretmenin verdiği haz (Śledzik, 2013: 93). Bir girişimcinin başarılı olabilmesi için onun “bir fatih, bir müzakereci, bir örgütleyici” olması gerektiğini vurgulayan Sombart’a (2020) göre fatih, plan yapabilme kapasitesine ve düş gücüne sahip olup bunu gerçekleştirme konusunda güçlü bir istek ve kararlılık gösterebilme; örgütleyici olma, planın gerçekleştirilebilmesi için ihtiyaç duyulan iş akışını yönetebilme; müzakereci olma, hem planın gerçekleştirilmesi hem de çıktının pazarlanabilmesinde iyi bir ikna kabiliyetine sahip olabilme özelliklerine karşılık gelmektedir (Sombart, 2020: 71- 76). Sombart (bkz. 2020: 83-125), zaman içerisinde dönüşerek günümüzdeki kapitalist ruhu ortaya çıkaran girişimcilik çeşitlerinden bahsetmektedir. Bunlardan birisi olan zanaatkârlığı, girişimcilik eğilimi kapsamında değerlendirmekte ve kapitalizmin ortaya çıkma sürecinde zanaatkârlığın önemini ele almaktadır. Sombart (2020: 123), “İngilizler’in çok çarpıcı bir şekilde ‘manufacturer’, Fransızların ise ‘fabricant’ (ticari zihniyetin bir ürünü olarak görülen girişimcinin karşıtı) olarak adlandırdıkları kişi için” kullanılabilecek en uygun kavramı zanaatkâr olarak değerlendirmektedir. Sombart, bahsi geçen zanaatkâr ile uzun uğraşlar ve çabalar sonucunda kapitalist bir işletmeye dönüşebilen bireyleri kastetmektedir (Sombart, 2020: 123)⁵.

Girişimcilik alan yazınına “yaratıcı yıkım” kavramıyla önemli açılımlar sağlayan kuramcılardan birisi de Joseph Alois Schumpeter’dir. 20. yüzyılın ilk yarısında ön plana çıkan en büyük ekonomistlerden birisi olan Schumpeter’in ekonomi anlayışı, 1980’lerden sonra klasik iktisadi yaklaşımın eleştirilmeye başlanması ve maddi olmayan kaynakların öneminin artmasıyla birlikte tekrar kabul görmeye başlamıştır (Śledzik, 2013: 89). Ona göre girişimcilik, yeni bir şeyler yapmak veya bir şeyin yeni bir yöntemle yapılmasıdır (Schumpeter, 1947: 151). Schumpeter kalkınmayı, yenilik içeren beş türde incelemiştir: Yeni bir ürünün tanıtılması; yeni bir üretim yönteminin geliştirilmesi; yeni bir pazar sahasının yaratılması; hammadde veya yarı

⁵ “Bu nasırlı ellere, kare şeklinde bir kafaya sahip, kaba saba davranan, yirmi beş yıllık eski usül basit bir yaşantıdan sonra, çok sevdiği ve kendi almadığı eğitimi almasını sağladığı kızının arzusunu kırmayarak bir mimara yaptırdığı modern mobilyalara sahip, modern bir eve geçen bir adamdır. Bunlar, daha çok ‘ilk kuşaktan’, ‘self made men’ denilen kişilerdir. Her ne kadar belli bir iş hacminin ötesine geçmeyi başaramamış olsalar da bir sonraki kuşağa ait girişimcilerin ataları olarak kabul edilebilirler” (Sombart, 2020: 123-124).

mamul malların yeni tedarik yolunun keşfedilmesi; yeni endüstriyel yapıların ortaya konulması (Schumpeter, 1949: 66). Schumpeterci yaklaşıma göre liderlik aracılığıyla yenilik getirme kabiliyetine karşılık gelen girişimcilik, kapitalizmin önemli bir kaynağını oluşturmaktadır (Ebner, 2006: 498). Schumpeter'in kapitalizmin temel unsuru olarak ifade ettiği yaratıcı yıkım süreci, ekonomik yapının sürekli dönüşmesi, eskinin yok edilmesi ve yenisinin yaratılmasına karşılık gelmektedir. Kapitalizmin merkezinde yer alan rekabetin de fiyat ve kalite farklılıklarından değil yeni metalar, teknolojiler ve üretim biçimlerinden kaynaklandığını ifade eder. Ona göre bu rekabet, kâr veya maliyet avantajı sağlamak yerine, işletmeleri köklü bir şekilde sarsan yıkıcı nitelik arz etmektedir (Schumpeter, 2003: 83-84). Schumpeter'in iktisadi ajanlara ilişkin yaklaşımının bir özetini sunan Ebner'a (2006: 505) göre sıradan iktisadi ajanlar alışkanlıklara ve tecrübeye dayalı, öngörülebilir iktisadi eğilimler sergilerken girişimci ajanlar hayal gücüne dayalı ve belirsizliği içeren bir yeniliğe dayanmaktadır. Girişimci kavramı ile yönetici ve mucit kavramları arasındaki farklılıklara değinen Schumpeter'e (1947: 151-152) göre yeni bir fikri somutlaştırmak (girişimci) ile bir şeyi yönetmek (yönetici) birbirinden farklı şeylerdir. Benzer şekilde, bir fikir üretmek (mucit) ile işleri gerçekleştirmek ve somut hale getirmek (girişimci) birbirinden farklı şeylerdir. Bu bağlamda yenilik, fikir ve girişimcilik ilişkisi şu şekilde özetlenebilir: Bir fikrin somutlaştırılarak ticari bir unsura dönüştürülmesi yeniliğe karşılık gelmekte olup bu süreç girişimciliği gerektirmekte ve içermektedir (Günay ve Çalık, 2019).

Bireylerin sosyalleşme ve aktarım yoluyla edindikleri değerler sistemi olarak kültür, bireylerin eylemleri üzerinde önemli etkiye sahiptir. Girişimcilik düşünme biçimi, eylemlilik tarzı ve imkânlar ile iç içe geçen yapısı itibarıyla içinde bulunan kültürel öğelerden beslenmektedir. Bu sebeple girişimcilik, bireysel özellikleri içermekle birlikte aynı zamanda bireye sunulan dünya görüşü ve teşvik edici unsurları ile toplumsal ve kültürel bir hadisedir (Güney ve Çetin, 2003: 193). Üretim, teknoloji ve coğrafi imkânların yanı sıra iktisat dışı sosyal ve kültürel unsurlara bağlı olarak da gerçekleşmektedir (Eröz, 2014: 214-217). Sosyolojik yaklaşımlarda, girişimcilik koşullarını yaratan sosyal yapılar ön plana çıkarılmaktadır (Aytaç, 2006: 145). Lavoie ve Chamlee-Wright (2001: 53-54) kalkınmanın özü itibarıyla kültürel bir süreç olduğunu ifade ederek girişimcilik ruhunun keşfedilebilmesi için yerel ve kültürel bağlamların incelenmesinin gerekliliğine değinir. İçinde bulunan sosyal yapı girişimcilerin fırsat, kaynak ve motivasyona erişimlerini ve yönelim süreçlerini etkilemesi bakımından belirleyici bir öneme sahiptir (Bridge vd., 1998: 54-55). Girişimciliğin temellerini sorgulayan Lavoie ve Chamlee-Wright (2001: 2), ekonominin sadece ölçülebilir ve matematiksel olana indirgenemeyeceğini ifade ederek onun kültürel varlığımızın bir çıktısı, erdem ve ahlaki

sorumluluk sahalarını da içeren bir anlam dünyası olduğuna işaret eder. Bu noktada kültürel yapı ve kabuller, girişimcilik için imkân sağlayıcı, teşvik edici bir niteliğe sahip olabilmektedir (Aytaç, 2006: 156). İcatlar ve teknolojik gelişmeler toplumsal hayat üzerinde derin etkilerde bulunmakla birlikte kültürel ve sosyal yapılar, teknolojik gelişmelere hız ve yön veren arka plandaki unsurlardır (Eröz, 2014: 148-149).

Alan yazınında, girişimciliğe ilişkin çeşitli varsayımlar, tanımlar ve sınıflandırmalar bulunmaktadır. Yenilik, risk, yaratıcılık, azim ve kararlılık gibi ortak paydalarda ön plana çıkan girişimciliğin sosyolojik bağlamda kültürel bir unsur olarak oluşum ve gelişim süreci önem kazanmaktadır. Günümüzde kalkınmanın yeni sloganı olarak ön plana çıkan girişimcilik, gelişmiş ekonomilerle özdeşleşen bir unsur olmanın ötesine geçmelidir. Öyle ki girişimcilik sadece yenilik, risk almak ve yaratıcılık gibi unsurlara sıkıştırılmadan ahlaki yönleriyle ön plana çıkarılmalı ve toplumsal sorumluluklar noktasında değerlendirilmelidir. Pek çok çalışmada, iktisadi gelişmenin ahlaki ve insani olmamasının katkıdan çok zarar getireceği ve sürdürülebilirlik noktasında sorunlar yaratacağı ele alınmaktadır. Girişimciliğin ahlaki ve toplumsal sorumluluk boyutları ihmal edilmektedir (Bayrak Kök ve Sarıkaya, 2013: 657). Bu kapsamda bazı çalışmalarda, ahlaki girişimci ve ahlaki girişimcilik⁶ kavramlarının ön plana çıktığı görülmektedir (bkz. Tekin vd., 2018; Esmer, 2020). Ahlaki girişimcilik, girişimcilerin eylemlerinin bütün aşamalarında etik ilkeleri benimsemesine ve öncelemesine karşılık gelmektedir (Esmer, 2020: 46).

Ahlaki temelden yoksun ve hırsın temel değer olarak ön plana çıktığı bir sistem içerisinde yeşeren girişimcilik kültürünün, ciddi boyutlarda maddi ve manevi hasarlara yol açacağı ifade edilebilir (Bayrak Kök ve Sarıkaya, 2013: 664). Tez çalışmasının üçüncü bölümünde detaylı bir şekilde ele alındığı gibi ahilik teşkilatının doğruluk, dürüstlük ve insanı merkeze alarak sürdürdüğü ticaret yaşamı, ahlaki girişimcilik uygulamalarının ilk örnekleri arasında yer almaktadır (Esmer, 2020: 51). Toplumsal faydayı esas alan, hak ve hukuki ilkeleri gözeterek hareket eden ahilik değerlerine günümüzde her zamankinden daha fazla gereksinim duyulmaktadır (Ekinci, 2016: 31). Günümüzde girişimlerin varlıklarını sürdürebilmeleri, kaynaklar, müşteriler, çalışanlar ve çevreleriyle kurdukları ilişkinin sorumluluk ve ahlaki bir çerçevede kurulması ile mümkündür (Bayrak Kök ve Sarıkaya, 2013).

⁶ Alan yazınında yer alan bazı çalışmalarda kavramın “etik girişimcilik” şeklinde de kullanıldığı görülmüş olup, ilgili bölümde etik ve ahlak kavramlarına ilişkin ele alınan farklılıklar nedeniyle tez çalışmasında “ahlaki girişimcilik” ve “ahlaki girişim” kavramının kullanımı tercih edilmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE: İKTİSADİ ALANIN TARİHSEL KÖKENLERİ VE SOSYAL İÇERİMLERİ

Tez çalışmasının birinci bölümünde çalışma, çalışma kültürü ve girişimciliğe ilişkin genel kavramsal çerçeve sunulmuştur. Bir toplumsal olgu olarak çalışma ve girişimcilik faaliyetlerinin anlaşılabilmesi, onun kökenlerini keşfe yönelik bir yolculuğu gerektirmektedir. Tez çalışmasının temel çıkış noktalarından birisi de bir toplumun mevcut iktisadi yapısının ancak onun kökenlerine inilerek anlaşılabilmesine ilişkindir. Bu arayış, kavramları kuramsal bir zeminde tartışmayı gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda tezin kuramsal zemininde, iktisadi ajanın özgünlük ve sınırlıklarını keşfedebilmek adına sosyolojinin temel meselelerinden olan yapı-fail ilişkisi ele alınarak başlanmıştır. Ardından Bourdieu'nun habitus kuramından hareketle, yapının, bir diğer ifadeyle toplumsal yatkınlıkların, bireyin iktisadi faaliyeti üzerindeki etkisi irdelenmiştir. Aynı zamanda, günümüzde girişimcilik ekseninde önemli hale gelen sosyal ilişkiler, ağlar ve bağlantıları irdeleyebilmek adına gömülülük ve sosyal sermaye kuramından faydalanılmıştır.

2.1. İlişkisel Bir Gerçeklik Olarak Toplumsalın İnşa Süreci

Bireyin eylemlerini etkileyen ve belirleyen unsurun ne veya neler olduğu sorunsal yapı-fail ilişkisinden, bir diğer ifadeyle birey ve toplum etkileşiminden, temellerini almaktadır. Bireylerin davranışlarının kendi iradeleri ile özgür bir şekilde mi yoksa kuşatıldıkları normlar tarafından mı belirlendiği meselesi aynı zamanda iktisadi eylemin kökenlerini aydınlatmaktadır. Çünkü bir bakış açısı olarak eylemin nasıl gerçekleştiğine ilişkin benimsenen yaklaşım, üzerinde çalışılan olgunun epistemolojik, ontolojik ve metodolojik yaklaşımını şekillendirmektedir. İktisat, toplum ve birey üçgeninde gerçekleşen bu sorgu alanı, araştırmacıyı Bourdieu'nun habitus, sermaye ve alan kavramlarına yöneltmiştir. Bourdieu, birey ve toplum ikiliğini aşmaya yönelik bir girişimi de içeren kuramında, toplumun ve bireyin bütüncül bir şekilde ilişki içerisinde ele alınması gerektiğini öne sürer (Swartz, 2011: 138-140). Bu ilişki, iktisadi faaliyette bireyin özgünlük alanı ve toplumsalın etkililiği arasındaki etkileşime yönelik bir açılım sağlayacaktır. O, geliştirdiği habitus ve alan gibi kavramsal şemalar ile özne nesne ikilemini aşmaya yönelik bir harita sunmaktadır (Jourdain ve Naulin, 2020: 141).

Bourdieu'ya göre, sosyal yaşamda belirli düzenlilikler olmakla birlikte bunlar Durkheim'ın toplumsal olguyu tanımlama biçiminde olduğu gibi bireyin üstünde ve onu aşan yasa benzeri düzenlilikler sonucunda gerçekleşmezler. Aynı zamanda bireyler, tamamen kendi çıkarlarını kollayan özerk varlıklar olarak da hareket etmemektedirler. Bourdieu'nun amacı, eylemi bilinçli hesapların bir sonucu olarak değil yapı, kültür ve iktidar ilişkileri üzerinden açıklayan bir kuram geliştirmektir (Swartz, 2011: 22). O, davranışların belirli bir düzenlilik içerisinde gerçekleşmesini sağlayan unsurun ne olduğu sorusu üzerine yoğunlaşarak bilinçlilik gerektirmeyen gündelik pratikleri ve yatkınlıkları, geliştirmiş olduğu habitus ve alan kavramları üzerinden açıklar (Swartz, 2011: 137). Bourdieu sosyal yapıyı ve düzeni açıklamak adına oluşturduğu yaklaşımında çeşitli kavramlardan faydalanır. Bu kapsamda habitus, alan, sermaye ve oyun ön plana çıkan kavramlar arasında yer almakta olup sırasıyla her biri alt başlıklar altında detaylı bir şekilde irdelenmiştir.

2.1.1. İçselleştirilmiş Yatkınlıklar Bütünü Olarak Habitus

Bourdieu, gerçekleştirmiş olduğu çalışmalardan hareketle mevcut toplumsal ilişkileri ve düzenlilikleri habitus kavramı üzerinden açıklar. Habitus, bireylerin toplu halde ve bir arada yaşamalarının beraberinde getirdiği toplumsalın oluşum ve edinim sürecidir. Bu yönüyle “[h]abitus, toplumsallaşmış bir öznelliktir” ve ona ilişkin konuşmak, bireysel ve kişisel olanın toplumsal bir yöne sahip olduğu varsayımını içermektedir (Bourdieu ve Wacquant, 2012: 116). Sosyalleşme aracılığıyla bilinçsiz bir şekilde benimsenen habitus, bireylerin çevrelerini nasıl algılamaları, değerlendirmeleri ve eylemde bulunmaları gerektiğine ilişkin bir yaklaşım sunar (Jourdain ve Naulin, 2020: 42). Tarihsel, toplumsal ve bireysel eylemlerin karakteristik sınırlarını belirleyen ve belirli toplumsal bağlamlar içerisinde toplumun üyelerine aktarılan habitus bireyler tarafından içerilir (Turner, 2014: 397). Toplumun üyelerinin böylelikle konumlarına uygun olarak bilinçli ve bilinçsiz şekilde sergiledikleri davranışlar, mevcut koşulların yeniden üretilmesine hizmet eden bir kolektivite yaratır (Calhoun, 2010: 104-105).

Sosyalleşme sürecinin sonunda bireylerin edindikleri eğilimler doğrultusunda hareket etmeleri aynı zamanda mevcut yapının yeniden üretilmesini ve sürdürülmesini sağlar. Habitus, eylemin meydana gelmesini sağlayan “büyük bir yatkınlıklar kümesi”ne işaret etmektedir (Swartz, 2011: 145). Bu “kalıcı yatkınlık”lar, toplumsal bir çerçeveye sahip, gözlemlenebilir düzenliliklere işaret etmektedir (Bourdieu, 2018: 158). Bir diğer ifadeyle birey, bir habitus ile dünyaya gelmez, içerisine doğduğu düzeni deneyimler ve tekrarlar yoluyla içselleştirerek fikirleri ve bedensel yatkınlıkları biçimlenir (Calhoun, 2010: 79).

Habitusun varlığı, bireyler tarafından kalıplaşmış unsurların devam ettirilmesine ve değişime karşı gösterdiği dirence bağlıdır (Jourdain ve Naulin, 2020: 43). Tarihsel inşa sürecinin bir ürünü olarak habitus, “sürekli olarak yeni deneyimlerle karşı karşıya gelen ve durmaksızın onlardan etkilenen, açık bir yatkınlıklar sistemi” olarak tanımlansa dahi bireyler yaşamları boyunca yatkınlıklarını sürdürmeye yönelik deneyimlerle karşılaşmaya mecburdurlar (Bourdieu ve Wacquant, 2012: 125-126). Çünkü köklü bir değişiklik olmadığı sürece bireyler sosyalleşme aracılığıyla edindiklerini devam ettirmeye yönelimlidir (Jourdain ve Naulin, 2020: 43). Böylelikle toplumun üyeleri, istemli veya istemsiz bir şekilde mevcut nesnel düzenin yeniden üreticisi konumunda bulunmaktadır (Bourdieu, 2018: 169).

Kurallara riayet etme ve bir hesaplama girişimi sonucunda gelişmeyen bu düzenlilikler, belirli tarzdaki pratiklerin üretilmesini sağlayan koşulları içinde barındırır (Bourdieu, 2018: 158). Çoğunlukla bilinçsiz bir şekilde edinilen bu eğilimler, bireyin toplum içinde hareket edebilmesi için gereklilik arz etmektedir (Guidetti ve Rehbein, 2014: 4). Toplumsal yapının yeniden üretim süreci, eyleyicilerin içkin eğilimlerine dayalı pratikleri ile gerçekleşmektedir (Bourdieu ve Wacquant, 2012: 132). Bourdieu’ya göre bu pratikler, aktörlere beklenmedik durumlarla başa çıkmalarına yönelik stratejiler geliştirmelerine olanak sağlar. Burada temel referans noktaları olan geçmiş deneyimlerin örtük sonuçları, geleceğe ilişkin kesin bir öngörü kazandırmamakla birlikte bireylere kullanılacak araçların ve takip edilecek yolların bir haritasını sunar. Öyle ki Bourdieu, bu yatkınlıkların geçmiş tecrübelerden hareketle adeta *a priori* izlenim yarattığını ifade etmekle birlikte bunun mekanik bir düzeneğe indirgenmemesi gerektiğini de vurgular (Bourdieu, 2018: 158-161).

Ortak eğilimler beraberinde diğerlerinden farklılaşmaya da işaret eden toplumsal tabakalaşma sürecini de gizil olarak içermektedir. Bourdieu, kullandığı sınıf kavramı ile bireylerin iktisadi konumlarını kastetmemiştir. Onun sınıf kavramı, eşitsizliklerin ve toplumsalın kendini üretme süreçlerinin anlaşılmasına yardımcı olur (Arlı, 2010: 149). Ona göre, grupların erişebileceği olanakların bir sınır olarak içselleştirilmesi nedeniyle aynı sınıftan olan aktörler, benzer başarı ve başarısızlık deneyimlerini yaşayabilmektedirler (Swartz, 2011: 148-149).

Görüldüğü üzere habitus, sınıfsal imkânlara uygun olarak “kendini gerçekleştirme olasılıkları”nı ortaya çıkaran yapılandırıcı bir sürece karşılık gelmektedir (Swartz, 2011: 149). Sınıf habitusu, ister mevcut düzeni kabullenme ister ona karşı çıkma düzeyinde olsun geleceğe yönelik pratik eylemler noktasında yol gösteren bir yapıdır (Bourdieu, 1979: 92). Bir başka ifadeyle, sosyalleşme aracılığıyla aktörler sınırlı imkânları içselleştirmekte olup dezavantajlar kuşaklar boyunca aktarım yoluyla iletilmektedirler (Swartz, 2011: 149). Bireyin sınıfsal bağları

ve kökeninden kazandığı alışkanlıklar, gündelik yaşam pratiklerinin yanı sıra bedende vücut bulan çeşitli davranış ve tutum örüntüleri ile de görünür olmaktadır (Featherstone, 2005: 151). Bourdieu, bu noktada farklı habitusların söz konusu olabileceği gibi habitusun kendisinin de belirli ortaklıklar veya ögeler temelinde ayrıştırıcı pratikleri içerebileceğinden bahseder. Örneğin, işçi ile işverenin yeme alışkanlıkları, tüketim kalıpları ve sosyal faaliyetleri farklılık arz edecektir. Farklı beğenilerin yansımaları olan bu eğilimler aynı zamanda sınıflandırıcı bir niteliğe de sahiptir (Bourdieu, 2015: 22). Yatkinlıkların, aktörleri hedefe ulaşabilmelerini sağlayacak en yüksek olasılıklı eylemlere yönlendirmesi nedeniyle (Swartz, 2011: 151) tüm sınıf üyelerinin benzer olayları tecrübe edinme olasılıkları artar (Bourdieu, 2018: 176).

Görüldüğü üzere habitus kavramı toplumsal düzenin, hiyerarşi ilişkilerinin ve bireysel faaliyetlerin belirli bir devamlılık ve işleyiş içerisinde bulunmasını açıklamaya yönelik kuramsal bir çerçeve sunar. Alan yazınında ele alındığı üzere tarihsel ve kültürel bir kılavuz ve düzenlilikler bütünü olarak habitus, sosyalleşme aracılığıyla edinilmekte ve içselleştirilmektedir. Bilinçli bir sürecin sonucunda öğrenilmediği gibi sosyal bir varlık olmanın beraberinde getirdiği eğilimlere işaret eden habitus, bireylerin gelecekteki davranışlarını, alışkanlıklarını, fikirlerini ve beğeni yargılarını şekillendirir ve bu temelde sürekli kendisini yeniden üreten yapısı itibarıyla değişime karşı direnç gösterir. Bu durum, bireylerin belirli gruplar içerisinde olmalarını beraberinde getirirken aynı zamanda bireyleri diğerlerinden de farklılaştıran ve dolayısıyla toplumsal tabakalaşmayı içerisinde barındıran bir yapıya sahiptir.

2.1.2. Stratejik Yatkinlıklar ve Eylem

Bourdieu'ya (2015: 174) göre eylemlerin kaynağı, bilinçli amaçlarda değil yatkinlıklarda aranmalıdır. Burada eylemin rasyonel bir şekilde çıkar hesabı yapılarak kararlaştırılmasından ziyade sağduyu ve habitus aracılığıyla hedef yönelimli gerçekleştirilmesi ön plana çıkmaktadır (Jourdain ve Naulin, 2020: 45). Bourdieu, eylemlerin habitus tarafından şekillendiği düşüncesini dile getirirken aktör değil fail kavramını kullanmayı tercih eder. Çünkü ona göre “[f]ail, hem (dışa doğru) eylemde bulunan hem de (içeriden, habitusu tarafından) eyleme maruz bırakılındır” (Jourdain ve Naulin, 2020: 45-46). Habitusun uyarlanmaya ve çeşitliliğe açık oluşu, bireylerin diğer seçenekleri bilinçli bir şekilde değerlendirerek davranışlarını yönlendirebilmelerini sağlar (Mouzelis, 2010: 204-205). Böylelikle toplumsal olanın içselleştirilmesi ile bireyler belirli durumlar karşısında düşünmeden onlardan beklenen yönde eylemde bulunabilirler: Sağduyu aracılığıyla gerçekleşen bu durum, bireylerin düşünme ve karar verme sürecinden tasarruf etmelerini sağlar (Jourdain ve Naulin, 2020: 45). Bir diğer ifadeyle, bireyler eylemlerini gerçekleştirirken sürekli kurallara uymak yerine belirli düzenli

tekrarlar ile edindikleri yatkinliklar sonucunda belirsizlikler karşısında farklılaşabilen ve stratejik olarak hareket edebilmelerini sağlayan pratik eylemlerde bulunurlar (Calhoun, 2010: 94-96). Hayata dair olanaklar, aktörler tarafından pratik düzeyde değerlendirilmekte ve bilinç dışında hesaplanmaktadır (Swartz, 2011: 149-152). Anlaşıldığı üzere Bourdieu'ya göre bireyler, toplumsal kurallara ve normlara uyum sağlayan veya bireysel çıkarlar ve hesaplamaları gözetken aktörler olarak görülmezler. Bunun yerine, gündelik yaşamda karşılarına çıkan fırsat veya engellere karşı deneyim ve yatkinliklarından hareket ederek “stratejik” olarak karşılık veren faillerdir (Swartz, 2011: 142-144). Bourdieu'ya göre iyi bir oyuncunun oyunda istenileni ve gerekeni yerine getirmesi süreci, sonsuz olasılıktaki durumlara karşı hareket etme kabiliyetini gerekli kılar. Bir yandan birey kurallara uyduğu yönünde intiba yaratırken diğer yandan kendi çıkarını da gözeterek davranışlarını sergiler. Aynı satranç oyununda olduğu gibi bu eğilimler oyunun kuralları çerçevesinde sayısız hamle imkânı sağlayabilmektedir (Lamaison, 1986: 112-113). Jourdain ve Naulin'in belirttiği üzere Bourdieu iki temel strateji tanımlar: Muhafaza ve yıkım stratejileri. Muhafaza stratejisi, bireylerin alanda hâkim olan sermayeyi tekelinde bulundurma ve mevcut konumlarını sürdürmeye yönelik pratiklerini içerir. Hükmedici konumda bulunan bu bireyler aynı zamanda oyunun düzenini kendi lehlerine dönüştürme imkânına da sahiptirler. Yıkım stratejisini benimseyenler ise hükmedilen konumda yer alan ve sermayeden en az pay alanların uyguladığı pratiklere karşılık gelmektedir. Bunlar konumlarını iyileştirebilmek adına kuralları esnetme ve aşma yönünde girişimlerde bulunurlar (Jourdain ve Naulin, 2020: 126-127).

Bourdieu, kuramında eylemin kapsamına yönelik açıklamalarda bulunarak bireyin toplumsal yapı içerisindeki konumuna ve özgünlüklerine işaret eder. Alan yazınında derinlemesine ele alındığı üzere bireyler, sosyalleşme süreci ile edindikleri yatkinliklar aracılığıyla karşılaştıkları durumlar karşısında belirli yönde eylemlerde bulunurlar. Habitusun içselleştirilme ve edinilme sürecine de işaret eden bu durum, bireylerin mücadelelerinde stratejik hareket edebilmelerine imkân sağlar. Sosyal yaşam, farklı toplumsal alanlardan oluşmaktadır ve bireylerin edindikleri yatkinliklar ve geliştirdikleri stratejiler bu alanlara göre farklılık gösterebilmektedir. Bu kapsamda, bir sonraki alt bölümde ele alındığı üzere Bourdieu'nun önemli kavramlarından birisi olan alanın yapısı ve dinamikleri irdelenecektir.

2.1.3. Mücadele Biçimleri ve Güç Dağılımı Olarak Alan

Bourdieu bireylerin sahip oldukları sermayeye göre konumlandıkları ve içerisinde siyaset, din, iktisat ve eğitim gibi pek çok toplumsal alanı içeren “sosyal uzam” kavramını

geliştirmiştir (Jourdain ve Naulin, 2020: 105, 122). Bourdieu, uzam kavramı ile tüm ögelerin birbiriyle bağlantısallık temelinde ele alınması gerektiğine işaret eder (Bourdieu, 2015: 49).

Alan, Bourdieu'nun karmaşık sosyal yaşamı ve uzamı anlaşılır kılmak amacıyla kullandığı kavramlardan birisidir (Arlı, 2010: 150). Bourdieu'nun merkezi mekânsal metaforlarından biri olan ve habitusa kıyasla daha geç ortaya çıkan alan, “habitusun işlev gördüğü toplumsal ortamın yapısını belirler” (Swartz, 2011: 167-168). Bir başka deyişle alan, habitusun somutlaşmış ve vücut bulmuş halidir (Bourdieu ve Wacquant, 2012: 118-119). Habitusun işlevi ise alanının kurallarına, mücadele biçimlerine ve ulaşılmak istenilen hedeflere ilişkin kendiliğinden oluşan bir yatkınlık sağlamasıdır (Jourdain ve Naulin, 2020: 124-128). Bu nedenle aktörlerin görüşlerinin daha iyi anlaşılabilmesi için içerisinde bulunulan alanın bilgisinden hareket edilmeli ve araştırmanın odak noktasında alan olmalıdır (Bourdieu ve Wacquant, 2012: 93).

Gruplar, kurumlar veya örgütlerden bahsetmek yerine alan kavramını kullanan Bourdieu, örtük çıkarlara ve mücadele biçimlerine de vurgu yapmaktadır (Swartz, 2011: 169-170)⁷. Çünkü alan, kaynakların eşitsiz bir biçimde dağıldığı, sahip olanlar ve olmayanlar arasında bir savaşımın gerçekleştiği bir güç mücadelesidir (Jourdain ve Naulin, 2020: 125). Her alanda hâkimiyeti elinde bulunduran ile o alana girmeye ve hâkim konuma geçmeye çalışanlar arasında karşılaşma mevcuttur (Bourdieu, 1993: 72) ve aktörlerin hiyerarşi içerisindeki konumları doğrultusunda aralarındaki mübadele ilişkileri şekillenmektedir (Swartz, 2011: 170-171). Bireyler içinde bulundukları alanın hedeflerini gözeterek hareket etmekte ve bir sonraki bölümde detaylı bir şekilde ele alınmış olduğu üzere hâkim olan sermaye biçimini elde edebilmek veya mevcut olanı koruyabilmek adına çaba vermektedir (Jourdain ve Naulin, 2020: 122).

Bourdieu, pozitivist anlayışın yansımalarından uzak durabilmek adına alanlar arasında bir sınır çizmekten kaçınarak toplumsal yaşamın ilişkisel boyutlarına vurgu yapmıştır (Swartz, 2011: 172-173). Alanın sınırlarının, alanın etkilerinin görülmesi ve görülmemesi ile anlaşılabilceğine işaret etmektedir (Bourdieu ve Wacquant, 2012: 85).

2.1.4. İktisadi Alan ve Mücadele Aracı Olarak Sermaye

Bourdieu'nun 1950 ve 1960'lı yıllardaki ekonomik analizleri, alan, habitus ve sermaye tiplerini merkeze alarak gerçekleştirdiği geç dönem çalışmalarından oldukça farklıdır (Swedberg, 2011: 68). Bourdieu, Cezayir'de iktisadi faaliyetlerin ekonomik ve kültürel

⁷ Bourdieu, alan ve piyasa kavramını aynı anlama gelecek şekilde kullanmış olsa da onun alan kavramı, neoklasik iktisatta yer alan piyasa düşüncesine karşılık gelmemektedir (Swartz, 2011: 170).

belirleyicilerini ele aldığı çalışması, bankalar ve müşterilerine ilişkin çalışması ve tek aileli evlerin ekonomik yapısı üzerine gerçekleştirmiş olduğu çalışmasından hareketle iktisadi eylemi anlamaya yönelik alternatif yaklaşımlar sunar (Bourdieu, 2005b: 1-2). Bourdieu'nun iktisat sosyolojisi denilince akla gelen en temel çalışmalarından birisi 1963 yılında yayınlamış olduğu Cezayir'de emek ve emekçiler -*Travail et travailleurs en Algérie*- isimli çalışmasıdır (Smelser ve Swedberg, 2005: 18). Bu çalışmanın İngilizce kısa özetini, 1979'da *Algeria 1960* isimli çalışmada yayınlamıştır. Bourdieu burada 1958 ve 1961 yılları arasında Cezayir'de yapmış olduğu etnografik ve istatistiki verileri sunmaktadır (Calhoun, 2006: 1403). Cezayir'in içinden geçtiği savaş ve toplumsal çözülme döneminde gerçekleştirilen bu çalışma, Bourdieu'nun siyasi görüşlerinin yanı sıra bilimsel tutumunu etkilemiş ve habitus kavramının gelişmesinde temel bir konuma sahip olmuştur (Ökten Gülsoy, 2012: 1). Geleneksel ile kapitalist dünya görüşünü bir arada ele alan bu çalışmasında (Smelser ve Swedberg, 2005: 18) Bourdieu, ekonominin kültürel boyutlarına dikkat çeker (Swedberg, 2011: 68). Burada, Fransızların tanıttığı kapitalist düşünce biçimi ile Cezayir'in ekonomi kültürü arasındaki çatışmalar ön plana çıkmaktadır (Swedberg, 2011: 69). Köylü halkta toprakla kurulan yoğun duygusal bağ mevcut iken emeğin ve sermayenin belirleyici olduğu kapitalizmde durum daha farklıdır (Smelser ve Swedberg, 2005: 18). Kapitalizme özgü unsurlar olarak görülen rasyonel davranış biçimlerini sergilemeyen Cezayirlilerin tutumu, kültürel yatkınlıkların belirleyiciliğini göstermesi açısından önem arz etmektedir (Özatalay, 2012: 62-63). Sömürgecilik üzerinden dayatılan kapitalist ekonomi biçimi altında çalışmasına rağmen bölge halkının bu yeni düzene kültürel boyutta bir karşılık veremediği görülmektedir (Swedberg, 2011: 69).

Bourdieu habitus, sermaye ve alan kavramlarının anlaşılabilmesi adına oyun metaforundan faydalanır. Oyuna benzeyen sosyal yaşamda bireyler kendilerini kaptırarak mücadeleler ve doğaçlama eylemler içerisinde bulmaktadırlar (Calhoun, 2010: 78). Her alan kendi oyun kurallarını belirlemekte olup ve bu kurallar sermayenin edinilme süreçlerini içermektedir (Jourdain ve Naulin, 2020: 123). Burada bireyi kısıtlayan kurallar dışsal sınırlar değil, bireyin algısını şekillendiren içselleştirdiği kültürel yatkınlıklarda gizlidir (Calhoun, 2010: 82).

Her alanın, sermayeyi elde etme ve koruma yöntemlerinin belirlendiği kendine özgü kuralları mevcuttur (Jourdain ve Naulin, 2020: 123). Burada oyuncunun, oyunun kurallarını, nasıl oynandığını ve diğerlerinin davranışlarına uygun tepkiler geliştirmeyi bilmesi gerekmektedir (Calhoun, 2010: 78-79). Oyun içerisinde ortaklaşa olarak kabul gören ve sorgulanmadan benimsenen fikirler de vardır (Jourdain ve Naulin, 2020: 117). *Doxa* adını verdiği itiraz edilemeyen bu düşünce eğilimi, bireylerin dünyaya ve kendilerine ilişkin bakış

açıllarını biçimlendirmektedir (Calhoun, 2010: 101). Bireyin oyun içinde yer alması için aynı zamanda oyunun oynanmaya değer bulunması ve oyuna odaklanması gerekmektedir (Bourdieu, 2015: 143). Alana giren her yeni bireyin mevcut kuralları ve düzeni kabullendiği bu sürece de *illusio* denilmektedir (Bourdieu, 1999: 405).

Alanın özelliklerinin tanınabilmesi için o alanda etkin sermaye türlerinin anlaşılması gerekmektedir (Bourdieu ve Wacquant, 2012: 93). “*Fiilî ve potansiyel kuvvetlerin mekânı olan alan, aynı zamanda bu kuvvetlerin biçimlerinin dönüşümü ya da korunması için de mücadele edilen bir alandır*” (Bourdieu ve Wacquant, 2012: 86)⁸. Çünkü eyleyiciler, pasif bir şekilde itaat eden failler değil, “sermaye taşıyıcıları” olarak mevcut düzenin sürdürülmesini veya dönüşümün gerçekleşebilmesini sağlayabilirler (Bourdieu ve Wacquant, 2012: 94).

Bourdieu sermaye kavramını Karl Marx’ın terminolojisinden almıştır. Marx iktisadi kapsamda ele aldığı sermaye kavramını üretim araçlarına karşılık kullanmaktadır. Ancak, Marx’tan farklı olarak Bourdieu’ya göre bireylerin alan içindeki konumlarını sadece üretim araçlarına sahip olup olmama durumları belirlemez (Jourdain ve Naulin, 2020: 105-106). Bourdieu’nun ortaya koymuş olduğu sermaye türleri, sermayenin kapsam ve anlamına ilişkin önemli açıklamalar sağlamaktadır. Oyuncunun oyun içindeki konumu sahip olduğu sermayenin niteliği, niceliği ve bunların zaman içerisindeki değişimlerine bağlıdır (Bourdieu ve Wacquant, 2012: 83). Sermaye türleri toplum yapısına içkin olan özelliklerin ve mevcut düzenin devamlılığını sağlayan, imkânlar kadar sınırları da belirleyen kaynaklar bütünüdür (Bourdieu, 2010: 46). Bourdieu, sosyal dünyanın işleyişinin anlaşılabilmesi için tüm sermaye biçimlerinin dikkate alınması gerektiğini belirtir. Ona göre sermaye üç şekilde olabilir: Ekonomik, kültürel ve sosyal⁹. Eğitimle edinilen niteliklere karşılık gelen kültürel sermaye, belirli koşullarda ekonomik sermayeye de dönüşebilir. Bourdieu’ya göre kültürel sermaye üç halde bulunmaktadır: Bedenlenmiş, nesnelleşmiş ve kurumsallaşmış. Bedenlenmiş haliyle sermaye, bireyin içinde yetiştiği habitusun içselleştirilmesi sonucunda bedenlen ve zihnen yansıma biçimlerine karşılık gelmektedir. Nesnelleşmiş durumda ise kültürün sanatsal ve bilimsel üretim alanlarında resim ve anıt gibi maddi nesneler aracılığıyla aktarılabilir olmasına işaret etmektedir. Kurumsallaşmış durumda ise eğitim yoluyla edinilmiş vasıflara karşılık gelmektedir (Bourdieu, 2010: 49-60). Sosyolojik açıdan tüm diğer sermaye biçimlerinin

⁸ İtaliyeli vurgu, alıntı yapılan kaynağa aittir.

⁹ Kaynaklarda sermaye türlerinin Türkçe çevirileri ve kullanımlarında farklılıklara rastlanılmıştır. Tez çalışmasında Mehmet Murat Şahin ve Ahmet Zeki Ünal’ın derlemesi olan *Sosyal Sermaye: Kuram, Uygulama, Eleştiri* (2010) isimli kitapta yer alan Bourdieu’nun *Sermaye Biçimleri* makalesinin çevirisi dikkate alınmış ve tezde kültürel, sosyal ve ekonomik sermaye kavramlarının kullanımı tercih edilmiştir.

kökeninde bulunan ekonomik sermaye (Kitapçı, 2019a: 152) ise paraya veya mülkiyete karşılık gelmektedir (Bourdieu, 2010: 49). Bireylerin mal varlığı ve gelir kaynaklarının tümünü kapsamakta olan ekonomik sermaye, diğer türleri elde etmeyi de kolaylaştırmaktadır (Jourdain ve Naulin, 2020: 106). Bourdieu, tüm sermaye türlerini kapsayan başka bir sermaye türünden daha bahseder: Simgesel sermaye. Simgesel sermaye, kültürel, ekonomik ve sosyal sermaye türlerinin algı alanındaki karşılığıdır (Bourdieu ve Wacquant, 2012: 108). Bu sermaye türü kapsamında ele alınan giyim, sanatsal zevkler, beslenme düzeni, bilim, dil ve din gibi tüm kültürel pratikler, toplumsal ayrımların sürdürülmesine hizmet etmektedir (Swartz, 2011: 18). Bu anlamda Bourdieu “sermayeye bilişsel ve sembolik bir anlam yüklemektedir” (Kitapçı, 2019a: 152).

Bourdieu’da bir endüstri, firma veya pek çok diğer ekonomik birim kendi mantığına ve çıkarlarına sahip bir alandır ve bu alanın yapısı ekonomik, sosyal, kültürel ve sembolik sermaye biçimlerinin dağılımı üzerinden anlaşılabilir (Swedberg, 2003: 48). Bu sebeple tez çalışmasında, iktisadi öznenin faaliyetlerini şekillendiren tüm sermaye biçimleri dikkate alınmıştır.

Bourdieu (2005a) *Principles of an Economic Anthropology* isimli çalışmasında iktisadi alanın genel özelliklerini aktarmaktadır. Buna göre firmalar, iktisadi alanın temel aktörüdür ve bu alan, onlar aracılığıyla oluşmaktadır. Bu aktörler, rekabet edebilmelerine imkân sağlayan farklı türlerdeki sermayelere sahiptirler. Sermayenin dağılımı, alanın yapısını, bir diğer ifadeyle firmalar arası güç ilişkilerini, gücün ve kârın dağılımını belirler. Egemen firmalar, kendi lehlerine olacak şekilde oyunun düzenini değiştirebilir ve diğer firmalar ve onların stratejileri üzerinde baskı yaratabilirler. Alanın yapısını, firmalar arasındaki güç ilişkileri oluşturmakta ve maliyetler de buna göre şekillenmektedir (Bourdieu, 2005a: 75-76).

Özetlenebileceği üzere Bourdieu, iktisadi alanı aktörlerin güçlerini koruduğu ve karşılaşmaların yaşandığı bir mücadele alanı olarak ele almaktadır. Buna göre baskın firmalar, fiyatlar üzerinde, yeni ürünlerin tanıtımı ve dağıtım süreçlerinde avantaja sahip olmakta ve oyunun kurallarını ve oyuna katılımı çıkarlarına en uygun olacak şekilde etkileyebilmektedir (Bourdieu, 2005a: 78-79). Başarı, firmaların alan içindeki konumları ve sermayelerinin yapısına bağlıdır. Buna göre büyük firmalar, ölçek ekonomisine dâhil olarak ciddi kazançlar elde edebilirler; küçük firmalar, bir alanda uzmanlaşma ile sınırlı ölçekte pazara eklenme yöntemi ile yüksek kazanç elde edebilirler; orta ölçekli firmalar, ölçek ekonomisine dahil olamayacak kadar küçük, sınırlı bir alanda üretim gerçekleştirilemeyecek kadar büyüktürler (Bourdieu, 2005a: 80). Alan, her ne kadar güçlü olanların varlığını sürdürmesi yönünde bir eğilime sahip olsa da güç ilişkilerinin dönüşüme uğrayabilmesini sağlayacak dinamiklere de

sahiptir. Bourdieu, özellikle teknolojik sermayenin önemli bir paya sahip olduğunu bunu da ancak diğer sermaye türleri ile ilişki içerisindeyken gerçekleştirilebileceğini belirtir. Teknolojik değişimle yaşanan maliyet azalışı sonucunda küçük firmalar büyük firmalardan daha avantajlı olabilir (Bourdieu, 2005a: 80). Firmaların alan dışı ilişkiler de sergileyebileceğinden bahseden Bourdieu bunların en güçlüsünün devlet olduğunu vurgular. Burada devletin sunduğu destekler ve olanaklar, oyunun kendi lehlerine çevrilmesinde önemli avantajlar sağlar. Alanın dışından gelebilecek diğer müdahaleler ise, arz kaynaklarında yaşanan dönüşümler, demografik değişimler ve yaşam tarzı değişiklikleri şeklinde olabilir (Bourdieu, 2005a: 81).

Toplumsal yaşamın farklı alanlardan oluştuğunu belirten Bourdieu'ya göre alanlar arasında da belirli bir hiyerarşi söz konusu olup modern yaşamda ekonomik alan, diğerlerine kıyasla gelişim ve ilerleme açısından daha fazla ön planda olması nedeniyle diğerleri üzerinde hâkimiyete sahiptir (Kaya, 2010: 418). Kısaca özetlenecek olursa sosyal uzam, kendi içerisinde farklı dinamiklere ve güç dengelerine sahip olan çeşitli alanlardan oluşmaktadır. Bireyler içinde bulundukları alanın yapısı, hâkim sermaye biçimi ve yatkınlıklarından hareketle geliştirdikleri stratejiler ile mücadele vermektedir. Bu bağlamda bireylerin sergiledikleri tutum ve yönelimler, alanın yapısına, hâkim sermaye biçimlerine, dinamiklerine işaret etmesi ve alanın kendisine özgü unsurlarının anlaşılabilmesi açısından önem arz etmektedir.

2.2. İktisadi Alanın Sosyal, İlişkisel ve Bağlantısal Yönü

Önceki bölümlerde Bourdieu'nun kavramsal ve kuramsal çerçevesinden faydalanılarak yapı-fail ikilemi çerçevesinde iktisadi alan, eylem ve sermaye biçimleri çerçevesinde toplumsalın inşa edilme süreci ele alınmıştır. Bu bölümde, girişimcilik kapsamında da oldukça önemli olan sosyal ağlar, ilişkiler ve bağlantıları açıklamaya yönelik kavramsal ve kuramsal çerçeveden faydalanılmıştır. Bu kapsamda ilk olarak gömülülük yaklaşımı, ardından Bourdieu'nun katkı sağladığı sermaye biçimlerinden birisi olan sosyal sermaye ve onun etrafında geliştirilen yaklaşımlar derinlemesine ele alınmıştır. Böylelikle, diğer iktisadi ajanlarla olan ilişkilerin, ağların ve etkileşim formlarının günümüzde iktisadi alanda ve girişimcilik faaliyetlerindeki belirleyici önemi irdelenmiştir.

Sosyal olarak inşa edilen iktisadi faaliyet, bireysel ve kolektif eylemler aracılığıyla sürdürülmektedir (Wilkinson, 1997: 309). Bağlantılar ve aidiyetler aracılığıyla sahip olunan sermaye, diğerleri üzerinde baskın olma imkânı da sunmaktadır (Göker, 2010: 279). Bu bağlamda iktisadi faaliyeti etkileyen, sosyal ilişkileri açıklayıcı kuramsal ve kavramsal temalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bunlardan ilki gömülülük kavramıdır. Bu yaklaşım, iktisadi davranış açıklanırken iktisadi olmayan unsurların da incelenmesi gerektiğine ilişkin önemli bir bakış

açısı sağlamaktadır (Kitapçı, 2019a: 120). Polanyi, White ve onun öğrencisi olan Granovetter gömülülük kuramının öncüleri ve önemli temsilcileri arasında yer almaktadırlar (Xin ve Qin, 2011).

20 yüzyılda şekillenmiş olan gömülülük kavramına ilişkin ilk tartışmalar Karl Polanyi'nin *Büyük Dönüşüm* isimli eseriyle birlikte başlamıştır (Aerni, 2017: 4). Gömülülük teorisini uygulayan ve öne süren ilk isim Polanyi'dir (Xin ve Qin, 2011: 1). Polanyi, piyasa ekonomisini “kendi kurallarına göre işleyen bir sistem” olarak tanımlamaktadır (Polanyi, 2009: 85). Ona göre ekonominin çıkar, fayda ve rasyonaliteye indirgenmesi, mevcut iktisadi yapının özelliklerinin saptırılmasıdır (Xin ve Qin, 2011: 2). “Sistem” kavramına odaklanan Polanyi, sosyal olanın iktisadi sistemi etkileme süreçlerini ele almakta ve ekonomik faaliyetleri kurumsallaşma temelinde irdelemektedir (Xin ve Qin, 2011: 2). “Ekonomi toplumsal ilişkiler içine yerleşecek (embedded) yerde, sosyal ilişkiler ekonomik sistemin içine yerleşirler” (Polanyi, 2009: 101)¹⁰. Piyasanın genelleme ilkelerine bir eleştiri geliştirmek amacıyla öne sürdüğü gömülülük kavramı ile Polanyi yeni bir açılım sağlama amacı taşımamış ve kavramın net bir tanımlamasını gerçekleştirmemiştir (Xin ve Qin, 2011: 1). Onun, gömülülüğün piyasa öncesi toplumlarla daha fazla ilişkili olduğuna ilişkin düşüncesi eleştirilmiş, sosyal ilişki ve ağların günümüzde küresel ve yerel ölçekte iş ilişkilerinin temelini oluşturulduğu görüşü benimsenmiştir (Aerni, 2017: 4).

Yeni İktisat Sosyolojisine önemli açılımlar sağlayan isimlerden birisi ise Harrison White'dır (Sparsam, 2016: 7). White (1981: 517) öne sürdüğü piyasa modelini, birbirinden ayrı ancak birbiriyle ilişkili olan üreticiler ve alıcılar olmak üzere iki yönlü bir yapı olarak ele almaktadır. Ancak onun modeli, neoklasik piyasa yaklaşımının bir dereceye kadar sosyolojik yönden açılımını sağlamaya yönelik bir girişim olarak görülebilir (Sparsam, 2016: 8). White'ın öğrencisi olan Granovetter, Yeni İktisat Sosyolojisinin manifestosu olarak değerlendirilen *Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness* isimli çalışmanın yazarıdır (Convert ve Heilbron, 2007: 40). Günümüz İktisat Sosyolojisinin en temel çalışmalarından biri olan bu eser aynı zamanda Yeni İktisat Sosyolojisinin ortaya çıkış sürecinin önemli hızlandırıcılarından birisidir (Swedberg, 1997: 162; Smelser ve Swedberg, 2005: 15). Modern endüstri toplumlarında ekonomik eylemlerin sosyal ilişkilere ne derece gömülü

¹⁰ İngilizce karşılığı embedded ve embeddedness olan bu kavramın, Polanyi'nin (2009) (çev. A. Buğra) *Büyük Dönüşüm: Çağımızın Siyasal ve Ekonomik Kökenleri* isimli kitapta “yerleşiklik” olarak çevirisinin yapıldığı görülmektedir. Bununla birlikte Türkçe alan yazınında kavramın yaygın kullanımı dikkate alınarak tez çalışmasında “gömülülük” olarak kullanılmıştır.

olduğunu sorunsal edinerek temel savını Oliver Williamson'ın *Markets and Hierarchies* isimli çalışmasına yaptığı eleştiriler üzerinden kurgular (Granovetter, 1985: 481).

2.2.1. Eleştiriler Üzerinden Gelişen Bir Sosyal Teori ve Sosyalleşme Sorunsalı

Granovetter (1992), sosyal bilimlerin aşırı sosyalleşmeci yaklaşımına eleştiriler geliştirerek kendi modelinin temellerini atar. Modern ekonomik kurumların sosyal inşa perspektifinden nasıl açıklanabileceği ve sosyoloji ile ekonomi arasındaki ilişkinin nasıl gerçekleştiği meselesi onun temel sorunsalını oluşturmaktadır. Buna göre, aşırı sosyalleşme gelenek, norm ve kuralların otomatik ve sorgulanmaksızın kabul edilmesine karşılık gelmektedir. Granovetter, faydacı ekonomi geleneğinde insan ilişkilerinin çıkar ilişkilerine indirgendiğini ve davranışların atomlaştırıldığını ifade eder. Bu yetersiz sosyalleşme sürecini engellemek adına ortaya çıkan anlayış da aşırı sosyalleşme olmuştur. Ancak, bu anlayışta da kuralları içselleştirmeye yapılan aşırı vurgu ve sosyal ilişkilerin etkisinin göz ardı edilmesi, eylemin atomize olarak yorumlamasına neden olmuştur (Granovetter, 1992: 5-6). Görüldüğü üzere Granovetter'e göre ana akım iktisat teorilerinde yetersiz sosyalleşme, sosyoloji deneyiminde ise aşırı sosyalleşme ön plana çıkmakta ve hareketliliğin temel etkeni olan sosyal ağlara yeteri kadar vurgu yapılmamaktadır (Xin ve Qin, 2011: 1-2). Granovetter, eserlerinde Neoklasik iktisat ve sosyolojik yaklaşımları eleştirerek Polanyi'nin ortaya koymuş olduğu gömülülük kavramını geliştirmiş ve yeni bir ekolün önemli savunucularından birisi olmuştur.

2.2.2. Toplumsal Ağlara ve İlişkilere Gömülü Bir Faaliyet Olarak İktisat

Granovetter, iktisat ve toplum arasındaki ilişkiye çeşitli eleştiriler getirerek gömülülük teorisini inşa eder. O, sunmuş olduğu yeni bir perspektif ile aşırı ve eksik sosyalleşmiş eylem teorilerinin ortasında yer aldığını belirtmektedir (Baş Dinar, 2013: 46). Granovetter, rasyonellik kavramının gerçekçi olmayan doğasını eleştirerek “sosyal yapının” analizlere dâhil edilmesi gerektiğini belirtir (Swedberg, 1997: 162). Gömülülük kavramında kurumların ve davranışların mevcut toplumsal ilişkiler tarafından sınırlandırıldığı görüşü hâkimdir (Granovetter, 1985: 481-482). Granovetter'e göre ekonomik olmayan güdüler, iktisadi faaliyetin gömülülüğüne karşılık gelmekte olup onları belirleyen ağların varlığına işaret etmektedir (Sparsam, 2016: 7).

Sosyal ağ, aktörlerin daha büyük bir yapıya bağlanmalarını sağlayan pek çok ilişki kümesinden birisidir (Emirbayer ve Goodwin, 1994: 1417). Granovetter'e göre insanlar tamamen bir sosyal bağlamdan bağımsızmış gibi davranamayacakları gibi sosyal bağlama körü körüne de bağlı kalmazlar. Bu nedenle, bireylerin davranışları somut ve mevcut ilişkilere gömülüdür (Granovetter, 1985: 487). Granovetter, sosyal yapılara ve ağlara yapmış olduğu

vurgu ile hem bireyselliğe hem de toplumsallığa imkân veren bir faillik anlayışı ortaya koymaktadır (Hess, 2004: 171).

Granovetter, farklı sosyal ağ türlerinden bahseder ve bunların iktisadi faaliyet üzerindeki etkisini zayıf ve güçlü bağlar teorisi üzerinden açıklar. Granovetter'e göre bireyler arası bağın gücü birbirinden bağımsız ama birbiriyle bağlantılı dört boyut ile anlaşılabilir: Zaman; duygusal yoğunluk; karşılıklı samimiyet; hizmet (Granovetter, 1973: 1361). Ona göre güçlü bağlar daha güçlü etkileşim, duygusal yakınlık, samimiyet ve daha geniş karşılıklı hizmetlere karşılık gelirken zayıf bağlar tam tersine bunların daha az düzeyde olması durumlarıdır (Zhongqi ve Shuiying, 2005: 101). Granovetter, bireylerin zayıf bağları ile kurduğu köprüler aracılığıyla oluşturulan dolaylı ilişkilerin önemini vurgulamaktadır. Zayıf bağlar, ağlar arası hareketlilik fırsatı sağladığı gibi her yer değişimi yeni bağlantıların oluşumunu da beraberinde getirmektedir. Belirli gruplar arasında yoğunlaşma eğilimi yüksek olan güçlü bağlara kıyasla zayıf bağların, farklı küçük organizasyonları birbirine bağlama ihtimali daha yüksektir. Aynı zamanda tüm köprüler, zayıf bağlara karşılık gelmektedir (Granovetter, 1973: 1364, 1373, 1376).

Granovetter, mevcut teorilerde mikro yapıların makro yapılarla yeteri kadar ilişkilendirilmediğini ve küçük grupların büyük yapıları nasıl meydana getirdiğine ilişkin yeterli açıklamanın olmadığını ifade eder. Sosyal ağ analizini de bu kapsamda bir araç olarak önermektedir. Onun amacı da makro ve mikro arasındaki ilişkiyi bireyler arası ilişkilerden hareketle saptamaktır. Zayıf bağların gücü ile ifade edilmek istenilen, küçük etkileşimlerin büyük bağları ve onların da nasıl küçük grupları beslediğine ilişkindir. İfade ettiği üzere ağ yaklaşımı kapsamındaki çalışmaların birçoğunda güçlü bağlara odaklanılmakta ve küçük gruplarla çalışılmaktadır. Zayıf bağlar ise gruplar arası ilişkilere ve tanımlanamayan sosyal yapılar üzerinde konuşulabilmesine imkân sağlamaktadır (Granovetter, 1973: 1360).

Granovetter, iktisadi eylemin sosyolojik temelde açıklanmasına katkı sağlamakla birlikte kendisinin sadece kişilerarası bağlara yapmış olduğu vurgu, daralmayı da beraberinde getirmiştir (Nee, 2005: 53). Aynı zamanda o, iktisadi eylemin sosyal ağlara nasıl gömülü olduğuna ve ağların iktisadi davranışı nasıl şekillendirip sınırlandırdığına ilişkin açıklama getirememiştir (Zhongqi ve Shuiying, 2005: 104) ve Bourdieu'dan bu yana alandaki gömülülüğün yapısal boyutlarını göz ardı etmesi nedeniyle oldukça eleştirilmiştir (Smelser ve Swedberg, 2005: 18).

Granovetter'in yaklaşımı çeşitli kuramcılar tarafından çalışılmış ve farklı boyutlarıyla ele alınmıştır (Smelser ve Swedberg, 2005: 15). Bunlardan birisi Putnam'ın bağlayıcı bağlar ve köprü kuran bağlar olarak ele aldığı modeldir. Putnam'a göre bağlayıcı bağlar, belirli bir

homojenliğe sahip, belirli bir kimlik çerçevesinde kurulan bağlara karşılık gelmektedir. Etnik köken veya dini temelde gruplar bunlara örnek gösterilebilir. Bu ağlar, toplumda olumsuz koşullarda bulunan üyeler için önemli avantajlar sağlayabilir (Putnam, 2000: 20). Köprü kuran bağlar ise bireye uzak, farklı statüye sahip olan birey veya gruplarla belirli ortak hedefler doğrultusunda bağ kurulması sürecidir (Kitapçı, 2015: 25; Tüysüz, 2011: 20-21). Putnam'ın ifade ettiği üzere sivil hak hareketleri ve gençlik hizmet grupları örnekler arasında verilebilir. Ona göre, dışarıda olanla bağlantı kurma ve bilgi edinebilme hususunda köprü kuran sosyal bağlar, daha büyük etkilere ve avantaja sahiptir. Çünkü bağlayıcı sosyal bağlar, köprü kuran sermayenin geniş kimlik yelpazesine kıyasla dar bir benlik alanına sahiptir ve sosyal bağların dışsallaştırıcı etkisi nedeniyle düşman yaratabilme ihtimalini taşımaktadır. Bu nedenle hem köprüleme hem de bağlama yöntemiyle bağlantıların kurulması daha büyük sosyal etkilere sebep olabilmektedir (Putnam, 2000: 20-21).

2.2.3. İktisadi Yaşamda Güvenin Tesisi ve Dayanışma Ağları

Davranışlar, yapılar tarafından belirlenen mekanik faaliyetler olmaktan ziyade ilişkisel bir bağlamın ürünüdür (Brailly vd. 2016: 319). Çünkü kişiler arası etkileşim, güvenin tesisinde temel unsurdur ve iş anlaşmalarının sağlanmasında belirleyici bir konuma sahiptir (Xin ve Qin, 2011: 2). Çalışmalar göstermektedir ki ilişki ağları sürdürülebilir kalkınma ve ekonomik gelişme için önem arz etmektedir ve büyüme için sosyal kapital bir “reçete” ve “anahtar bir muhteva” olarak ön plana çıkarılmaktadır (Baloğlu, 2004: 115). Fiziksel, doğal ve insan sermayesi, iktisadi gelişimde temel teşkil eden faktörler olarak ön plana çıkarken aktörler arasındaki etkileşimin kalkınmayı nasıl etkilediği hususu arka planda kalmıştır: Burada ekonomik kalkınmadaki “kayıp halka sosyal sermaye” olarak belirginlik kazanmaktadır (Grooteart, 2010: 221-222).

Sosyal sermaye, günümüz iktisadi yapısının önemli bileşenlerinden birisidir (Fukuyama, 2010: 143). Sosyoloji alan yazınında geniş bir kullanıma sahip olan sosyal sermaye, 1993'ten bu yana iktisadi kalkınma sürecini açıklamak amacıyla kullanılan başlıca kavramlardan birisi haline gelmiştir (Harriss ve De Renzio, 2010: 7-8). Sosyal sermaye alan yazınına Pierre Bourdieu, Francis Fukuyama, James S. Coleman ve Robert Putnam'ın çalışmaları önemli açılımlar sağlamaktadır (bkz. Şahin ve Ünal, 2010). Günümüzde iktisadi kalkınma ile birlikte ön plana çıkan sürdürülebilirlik ve girişimcilik kapsamında da sosyal sermayenin önemi yaygın biçimde kabul görmektedir.

Sosyal sermaye “işbirliği ve karşılıklı kazanç için işbirliğini kolaylaştıran ağlar, normlar ve sosyal güven gibi toplumsal örgütlenmenin özelliklerine göndermede bulunur” (Putnam,

2010: 125). Bourdieu sosyal sermayeyi, tanıdıklık ve bilinirlik aracılığıyla üyesi olunan ağların sahip olduğu sermayenin aktarıldığı kaynaklar bütünü olarak tanımlamaktadır (Bourdieu, 2010: 60-61). Coleman'a göre sosyal sermaye, bireylerin birlikte çalışma ve iş birliği içerisinde bulunma durumlarını anlamaya yönelik bir araçtır (Field, 2008: 29-30). Bu sermaye türü, bir grup üyenin, iş birliği içerisinde hareket etmesine imkân sağlayan birtakım norm veya resmi olmayan değerlere karşılık gelmektedir (Fukuyama, 1997: 378).

Sosyal sermayenin fiziksel ve beşerî sermaye gibi aktarılabilmesi mümkün olmamakla birlikte bireylerin bazı eylemlerinin kolaylaşmasını sağlar (Coleman, 2010: 83). Çünkü bireyin sahip olduğu sosyal sermayenin yoğunluğu, ait olunan grubun diğer üyelerinin sahip olduğu kaynaklara tam olarak eşdeğer olmasa da bireyin bağlantılarını ve kanallarını etkiler (Bourdieu, 2010: 61-63).

Ekonomik yaşamda güven, kurumsal düzenlemeler veya kabul gören ahlaki anlayıştan ziyade sosyal ilişkiler tarafından tesis edilmektedir (Granovetter, 1985: 491). Gömülülük kavramıyla birlikte ekonomide güven ön plana çıkmakta ve güven ilişkisi, fırsatçılığın önünde bir engel teşkil etmektedir (Xin ve Qin, 2011: 2). Ekonomik mücadelenin sosyal ilişkiler ağına gömülü olması, belirsizliği azaltmakta ve piyasa ekonomisinde önemli bir istikrar sağlamaktadır (Aerni, 2017: 5). Sosyal sermaye, günümüzde geleneksel toplumsal ilişkilerin çözülmesinin ve aşırı bireyselleşmenin beraberinde getirdiği sorunların aşılabilmesi noktasında yeni bir arayış olarak ön plana çıkmaktadır (Şan ve Şimşek, 2011: 101). Sosyal sermaye, modern toplumlarla birlikte erozyona uğrayan geleneksel değerlerin tesisinde önemli bir görevi yerine getirmektedir (Kitapçı, 2017: 2). Bu noktada bu kuramsal yaklaşımın temel sorunsalı, modernleşme ile aşınan geleneksel değerleri yerine getirilebilecek yapıların mümkünlüğüne ilişkindir (Kılınç, 2010: 34). Toplumsal ilişkilerin sürdürülebilirliğine imkân sağlayan unsurlardan birisi olan güven, bireyin denetiminin dışında olan durumlarda görebileceği zararın etkisini azaltan bir unsurdur (Bayrak Kök ve Sarıkaya, 2013: 662). Sosyal sermayenin kuvvetli olduğu ortamlarda fırsatçılık azalarak kolektif kazanç, topluluk ve biz bilinci ön plan çıkmaktadır (Putnam, 2010: 125-126).

İletişim ağları, bireylerin tek başlarına gerçekleştiremeyecekleri pek çok zorluğu aşabilmelerine imkân ve kaynak sağlamaktadır (Field, 2008: 1). Sosyal sermaye, başlı başına belirsizliğin üstesinden gelememekle birlikte bireylerin bu süreçle nasıl başa çıkabileceklerine ilişkin bilgi ortamı sağlar (Grooteart, 2010: 227). Çünkü bu sermaye türü, bireylerin eylemlerini belirlemede ve şekillendirmede önemli bir unsur olan bilginin edinilme ve ulaşılma kaynağıdır (Coleman, 2010: 92). Stratejik konumlardaki bireyler aracılığıyla piyasadaki fırsatlara ve bilgiye erişim sağlanabilmektedir (Lin, 2010: 177).

Sosyal sermaye bürokrasi ve sözleşme gerektiren pek çok sürecin iş birlikleri ile esnetilmesine ve masraflarının azaltılmasına yönelik ortamlar yaratmaktadır (Fukuyama, 2010: 149). Bireyler prosedürel ve bürokratik işlemlere başvurmak yerine daha az zahmetli olduğunu düşündükleri tanıdıklar ve aile üyelerinden yardım alma eğilimi göstermektedirler (Field, 2008: 3).

Aile, yapısal özellikleri bakımında toplumdan topluma farklılık göstermekle birlikte her yerde önemli bir sermaye kaynağıdır (Fukuyama, 1997: 379). İktisadi davranışı temelde şekillendiren çıkarlar değil, kolektif temelde yaratılan ortaklıklardır ki aile bunların en önemlilerinden birisidir (Bourdieu, 2015: 136). Ailedeki sosyal sermayenin varlığı, ebeveynler ve çocuklar arasında güçlü bir ilişkinin olmasına bağlıdır (Coleman, 2010: 102-103). Aile yalnızca mevcut düzenin korunmasında değil, “toplumsal alanın yapısının ve toplumsal ilişkilerin yeniden üretiminde belirleyici bir rol oynar” (Bourdieu, 2015: 135). Bourdieu’ya göre, iktidarda olanların ön plana çıkan önemli unsurlarından birisi geniş ailelere sahip olmalarıdır. Aileler, kolektif bir temelde ekonomik, sosyal ve simgesel sermayeye sahip olmakla birlikte öncelikli olarak bir dayanışma ortaklığı içerisindedirler. İş ilişkilerinin yoğunlukla aile ilişkileri olduğunu belirten Bourdieu, işletmelerde ailenin sahip olduğu sermayenin iletilmesi ve korunmasının yanı sıra onun işletilmesi temelinde de bir çıkar birliği olduğunu vurgular (Bourdieu, 2015: 137).

Sosyal sermayenin aile dışında da bulunduğunu ifade eden Coleman’a göre din, farklı kuşaklar arasında ortaklaşa paylaşılabilen sayılı kurumlardan birisidir (Coleman, 2018: 336). Köy, klan ve kabile gibi çeşitli topluluk biçimleri ve bunlar tarafından kabul gören kurallar temel olarak, iş birlikleri gerçekleştirme amacını taşımaktadır (Fukuyama, 2010: 147).

Granovetter’e göre iktisadi faaliyetler, aktörlerin gömülü oldukları sosyal ilişkiler tarafından kısıtlanmakta ve şekillenmektedir (Zhongqi ve Shuiying, 2005: 102; Granovetter, 1992). Mensubu bulunan grup ile kurulan içsel dayanışma bağları, grup dışındakileri dışsallaştırmaktadır (Fukuyama, 2010: 148). Sosyal sermaye, bazı faaliyetlerin daha kolay bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlarken bazı diğer eylemlerin de sınırlandırılmasını sağlar (Coleman, 2010: 94). Kuvvetli içsel bağlar, grup ile dışındakiler arasında ayrışmanın oluşumunu da kaçınılmaz kılmaktadır (Fukuyama, 2010: 160). Bu sebeple, aile, akraba ve arkadaşlık gibi yakın ilişkileri kapsayan bağlantıların yanı sıra bunların dışında kalan uzak ilişkilere de sahip olunması, ekonomik büyümede belirleyici bir öneme sahiptir (Kitapçı, 2017: 1).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE İKTİSADİ FAALİYETİN TOPLUMSAL VE TARİHİ KÖKENLERİ

Tez çalışmasının önceki bölümlerinde, kavramsal ve kuramsal zemin ele alınmış iktisat, toplum ve birey etkileşimi açıklığa kavuşturulmaya çalışılmıştır. İktisadi faaliyetin kültürel ve sosyal unsurlarına yapılan vurgu, tarihi unsurların da aydınlatılmasını gerekli kılmaktadır. Mevcut yapıyı, mevcut zaman diliminin bir kesiti olarak sunmak, iktisadi faaliyetin karmaşık ve sosyal doğasının anlaşılması önünde bir engel teşkil etmektedir. Bir toplumsal tip olarak esnafılık müessesesi, geleneksel ve kültürel olanın taşıyıcılığını yapmakta ve temsilcisi olmaktadır (Akçakaya ve Bağrıyanık, 2019: 319-320). Bu bağlamda, onun kültürel temelleri ve tarihi dayanaklarının dikkate alınarak günümüz ekonomik sistemi içerisindeki mevcut görünümünün incelenmesi gerekmektedir. Çünkü diğer olgular gibi iktisadi yapı da insanın dışında ve üstünde değil, içinde insanı ve onun anlam dünyasını barındıran ve onun etrafında örülen bir niteliğe sahiptir. Bu bağlamda, günümüz iktisadi yapısının anlaşılabilmesi ancak içinde bulunan habitusun irdelenebilmesiyle mümkündür. Çünkü içinde yetişilen kültür, belirli bir ekonomik yönelimi ve eğilim tipini dayatmaktadır (Bourdieu, 1979: 4). Bourdieu'nun Cezayir örneğinde de sunmuş olduğu üzere ekonomik yaşam, basit bir neden sonuç ilişkisi olmayıp, arz talep dengesi ve rasyonelleşmenin ötesinde çok daha karmaşık bir yapıya sahiptir (Göker, 2010: 285, 292). Bu bölümde de bu temelden hareketle, bireylerin içerisinde bulunduğu kültürel dokunun anlaşılabilmesi ve görünür kılınması amacıyla Osmanlı'dan günümüze iktisadi yapı irdelenmiştir.

3.1. Osmanlı Döneminde İktisadi Teşkilatlanma

Osmanlı iktisadi yapısında ahiliğin merkezi bir yeri söz konusudur. Öyle ki esnaf kültürünü ele alan pek çok çalışmada, ahilik değerlerinin günümüzdeki yansımaları ve alternatif bir sistem olarak uygulanabilirliği sorgulanmaktadır. Ahilik, Türk kültürü ve İslam dininin karşılıklı etkileşiminden doğan bir teşkilattır. Mesleki, ahlaki ve dini eğitimin iç içe geçtiği ahilikte, sosyal, siyasi ve iktisadi temelde toplumsal fayda gözetilmiş ve toplumsal bütünlüğün sağlanması ve korunması istenmiştir.

İslam dininin ve Türk kültürünün bir sentezi olan Ahilik değerleri anlaşılmadan günümüz iktisadi yapısının anlaşılması mümkün değildir (Ekinci, 2016: 19-20). Esnaflığın kökenleri, 13-19. yüzyılda Anadolu'da halkı mesleki ve ahlaki yönden yetiştirmeyi amaçlayan

ahilik ve fütüvvet anlayışına dayanmaktadır (Darıcı vd., 2012: 25). Türk İslam tarihindeki ilk mesleki örgütlenme, fütüvvet teşkilatlarında görülmektedir (Arslan, 2012: 157). Arapça kökene sahip olan fütüvvet kelimesi gençlik, delikanlılık ve yiğit gibi çeşitli anlamlara karşılık gelmektedir (bkz. Taeschner, 1953: 3; Ekinci, 2016: 83). Esnafların sergilemesi gereken tutumlar, dini ve ahlaki unsurları barındıran fütüvvetnamelerde düzenlenmiştir (Eğilmez, 2018: 27). Ahilik ise fütüvvet anlayışına ve temel değerlerine dayanmakla birlikte ne fütüvvetin gelişmiş ne de halk arasında yaygınlık kazanmış halidir (Çağatay, 1981: 52-53). Aynı zamanda fütüvvetçilikte erdem ve askeri özellikler ön plana çıkarken Ahilik, toplulukçu anlayışa sahip bir sivil toplum kuruluşudur (Ekinci, 2016: 83).

Arapça olan ahi kelimesinin “kardeşim” ve “kardeş” anlamlarına geldiği ifade edilmektedir (Çağatay, 1981: 51; Ekinci, 2016: 35). Çağatay (1981: 52) ise ahi kelimesinin Orta Asya’dan gelmiş olup Türkçe “akı” kelime kökenine dayandığını ileri sürmektedir. Ancak ona göre, dilde Arapçalaşma yönünde eğilimlerinin artmasının bir sonucu olarak kelime Arapçadaki ahi kelimesine dönüştürülmüştür.

Ahilik teşkilatı 13. yüzyılda başlayıp 19. yüzyıla kadar süren, Türklerin mesleki ve ahlaki açılardan gelişimlerini hedefleyen bir kurumdur (Bektaş, 2015: 347). Çağatay’a göre, devletin her yerde halkına yardımda bulunmaması sebebiyle toplumsal düzenin sürdürülmesinde söz sahibi olan bilgeler tarafından seçilen gençler halka yardım etmekteydi. İslamiyet öncesi dönemlere kadar uzanan bu örgütlerin kökenleri, Horasan ve Türkistan’da alppler ve alp erenler gibi farklı isimlerde yer alan örgütlere dayanmaktadır. İslamiyet’in kabulü ile ahlaki kaideler İslam diniyle uyumlu hale getirilmiş ve İslam dünyasında önemli bir teşkilat haline gelmiştir (Çağatay, 1981: 53-54).

Ahilik kurumu, Türklerin Anadolu topraklarına tutunması, Anadolu topraklarının Türkleşmesi ve İslamlaşmasında önemli bir işlevi yerine getirmiştir (Çağatay, 1981; Anadol, 2001: 51-52; Arslan, 2012: 157-161; Ekinci, 2016: 25-26). Moğol baskısından Anadolu topraklarına göç eden Türk toplulukları, kendilerini hem Moğollara karşı koruyabilmek hem de Anadolu’da varlıklarını sürdürebilmek, Türk ve Müslüman olmayan milletlerin hâkimiyetinde bulunan iktisadi yapı ve işleyişte zanaatlarını yerine getirebilmek, ekonomik bağımsızlıklarına erişebilmek ve onlarla rekabet edebilmek amacıyla beraberlik ve iş birliği içerisinde bulunabilecekleri bir mesleki örgüt kurmuşlardır (Arslan, 2012: 157-158; Anadol, 2001: 48-49; Hızlı, 2011: 20; Çağatay, 1981: 55-56). “Türk Fütüvvet Hareketi” olarak da ifade edilen Ahilik, Anadolu’da Türk halkının varlığını koruması ve gereksinimlerinin karşılanması amacına hizmet etmektedir (Ekinci, 2016: 22). Devletin bağımsız olmasına karşın toplumsal düzeni sürdürme amacı taşıyan ve bu çerçevede ilmi, askeri ve mesleki ihtiyaçları karşılayarak

Anadolu topraklarını içeriden ve dışarıdan gelebilecek tehditlere karşı güçlendiren bir topluluk olmuştur (Arslan, 2012: 158-159). Böylelikle, bir yandan dış güçlere karşı savaşçılık meziyetleri geliştirilirken bir diğer yandan da iç güvenliği tesis edebilmek için “doğruluk, ahlâklılık, haksızlıklara, zorbalıklara karşı gelmek, âdaletin sağlanmasının yurttaşın genel görevi olduğu düşüncesinin zihinlere yerleştirilmesi” amaçlarına hizmet etmektedir (Anadol, 2001: 49). Siyasi karmaşa sebebiyle öğretim ve güvenlikte yaşanan aksaklıkları gidermeye de çalışan ahi teşkilatı, mesleki eğitim çerçevesinde gençleri kendisine çeken güçlü bir otoriteye sahip olmuştur (Şeker, 2011: 13).

Meslek topluluğu olan ahiler iktisadi gayelerin yanı sıra siyasi, dini ve toplumsal unsurlara da hizmet etmişlerdir (Ülgener, 1981: 56). O dönemlerde din ile toplumsal yaşamın iç içe geçmiş olması nedeniyle İslami ahlaki kaideler önemli bir yer teşkil etmektedir (Anadol, 2001: 50). İslam’da iş, hem toplum hem birey için faydalı görülerek dürüst ticaretin yapılması teşvik edilmiştir (Zainul vd., 2004: 282). İslam dini, iş ahlakına önem veren pek çok hükmü içermekte ve tüm insanlar için doğruluk ve dürüstlük meziyetlerini ön plana çıkarmaktadır (Arslan, 2012: 42). İslam dininde hem bu dünya hem de ahiret için çalışma zorunluluğu mevcut olup Kuran’da iş yapmak teşvik edilmiş hatta Müslümanlara bir görev olarak addedilmiştir (Zainul vd., 2004: 282). Bu dünya, nihai hedef olan ahiret yaşamına giden bir sınanma yolu olarak görülmekle birlikte tamamen yadsınmaz ve bireyin “hiç ölmeyecekmiş gibi bu dünya için yarın ölecekmiş gibi de ahiret için çalışması istenmektedir” (Günay, 1986: 120).

Din ve tasavvufi değerler ahilikte belirleyici bir öneme sahip olmakla birlikte Ahilik, dini bir kurum olarak nitelendirilemez (Ekinci, 2016: 22). Ahiliğin kurucusu olarak kabul gören Ahi Evran, dinin farklı amaçlar doğrultusunda kullanılmasının önüne geçebilmek ve toplumsal kutuplaşmaları önleyebilmek adına ahlak ve sanatı bütünleştirerek karşılıklı güvene dayalı ticari ilişkilerin tesisine katkı sağlamıştır (Anadol, 2001: 50-52). Ahi, belirli bir meslekte yetkinliğe sahip olan aynı zamanda ahlaklı ve güvenilir bir kişiliğe tekabül etmektedir (Darıcı vd., 2012: 26). Belirli ahlaki ilke ve kaidelerin rehber edinilmesi, ticari yaşamın gelişmesine katkı sağlamıştır (Arslan, 2012: 158). Ahiliğin kendine has kapalı ve cemaatçi bir yapı göstermesinin temelinde, dış çalkantılar karşısında dayanışma içerisine girerek esnafın ve iktisadi faaliyetlerin korunması amacı bulunmaktadır (Ülgener, 1981: 57-58).

İçinde bulunduğu kültürden temellerini alan ve aynı zamanda onu etkileyen ahilikte maddi olan araçsallaştırılmıştır (Aktürk, 2021: 172). Toplumsal fayda ve hizmetin ön planda olduğu ahilikte halka fayda sağlandığı ölçüde Allah’ın rızasının alınacağı görüşü benimsenmiştir (Anadol, 2001: 64). Bu anlayışta “ahiret ve dünya dengesi”nin temel alındığı, meslek ve zanaat edinmenin ve öğrenmenin güven, dayanışma, disiplin, yardımseverlik,

misafirperverlik, helal kazanç, kaliteli üretim, bağlılık, yetkinlik ve liyakata dayalı bir ahlaki anlayış üzerine kurulduğu söylenebilir (Ünsür, 2017). İnsan sevgisi, barış içinde yaşamak, sosyal yardımlaşma ve dayanışma ahiliğin temel değerleri arasında yer almaktadır (Ekinci, 2016: 24-31). Ahilik üretken, toplumuna ve çevresine faydalı, yardımsever ve ahlaklı insanların yetiştirilmesi böylelikle toplumsal dayanışmanın hem toplumsal düzenin sürdürülebilirliği noktasında hem de dış yapılara karşı birlik olunması ve rekabetin arttırılabilmesi hususunda benimsenen insan odaklı değerler sistemidir (Arslan, 2012:6 157-171). Anadol (2001: 65) ahi bireyin amacını şu şekilde açıklar:

“Allah’ın kendisine ihsan buyurduğu yüce insanlık niteliklerinden ve İslâm dininin yüce ilkelerinden yararlanarak ve rûhen ve beden en yararlı şekilde çalışarak; dünyada insanca yaşamak, çevresindekileri, milletini ve hattâ bütün insanlığı yaşatmaktır. Bu amaç ahi’liği (yaşa-yaşat) felsefesine götürmüştür. Böylece, «henüz Dünya’da iken Ahiretini kazanmak» amacındadır.”

Ahilikte insan odaklı değerler sistemi benimsenmiş, mesleki uğraşlara sosyal barışın ve düzenin tesisinde aracı bir konum atfedilmiş ve böylelikle zenginlik ve kazanç hırsının bir amaç haline gelmesinin önüne geçilmiştir (Arslan, 2012: 168). Fiyat farklılaşmaları ve ürün kalitesinde yaşanabilecek olumsuzlukların önüne geçebilmek adına gerekli önlemler alınmış, esnaflar dayanışma, iş birliği yapma, yardımlaşma ve beceri kazanmaları yönünde teşvik edilmiştir (Arslan, 2012: 161). Esnaf teşkilatı özellikle ahilik örneklerinde mevcut olduğu gibi dayanışma, muhtaç olana yardım etme ve misafirperverlik gibi manevi durumları da içeren bir yapıya sahiptir (Ülgener, 1981: 36). Aynı zamanda rekabet vahşi değil, daha iyi ürün üretmeye yönelik bilgi ve becerilerin arttırılmasını teşvik edici niteliktedir (Arslan, 2012: 168-169).

Günümüzdeki sosyal devlet anlayışı uygulamalarının temelleri ahilik ocaklarında atılmıştır (Darıcı vd., 2012: 27). Ahilik, hem üretici hem de tüketici için hak temelli, toplumsal farklılaşmanın ve tabakalaşmanın önüne geçmeye çalışan, dengeleyici, adaleti ve güveni temel alarak toplumsal huzur ortamını inşa etmeyi amaçlayan bir örgütlenmedir (Arslan, 2012: 159-171). Ahilikte amaç “zenginle fakir, üretici ile tüketici, emek ile sermaye, halk ile devlet arasında iyi ilişkiler kurarak sosyal adâleti gerçekleştirmek ve ahlâki bir toplum düzeni meydana getirmektir” ve akıllı olma, barışa, halkın iyiliğine, topluma ve bilime fayda sağlama ve doğru yoldan ayrılmama anlayışları benimsenmektedir (Anadol, 2001: 65). Esnaflığın temelinde olan el işçiliği, sabır gösterme ve kanaatkârlık gibi durumları pekiştirici özelliğe sahip olması nedeniyle adeta terbiye edici bir niteliğe sahiptir (Ülgener, 1981: 79).

Ahilik örgütünde, sanat eğitimi önemslenerek meslek sahibi üretken bireylerin toplumun gelişmesine katkı sağlayacağı düşüncesi hâkimdir (Ekinci, 2016: 27). Bir meslek ve hayat anlayışı sunan bu yapıda, her kademenin kendine has örf, adet ve davranış biçimi mevcuttur (Ülgener, 1981: 87). 10 yaşından küçük olanlar için yamak, başarılı bir şekilde iki yılını

yamaklıkta tamamlamışlar çırak; üç yılını çıraklıkta tamamlamışlar kalfa; üç yılını kalfalıkta tamamlamış olup işine, müşterisine ve çalışanlarına karşı davranışlarının yeterlilik arz etmesi durumunda ise usta kademesine erişilebilmektedir (Ünsür, 2017: 96). Çıraklık, kalfalık ve ustalık şeklindeki mesleki aşamalar, yaş ve deneyime bağlı olarak vazifelerin ve zorluklarının saptandığı bir süreçtir (Ülgener, 1981: 90). Belirli bir ahlaki üslup ve terbiye ile meslek edinen ustaların kendi dükkânlarını açtıklarında helal kazanç sağlamaları düstur olarak edindirilirdi (Arslan, 2012: 163). Mesleki sırra erişmek için bu yola baş koyan gençlerin öncelikli ödevi, fütüvvet ehline sahip olmak ve insanlara saygı, sevgi ve yardım göstermektir (Anadol, 2001: 71). Çırak ve kalfanın hem mesleki hem ahlaki yetkinliği, ustanın öğreticiliğinin bir yansıması olarak görülmekte ve ürünün kalitesinden usta sorumlu tutularak ürün ve üretici arasında bağ kurulmaktaydı (Zencirkıran ve Baştürk, 2019: 134).

12. ve 13. yüzyılda Anadolu'da yaşanan çalkantılar sonucunda fütüvvet ve ahilik altında birleşen esnaflar Osmanlı kuruluş dönemi karmaşasının aşılmasının ardından lonca teşkilatı kapsamında bir araya gelmişlerdir (Ülgener, 1981: 33). Loncalar, esnaf teşkilatlarının köklü bir geleneğe sahip olan fütüvvet ve ahilik geleneklerinin bir devamı niteliğinde olup, üreticiler arasındaki dayanışmayı sağlamaktadır (Yazıcı, 1996: 155). Loncalar İtalyanca *loggia* kavramından gelen ve esnafların iş yaşamlarına ilişkin düzenlemeleri gerçekleştiren mesleki kuruluşlardır (Eğilmez, 2018: 27). Loncalar, zanaat üretimini denetleyen ve ürün fiyatı, miktarı ve kalitesini belirleyen birliklerdir (Zencirkıran ve Baştürk, 2019: 134). Kurulan lonca teşkilatları, ahilik geleneklerinin, esnaf ve sanatkarların korunması ve ticaretin gelişmesi ve güvenle sürdürülmesi yönünde olumlu katkılar sağlamıştır (Darıcı vd., 2012: 27). Osmanlı topraklarının genişlemesinin sonucunda Müslüman ve gayrimüslim esnaflar tek bir çatı altında birleştirilmiş ve esnaflar arası birliktelik ve iş birlikleri devlet kontrolünde sağlanmaya çalışılmıştır (Yazıcı, 1996: 156).

Başlangıçta dini bir işleve sahip olup başlarında şeyhlerin bulunduğu loncalar zamanla mesleki birlikler haline gelmiş ancak gelenek ve göreneklere bağlılığı koruyan kaideler ve ahlaki müesseseler işlevini sürdürmüştür (Yazıcı, 1996: 157). Hem kapitalizmin gelişmesi sonucunda ekonomik alanda yaşanan dış kaynaklı etkenler hem de Osmanlı toprakları içinde yaşanan çalkantılar ve yapısal değişiklikler lonca teşkilatının Osmanlı tarihi boyunca dönüşümler geçirmesini beraberinde getirmiştir (Yıldırım, 1999/2000). Gayrimüslim ve Müslüman esnafın birlikte yer aldığı loncalarda bu durum bazı sorunları getirmiş ve 1768'den sonra ayrı loncalar altında örgütlenilmiş ve ekonomik sistemin dönüşüme uğraması ve devletin içinde bulunduğu durumlar sonucunda loncalar zayıflayarak sona ermiştir (Yazıcı, 1996: 157).

3.2. İktisadi Zihniyetin Ekonomi Üzerindeki Belirleyiciliği

Günümüzün hâkim ekonomik sistemi, neoliberal politikalar ve serbest piyasa ekonomisidir. Bu sistemler kökenlerini aydınlanma dönemi, Rönesans, Reform ve Sanayi Devrimi ile gerçekleşen dönüşümlerden almaktadır. Türkiye’de esnafların mevcut görünümünün saptanabilmesi için kapitalizmin ortaya çıkış süreci, yayılım göstermesi ve Osmanlı ve Türk toplumu üzerindeki etkileri ve günümüzdeki görünümünün irdelenmesi gerekmektedir. Max Weber (2018), *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu* eserinde, kapitalizmin ortaya çıkmasını sağlayan toplumsal müesseseleri incelemiştir. Weber ve Sombart’ın düşünceleri, özellikle girişimcilik ve yeniliğin temel iktisadi mesele haline geldiği günümüz yaygın ekonomi anlayışının kökenlerine ışık tutması açısından tez kapsamında irdelenmiştir. Kapitalizm hâkim bir ekonomik sistem haline gelirken, kendine özgü bir iktisadi yapıya sahip olan Osmanlı toplumu tarafından bunun deneyimlenme biçimi ve Osmanlı devletinde iktisadi gelişmenin seyri, Fehmi Sabri Ülgener tarafından ele alınmıştır (bkz. Ülgener, 1981). Bölgelerin, ülkelerin ve toplumların mevcut ekonomik yapıları tarihi, coğrafi ve kültürel kökenlerin bir sonucu olarak gelişmekte ve şekillenmektedir. Bu çerçeveden hareketle, tez kapsamında Weber, Sombart ve Ülgener’in görüşleri günümüz ekonomik yönelimlerinin tarihi ve kültürel kökenlerinin anlaşılmasında önemli referans noktaları olarak ele alınmıştır¹¹.

Türkiye, günümüzde küresel boyutta hâkim olan kapitalist iktisadi ilişkilerin ve süreçlerin büyük oranda tesiri altındadır. Dünya tarihi boyunca farklı iktisadi sistemler görülmüş olmasına rağmen içlerinden sadece kapitalizm toplumsal ilişkileri şekillendiren küresel bir hâkimiyete ve yaygınlığa kavuşmuştur (Aktürk, 2021: 171-172). Kapitalizmi tanımlamanın onu indirgemeci ve sınırlandırıcı bir çerçeveye hapsetmek olduğunu ifade eden Anievas ve Nişancıoğlu (2020: 24), onun çelişkilerle dolu doğasına atıfta bulunarak “kapitalizmin en iyi, *sermaye ilişkisinin sistematik yeniden üretimi* etrafında bir araya gelen, ama -ne tarihsel ne de mantıksal olarak- bu ilişkiye indirgenmesi mümkün olmayan toplumsal ilişki ve süreçlerden oluşan bir konfigürasyonlar, bir araya gelişler ya da demetler kümesi”¹² olarak ifade etmektedir. Avrupa’da kapitalizmin doğmasını sağlayan tüm koşullar, o coğrafi yapı içerisinde mevcut olmasının sonucunda gerçekleşmiştir (Alptekin, 2015: 235).

¹¹ Osmanlı iktisadi yapısının ve Batı dünyasında kapitalizm ve girişimciliğin anlaşılmasında farklı yaklaşımlar benimsenip farklı tartışmalar yapılabilir. Bu açılımların varlığı ve zenginliği göz önünde bulundurulmuş olmakla birlikte tez çalışmasında, Weber, Sombart ve Ülgener’in görüşlerinden faydalanılmıştır.

¹² İtalik vurgu, alıntı yapılan kaynağa aittir.

Yeni bir iktisadi yapının ortaya çıkabilmesi için onu hazırlayan koşulların kendisini göstermesi ve düşünsel temelinin oluşması gerekmektedir (Erkal, 1992: 41). Sombart’a (2020) göre kapitalist zihniyetin ve bunu oluşturan ajanların (burjuva) oluşum süreci uzun bir tarihi, entelektüel, kültürel ve ekonomik gelişimin sonucunda gerçekleşmiştir. Kapitalist hesaplama ruhunu da ortaya çıkaran rasyonelleşme, bireyin içerisinde yaşadığı atmosferin kendisinde bulunmaktadır (Bourdieu, 1979: 4). Sanayi Devrimi esnafın sanayi ve ticaret burjuvasına dönüşmesini sağlamış, bazı esnaflar atölyelerini fabrikaya dönüştürmüş ve böylelikle kapitalizmin ortaya çıkmasını sağlayacak olan yeni bir sınıf doğmuştur (Eğilmez, 2018: 25). Sombart (2020: 126) burjuva kavramını ticaret ve zanaatla uğraşan bir sınıfsal tabakaya işaret etmek için değil de kapitalist zihniyet yapısına sahip bireyi ve onun dünyasını açıklığa kavuşturmak üzere kullanır. İktisadi zihniyet, bilişsel ve sosyal açılım sürecinin sonucunda gelişen ekonomik, siyasi ve toplumsal çıktılara ve etki alanlarına karşılık gelmektedir. Bu bağlamda iktisadi zihniyetin ekonomi üzerindeki belirleyiciliği üç alt başlık altında irdelenmiştir.

3.2.1. Dini ve Dünyevi Yaşam Arasında Tasarruf Kültürü

Manevi-dini unsurlar, iktisadi tutumun bir dünya görüşü olarak zihinlere yerleşmesini sağlayan en etkili durumlardır (Ülgener, 1981: 14). Weber kapitalizmin Protestan ahlaktan¹³ doğduğunu iddia ederken Sombart kapitalizmi Yahudiliğin kökenlerinde aramaktadır (Öz, 2013). Çok çalışma ve bunun sonucunda elde edilecek bol kazancın teşvik edildiği her iki dinin de kapitalizmin gelişmesinde önemli bir payı olduğu dile getirilebilir (Sée, 2021: 53).

16. yüzyıl boyunca Avrupa’da üretim faaliyetleri dini ritüellerle iç içe bir şekilde gerçekleştirilmekteydi (Nelson, 2018: 20). Orta Çağ’da kilisenin büyük servete sahip olduğu ancak bu parayı işlemediği, durgun ve üretken olmayan bir ekonomik yapı söz konusudur (Huberman, 2013: 26-27). Orta Çağ boyunca rekabeti önleyen ve belirli çerçevede sınırlandıran rejimsel düzenlemeler mevcuttu (Sée, 2021: 37). Kiliseye göre her şeyin manevi boyutu ön plana çıkarılmakta ve maddi olarak kazançlı olan bir şey başkası için zararlı ise manevi boyutta

¹³ “Protestanlıkla kurulan son derece önemli bağın kaynağı, Protestanlığın müminlerine, Tanrı’ya karşı görevlerin gündelik yaşamın düzene sokulmasıyla yerine getirilmesi çağrısıdır. Bu tema, Reformasyon döneminin Kalvenci ve neo-Kalvenci kiliselerinin inançlarında da yaygındır. Kader inancı da çok önemlidir, fakat insanlar Tanrı’nın kimi koruduğu (seçtiği) ve kimi lanetlediğini bilemedikleri için, bu durum müminde derin bir ruhsal yalnızlık yaratmaktadır. Dolayısıyla, seçilmiş olmanın kesin bir işareti (ya da kanıtı) olan kurtuluşu sağlayabilmek düşüncesiyle birinin emri altında özenle ve sebatla çalışmak (yoğun çalışma, zamanı sistematik kullanma ve dünyevi hazlarla mallara karşı katı bir çilecilik) salık verilir ve buna ‘bu dünya çileciliği’ denir.” (Marshall, 2005: 604)

kötü görülmekteydi. Bu nedenle, ticarete de hak edilenden fazlasının kazanılması uygun görülmezdi (Huberman, 2013: 50). Weber'e göre kapitalist ruhun ortaya çıkabilmesi için baş etmesi gereken ilk unsur geleneksellikti. Bireyler genel olarak yaşamlarını devam ettirecek kadar kazanmaya alışkındırlar, kapitalizmin karşısında para kazanmaya alışkın olmama halinin büyük direnci bulunmaktadır (Weber, 2018: 48-49). Orta Çağ boyunca faizle borç vermek ve almanın günah olarak kabul edilmesi ve para işletilerek para kazanmanın suç sayılması, daha fazla kazanç sağlamak ve yatırım yapmak isteyen Avrupalı tüccarlar için büyük bir engel teşkil etmekteydi (Huberman, 2013: 48-52). Kapitalizmin oluşumu için sermaye birikiminin gerçekleşmesi ve çalışma koşullarında dönüşümün yaşanması gerekmektedir (Sée, 2021: 15). Weber, bunun ancak dini eğitim ile aşılabileceğine ve dolayısıyla din ve kapitalizm arasında en başından itibaren sıkı bir ilişki olduğuna odaklanır (Weber, 2018: 51). Weber, eserinde Protestanlığı ekonomik gelişmeyi sağlayan bir çıktı ve sonuç olarak yorumlar. Ortaya koyduğu sava göre, 16. yüzyılda en gelişmiş ve zengin kentler Protestan mezhebini kabul etmiş kentlerdir. Reform, kilisenin tamamen etkisinin yok olması değil, kiliseye atfedilen anlamın ve konumun farklılaşmasıdır (Weber, 2018: 30). Katolik kilisesi için kazanç isteği günah olarak konumlandırılırken fazla kazanç sağlama ve kâr elde etmenin çok çalışmanın bir sonucu olarak görüldüğü Calvinist öğretisi, kapitalist düşünce biçimine oldukça uygundur (Huberman, 2013: 191). Weber, Protestanların Katolıklara kıyasla ekonomik alanlarda özel bir yönelim gösterdiklerinin açıkça gözlemlenebilir olduğunu vurgular. Katolikler kendi zanaatlarını devam ettirme eğilimi gösterirlerken Protestanlar daha çok fabrikaların yöneticilik mevkilerinde ve uzmanlık alanlarında yer almaya çalışmaktadırlar. Bu durumu Weber, dini ve ailevi yönelimlerin beraberinde getirdiği yatınlıkların, mesleki tercihleri belirlemesi üzerinden açıklar. Katolik mezhebinde diğer dünyanın temel ideal olarak benimsenmesi, bu dünyaya karşı bir aldırmaçlık içerisinde bulunmalarını ve bu nedenle güçlü bir kazanç sağlama ve harcama isteği ile donatılmamalarına sebep olmaktadır (Weber, 2018: 31-34).

Weber'in ifade ettiğı üzere Calvinist öğretiye göre, bireyler seçilmiş olarak doğmaktadır. Buna göre seçilmişler, inançlarının gerekliliklerine uyarak Tanrının şanını yükseltmelidir. Bu eylem, mesleki çaba ile eş değer görülmektedir. Görüldüğü üzere Calvinist öğretilerle birlikte dünyevi eylemler akılcılaştırılmıştır ve bu, meslek üzerinden yapılmıştır (Weber, 2018). Sonsuz mutluluk öte dünyada alınacak olmakla birlikte insanlar tembellik ve gereksiz tüketimden kaçınarak ve çalışarak Tanrının şanını arttırmalı ve böylelikle seçilmiş olmanın verdiği kutsallıklarını korumalıdırlar (Weber, 2018: 117-119).

Geçinecek kadar çalışmanın yeterli görüldüğü Katolik mezhebinde kâr elde etme isteğinin kınanması sebebiyle kapitalistin bu isteğini destekleyebilecek Protestan inancı ön

plana çıkmıştır (Huberman, 2013: 190). Protestan öğretilerde tembel oturmak, fazla uyumak, lüks tüketim ve zevkten uzak durmak tavsiye edilmektedir (Weber, 2018: 118-119). Aşırılık ve gösteriş hoş karşılanmayan durumlardır. Çünkü Tanrı tarafından bahşedilenlerin savurgan bir şekilde kullanılarak zevk için harcanması kınanmaktadır. Artan kazanç korunmalı ve sürekli çoğaltılmalı ve bunun verdiği zevkten uzak durulmalıdır (Weber, 2018: 126-128). Böylelikle, mülkün akıldışı kullanımı kısıtlanmış, Tanrı için faydalı ve amaçsal kullanımı onaylanmıştır (Weber, 2018: 128). Tanrı seçilmiş kişilere kazanma imkânını verir ve bireyi akılcı temelde mesleğini gerçekleştirmeye çağırır (Weber, 2018: 122-123). Böylelikle dini veya ahlaki unsurların iktisadi yaşam üzerindeki kısıtlayıcı ve sınırlandırıcı etkilerine son verilmiştir (Alptekin, 2015: 240). Sonuç itibarıyla dini inançlar, kabuller ve ticari faaliyetler bir aradalığı sağlayabilecek boyutta dönüşmeye başlamıştır (Huberman, 2013: 53).

3.2.2. Teşebbüs Zihniyeti, Merak Duygusu, Servetin Birikim ve Dolaşım Süreci

12. yüzyılın sonundan itibaren Avrupa’da değerli madenleri toplama tutkusu yerini değiş tokuş aracı olan paraya bırakmıştır (Sombart, 2020: 44-45). Tarım toplumlarında temel güç kaynağı olan toprağın yerini endüstri toplumlarında sermaye almıştır (Zencirkıran ve Baştürk, 2019: 138). Feodal dönemde zenginliğin kıstası toprak iken ticaretin gelişmesiyle para da yeni bir servet aracı olarak ön plana çıkmaya başlamıştır (Huberman, 2013: 47). Kapitalist dönemin başlamasını sağlayacak olan bu servet birikimi ticaret ile başlamıştır¹⁴ (Huberman, 2013: 183). Uygarlık döneminin ilk aşamalarında estetik bir değere sahip olan altın, süsleme aracı olarak kullanılırken daha sonra değerli bir maden olduğu için sahip olunmak istenilen bir unsura dönüşmüştür (Sombart, 2020: 40). Değerli madenlerin toplanması, beraberinde sermayenin artmasında, ticaretin daha fazla gelişmesinde ve yeni sanayinin ortaya çıkmasında rol oynamıştır (Sée, 2021: 65).

Ülgener, 16. ve 17. yüzyılda yaygınlık kazanan “istilâ hırsı ve kâr hevesi”ni kapitalist zihniyetin bütünleşmiş iki unsuru olarak ifade eder (Ülgener, 1981: 139). Kazanma isteği, kapitalizmin temel ilkesidir ve kazanç sağlama, mesleki yetkinliğin bir sonucu olarak yorumlanmaktadır (Weber, 2018: 44). Deniz ticareti daha zor olmakla birlikte getirisinin daha fazla olması Batı’nın yönünü değiştirmiş, kapitalist ruhun derinliklerinde bulunan keşfetme arzusu, macera severlik, hırs ve para tutkusu beraberinde ticaretin yönünü okyanuslara doğru yönlendirmiştir (Ülgener, 1981: 138-139). Görüldüğü üzere kapitalizm, para birikiminin bir sonucu olarak ortaya çıkmamış olup tam tersine kapitalist ruh, servet birikimini beraberinde

¹⁴ Bu servet birikim süreci, ticaret ürünlerinin takasının ötesinde sömürge, yağmacılık ve korsanlık gibi çeşitli süreçleri de içermiştir (Huberman, 2013: 183).

getirmiştir (Weber, 2018: 54-55). 1492 yılında keşiflerle birlikte farklılaşan ticaret yolları ve güzergâhlar, Avrupa'nın günümüzdeki küresel iktisadi konumunun temellerinin atılmasında önemli bir belirleyici olmuştur (Anievas ve Nişancıoğlu, 2020: 142). Diğer bölgelerle olan temasa imkân sağlayan bu coğrafi keşiflerle birlikte dünyaya ilişkin bilinirlik artmış ve bunun neticesinde ekonomik, kültürel ve siyasi boyutlarıyla bu alanlarla bütünleşmenin, bu alanlara üstünlük kurmanın ve kontrol sağlamanın yolu açılmış ve böylelikle kapitalist ekonominin kendi kendini üreten bir sistem haline gelme süreci gerçekleşmiştir (Alptekin, 2015: 238).

Sermaye önemli olmakla birlikte onun işlenerek üretimi gerçekleştirecek ve kâr elde edilmesini sağlayacak emek gücü gerekmektedir (Huberman, 2013: 183). Ancak bireyler, kendileri adına üretim faaliyetlerini gerçekleştirebilecekleri bir toprağa sahip oldukları müddetçe fabrikalarda çalışmaya gitmeleri için bir müşkül durum doğmayacak olup ancak üretim araçları elinden alınan ve topraksızlaşan köylüler için fabrikalar iş imkânı olarak talep görecektir (Huberman, 2013: 184). 18. ve 19. yüzyılda oldukça yaygınlık kazanan çevirme âdeti¹⁵ neticesinde köylüler topraksızlaşmış ve böylelikle üretim araçlarından yoksun kalan emekçi işgücü oluşmuştur (Huberman, 2013: 185-188).

3.2.3. Rasyonalist Zihniyet ve Gelecek Anlayışı

Kapitalist zihniyet yapısını oluşturan bir diğer unsur ise ürün ve hizmet alışverişini, sözleşmeleri içeren muhasebe işlemleridir (Sombart, 2020: 150-153). Hesaplamaya dayalı akılcılaştırılmış bu ekonomik yönelim, kapitalist ekonomi içinde temel bir önem arz etmektedir (Weber, 2018: 59). Kapitalist girişimcinin “sayı saymayı, hesap ve tasarruf yapmayı bilme” niteliklerine de sahip olması gerekmektedir (Sombart, 2020: 125). Püriten meslek ahlakına atfedilen çaba, sıradan bir iş uğraşısı olmayıp akılsal temelde gerçekleştirilen bir eylem olarak kutsanmaktadır (Weber, 2018: 122). Girişimciler, kapitalizm öncesi zanaat geleneklerine uygun olacak nitelikte mal üretmeyi öncelerken temel değerın malın değişim değeri olduğu düşüncesi, kapitalizm ortaya çıktıktan uzun bir süre sonra hâkim hale gelen bir anlayış olmuştur (Sombart, 2020: 189). Weber’e göre iktisadi alanda rasyonelleşmenin en tipik belirleyicileri şunlardır: Tasarruf, tüketimde marjinal faydanın öncelenmesi, üretim ve alışveriş (Swedberg, 2019: 66). Sanayi Devrimi ile birlikte seri üretim önem kazanmış ve üretimde nicelik belirleyici olmuştur (Ülgener, 1981: 202).

Modern kapitalist öznenin özellikleri arasında müzakere etme, hesap yapma, sürekli ilerleme peşinde olma, kârı maksimize etme ve ekonomik dönüşümleri sürekli takip etme,

¹⁵ Büyük çiftçilerin, küçük çiftçilerin topraklarını çeşitli biçimlerde kendi mülkiyetlerine katarak büyük topraklar elde etme süreçleridir (Huberman, 2013: 185-188).

dürüstlük ve işine bağlılık bulunmaktadır (Sombart, 2020: 204-214). Görüldüğü üzere Avrupa’da teşebbüs zihniyetinin gelişmesini sağlayan unsurlar şu şekildedir: Ticaret ve sanayi alanında gerçekleştirilen faaliyetler; bu faaliyetlere imkân sağlayan hukuk ve devlet nizamı; manevi ve dini yöndeki destek ve teşvikler kapsamında yer alan Kalvenizm ve Püritenizm (Ülgener, 1981: 131).

3.3. Kapitalizmin Gölgesinde Osmanlı İktisadi Yapısı

Köklü bir tarihi geçmişe dayanan Osmanlı devleti, farklı din, dil ve kültürden toplumları tek çatı altında toplamıştır. Bu bağlamda Osmanlı toplum yapısının anlaşılmasında coğrafi, kültürel, tarihi, küresel ve yerel pek çok dinamiğin etkisi göz önünde bulundurulmalıdır. Osmanlı devlet yapısı, tez çalışmasının kapsamı dışında olmakla birlikte ekonomik yapısı, iktisadi zihniyet bağlamında kısa da olsa değinilmeyi gerektirmektedir. Genç (2014: 39), Osmanlı’da ayrı ve başlı başına bir iktisadi yapının mevcut olmadığını, devletin iktisadi faaliyetlerinin, iktisat dışı organlar tarafından yürütülmekte olduğunu ifade eder:

“İktisadî fonksiyonların, bürokratik organizasyonda belirli bir organı olmadığı gibi, toplum içinde de, iktisadî olaylar, diğer sosyal ilişki ve kurumların denizinde erimiş halde bulunur ve farklılaşmış belirgin bir nitelik göstermezdi. Din, siyaset, ahlak, aile, cemaat, tarikat ilişkilerinin karmaşık yumağı içinde, sırf iktisadî ilişkileri ayıklamak, çayda erimiş şekeri bulup çıkarmak kadar zordur” (Genç, 2014: 40).

Osmanlı’da çalışma hayatında önemli yer edinen sosyal güvenlik uygulamaları geleneksel uygulamaların (dini yardımlar, meslek teşkilatı, vakıflar vb.) yanı sıra düzenli uygulamalar şeklinde gerçekleşmektedir (Işık Erol, 2017: 9-17). Türk toplumuna özgü bir birim olan Ahilik müessesesinin, Osmanlı devletinin kuruluşunun yanı sıra Osmanlı ekonomisi ve biliminin gelişmesinde de oldukça önemli katkıları olmuştur (Işık Erol, 2017: 1). İlk olarak ahilik, ardından lonca teşkilatları kapsamında yer alan esnaf ve sanatkârların, Osmanlı’da iktisadi yapının yanı sıra toplum yapısı ve düzeni üzerinde önemli etkileri olmuştur. Tez çalışmasında iktisadi özneler olarak esnaflara odaklanılmış olup geçmişten günümüze esnafların nasıl bir seyir izlediği, buna karşın Batı’da esnafların nasıl bir dönüşüm sergilediği ve dünya iktisadi yapısında hâkim hale gelen ekonomik sistemin Osmanlı ve Türkiye üzerindeki etkileri irdelenmiştir.

Batı’da esnafıktan fabrikalaşmaya doğru bir gelişim yaşanırken Doğu’da tam tersi bir seyir deneyimlenmiştir. Ülgener, coğrafi keşifler ile birlikte kaderin değiştiği bu dönemi ifade etmek üzere “çözülme devri” kavramını kullanarak Batı karşısında geri kalma olarak betimlediği bu süreci “ortaçağlaşma” olarak ifade eder (Ülgener, 1981: 22-23). Doğu’da dolaşımdaki servet kendini yenilemekten ve işlenerek yeniden üretilmekten çok uzakta iken

Batı'da bunun tersine, yaşadığı dönemin risklerini de göze alarak ülke sınırlarını aşmış, yeri geldiğinde devlet ve kilise otoritesine karşı gelebilen bir tüccar sınıfı gelişmiştir (Ülgener, 1981: 181, 198). Osmanlının son dönemlerinde ticarete hoş bakılmaması, bu alanın gelişmesine ve girişimciliğin ortaya çıkmasına engel olmuştur (Erkal, 1992: 40). Çünkü tarım toplumlarında tüccarlara ve iş adamlarına olumsuz bir konum atfedilmekte ve özellikle ticaretin sahtekârlık yoluyla para kazanma süreciyle ilişkilendirildiği görülmektedir (Zencirkıran ve Baştürk, 2019: 135-136). Bu durum, Osmanlı topraklarında ticaretin genel olarak gayrimüslimler tarafından gerçekleştirilmesini beraberinde getirmiştir (Berkes, 1972: 77-80).

Osmanlı'nın toprak bütünlüğünü korumak için gerçekleştirdiği reform girişimleri her ne kadar Avrupa tarafından desteklense de bu desteklerinin bedeli olarak Avrupa, Osmanlı topraklarının dışa açılması yönünde taleplerde bulunmuştur (Pamuk, 2007: 204). Küreselleşme sürecinde pek çok ülke kendi dış ticaretini geliştirirken Osmanlı kendi tüccarına zarar verecek düzeyde imtiyazlar aldığı düzenlemeler ve anlaşmalar gerçekleştirmiştir (Kazgan, 2006: 19-21). Böylelikle, Avrupa'nın ekonomik gücünün daha fazla Osmanlı toprakları içerisine girmesine sebep olunmuş, Osmanlı merkezi otoritesini güçlendirmek isterken tam tersine ekonomi üzerindeki denetimi giderek azalmıştır (Pamuk, 2007: 204). Bunun yanı sıra kapitalist zihniyeti canlandıran deniz ticaretindeki teşkilatlanma ve ortaklıklar, Şark dünyasında tam tersi bir seyir izlemiş, dağınık ve teşkilatsız bir biçime bürünmeye başlamıştır (Ülgener, 1981: 143). Para piyasasında yaşanan istikrarsızlık, önceden hesaplanamayan vergiler, masraflar ve harçlar gibi unsurlar da güvensizlik ortamını besleyerek Şark ticaretini olumsuz yönde etkilemiştir (Ülgener, 1981: 145-146). Dış pazarda yaşanan kısıtlanmanın yanı sıra iç pazarda da durum pek iç açıcı olmamış, esnaf yenileşme ve gelişme konusunda da bir yönelim göstermemiştir (Ülgener, 1981: 148-149).

Ticarete yaşanan daralmanın dışında iş ahlakı da çözülmenin yaşandığı bir diğer alan olmuştur: Haksız ve hileli kazanç elde etme, soygun, yol kesme, kandırma ve sömürme gibi faaliyetler de bu dönemde görünür hale gelmiştir (Ülgener, 1981: 158-166). Aynı zamanda değerli maden ve paraların da değerlendirilmekten ziyade gömülmesi ve saklanması iktisadi yaşamı durgunluğa yöneltten sebepler arasında yer almaktadır (Ülgener, 1981: 172). Kolay kazanç elde etme isteklerinin sonuçlarından birisi de define arayıcılığı olmuş, normal yöntemlerle gerçekleştirilemeyen kazanç isteği, bu tür sapmalar ve savrulmalarla kendini göstermeye başlamıştır (Ülgener, 1981: 162-166).

Gündelik, mevsimlik, aylık ve nadiren yıllık işlerin hesabının yapıldığı esnaflarda hesap yapma ve rasyonel zihniyet gelişmemiştir (Ülgener, 1981: 203-204). Aile yaşamından mesleki yaşama kadar ölçülülük ve kanaatkârlık üzerine kurulu bir ahlak anlayışı egemen olmuştur

(Ülgener, 1981: 74). Osmanlı'da 16. yüzyıldan sonra görülmeye başlanan iktisadi çözülme, kadercilik ve kolektivizm şuurunu ön plana çıkarmıştır (Arslan, 2012: 174). Orta Çağ ahlakına göre bir birey, rızkından emin, geleceğe ilişkin kaygı taşımayan, bugünden ötesini düşünmeyen, kendisini ve yakınlarını geçindirmeye yetecek kadar kazancı yeterli görmelidir (Ülgener, 1981: 65-73). Osmanlı toplum yapısındaki kazanca yönelik sergilenen kanaatkârlık ve bu dünyanın geçiciliğine yönelik tutum, kaderci bir anlayışın ön plana çıkmasını sağlamış ve batıdakine benzer bir girişimci sınıfın oluşması ve sermaye birikiminin gerçekleşmesi önünde engel teşkil etmiştir (Candan, 2011: 162). Arslan (2012: 175) bazı İslam alimlerinin İslam'ın kaderci bir niteliğe sahip olmadığı ve yanlış yorumlandığına ilişkin görüşlerini iletir. İslami kaynaklarda bireyin topluma karşı olan görevleri önemli bir yer tutmaktadır (Goitein, 2010: 38). İslam'da da bireyciliğe ilişkin unsurlar bulunmakla birlikte Protestan ahlakındaki sekülerlikten farklı olarak daha çok bireyin sorumluluk sahibi olması ön plana çıkmaktadır (Arslan, 2012: 176-177).

18. yüzyıla kadar Osmanlı topraklarında esnafılık müessesinin en parlak dönemi yaşanmış olmasına rağmen imparatorluğun çöküşüyle birlikte loncalar da yozlaşmaya başlamıştır (Darıcı vd., 2012: 27). Türk lonca sistemi 19. yüzyıl süresince Avrupa iktisat anlayışının Osmanlı topraklarında yaygınlık kazanmasıyla birlikte giderek işlevsiz hale gelmeye başlamıştır (Taeschner, 1953: 25). Ülgener'in ifade ettiği üzere lonca sisteminde yavaş, hırstan uzak, kanaatkârlığın hâkim olduğu ve meslek değiştirmenin kısıtlandığı durgun bir iş yaşamı benimsenmiştir. İbadetten uzaklaşmamak ve dünya işleri ile fazla meşgul olmamak adına dini bir temelde sürdürülen Orta Çağ ahlak anlayışı, lonca sisteminde de devam etmiştir. Burada fazla çalışma kısıtlanarak esnaf rekabetten uzak tutulmak istenmiştir (Ülgener, 1981: 80-82). Lonca altında örgütlenmiş küçük atölyeler, 19. yüzyılın başlangıcında ihtiyaçların karşılanmasına yeten, bez ve pamuk ipliği gibi bazı ürünlerin ihracatının yapılabilmesine imkân sağlayan bir düzeyde olsa da Avrupa'daki fabrikalaşma ve makineleşme ile birlikte ortaya çıkan rekabet ortamı ve değişen ihtiyaçlar, Tanzimat'tan sonra Osmanlı sanayi yapısının güçsüz bir konuma düşmesini beraberinde getirmiştir (Sarc, 1980: 13).

Sanayi Devrimiyle birlikte Orta Çağ değerlerine dayanan iş ahlakı aşınmış ve kitlesel üretim ön plana çıkmıştır (Arslan, 2012: 21). Batı Avrupa'da üretim araçları ticaret, endüstri ve sermaye üzerinden sağlanan kârlarla güçlenen bir kapitalist devlet söz konusu iken Osmanlı'nın savaş ekonomisi üzerine kurulu bir devlet yapısına sahip olması devletin zayıflama sürecini beraberinde getirmiştir (Berkes, 1972: 11-12). Osmanlı İmparatorluğu, Rönesans ve Reform hareketlerinin dışında kalarak onların beraberinde getirdiği yeni üretim biçimlerini yaratan Sanayi Devrimini gerçekleştirememiş ve üretim teknolojilerinde gerekli değişme ayak

uyduramamıştır (Eğilmez, 2018: 40). Çünkü Osmanlı'da iktisadi yapı temel olarak tarım ve esnafılık düzeyinde kalan sanayiye dayanmaktadır (Eğilmez, 2018: 27). Tanzimat sonrasında iktisadi alanda bazı hukuki düzenlemeler gerçekleştirilse de girişimci ruha sahip ve ekonomik canlılığı sağlayacak bir üretici profili oluşamamıştır (Sayar, 2000: 282). Osmanlı topraklarında Avrupa'dakine benzer bir iktisadi dönüşümün oluşamamasının nedenleri arasında, Aydınlanma Çağının yaşanamaması, eğitim sisteminde gerekli dönüşümlerin gerçekleşmemesi, yeniliklere ve icatlara merak gösteren bir toplum yapısına ulaşılamaması ve bilim alanında yeterli gelişme gösterilememiş olması sayılabilir (Eğilmez, 2018: 28).

3.4. Milli İktisadi Anlayış ve Girişimciliğin Doğum Sancıları

3.4.1. 1923'ten 1938'e Türkiye'de İktisadi Politikalar: Devletçilik Çatısı Altında Gelişen Girişimcilik Eğilimleri

Türkiye kuruluş yıllarında, Lozan Antlaşması ile üstlenmek zorunda bırakıldığı Osmanlı borçları ile mücadele etmekteydi (Çoban, 2018: 231). Lozan'ın dış ticaretteki sınırlandırıcı etkisi sebebiyle Türkiye tarım hammaddesi ihraç eden ve sanayi ürünlerini ithal eden bir ülke konumunda bulunmaktaydı (Bahçe ve Eres, 2019: 22). Lozan sonrası nüfus mübadelesi sonucunda büyük bir tüccar, sanatçı ve sanayici nüfusu ülke sınırlarından ayrılmış ve yerine uğraşı alanlarının yoğunlukla tarım olduğu bir kitle gelmiştir (Tokgöz, 2018: 52). 1920'li yıllarda, sanayinin mevcut olmadığı ve köylülerin ağırlıkta bulunduğu ve tarımda gelişmemiş teknolojik yöntemlerin kullanıldığı bir iktisadi yapı mevcuttu (Bilgin, 2002: 74). Yeni nüfusun %90'ının okuma yazma bilmediği, %80'inin temel geçim kaynağının tarım olduğu, sermaye birikiminin ve nitelikli işgücünün mevcut olmadığı ve düzenleyici bir bürokratik sistemin de bulunmadığı bir dönem ile karşı karşıya kalınmıştır (Tokgöz, 2018: 53).

Lozan anlaşması ile elde edilen siyasi bağımsızlığın sürdürülebilmesi için iktisadi bağımsızlığın da kazanılması gerekmektedir (Tokgöz, 2018: 47). Ancak, eğitim seviyesinin düşük olmasının yanı sıra Balkanlardan gelenlerin oradaki varlıklarından da yoksun kalmaları, Müslüman-Türklerin ekonomik yaşamda istenilen etkililiği sağlamasını engellemiştir (Kazgan, 2006: 56). Ülkenin içinde bulunduğu imkânlar ve şartlar göz önünde bulundurulduğunda, devletin etkin politikalar uygulanması yoluyla bir iktisadi kalkınmanın gerçekleştirilmesi adeta bir zorunluluk halini almıştır. Milli kalkınmayı sağlayabilmek adına öncü burjuvazinin yaratılması esas alınmış ve yabancılara sağlanan ayrıcalıklar kaldırılarak kaynakların millileştirilmesi yönünde politik tutumlar benimsenmiştir (Buğra, 2013: 143). Ülkenin kaynaklarının ve eksikliklerinin tespit edilebilmesi ve stratejilerin düzenlenebilmesi amacıyla

17 Şubat 1923 tarihinde Türkiye İktisat Kongresi¹⁶ gerçekleştirilmiştir (Gökçen, 2020: 194). Kongrenin temel amaçları ise ülkede takip edilecek ekonomi politikasının oluşturulmasına katkı sağlamak, sermayedarlar ile hükümet temsilcileri arasında bağlantı sağlamak, siyasi bağımsızlık kadar ekonomik bağımsızlığa da ülke çapında destek verildiğini göstermek ve komünist rejimin ülkede benimsenmeyeceğine ilişkin mesaj vermektir (Tokgöz, 2018: 48). Bu kapsamda kongrede kabul edilen ilkeler, girişimin teşvik edilmesi ve piyasa ekonomisini mümkün kılacak olan kurumsallaşma ve haklara ilişkin gerekli yapılanmayı içermektedir (Buğra, 2013: 144). Kongre kapsamından ayrıca yerli üretimin teşvik edilmesi, ulaşımın gelişmesi, vergide ve nakliyatada çeşitli destekler ve sanayiye nitelikli insan kaynağı geliştirmek için eğitim desteği gibi milli egemenliği kuvvetlendirme yönünde çeşitli girişimlerde bulunulmuştur (Gökçen, 2020: 194-195). Bu kapsamda, aşar vergisinin kaldırılması (17 Şubat 1925) ve 1926 yılında yürürlüğe alınan Medeni Kanun ile köylüye ettikleri toprakların tapusunu alabilme hakkının verilmesi gibi çiftçiye rahatlatmaya yönelik bazı uygulamalar hayata geçirilmiştir (Tokgöz, 2018: 50-51).

Cumhuriyetin kuruluşunun ilk 10 yılında İktisat Kongresinde görüşülen kararlar uygulamaya koyulmuştur (Kepenek ve Yentürk, 2001: 44). Cumhuriyet döneminde ekonomik kalkınma konusunda en çok sanayileşme vurgulanmaktaydı (Tezel, 2002: 146). Sanayiye geliştirmeye yönelik 1924'te İş Bankası, 1925'te adı daha sonra Sümerbank olarak değişecek olan Sanayi ve Maadin Bankası, 1930'da Merkez Bankası, 1936'da Etibank ve Türk sularından yalnızca Türklere verilen ticaret hakkı gibi çeşitli düzenlemeler yapılsa da ekonomideki yavaş ilerleme devletçiliğin adete zorunlu bir siyaset olarak gelişmesini sağlamıştır (Karpat, 1996: 88-89). Kuruluş yıllarından itibaren demiryolu yapımı, 1925 yılında şeker fabrikası açılması yönünde kanunun çıkarılması ve 1927'de sanayi ve madencilikğin desteklenmesi gibi faaliyetlerde bulunulmuştur (Tokgöz, 2018: 55). Bu dönemde devlet, fiyat düzenleme ve teşvik sağlama gibi çeşitli iktisadi faaliyetler üzerinde belirleyiciyi bir konumdaydı (Çoban, 2018: 233). Sanayiye büyük önem verilmesi neticesinde, mevcut durumu tespit edebilmek adına 1927 yılında sanayi sayımı yapılmıştır. Sarc (1980), Devlet İstatistik Enstitüsünün (DİE) 1927 yılı sanayi sayımı verilerine dayanarak bu sürece ilişkin analiz yapmıştır. Ona göre sanayilerin büyük çoğunluğu küçüktür. Toplam 65.245 olan işletmelerin %79'unda 3 ve daha az çalışan sayısı mevcut, işletmelerin %96,8'inde 5 veya daha az çalışan mevcuttur. 50'den daha fazla çalışana sahip olan işletme sayısı ise 321 olup bunların arasında Uşak ve Alpullu'da kurulan şeker fabrikaları da yer almaktadır. Sadece 2822 işletmede makine ve/veya motor

¹⁶ Cumhuriyetin ilanından önce toplanan Milli İktisat Kongresi ve neticesinde uygulanan teşvikler, milli iktisadi kalkınmanın Türkiye'nin öncelikli amaçlarından birisi olduğuna işaret etmektedir (Buğra, 2013: 143-144).

bulunmaktadır. Ana mamul üretimi oldukça kısıtlı sayıda işletme tarafından gerçekleştirilmekle birlikte büyük bir kısmında ise ürünlerin bir kısmının ithal edildiği yarı mamul ürünlerin işlenmesi ve tamircilik gibi işler yapılmaktadır. Genel olarak, işletmelerin üretim düzeyleri ülke ihtiyacını karşılamada yeterli değilken ihracat yapmaya müsait bir üretim düzeyinde de değildi (Sarc, 1980: 13-14).

Türkiye'nin kuruluş döneminin ilk 10 senesinde çeşitli teşvikler ve destek politikaları uygulansa da özel sektörde sanayi alanında istenilen gelişme gözlenememiştir (Kepenek ve Yentürk, 2001: 46). 1923-1933 yılları arasında devlet tarafından özel girişimciliğe yapılan teşvikten olumlu sonuçlar alınamaması neticesinde 1930'lu yıllarda devletçilik yaklaşımı ön plana çıkmıştır (Hiç ve Manisalı, 1980: 183). Bu dönemde devletçilik politikasının uygulanmasının pek çok iç ve dış sebepleri bulunmaktadır. Bunlar arasında cumhuriyetin kuruluş yıllarında mevcut kaynakların yetersizliği, tarihsel ve toplumsal etkenler sebebiyle istenilen ekonomik bağımsızlığın ve gelişmelerin gerçekleştirilememiş olması ve dünya ekonomik bunalımının olumsuz etkileri sayılabilir (Kepenek ve Yentürk, 2001: 60-63). Her ne kadar devletçilik politikaları, bir açıdan kapitalizmin gelişmesi için ön hazırlıkları içermekte olsa da devletten sağlanan imkânlar ile büyüyen dışa dönük olmayan ve rekabetten uzak bir girişimci profilinin oluşmasını da beraberinde getirmiştir (Bilgin, 2002: 75).

1929 yılında Lozan Anlaşması'nın sınırlandırıcı şartlarının sonlanması sabırsızlıkla beklenmesine rağmen ülke, 1920'li yılların sonunda mücadele gerektiren iki önemli sorunla karşı karşıya kalmıştır: Dünya ekonomik krizi ve İkinci Dünya Savaşı (Buğra, 2013: 145-146). Bunların yanı sıra, tüccarların sona eren Lozan uygulamalarının ardından devletin gerçekleştirmesini bekledikleri kısıtlama ve vergilendirmelere karşı kendilerini koruyucu bir tutum takınarak büyük stoklar yapmaları, iflasların gerçekleşmesine ve ülke ekonomisi içinde krizin yaşanmasına sebep olmuştur (Kazgan, 2006: 57; Buğra, 2013: 146-147). 1929 yılında yaşanan ekonomik kriz, dünyada serbest piyasa yerine denetimli ekonomi anlayışının benimsenmesini beraberinde getirmiş ve ülkedeki koşullar da göz önünde bulundurulduğunda Türkiye'de ithal ikameci bir politika benimsenmiştir (Kazgan, 2006: 60).

Dünyada Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin (SSCB) ardından ilk kez Türkiye'de gerçekleştirilen ve 1933 yılında adımlarının atıldığı planlı ekonomi anlayışı, ülkede uygulanan ekonomi politikasının zeminini oluşturmaktadır (Kazgan, 2006: 60-61). Devletçilik kapsamında 1933-1938 arasında Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı uygulanmıştır (Hiç ve Manisalı, 1980: 184). Bu sanayi planının başarılı sonuçlar vermesinin ardından İkinci Beş Yıllık Sanayi Planı hazırlanarak bu kapsamda rekabeti kontrol etmek, dünyadaki gelişmeleri takip etmek, tüm ülkede dengeli bir kalkınma sağlamak ve kaynakların savurgan bir şekilde

kullanımının önüne geçmek için alınan tedbirler ve yurtdışına öğrenci ve stajyer gönderme ve nitelikli eleman yetiştirmek için okullar açma gibi faaliyetlerde bulunulmuştur (Gökçen, 2020: 197-198). 1939-1943 yılları arasında hayata geçirilmesi planlanan ve ilkinden daha kapsamlı olan sanayi planı, savaşın başlaması neticesinde gerçekleştirilememiştir (Hiç ve Manisalı, 1980: 185).

İkinci Dünya Savaşının başlamasıyla Türkiye’de yaklaşık olarak bir milyon insan silahlandırılmış, üretim faaliyetlerinde kaynak ve işgücü sorunları artış göstermiş ve uygulanması planlanan İkinci Beş Yıllık Sanayi Planı uygulanamamıştır (Tokgöz, 2018: 117-118). Türkiye Savaşa girmemiş olmasına rağmen savaşın ekonomi üzerindeki etkilerini ve bunalımını yaşamıştır (Boratav, 2019: 89). Bu dönemde hükümetin sanayi alanında sahip olduğu hâkimiyeti tarım alanında gösterememesi, devlet ile üreticiler arasında zıtlaşmaları ve kıtlıkların yaşanmasını beraberinde getirmiştir (Tokgöz, 2018: 125). Bu kapsamda planlı sanayileşme bir süre duraklamış, devletin tarım ürünlerine el koymak istemesi, çiftçinin ürünlerini saklaması, tarım ve sanayi ürünlerinde fiyat artışlarının yaşanması ve siyasi liderlerin aleyhine bir duruşun belirginlik kazanması ile sonuçlanmıştır (Bahçe ve Eres, 2019: 30).

İkinci Dünya Savaşının bitmesinin ardından yeni güç ilişkileri oluşmuş ve Batı dünyası Amerika Birleşik Devletleri (ABD) önderliğinde kredi ve yardımlarla gelişmekte olan ülkelerin kalkındırılmasını amaçlayan yeni bir uluslararası ekonomi politikası sunmuştur (Hiç ve Manisalı, 1980: 187). Türkiye, 1945 yılında aktif hale gelen Birleşmiş Milletler örgütüne kurucu üye, 1947 yılında ise Uluslararası Para Fonu’na (IMF) üye olmuş ve kuruluş yıllarında dış ticarete etkin olan İngiltere, İtalya ve ardından Almanya’nın yerini İkinci Dünya Savaşından sonra ABD almaya başlamıştır (Tokgöz, 2018: 127, 129). Böylelikle, Türkiye’de 1946 yılından itibaren liberal ekonomi politikası yaygınlaşmaya başlamış ve dış borçlar, özel girişim ve ticarete serbestleşme gibi uygulamalar ön plana çıkmıştır (Hiç ve Manisalı, 1980: 187). Dünyadaki zıt iktisadi sistemler ve çok partili döneme geçiş gibi çeşitli unsurların yarattığı baskı sonucunda uygulanan devletçilik politikası, 1947 yılından itibaren yerini liberalizme bırakmıştır (Çoban, 2018: 235-236).

Savaşın ardından ihracatın yükseleceği ve ithalatın düşeceği beklenirken dış ticaret açığı ortaya çıkmıştır (Tokgöz, 2018: 128). 1947 yılında o zamana kadar dengeli bir şekilde ilerleyen dış ticaret politikası bozulmuş, dışarıdan borç alınmış ve günümüze kadar devam eden dış ticaret açığı başlamıştır (Kurtoğlu, 2019: 452). 1948 yılında düzenlenen Türkiye İktisat Kongresinde devletçilik politikalarının üretimden yavaşça uzaklaşması gerektiği yönünde kararlar alınmış ve savaşın olumsuz etkileri ve çok partili hayata geçiş süreci, devletçiliğe karşı duruşun güç kazanmasını beraberinde getirmiştir (Tokgöz, 2018: 134-137). 1940’lı yıllardan

sonra devlet desteği kapsamındaki sanayileşme politikalarının devam etme durumu ve toplum tarafından mevcut hükümete verilen desteğin zayıflamasının yansımaları, 1950 seçimlerinde kendisini göstermiştir (Bahçe ve Eres, 2019: 33).

3.4.2. 1950'den 1980'e Çözünen Devletçilik Anlayışı ve Devletin Ekonomik Kalkınmada Değişen Rolü

1950 yılında iktidara geçen Demokrat Parti, Halk Partisinin politikalarının tekелci olduğu, gereksiz devlet müdahalelerinin ekonomiyi duraksattığı ve yabancı sermayeden yararlanmanın gerektiğine ilişkin karşı çıkışlarda bulunmuştur (Şimşek, 2008: 308-309). Demokrat Partinin karşı gelişleri sonucunda devlet müdahalesinde azalma yaşanmış aynı zamanda yardımlarıyla Türkiye üzerinde büyük bir etkiye sahip olan ABD'nin de devletçilik politikasına karşı takındığı olumsuz tavır, sanayide özel girişimin artması yönünde etkide bulunmuştur (Tezel, 2002: 265). 1950 yılında Demokrat Partinin iktidara gelmesinin ardından ülkenin iktisat politikalarında büyük değişiklikler olmuş, 1951 yılında yapılan sanayi kongresinde, sanayi odalarının kurulması kararı alınmış ve özel girişimin azami derecede teşvik edilmesi öncelikli hale gelmiştir (Hiç ve Manisalı, 1980: 188).

Demokrat Parti, tarımın ön plana alındığı, sanayileşmede devlet müdahalesi azaltılarak bu alandaki gelişmelerin özel sektöre devredildiğı ve liberalleşme yönelimli bir ekonomi politikasını hayata geçirmiştir (Tokgöz, 2018: 143). Demokrat Partinin seçim kampanyalarında da mevcut olduğu üzere çiftçiyi kalkındırmaya yönelik yatırımlar gerçekleştirilmiştir (Kurtoglu, 2019: 467). 1953 sonuna kadar tarım alanında önemli gelişmeler olmuş ve çiftçilerin refah düzeyi artmıştır (Tokgöz, 2018: 144-145) ve Marshall Planının etkisiyle de tarımda makineleşme hızla yaygınlaşmıştır (Gökçen, 2020: 204). 1950 yılında başlayan Kore savaşıyla birlikte tarım ürünlerine artan talep, Türkiye'nin sanayileşmek yerine tarım sektörüne yönelimini beraberinde getirmiş olsa da 1954 yılından sonra yaşanan olumsuz hava koşulları ve Kore savaşının bitmesinin ardından azalan ihracat talebi ile hükümet sanayileşmeye yönelmiştir (Tokgöz, 2018: 143-146). Tarım ürünlerinin fiyatlarının düşmesi ve sanayi ürünlerinin fiyatlarının tarım ürünlerinden daha yüksek hale gelmesi ile birlikte tarım ürünleri ihracatı yapan ve sanayi ürünleri ithalatı yapan Türkiye gibi ülkeler için büyük sorunlar başlamıştır (Bahçe ve Eres, 2019: 37).

Bu dönemde sanayide ihracat güçlü değildi ve ülke içi ihtiyaçları karşılamaya yönelik düşük bir düzeydeydi (Gökçen, 2020: 203). İkinci Dünya Savaşı sırasında biriken döviz rezervleri ithalatın artması sonucunda tükenmiş, özellikle ithal edilen ürünlerde kalkınma için gerekli olan mallar yerine lüks tüketim ürünlerinin ön plana çıkması, süreci daha da kötüye

götürmüş ve sonuç olarak 1953 yılında ithalatla izlenen liberalleşme politikaları sona erdirilmiştir (Kurtoglu, 2019: 478). 1939-1949 yılları arasında yaşanan durgunluğun ardından 1950-1953 yılları arasında kalkınma hızı artmış, 1954 yılında yaşanan olumsuz hava koşulları tarımsal üretimi olumsuz yönde etkilemiş olsa da 1955-1959 arasında kalkınma hızı yüksek olmamakla birlikte artış göstermeye devam etmiştir (Hiç ve Manisalı, 1980: 191). Ülkemizde piyasa ekonomisi uygulamaları başlamış olmasına rağmen gerekli bilgi ve tecrübe eksikliği ve hammadde temini ile ilgili süreçlerin ilerlemesi için gerekli olan mekanizmaların mevcut olmayışı, serbest piyasa ekonomisine geçişte olumsuz etkilere sebep olmuştur (Gökçen, 2020: 202). Bu dönemde ülkede iktisadi planlama konusunda nitelik sahibi olan birey sayısı, bilimsel çalışma ve istatistiki veri oldukça kısıtlıdır (Tokgöz, 2018: 172).

1960'tan itibaren farklı bir siyasi yapılanma içerisine giren Türkiye'de, 1961 Anayasası ile birlikte devletin rolü arttırılmış ve kalkınma planlarını gerçekleştirmek devletin görevi haline getirilmiştir (Gökçen, 2020: 204). 1961 yılında kabul edilerek yürürlüğe giren Anayasa gereğince Devlet Planlama Teşkilatına verilen görevler şu şekildedir: Mevcut kaynakları belirlemek, iktisadi uygulama ve faaliyetlerde hükümete yardımcı olmak, planlar yapmak ve bu planlardan başarılı sonuçlar elde edebilmek için önerilerde bulunmak ve özel girişimi teşvik etmek ve öneriler geliştirmek (Tokgöz, 2018: 170).

30 Ekim 1961 tarihli Türk-Alman Anlaşması ile ülkede işsizliğin azaltılması ve döviz girişinin sağlanmasına ilişkin bir yönelimde bulunulmuştur (Tokgöz, 2018: 174). Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planının uygulandığı 1963-1968 yılları arasında serbest piyasa ve planlı iktisat sisteminin bir arada yürütülmesi nedeniyle bu sürece karma ekonomi denilmekte olup bu dönemde temel ağırlık tarımdan sanayiye doğru yönlendirilmeye çalışılmış ve teşviklerdeki en büyük payın sanayiye ayrılması hedeflenmiştir (Gökçen, 2020: 204-205). Bu kalkınma planı döneminde Sovyetler ile 25 Mart 1967 yılında Ekonomik-Teknik İşbirliği Anlaşması ile iş birliği yapılarak Avrupa'dan alınamayan ekonomik destek sağlanmıştır (Tokgöz, 2018: 180-181).

1968-1972 yıllarında İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı uygulanmıştır (Hiç ve Manisalı, 1980: 192). Bu dönemde gerçekleştirilen teşvik belgesi düzenlemesi ile vergi indirimi ve kredi desteği gibi çeşitli imkânlardan faydalanma hakkı sağlanmış olsa da bu planın uygulanması sürecinin seçimlere denk gelmesi, yatırımların oy yönelimli olmasını ve kısa dönemli iktisadi planlara harcanmasını beraberinde getirmiştir (Tokgöz, 2018: 188).

1973-1977 tarihleri arasında uygulanan Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında, sanayileşme yönünde kararlar alınmış olsa da iç ve dış etkenlerden kaynaklanan durumlar nedeniyle istikrarlı kalkınma sağlanamamıştır (Tokgöz, 2018: 199-200). 1970 ila 1976 yılları

arasında, Türkiye ekonomi tarihinde ithal ikameci anlayış benimsenerek kamu önderliğinde yatırım eğilimleri gerçekleştirilmiştir (Yeldan, 2001: 38). 1974 yılında petrol krizi ve Kıbrıs Barış Harekâtı, dış ticaret açığının daha da büyümesine sebep olmuş, 1971 yılından itibaren uygulanan kur politikaları, ihracat ve turizm getirilerini etkilemiş ve dış borçların ödenememesi sonucunda IMF ve diğer borçlu olunanların da etkisiyle ödeme programı hazırlanmıştır (Tokgöz, 2018: 201-203). 1979 yılında uygulanmaya başlanan Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planının, hazırlayan kadronun 1980 darbesi ile görevden alınması ile uygulanma ihtimali kalmamış ve ardından gelen yöneticiler kendi politikalarını sürdürmüşlerdir (Tokgöz, 2018: 204-207).

Kalkınma planlarında ortak unsurların yanı sıra büyük farklılıklar da bulunmaktadır (Bahçe ve Eres, 2019: 41). İlk dört plan, yaşanan siyasi ve iktisadi etkenler sebebiyle tasarlayan hükümet tarafından tamamlanamamıştır (Tokgöz, 2018: 177). Kalkınma planları kapsamında gerçekleştirilen sanayileşme yönündeki yoğunlaşma ile gayri safi milli hasılda sanayinin yeri ve payı arttırılmış, tarım sektörünün payı ise düşürülmüştür (Gökçen, 2020: 206-207).

Keyder, bu dönemde yaygınlık gösteren küçük sanayi işletmecilerinin iki tipte olduğunu belirtir. Bunlardan ilk grup, 1960'lı yılların getirdiği iktisadi büyümeden temellerini almakta olup sanayi merkezleri çeperinde konumlanmakta ve kente yeni göç eden işçileri istihdam etmekteydi. Diğer grup ise kökenleri 1930'lar ile 1950'ler arası döneme dayanan, Anadolu'nun küçük kentlerinde yerel talebi karşılamaya yönelik üretim yapan geleneksel sanayi tipleridir. Keyder, bu ikinci gruptakilerin geleceği modern üretim biçimleri geliştikçe yok olmaya mahkum iken birinci kategoride yer alanların, büyük sanayicilerin yer aldığı pazarda tamamlayıcı unsur olarak varlığını sürdürmeye devam edeceklerini belirtir (Keyder, 2003: 238). Şimşek'in (2008) ifade ettiği üzere, 1980'lere kadar Türk iktisadi tarihinde çeşitli değişimler söz konusu olsa da genel olarak kamu girişimciliği ön planda olmuştur. 1970'lerden sonra gelişen sanayileşme, piyasa ilişkilerine yönelik farkındalık kazanan ve pazardan pay almak isteyen küçük ve orta ölçekli işletmelerin daha aktif rol alması şeklinde ortaya çıkmıştır. Netice itibarıyla bu dönemde Türk girişimciliğinde Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ) olarak ön plana çıkan aktörler, giderek önemli bir paya sahip olmaya başlamıştır (Şimşek, 2008: 312).

3.4.3. 1980'den Günümüze: Serbest Piyasa Ekonomisi, Neoliberalizm ve Küreselleşmenin Eşiğinde Türkiye

Türkiye'nin IMF ve Dünya Bankası gibi kurumlardan aldığı krediler, dış dünyaya ve hâkim uluslararası sisteme bağımlı olmasını da kaçınılmaz kılmıştır (Çoban, 2018: 240).

Neoliberal politikalar resmi olarak Özal döneminde uygulanmaya başlanmış, serbestleşme ve özelleştirme yönünde adımlar atılmış ve yabancı sermaye akışına izin veren girişimlerde bulunulmuştur (Eğilmez, 2018: 45-46). 1980 darbesiyle birlikte IMF paketini uygulamaya yönelik istikrarlı bir ekonomi politikası izlenmeye başlanılmıştır (Buğra, 2013: 206). Rekabet edebilir bir ekonomi yaratabilmek adına 24 Ocak kararları alınmış ve ihracata dayalı, dışa açık ve serbest piyasanın hâkimiyetinde bir ekonomi atmosferi yaratılmak istenmiştir (Gökçen, 2020: 207). Bu kararlarda hem ekonomik düzensizliklerin aşılabilmesi hem de ülkenin kalkınma stratejisi olarak serbest piyasa ekonomisinin payının artırılması düşüncesi yer almaktadır (Kurtoğlu, 2019: 543). Aynı zamanda bu kapsamda, milli kaynakların dağılımında pazar ekonomisinin etkin olması istenmiş olup bununla birlikte devlet destekli dışa yönelik ticaret politikası benimsenmiştir (Yeldan, 2001: 39). 24 Ocak kararları 1988 yılının sonuna kadar benimsenen ve güncellenen iktisadi kararları içeren bir uygulama alanına sahip olmuştur (Boratav, 2019: 164). Bu reform paketi ile kısa dönemli refahın yanı sıra ülke ekonomisini özel sektörün hâkimiyetinde devam ettirilecek olan serbest piyasa ekonomisi koşulları ön plana çıkarılmıştır (Yeldan, 2001: 44).

1985 ile 1989 yılları arasında uygulamaya konulan Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, hazırlayan hükümet tarafından tamamlanabilen ilk plan olmuştur (Tokgöz, 2018: 215). Özal hükümeti tarafından hazırlanan bu planda başlıca amaç serbest piyasa ekonomisine geçmek olsa da istikrarlı bir ilerleyiş olmamış, değişiklikler yapılmış ve çeşitli sıkıntılar yaşanmıştır (Tokgöz, 2018: 217). Bu dönemde toplumsal yapıda yaşanan dönüşümler, tüketici ve üretici eğilimlerinde yaşanan değişimler, bütçe açıkları ve borçlar gibi devlet ile ilgili pek çok unsur, enflasyonun dönemin en önemli sorunu haline gelmesine neden olmuştur (Gökçen, 2020: 210). Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planında (1990-1994) hükümet değişse de Özal'ın politikasının varlığını sürdürdüğü bu süreçte, dünyada ciddi dalgalanmalar yaşanmıştır: Doğu bloğunda yer alan ülkeler sosyalizmden vazgeçmişler ve Sovyet Rusya'da yaşanan iç karışıklıklar sonucunda tüketim ürünlerinin talebinin karşılanamaması Türkiye ile ticareti arttırmış olsa da 1990 yılında Irak'ın Kuveyt'i işgalinin etkileri ülke ekonomisine zarar vermiştir (Tokgöz, 2018: 227-229). 1994 yılında uygulanmaya başlanan Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde, ekonomiye zarar veren harcamalara neden olan terör olaylarını bastırmak, Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da ekonomiyi canlandırma amacı olsa da 1999 yılında yaşanan Marmara depremi, büyüme sürecini olumsuz yönde etkilemiştir (Tokgöz, 2018: 273-275).

1980 döneminde sıklıkla değişen iktisadi politikaların yarattığı belirsizlik ortamı, girişimcilerin plan yapabilmelerini olanaksız hale getirmiştir (Aşkın vd., 2011: 69). 1980'li yıllarda burjuva ideolojisinin ekonomi ve toplum üzerindeki etkisinin artmasına rağmen

burjuvazinin yaratıcı unsurları yerine “aracı, tüketici ve paraziter ögeleri” ön plana çıkmış ve kâr getirici üretim etkinlikleri yerine altın, döviz ve hisse senedi gibi üretici olmayan yatırımlar belirginlik kazanmıştır (Boratav, 2019: 172, 187). 1980’lerde ihracat, malzemelerin üretiminin artması yönünde değil mevcut üretimin dışarıya satılmasına yönelik olmuştur (Aşkın vd., 2011: 69). Türkiye’de liberalizm bireyciliğin artırılması biçiminde değil, iktisadi alandan devletin yetkinliğinin kaldırılması olarak gelişim göstermiştir (Göle, 2017: 43-44). 1980 sonrası süreçte kamusal yatırımlarda enerji ve ulaşım ön plana çıkarken özel sektör konut yönelimli bir seyir izlemiştir¹⁷ (Yeldan, 2001: 47).

1980’lerde Demokrat Parti döneminde, toplum içerisinde güçlenen iş insanlarının devlet ile arasındaki ilişkinin boyutları değişmeye başlamıştır (Buğra, 2013: 207). Buğra’nın ifade ettiği üzere özel sektör 1980’lerin başından itibaren önemli bir konuma gelmiş ve güçlü kurumlar ve yapılar oluşmaya başlamıştır. Aynı zamanda büyük işletmeler kısa vadeli değil uzun vadeli planlara giderek daha fazla yönelmişlerdir. Bu kapsamda iş insanları, artık taleplerini odalar aracılığıyla hükümete ileterek değil, önde gelen iş insanları aracılığıyla doğrudan yapılan görüşmelerle aktarmaya başlamışlardır. 1971 yılında kurulan Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (TÜSİAD) bu gelişmelerin bir neticesi olarak görülmektedir (Buğra, 2013: 191-192).

1950’lerden itibaren yoğunlaşan köyden kente göç akımlarının 1980’lerdeki yansımaları ise şu şekilde olmuştur: Toplum yapısı dönüşerek pazar merkezli bir yapıya doğru kaymış; kentsel mekânda yeni bir tüketici profili ortaya çıkmış; küçük ve orta ölçekli işletmeler için kentler hem pazar hem de istihdam sahasına dönüşmüş; kentin sunduğu imkânlar doğrultusunda kalabalık kentler küçük ve orta ölçekli sermaye grupları için de önemli bir göç hedefi olarak ön plana çıkmıştır (Bilgin, 2002: 76). 1980’lerden itibaren 20 yıllık bir dönem içerisinde küçük ve orta ölçekli işletmeciler Kayseri, Çorum, Denizli, Konya ve Manisa gibi pek çok kentte önemli bir performans sergilemişlerdir (Bilgin, 2002: 77). 1960’lı yıllara kadar toplumsal fayda gözetilerek oluşturulan ve kalkınmada temel aktörlerden olan Kamu İktisadi Teşebbüsleri (KİT), pek çok açıdan özel sektörün beslenmesine katkıda bulunmuştur: Bunlar arasında köyden kente göçün azalması, teknolojinin kullanımı ve bilginin yaygınlık kazanması, işgücünün ve yöneticilerin eğitilmesi ve bu nitelikli hale gelen işgücünün özel kesime taşınması ve küçük ve orta ölçekli niteliği taşıyan işletmelerin ortaya çıkması sayılabilir (Kazgan, 2006: 71-72).

¹⁷ Yeldan (2001: 47), kamu ve özel alandaki yatırımların kendiliğinden bir bölüşüm ve dağılım içerisinde gerçekleşmesi durumunu “birbirini tamamlayan iç-kalabalıklaştıran” bir eğilim olarak ifade etmektedir.

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005), 2006 Yılı Geçiş Planı, Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013) ve Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2014-2018) uygulanmış olup On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı da 2019-2023 yıllarını kapsamaktadır¹⁸. Dış borçlar, enflasyon ve ekonomik krizler gibi çeşitli iktisadi sorunların aşılabilmesi için devlet yetkilileri tarafından çeşitli plan ve programlar yapılırken 2000'lerden itibaren IMF ve Dünya Bankası gibi kurumlarla gerçekleştirilen anlaşmalar doğrultusunda bu düzenlemeler gerçekleşmiştir (Gökçen, 2020: 212-213). Türkiye içine girdiği 2001 krizinden, uyguladığı programlar ve IMF'nin bu konudaki katkıları ile hızlı bir şekilde çıkmıştır (Eğilmez, 2018: 151-152). IMF'nin iktisat politikaları kuvvetli dış bağlantıların kurulması, liberal içerikli ve borçların düzenli bir şekilde ödenmesini mümkün kılmaya yönelik uygulamalar olup işsizliği azaltmak ve sanayiye geliştirmek gibi unsurları içermemektedir (Gökçen, 2020: 213). 1946'dan bu yana dışa bağımlı bir ekonominin gelişmesi, ülkenin dünya ekonomisindeki konumunu belirlemiş ve ekonomik, sosyal ve siyasal alanda iktidarın hareket kabiliyetini daraltmıştır (Boratav, 2019: 299).

Türkiye tarihinde sanayinin gelişim süreci sancılı ve değişken olmuştur. Türkiye'nin büyüme sürecini Eğilmez yıl, büyüme yüzdesi ve dönemin özelliklerini temel alarak genel hatlarıyla şu şekilde özetlemektedir: Kuruluş dönemi olan 1923 ila 1929 yılları arasında %9,4'lük bir büyüme; borçlar ve dünya krizleriyle yüzleşilen ve devletçilik politikasının uygulandığı 1930 ila 1939 arasında %6'lık bir büyüme; İkinci Dünya Savaşı ile birlikte yaşanan iktisadi sıkıntıların ön plana çıktığı 1940 ila 1949 yılları arasında %0,9 oranında daralma; çok partili yaşama geçilen ve liberalleşme politikalarının uygulandığı 1950-1959 yılları arasında %7'lik bir büyüme; planlı ekonomi dönemine geçilen 1960-1969 yılları arasında %5,7'lik bir büyüme; Kıbrıs hareketinin gerçekleştiği ve ekonomik dalgalanmaların yaşandığı 1970-1979 yılları arasında %5,9'luk bir büyüme; serbest piyasa ekonomisinin ve liberalleşme politikalarının uygulandığı 1980 ila 1989 yılları arasında %4 oranında büyüme; 1994 krizinin yaşandığı ve IMF desteğinden faydalanıldığı 1990 ila 1999 yılları arasında %4,2'lik bir büyüme; 2001 krizinin deneyimlendiği, liberal politikaların ve IMF desteğinin alınmaya devam ettiği 2000 ile 2009 yılları arasında %4 oranında bir büyüme; neoliberal uygulamaların ön plana

¹⁸ 03.09.2011 tarihli KHK/641 sayılı "Kalkınma Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname" ile kalkınma planlarını oluşturma yetkisi Kalkınma Bakanlığına devredilmiştir. Bu kararnamenin adı 02.07.2018 tarihli KHK/703'nin 17. maddesi gereğince "Kalkınmaya İlişkin Bazı Kurullar Hakkında Kanun Hükmünde Kararname" şeklinde değiştirilmiştir. 24.07.2018 tarihli ve 30488 sayılı Strateji ve Bütçe Başkanlığı Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile Strateji ve Bütçe Başkanlığı kurumuş ve Hazine ve Maliye Bakanlığı ile müşterek bir şekilde kalkınma planlarının hazırlanması kararlaştırılmıştır.

çıkıldığı 2010 ile 2016 yılları arasında %6,8 oranında bir büyüme gerçekleşmiştir (Eğilmez, 2018: 154). Türkiye ekonomi tarihinde iki farklı iktisat politikasının uygulandığı görülmektedir: Bunlardan ilki dışa yönelimli serbest piyasa ekonomisi iken diğeri korumacı devlet politikasıdır (Boratav, 2019: 293-294). Kerwin, özel sanayinin devletin korumacılığı, öncülüğü ve güvencesi altında olan üretim alanlarına girme konusunda çekimser kaldığını ifade eder. Aynı zamanda, özel sektörde üretim sahaları piyasa talebine göre şekillenirken devletin desteğiyle yatırım yapılan üretim alanları ise henüz yoğun talebin olmadığı alanlarda görülebilmektedir. Bunun yanı sıra sanayinin gelişme süreci, gayrimenkul yatırımı ve değerli maden biriktirme eğilimi ile rekabet etmek durumunda kalmış ve bu eğilim zaten kıt olan sermayenin de dolaşıma girme sürecini olumsuz yönde etkilemiştir (Kerwin, 1951: 31, 35-36).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş döneminde, Müslüman-Türklerin eğitim seviyesinin düşük olması ve zanaat yeteneklerinden yoksun olmaları nedeniyle bu alanda atılan adımların sonuçları nesiller sonrasında alınabilmiştir (Kazgan, 2006: 58-59). Kurulan yeni Türk Cumhuriyetinde bilimde pozitivizmin ekonomide kapitalizmin benimsendiğini ifade eden Şimşek, milli girişimci oluşturulmak istenmişse de kapitalizmin dayandığı milliyetçiliğin Türk toplum yapısından oldukça farklı bir boyuta sahip olduğunu ifade eder. Ona göre batı kökenli kapitalizmde milliyetçilik temellerini ırk esasından almakta olup ötekileştirmeyi de içeren bir yapıya sahipken Türk toplumlarındaki milliyetçilik anlayışı hoşgörü ve dayanışmayı içeren kapsayıcı bir kültürel zeminden temellerini almaktadır (Şimşek, 2008: 319-320).

Bu bağlamda riskten uzak duran, tekelci ve adalet duygusunun yeterli düzeyde olmadığı bir girişimci kitlesi ortaya çıkmıştır (Şimşek, 2008: 320). Türkiye hem dünya ekonomisine eklemlenme hem de iç sorunlarla gerçekleştirilen mücadelelerle dolu bir tarih geçirmiş ve dolayısıyla azgelişmişlik kısıncasında kalarak burjuva demokrasisini hayata geçirememiş ve askeri rejimlerin etkisinde bocalamıştır (Boratav, 2019: 286).

3.4.4. Türkiye’de Küçük İşletmeler ve Esnafın Konumu

1980 yılından sonra dünyada liberalleşme ve küreselleşmenin yaygınlık kazanması sonucunda esnek üretim ön plana çıkmış ve KOBİ’ler giderek önemli hale gelmeye başlamıştır (Özdemir vd., 2007: 176). Dünya ekonomisinde 1970’lerden sonra yaşanan bunalımın ardından esnek, değişime ve tüketici isteklerine kolay uyum sağlayabilen kabiliyetli yapıları ile küçük işletmeler ön plana çıkmaya başlamıştır (Işık ve Pınarcıoğlu, 2011: 61; İlhan, 2006). Bu işletmeler, az yatırım ile çeşitlilik ve esnek üretim alanına sahip, yan sanayi olarak ekonomiye ve istihdama katkı sağlayan, sosyal ve ekonomik yaşamın temel öğelerinden birisidir (Akıncı, 2002: 121).

KOBİ sınıflandırmasının dayandığı, 18.11.2005 tarihli Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik'in 5. maddesinin a, b ve c bentlerinde yer aldığı en güncel haline göre¹⁹, mikro işletmeler yıllık net hasılatı beş milyon Türk Lirasından ve yıllık çalışan sayısı on kişiden az; küçük işletmeler yıllık net hasılatı elli milyon Türk Lirasından ve yıllık çalışan sayısı elliden az; orta ölçekli işletmeler yıllık net hasılatı iki yüz elli milyon Türk Lirasını geçmeyen ve yıllık çalışan sayısı iki yüz elliden az işletmelere karşılık gelmektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) istatistiklerine göre 2021 yılında Türkiye'de toplam işletmelerin %99,7'sini KOBİ'ler oluşturmaktadır. Aynı zamanda, istihdamın %71'i, cironun %44'ü, üretimin %37,3'ü, personel maliyetinin %48,3'ü KOBİ'ler tarafından karşılanmaktadır. NACE rev.2²⁰ sınıflandırmasına göre, gerçekleştirilen ekonomik faaliyetlerin sınıflandırılması dikkate alındığında KOBİ'lerin %36,5'i ticaret ve motorlu taşıtların onarımı alanında, %14,9'u ulaştırma ve depolama ve %12,3'ü de imalat sektöründe faaliyet göstermektedir. Verilerden anlaşıldığı üzere ticaret, KOBİ'lerin en fazla yer aldığı sektördür. Aynı zamanda, istihdam içerisinde de en yüksek oranlar ticaret sektöründe bulunmaktadır. İmalat sanayisinde KOBİ'ler ölçeklerine göre ele alındığında mikro girişimlerin %57'si düşük ve %31,2'si orta-düşük düzeyde faaliyette bulunurken, %11,2'si orta-yüksek teknoloji düzeyinde ve %0,6'sı da yüksek teknoloji kapsamında faaliyetlerde bulunmaktadır. Küçük ölçekli girişimler ise %51,3 oranıyla düşük, %30,4 oranıyla orta düşük düzeyde teknolojik faaliyetlerde bulunurken %17,2'si orta yüksek ve %1'i yüksek teknoloji kapsamında faaliyet göstermektedir. Büyük ölçekli girişimlerin %2,8'inin yüksek teknoloji, %22,7'sinin orta yüksek teknoloji, %8,6'sının düşük teknoloji ve %45,9'unun orta düşük teknoloji kullandığı bilinmektedir. 2021 yılında toplam ihracatın %2,5'i mikro ölçekli; %10,7'si küçük ölçekli; %17,2'si orta ölçekli ve %69,6'sı büyük ölçekli işletmeler tarafından gerçekleştirilmiştir. Toplam ithalatın ise %0,8'i mikro ölçekli, %4,4'ü küçük ölçekli, %9,5'i orta ölçekli ve %85,3'ü büyük ölçekli işletmeler tarafından yapılmıştır. KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilen toplam ithalatın %62,4'ü ticaret, %31,4'ü ise sanayi alanındadır (TÜİK, 2021). Elde edilen verilerden hareketle 2021 yılında KOBİ'lerin en fazla ticaret alanında faaliyet göstermiş olmalarının yanı sıra ihracat ve ithalatta

¹⁹ Bkz. 18.11.2005 tarihli resmi gazetede 25997 no ile yayınlanan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik'te yer alan ölçeklerine göre işletmelerin net hasılatları, 18 Mart 2022 tarihli, 31782 sayılı ve 5315 sayılı Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik'te güncellenmiştir.

²⁰ Avrupa Birliği tarafından oluşturulmuş olan ekonomik faaliyetlere ilişkin bir sınıflandırmadır (Bkz. TÜİK, 2023).

da en fazla ticaret alanında etkin oldukları görülmektedir. Bu husus, Buğra'nın da ifade ettiği üzere Türkiye'de iktisadi yapının sanayi değil ticaret merkezli olduğunu destekler niteliktedir (Buğra, 2013: 97).

KOBİ kapsamında yer alan esnaf, ülke ekonomisi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir: Pazar değişikliklerine, taleplerine ve ekonomik dalgalanmalara daha hızlı uyum sağlayabilmesi, nitelikli iş gücünün oluşturulması, büyük ölçekli firmaları desteklemesi, emek yoğunluklu olması itibarı ile istihdama en fazla katkıyı sağlaması gibi pek çok önemli etkilerde bulunmaktadırlar (Darıcı vd., 2012: 1-2). Arapça bir kavram olan esnaf, "sınıf" kelimesinden türemekte olup bakırcılık ve demircilik gibi el zanaatlarının yanı sıra bakkal ve tuhafiye gibi ufak çaplı ticaret faaliyetleriyle uğraşan camialara karşılık gelmektedir (Özdemir, 1986: 156). Günümüzde esnaf kavramına ilişkin net bir açılım mevcut olmamakla birlikte kanun ve yönetmeliklerde belirli göstergeler dikkate alınarak sınırları ve çerçevesi çizilmiştir. Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu ve Türk Ticaret Kanunu'na bakıldığında iktisadi özneler olan esnaf, sanatkâr, tacir ve sanayici yer almakta olup esnaf ve sanatkârın ortak kapsamda, tacir ve sanayicinin de ortak kapsamda değerlendirilerek çerçevelerinin belirlendiği görülmektedir. 5362 numaralı 07.06.2005 kabul tarihli Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nda, esnaf ve sanatkârların durum ve haklarına ilişkin düzenlemeler mevcuttur. İlgili kanunun üçüncü maddesi a fıkrası gereğince esnaf ve sanatkâr aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır:

"Esnaf ve sanatkâr: İster gezici ister sabit bir mekânda bulunsun, Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunca belirlenen esnaf ve sanatkâr meslek kollarına dahil olup, ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimseleri"

6102 kanun no'lu Türk Ticaret Kanunu'nun 15. maddesi gereğince ise esnaf aşağıdaki şekilde tanımlanmaktadır:

"İster gezici olsun ister bir dükkânda veya bir sokağın belirli yerlerinde sabit bulunsun, ekonomik faaliyeti sermayesinden fazla bedenî çalışmasına dayanan ve geliri 11 inci maddenin ikinci fıkrası uyarınca çıkarılacak kararnamede gösterilen sınırı aşmayan ve sanat veya ticaretle uğraşan kişi esnaftır"

Aynı kanunun 11. maddesi 2. fıkrasında bu sınırın Cumhurbaşkanı kararıyla belirleneceği belirtilmektedir. Tacir statüsünde bulunabilecek ölçekte kazanca sahip olmayan ticaret ve hizmet alanlarında faaliyet gösterenler esnaf; sanayici statüsünde ve kapasitesinde çalışma sahasına ve kazanca sahip olmayıp üretim alanında faaliyet gösterenler ise sanatkâr olarak atfedilebilir (Darıcı vd., 2012: 12).

Türkiye'de işletmeler Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliğine ve/veya Ticaret ve Sanayi Odaları Birliği'ne üye olmaktadır. Esnaf ve Sanatkar Odaları Birliği, Türkiye Esnaf ve

Sanatkâr Konfederasyonu bünyesine bağlıdır. Ticaret ve Sanayi Odalar Birliği ise Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne (TOBB) bağlıdır. Ancak esnaf ve tacir ayrımının net olmayıp yalnızca yıllık ciro esasına göre yapılması, mesleki örgütlenmelere üyelik açısından çeşitli kargaşalar yaşanmasını beraberinde getirmiştir (Darıcı vd., 2012: 13). Esnafa ilişkin net bir tanımın olmamasının yanı sıra odaya kaydolma kurallarının da aşınmaya müsait olması belirsizliği arttırmaktadır. Üyelikteki esnek koşullar ve kriterler nedeniyle esnaf statüsünde olan pek çok işletmenin TOBB'a üye olduğu bilinmektedir (Darıcı vd., 2012: 28-29). Bu bağlamda tez çalışmasında, odaya kayıtlı olma durumuna göre esnaf ve sanayici ayrımının kesin bir biçimde yapılamayacağı not düşülmelidir.

Küçük sanayi siteleri, esnaf kapsamında ifade edebileceğimiz mikro ve küçük kapsamlı işletmelere yoğunlukla ev sahipliği yapan ve etkileşimlerine imkân sağlayan çalışma mekânlarıdır. Küçük sanayi siteleri, imalat ve tamir kapsamında küçük işletmelerin hizmet verdiği, en az 20 iş yerinin bulunduğu ve alt yapı kapsamında bu işletmelere çeşitli hizmetlerin sunulduğu alanlardır (Cansız, 2010: 31). Küçük sanayi siteleri, üretim ve istihdamdaki katkıları neticesinde benzer iş kolları ve meslek gruplarına sahip işletmecilerin belirli bir alanda toplanmalarına imkân sağlamak amacıyla kurulmaktadır (Demirel vd., 2007: 130). Aynı zamanda sunulan çevresel ve alt yapı olanaklarıyla az gelişmiş bölgelerde kalkınma ve sanayinin gelişmesine imkân sağlamaktadır (Cansız, 2010: 31).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

4.1. Araştırmanın Konusu

Türkiye, Osmanlı döneminden aldığı kültürel miras ile dünyaya örnek olacak nitelikte işletme adabı, işleyişi ve ahlakı taşıyan bir esnaf geleneğine sahiptir. Tez çalışmasının üçüncü bölümünde irdelendiği üzere Osmanlı iktisadi yapısında esnafılık ön plan çıkarken Batı toplumlarındaki iktisadi yapı daha çok ticaret ve tüccarlar ile özdeşleşme eğilimi göstermektedir. Türkiye’de iktisadi ajanlar bugün, köklü kültürel ve toplumsal bağlar ile bireyselleşme ve rekabet üzerine kurulu pazar anlayışı arasında farklılaşan görünümsergilemektedirler. Türkiye’nin serbest piyasa ekonomisine sonradan eklemleme ve bu çalışma kültürüne uyum sağlama süreci, işletme ömürleri üzerinden istatistiki verilere yansımaktadır.

2016-2020 yılları arasında doğum yılları itibarıyla işletmelerin hayatta kalma göstergeleri incelendiğinde mikro ölçekli işletmelerin en kısa ömre sahip işletme kategorisinde yer aldığı görülmektedir (bkz. TÜİK, 2020a). Benzer bir şekilde 2009 ila 2019 yılları arasında büyüklüklerine göre ölen işletmeler içerisinde mikro işletmeler en büyük paya sahiptir (bkz. TÜİK, 2020b). 2009-2019 yılları arasında toplam girişim sayısı içerisinde mikro ve küçük işletmelerin diğerlerine kıyasla en yüksek orana sahip olduğu (bkz. TÜİK, 2019) göz önünde bulundurulduğunda mikro ve küçük statüde bulunan işletmelerin ekonomi içindeki payı ön plana çıkmaktadır. Ekonominin can damarlarından olan bu girişimlerin yukarıda değinilen hayatta kalma istatistikleri, mevcut ekonomik yapıya eklemleme süreçlerinde bazı sorunların olduğuna işaret etmektedir. Bu durum, esnafın mevcut ekonomik yapıya bütüncül bir şekilde eklemlememediğine, sürdürülebilirlik ve büyüme noktasında zayıf kaldıklarına ilişkin bir çıkarım yapılabilmesine sebep olmaktadır. İktisadi göstergeler, işletmelerin iktisadi alanda yaşadığı sorunların sebeplerinin keşfedilmesini, ihtiyaçların ve güçlü yönlerin tespitini gerekli kılmaktadır. Mevcut sorunların sosyal, iktisadi ve politik kökenlerinin açıklığa çıkarılması, bu problemi aşabilmek adına ön stratejiler geliştirilebilmesi noktasında önem arz etmektedir. Tez çalışması, ekonomik olduğu kadar toplumsal bir probleme işaret eden bu sorunsal üzerine kurgulanmıştır. Bu temelden hareketle esnafın iktisadi faaliyetlerini şekillendiren ekonomik, sosyal ve kültürel sermayelerinin tespit edilmesi ve bunların esnafın mevcut ekonomik yapıya uyarlanma, başarılı ve başarısız olma süreçleri üzerindeki etkisinin saptanması önem arz etmektedir.

4.2. Araştırmanın Amacı ve Problemleri

Yerli alan yazını incelendiğinde, esnaf ve küçük işletmeciler ölçeğinde gerçekleştirilmiş olan çalışmaların sosyoloji ve iktisat alanlarında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu kapsamda ahilik değerlerinin günümüzde hangi boyutlarıyla varlığını sürdürdüğü (bkz. Soysal ve Tan, 2013; Aslander, 2016; Özdemir ve Salt, 2019; Kaya, 2020; Uysal, 2016; Taşkıran, 2022; Bakan, 2019), din ve çalışma ahlakı (bkz. Varol, 2020; Uysal, 2016; Aygöl, 2014), işletmeci ve girişimci tipleri ve özellikleri (bkz. Aygöl, 2014; Yılmaz, 2021; Özkul 2007; Özkul ve Dulupçu, 2007; İlhan, 2005a), esnafın mevcut durum analizleri, ihtiyaçları ve yaşadıkları sorunların tespiti (bkz. Demirel vd., 2007; Baykul, 2009; Çelebi, 2019; Darıcı vd., 2012; Aydemir ve Ateş, 2011; Acar Altaş, 2019; Çam ve Kabadayı, 2017; Yaman, 2019), elektronik ticaret (bkz. Arıtkan, 2016) ve kent, kimlik ve göçmen (bkz. Çoruk, 2009; Tekbaş, 2020) konularının ele alındığı çeşitli çalışmalar söz konusudur. Antalya kenti örneğinde esnafılık ve iktisadi yapı kapsamında gerçekleştirilen çalışmalara bakıldığında ise; tarım ve tarımsal ürün ticareti (bkz. Hadimli ve Bulut, 2004; Sungur vd. 2014), iktisadi zihniyet ve girişimci tipleri (bkz. Aygöl, 2014; Özkul ve Dulupçu, 2007), dış ticaret yönelimleri (bkz. Çetinkaya Bozkurt ve Tunç, 2018) ve turizm (bkz. Albeni ve Ogun, 2005; Baysal, 2017) üzerinde yoğunluk görülmektedir. Antalya ölçeğinde esnaflar özelinde ise sınırlı sayıda çalışma söz konusudur (bkz. Aygöl, 2014; Baysal, 2017).

Uluslararası alan yazınında mikro, küçük işletme ve zanaatkarlık kapsamında gerçekleştirilen çalışmalara bakıldığında ise; turizm ve tarım girişimlerinin bölgesel dinamikler ışığında mevcut durum analizleri, ihtiyaçları ve yaşadıkları sorunların tespiti (bkz. Kirsten ve Rogerson, 2002; Adiyia vd., 2017; Ateljevic ve Doorne, 2003; Rogerson, 2005), yerel girişimcilik eğilimleri, zanaatkarlık ve kültürel etkileşimler (bkz. Cahn, 2008; Luckman, 2018), e-ticaret uygulamaları, bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımları (bkz. Moyi, 2003; Mazzarol, 2015), iş performansı, kalitesi ve yönetim becerilerinin geliştirilmesi (bkz. Gebrehiwot, 2022; Skipton, 1987), işletmelerin büyümesi ve gelişmesinde izlenen stratejiler, yenilikçi yönelimler ve bunlarla ilişkili etkenler (bkz. England, 2022; Cunningham vd., 2017; Shen ve Zhou, 2022; Shitaye, 2022), sosyal sermaye kanalları (bkz. Kirsten ve Rogerson, 2002; Silva vd., 2023) gibi çeşitli konularda yoğunlaşmalar görülmektedir. Alan yazınında işletme becerileri, işletmelerin izledikleri stratejiler, girişimcilik eğilimleri ve teşvikler çerçevesinde sorun, ihtiyaç ve faydalı alanların tespitine yönelik mevcut durum analizlerinin yapıldığı, genel itibarıyla kültürel ve tarihi temelin geri planda kaldığı görülmektedir.

Yerli alan yazınında, mevcut çalışmaların bir kısmı meslek ahlakı üzerinde yoğunlaşmakta olup bunun özellikle din ve ahilik kültürü temelinde irdelendiği, bir diğer

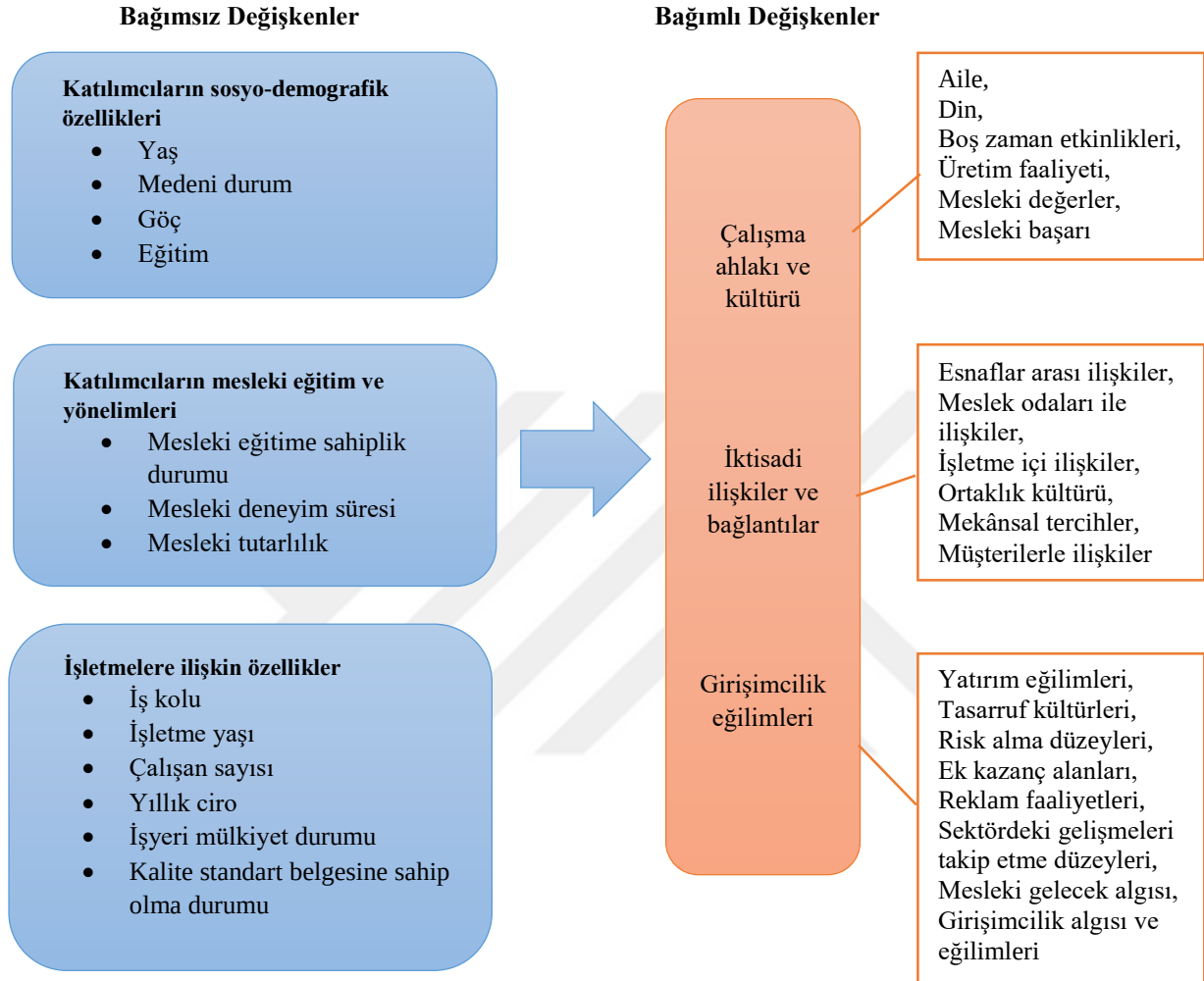
kısımının ise betimsel düzeyde esnaflar arası etkileşim ve esnaf kimliği temelinde gerçekleştirildiği görülmektedir. Sosyoloji disiplini kapsamında ise esnafların ele alındığı sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Yerli ve uluslararası ölçekte gerçekleştirilen girişimcilik çalışmalarının ise girişimcilik ruhunun toplumsal kökenlerini sorgulayıcı bir yaklaşımdan ziyade teorik temelde kaldığı ve yalnızca mevcut eğilimleri ölçmeye yönelik olduğu anlaşılmaktadır. Bu temelden hareketle iktisat sosyolojisi ekseninde sosyal, kültürel ve ekonomik kaynakların bütüncül şekilde ele alındığı çalışmalara ihtiyaç bulunmaktadır. Tez çalışması, bu boşluğu doldurmaya yönelik bir girişimin ürünüdür. Alan yazınındaki boşlukların yanı sıra milli iktisadi göstergeler de mikro ve küçük işletmelerin ülke ekonomisi içerisindeki önemini ortaya koymaktadır²¹. Bu durum, işletmelerde girişimcilik eğilimlerinin ve iktisadi tutumların ve bunları şekillendiren kültürel unsurların ve pratikteki yansımalarının tespitini bir ihtiyaç haline getirmektedir.

Esnafların iktisadi gelişim çizgilerini ve girişimcilik eğilimlerini etkileyen çeşitli ekonomik, kültürel ve sosyal unsurlar söz konusudur. Tez çalışmasının kuramsal zemininde Bourdieu'nun habitus kuramı birey, toplum ve iktisat ilişkisinin anlaşılmasında yol gösterici olmuştur. Habitus kuramına göre birey, karşılaştığı durum ve olaylar karşısında geçmişteki tecrübe ve bilgisinden hareketle nasıl davranması gerektiğine ilişkin sezgisel bir tutum ile belirli yönde davranış ve eylemde bulunma eğilimi göstermektedir. Bu bağlamda iktisadi eylem de tüm diğer sosyal olgular gibi kültürel ve tarihi olanla yakından ilişkilidir. Aynı zamanda, özellikle girişimcilik ekseninde sosyal ağlar ve bağlantılar bir diğer ifadeyle sosyal sermaye önem kazanmakta ve kültürel yatkınlıkların yanı sıra bireyler arası ilişkiler de belirleyici olmaktadır. Çünkü girişimcilik, kültürel bir bağlama sahip olduğu kadar sahip olunan ve kurulan iktisadi ilişkilerden de etkilenmektedir. Buna göre iktisadi gelişim sosyal, kültürel ve iktisadi boyutlarıyla bir arada değerlendirmeli ve ele alınmalıdır. Bu temelden hareketle toplumsal ihtiyaçlar, ekonomik göstergeler ve alan yazınındaki boşluk dikkate alınarak tez çalışmasında esnafların mevcut görünümüleri saptanarak iktisadi yapıya eklemlenme süreçlerinin ekonomik, kültürel ve sosyal boyutlarıyla çözümlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın kapsamı ve amacı doğrultusunda, çalışma sonunda ulaşılması hedeflenen çıktılara erişebilmek adına belirlenen parametreler Şekil 4.1'de görüldüğü üzere şu şekildedir: Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri, katılımcıların mesleki eğitim ve yönelimleri,

²¹ TÜİK (2019: 3) Kobi İstatistikleri Raporu'na (2009-2019) göre 2009 yılındaki mikro işletme sayısı 2 milyon 468 bin iken 2019 yılında 2 milyon 979; küçük işletme sayısı 2009 yılında 132 bin iken 2019 yılında 208 bin; orta ölçekli işletme sayısı ise 2009 yılında 26 bin iken 2019 yılında 34 bin olmuştur. Görüldüğü üzere KOBİ'ler kapsamında en yüksek paya mikro ölçekli işletmeler sahiptir.

işletmelere ilişkin özellikler, çalışma ahlakı ve kültürü, iktisadi ilişkiler ve bağlantılar ve girişimcilik eğilimleri.

Şekil 4.1 Araştırmanın Parametreleri



Küçük sanayi esnafının zihniyet dünyası, iktisadi alışkanlıkları ve pratiklerinden hareketle geleneksel ve modern ekonomik yapılanma içerisindeki konumunun ortaya çıkarılabilmesi adına araştırmanın alt amaçları, problemleri ve araştırma soruları belirlenmiş ve çalışma karma araştırma desenine göre tasarlanmıştır. Bu temelden hareketle, araştırmanın amacı, sorgu alanı ve temel parametreleri dikkate alınarak; alt amaçlar, problemler ve nicel ve nitel araştırma soruları Tablo 4.1'deki ilişkiler temelinde sunulmuştur.

Tablo 4.1 Araştırmanın Amaçları, Problemleri ve Soruları

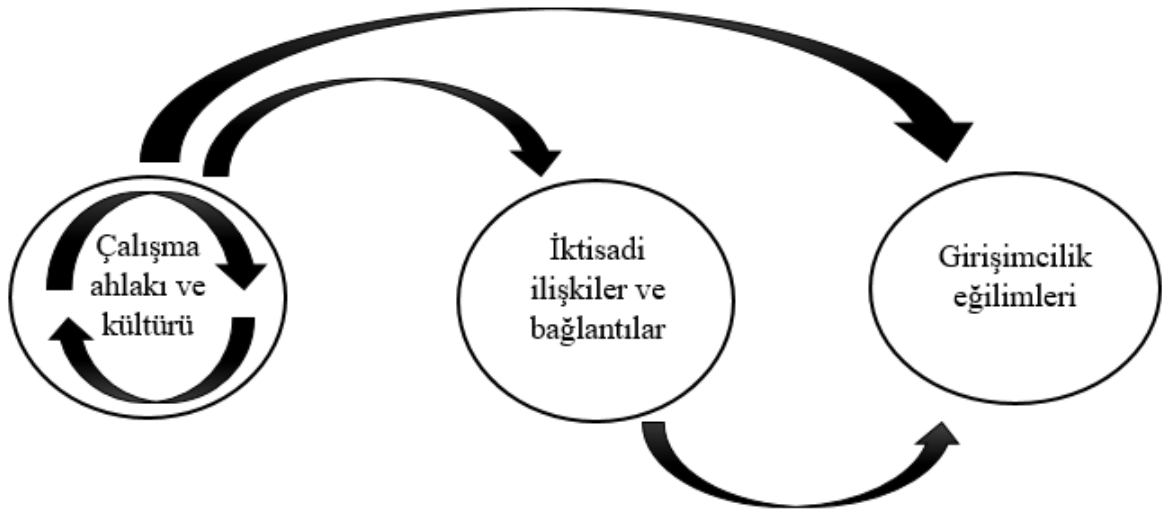
Araştırmanın Alt Amaçları	Araştırmanın Problemleri	Nitel Araştırma Soruları	Nicel Araştırma Soruları
Çalışma ahlakı ve kültürünün ortaya çıkarılması ve bunların kökenlerinin saptanması	- Ürüne ve üretim faaliyetine atfedilen anlam nedir? - Çalışma ahlakının dayandığı temel değerler nelerdir? - Esnaflar toplumsal ve iktisadi işlevleri nelerdir? - Mesleki başarı algısı nasıldır ve bununla ilişkilendirilen unsurlar nelerdir?	- Aile, eğitim, din, meslek ahlakı ve deneyiminin çalışma ahlakı üzerindeki etkileri nelerdir? - Aile, eğitim, din, meslek ahlakı ve deneyiminin mesleki yönelimler üzerindeki etkileri nelerdir?	- Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile çalışma ahlakı/kültürleri arasında ilişki vardır. - Katılımcıların mesleki eğitim ve yönelimleri ile çalışma ahlakı/kültürleri arasında ilişki vardır. - İşletmeye ilişkin özellikler ile katılımcıların çalışma ahlakı/kültürleri arasında ilişki vardır.
İlişkiler ağı ve bağlantıların tespit edilmesi ve iktisadi faaliyetler üzerindeki etkisinin irdelenmesi	- İşletme içi ilişki ağları nelerdir? - Ortaklık kültürü ve eğilimleri nasıldır? - Esnaflar arası dayanışma ağları ve ilişkileri nelerdir? - Esnaf kültürü ve esnaflık anlayışı nasıldır? - Müşterilerle ilişkiler nasıldır? - Mesleki ve resmî kurumlar ile ilişkiler nasıldır?	- İşletme sahiplerinin sosyal sermayesi ne tür ilişki ağları ve bağlantılardan oluşmaktadır? - İşletme sahiplerinin ilişkiler ağı ve bağlantılarını oluşturma ve sürdürme konusunda izledikleri stratejiler nelerdir? - İşletmecilerin güçlü ve zayıf bağlarının iktisadi faaliyetleri üzerindeki etkisi nasıldır? - Aile ve akraba üyelerinin işletmenin sürdürülebilirliği	- Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile iktisadi ilişkiler ve bağlantıları arasında ilişki vardır. - Katılımcıların mesleki eğitim ve yönelimleri ile iktisadi ilişkiler ve bağlantıları arasında ilişki vardır. - İşletmeye ilişkin özellikler ile iktisadi ilişkiler ve bağlantıları arasında ilişki vardır.

		konusundaki işlevleri nelerdir?	
Girişimcilik eğilimlerinin tespit edilmesi	- Tasarruf ve yatırım eğilimleri nelerdir? - Üretim faaliyetlerinde yeniden yapılanma ve dönüşümler ne yönde gerçekleşmektedir? - Gelecek algısı ve mesleki sorunlara yaklaşım nasıldır? - Yeni üretim biçimlerine yatkınlık ne düzeydedir? - Sektörel fırsatları ve yenilikleri takip etme ve kullanım eğilimleri nasıldır?	- Bireylerin çalışma ahlakı ve kültürü, girişimcilik eğilimleri üzerinde nasıl bir etkiye sahiptir? - Güçlü ve zayıf bağların girişimcilik faaliyetleri üzerindeki etkisi nasıldır? - Mekânsal toplanma alanı olarak küçük sanayi siteleri, yeni üretim biçimleri ve iş bölümü açısından nasıl bir dinamığe sahiptir?	- Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile girişimcilik eğilimleri arasında ilişki vardır. - Katılımcıların mesleki eğitim ve yönelimleri ile girişimcilik eğilimleri arasında ilişki vardır. - İşletmeye ilişkin özellikler ile girişimcilik eğilimleri arasında ilişki vardır.

Nitel araştırma soruları ise şu kapsamda oluşturulmuştur: Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri, katılımcıların mesleki eğitim ve yönelimleri ve işletmelerine ilişkin bilgiler çalışmanın bağımsız değişkenleri, çalışma ahlakı ve kültürel temelleri, iktisadi ilişkiler ve bağlantılar ve girişimcilik eğilimleri de çalışmanın bağımlı değişkenlerini oluşturmaktadır (bkz. Şekil 4.1). Alan yazınından ve saha gözlemlerinden hareketle tez çalışmasında bağımlı değişkenler ile bağımsız değişkenler arasında ilişki olduğu varsayılmıştır.

Nitel araştırma soruları Tablo 4.1’de ayrıntılarıyla gösterilmiş olup en genel ifadeyle şu şekildedir:

- Çalışma ahlakı ve kültürünü ortaya çıkaran unsurların saptanması,
 - Çalışma ahlakı ve kültürünün iktisadi ilişkiler ve girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisinin tespit edilmesi,
 - İktisadi ilişkilerin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisinin saptanması
- şeklindedir.



Şekil 4.2 Çalışmanın Nitel Bağlamındaki Sorgu Alanı

Ekonomik yapı içerisindeki paylarının arttırılabilmesi adına işletmelerin mevcut iktisadi yapıya uyum sağlayabilmeleri veya sağlayamamalarına neden olan unsurların bilinmesi önem arz etmektedir. İktisadi faaliyet ve yapıları şekillendiren sosyal yapıları keşfe yönelik bir girişim olarak ortaya çıkan tez çalışmasının sonunda, küçük sanayi esnafının günümüz iktisadi yapısına eklemlenebilmelerine imkân veren veya dışında kalmalarına sebep olan unsurların ve stratejilerin saptanması hedeflenmektedir. Bu hedef aynı zamanda esnafın mevcut iktisadi yapıya eklemlenme süreçlerinin, küresel bağlamın referans alınarak ona uyarlanma yönünde mi seyir gösterdiği yoksa özgün bir modele mi sahip olduğunun ortaya çıkarılmasına imkân sağlayacaktır.

4.3. Araştırma Deseni

Araştırmanın amacı ve sorunsalı, araştırmacının uygulaması ve takip etmesi gereken aşamaları genel hatlarıyla sınırlandırmakta ve belirlemektedir. Sınırları iyi çizilmiş bir araştırma sorusu, araştırma projesinin çerçevesinin belirlenmesi noktasında belirleyici bir öneme sahiptir. Punch (2014: 41), bir araştırmada izlenecek aşamaları belirleyen iki temel soru olduğunu ifade eder: Bunlardan ilki araştırmacının neyi sorunsal edindiği ve cevaplamaya çalıştığı iken diğeri bunun nasıl gerçekleştirileceğine ilişkindir. Tez çalışmasının amacı, problemleri ve hedefleri aktarılmış olmakla birlikte bu soruların nasıl yanıtlanacağı, araştırma deseni çerçevesinde belirlenebilir. Araştırma desenleri, araştırmanın amaçları doğrultusunda izlenecek aşamaların soyut bir güzergâhını sunmaktadır. Bu kapsamda, araştırmanın deseni

çalışma boyunca uygulanacak tekniklerin belirlenmesi, verilerin analiz edilmesi ve yorumlanmasında yol göstericidir. Desen, araştırma süresince izlenebilecek seçeneklere ve çalışmanın sınırlarına ilişkin yol haritası işlevi görmekte ve çerçeve sunmaktadır. Genel itibarıyla araştırma desenleri nicel, nitel ve karma yöntemli desenler/yaklaşımlar olmak üzere üç kategoride ele alınmaktadır (bkz. Creswell, 2017; Punch, 2014). Bunlardan hangisinin seçileceği belirlenirken bazı ölçütler dikkate alınmalıdır: Araştırma problemi ve soruları, araştırmacının deneyimleri ve hedef kitle (Creswell, 2017: 19-21).

Tez çalışmasında da uygulanmış olan karma araştırma deseni, araştırmacılar tarafından pek çok sebepten ötürü tercih edilmektedir. Bunların ilki karma araştırma deseninin sağladığı avantajlara ilişkindir. Her iki yaklaşımın bir araya getirilmesi, birbirlerinin zayıf yönlerinin giderilmesini ve güçlü yönlerinin birleştirilmesini sağlar (Creswell, 2017: 20; Creswell, 2021: 15-16). Çünkü her iki veri türü de betimleyici, keşfedici, tümevarımcı veya açıklayıcı, doğrulayıcı ve hipotez testi için faydalı olabilir (Miles ve Huberman, 1994: 42). Punch'a göre nicel ve nitel yaklaşımlar, ayırt edici olmalarını sağlayan farklı yönlere sahip olmakla birlikte genel kanının aksine çok daha fazla birbiriyle örtüşen özelliklere sahiptirler. Bu noktada, nicel araştırmalar sadece kuramın test edilmesi için değil, bir alanı ortaya çıkarmak ve kuram oluşturmak amacıyla da yapılabilir. Benzer şekilde, nitel araştırma da hipotez test etmek amacıyla gerçekleştirilebilir. Punch, kalıplaşmış yargıların aksine bu iki yaklaşımdan herhangi birinin üstünlüğünün kabul edilemeyeceği gibi sosyal bilimler kapsamında her iki türüne de gereksinim duyulduğunu ifade eder. Aynı zamanda araştırmanın yaklaşımı araştırmanın amacı ve uygulanabilirliği ölçüsünde ele alınmalı ve araştırmanın sorunsal edindiği durum, tekniklerle uyum içerisinde olmalıdır (Punch, 2014: 225-227).

Tez çalışmasında karma araştırma deseninin seçilmesinde pek çok etken bulunmaktadır. Bunlardan ilki araştırmanın amacı, problemleri ve hedeflerine ilişkindir: İktisadi eğilimlerin ve bunların kökenlerinin sorgulandığı bu tez çalışmasında genellemelerin yanı sıra anlam dünyasının keşfine de ihtiyaç duyulmaktadır. Çalışma kapsamında, nicel verilerden iktisadi aktörün yaygın eğilimlerine ilişkin genel bir kanıya ulaşabilmek amacıyla faydalanılmış olup nitel verilerle bu eğilimlerin altındaki anlam ve kültür dünyası derinlikli keşfedilmek istenmiştir. Bu bağlamda nitel verilerin toplanma amacı, nicel verilerin derinlemesine anlaşılmasına yardımcı olmaktır. Bu kapsamda, nicel ve nitel verilerin birbirini eksik ve güçlü yönleriyle tamamlaması bu tez çalışması için gereklilik arz etmektedir. Aynı zamanda, farklı veri türlerinin sağladığı zenginlik ve çeşitlilik, sosyal gerçekliğin karmaşık doğasına çok boyutlu ve kapsamlı bir şekilde bakabilmeye olanak sağlayacaktır. Bir diğer etken ise verilerin ortak, kesişen ve farklılaşan yönlerini saptayarak çalışmanın güvenilirliğini arttırmaktır.

Pek çok farklı kaynaktan çeşitli karma araştırma türleri yer almaktadır (bkz. Creswell, 2021; Leech ve Onwuegbuzie, 2009; Greene vd., 1989). Leech ve Onwuegbuzie, karma araştırma desenlerinin çeşitlilik ve karmaşıklığının üstesinden gelinebilmesi ve karma araştırma tasarımında yol gösterici olabilmesi adına üç temel boyut ortaya koymaktadır. Bunların ilki, nicel ve nitel araştırmaların karıştırılma düzeylerine ilişkindir. Eğer iki araştırma türü, birden fazla aşamada karıştırılıyorsa tamamen karma, tek bir aşamada karıştırılıyorsa kısmen karma olarak ifade edilir. İkinci boyut ise iki farklı verilerin toplanma sürecine ilişkindir. Veriler aynı anda veya yaklaşık olarak aynı zamanda toplanıyorsa eş zamanlı, birbirlerinin ardına toplanıyorsa ardışık/sıralı olarak ifade edilir. Son boyut ise yaklaşımların baskınlık düzeyine ilişkindir. Bu kapsamda yaklaşımların her ikisi de eşit önemde ise eşit statülü, biri daha yüksek önceliğe sahipse baskın statülü olarak ifade edilmektedir (Leech ve Onwuegbuzie, 2009: 267-268). Tez çalışmasında bahsi geçen bu üç boyut dikkate alınarak sekiz farklı karma araştırma türü ortaya koyan Leech ve Onwuegbuzie'nin (2009) *tamamen karma eş zamanlı eşit statülü deseni* (fully mixed concurrent equal status design) uygulanmıştır. Bu, nicel ve nitel araştırmayı birden fazla aşamada birleştiren, yaklaşık olarak eşit öneme sahip olan farklı veri türlerinin eş/yakın zamanlı olarak toplandığı araştırma tasarımıdır (Leech ve Onwuegbuzie, 2009: 270).

Tez çalışmasındaki bulgular, 2022 yılının Haziran-Aralık aylarında Akdeniz Sanayi Sitesinde bulunan işletme sahipleri ile gerçekleştirilen anket, görüşme ve gözlem verilerine dayanmaktadır. Çalışmada, nitel ve nicel veri toplama araçları, oldukça yakın bir süreçte iç içe geçmiş bir şekilde toplanmıştır. Anketlerin gerçekleştirilme sürecinin son aşamalarında görüşmeler de gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Nicel ve nitel veri toplama teknikleri, ortak ve benzer temalara temas edecek şekilde kurgulanmıştır. Bu bağlamda nicel veriler genel örüntüleri oraya çıkarırken, nitel veriler bu genel eğilimin altında yatan etkenlerin ve ilişkilerin saptanmasına yöneliktir. Birbirini besleyici, açıklayıcı ve derinlikli olarak anlamaya ve açıklamaya yönelik temalara temas edecek soruları içermeleri sebebiyle nicel ve nitel bölümler tamamlayıcı bir özellik göstermektedir. Çalışmanın amacı ve problemleri ışığında anket soruları tasarlanmış ve görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Nitel bulgular, genel eğilimi ortaya çıkaran nicel bulguların derinlemesine anlaşılmasını sağlayacak biçimde sunulmuştur. Bu bağlamda hem anketler hem de görüşmelerden elde edilen veriler alıntılar olarak bir arada ortak temalar altında analiz edilmiş, yorumlanmış ve değerlendirilmiştir. Çalışma bütüncül bir yapıya sahip olup, veriler arasında öncelik veya baskınlık bulunmamaktadır. Bu bağlamda nicel ve nitel veriler eşit statülü olarak konumlandırılabilir.

4.4. Veri Toplama Teknikleri ve Süreci

Çalışma kapsamında nicel veriler anket, nitel veriler ise görüşme tekniklerinden faydalanılarak toplanmıştır. Kullanılan veri toplama araçlarında yer alan sorular, saha dinamikleri, saha gözlemleri ve alan yazınında gerçekleştirilen çalışmalar dikkate alınarak tasarlanmıştır. Nicel veri, sayılara karşılık gelir ve veriler nicelleştirilerek onlara belirli bir “yapı kazandırma” süreci uygulanır (Punch, 2014: 57). Anket, belirli bir hedef doğrultusunda önceden hazırlanmış soru formuyla geniş tabakalarından hızla ve ekonomik biçimde yoğun bilgi elde edinebilmeye imkân sağlayan en çok faydalanılan nicel veri toplama araçlarından birisidir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011: 93-94). Neuman, açık ve kapalı uçlu soruların çeşitli avantajlarının bulunduğunu ifade eder. Buna göre kapalı uçlu sorular, katılımcının soruyu cevaplama sürecini hızlandırma, seçeneklerin sorunun anlaşılmasını kolaylaştırma ve istatistiksel dökümlerin toparlanma sürecinde faydalı olma gibi çeşitli avantajları söz konusudur. Açık uçlu soruların avantajlarına bakıldığında ise sınırsız olasılıkta yanıtı erişebilme, keşfedebilme, uzun, ayrıntılı ve detaylı yanıtlar toplayabilme gibi unsurlar ifade edilebilir (Neuman, 2014: 333). 52 açık ve kapalı uçlu sorudan oluşan anketlerin uygulanması yaklaşık 30 dakika sürmüştür (Bkz. EK 1)

Bağımsız değişkenler kapsamında:

- Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini saptamaya ilişkin anket soruları: 1, 2, 3, 4, 5 ve 6. sorular
- Katılımcıların mesleki eğitim ve yönelimleri kapsamında yer alan anket soruları: 9, 10 ve 11. sorular
- İşletmelere ilişkin özellikler kapsamında yer alan anket soruları: 7, 12, 15, 16, 17 ve 18. sorular

Bağımlı değişkenler kapsamında:

- Çalışma ahlakı ve kültürü kapsamında yer alan anket soruları: 8, 25, 27, 28, 29, 30, 31 ve 32. sorular
- İktisadi ilişkiler ve bağlantılar kapsamında yer alan anket soruları: 13, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 33, 34, 35 ve 36. sorular
- Girişimcilik eğilimlerini saptamaya yönelik anket soruları: 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51 ve 52. sorular

Tez çalışması, kültürel dokuların keşfine yönelik bir girişim olması nedeniyle anket sorularında açık uçlu sorulara yer verilmiş ve anket yapılan bireylerin soruları cevaplarken ve düşüncelerini ifade ederken kullandığı ifadeler, onların kullanım biçimlerine sadık kalınarak anketlere not olarak yazılmıştır. Böylelikle şıkların sınırlandırmasının ötesine geçilerek

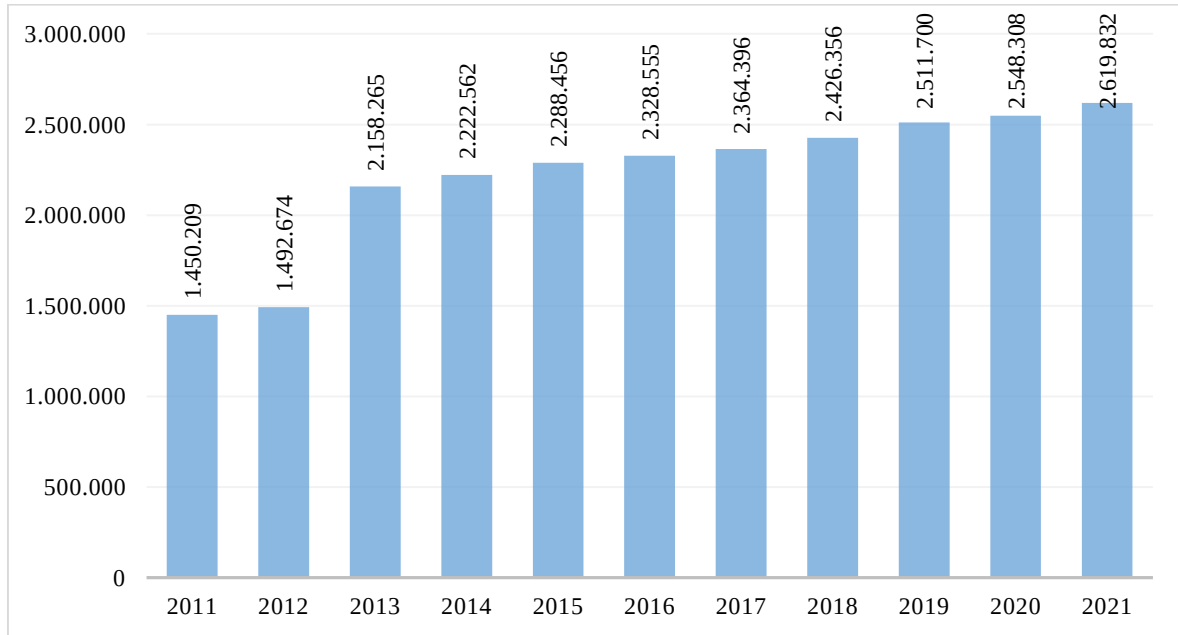
olabildiğince zengin ve geniş bilgi toplanmaya çalışılmıştır. Sonuç itibarıyla, anketin kısıtlayıcı ve sınırlandırıcı yapısı aşındırılarak nicel bir rakam olmaktan öteye geçilmeye çalışılmıştır.

Çalışma kapsamında elde edilmek istenilen nitel veriler, görüşme tekniğinden faydalanılarak toplanmıştır. Nitel veriler sayısal olmayan ve genel itibarıyla sözcüklere karşılık gelen çeşitli veri setleridir (Punch, 2014: 58). Görüşme tekniği, bireylerin deneyimlerini ve gerçekliğe ilişkin algı ve anlamlandırmalarını saptayabilmeyi sağlayan en güçlü araçlardan birisidir (Punch, 2014: 165-166). Görüşme tekniği, bireylerin anlam dünyasının sözlükler ve semboller aracılığıyla somutlaştırılma girişimidir. Görüşme sorularının önceden standart bir şekilde belirlenerek uygulanıp uygulanmaması durumuna göre görüşme çeşitli türlere ayrılmaktadır. Görüşme türleri Punch (2014: 166-169) tarafından yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış şeklinde ifade edilmektedir. Tez çalışması kapsamında yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, önceden belirlenmiş sistematik bir düzende ilerleyen soruların veya konuların mevcut olduğu ancak görüşme esnasında bunların esnetilebilme imkânının bulunduğu görüşme teknikleridir (Berg ve Lune, 2015: 136). Görüşmeler ise, esnafların mesleklerinin başlangıçlarından günümüze kadarki olan geçmiş hikâyelerinin dinlenmesi ve sonrasında ankette yer alan sorulardan özellikle de açık uçlu olanların ayrıntılı ele alınması şeklinde gerçekleştirilmiştir (Bkz. EK 2). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 12.05.2022 tarihli 09 toplantı sayısı ve 179 karar sayısı gereğince çalışmanın uygulanması etik açıdan uygun bulunmuştur.

4.5. Araştırma Sahası ve Örneklem

Çalışma, Antalya kentinde gerçekleştirilmiştir. TÜİK (2022a) verilerine göre Antalya nüfusu hızla artmaktadır (bkz. Şekil 4.3). Dolayısıyla kentin ekonomi içerisindeki payı giderek daha fazla önemli hale gelmektedir. Bu, Antalya'da turizm ve tarıma kıyasla geri planda kalan sanayinin genel çeperinin ortaya koyulması, sektör çeşitliliğin sağlanması ve bu kapsamda güçlü alanların ve eksiklerin tespiti hususunda önem arz etmektedir. Antalya ili doğal nüfus artışının yanı sıra turizm, ticaret ve hizmet sektöründe yaşanan gelişmeler neticesinde tarım dışı alanda da yoğun iç göç akışı almakta ve ayrıca yabancı uyruklu vatandaş nüfusu için de önemli bir çekim merkezi olmaktadır (Kaya ve Çalışkan, 2021: 121-132). Antalya kenti, hem ulusötesi hem de ülke içinde önemli bir çekim merkezi olmakta ve başlı başına pek çok çalışmanın konusu olabilecek zengin bir örneklem sahasını içermektedir. Hızla göç alan ve nüfusu artmakta olan bir kent olarak Antalya'da istihdam olanakları ve kent ekonomisi açısından sektör

çeşitliliğinin önemi göz önünde bulundurulmuş ve tez çalışması kapsamında küçük sanayi esnafı örneğinde Antalya kentinin iktisadi alanına odaklanılmıştır.



Şekil 4.3 2022 Yılı Antalya Nüfusu

Kaynak: TÜİK, 2022a ²²

Kent ekonomisi üzerinde önemli etkileri bulunan küçük sanayi siteleri, karmaşık bir dokuya ve yapıya sahip olmakla birlikte daha çok mikro ve küçük işletmelere ev sahipliği yapmaktadır. Tez çalışmasının üçüncü bölümünde tartışıldığı üzere, esnaf statüsünde yer alan işletmelere ilişkin netlik olmaması nedeniyle esnaf kapsamında yer alması muhtemel pek çok işletmenin konumlandığı küçük sanayi sitesi, mekânsal bir kıstas olarak belirlenmiştir. Bu temelden hareketle, tez çalışmasında mekânsal bağlamdan faydalanılarak küçük sanayi sitesi sınırları içerisinde bulunan iktisadi ajanlar küçük sanayi esnafı kapsamında ele alınmış ve bu şekilde nitelendirilmiştir.

Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü verilerinden hareketle hazırlanan ATSO (2020: 21) raporuna göre, 2020 yılında kent merkezi ve ilçeleri dâhil olmak üzere Antalya’da toplam 26 küçük sanayi sitesi bulunmaktadır (bkz Tablo 4.2). Bunların içerisinde Akdeniz Sanayi Sitesi, hem doluluk hem de istihdam edilen personel bakımından en büyük hacme sahip küçük sanayi sitesidir. İl Planlama Müdürlüğü 2018 verilerinden faydalanılarak Antalya Valiliği (2018) tarafından sunulan sanayi ve ticaret bilgilerine göre 1994 yılında faaliyete başlamış olan Akdeniz Küçük Sanayi Sitesi, 2441 iş yerine sahiptir ve en güncel verilere göre tam doluluk

²² Şekil 4.3, TÜİK (2022a) verilerinden hareketle yazar tarafından oluşturulmuştur.

göstermektedir (Antalya Valiliği, 2018)²³. Antalya’da en fazla işletme ve çalışan sayısına sahip olan küçük sanayi sitesi olma özelliği nedeniyle Akdeniz Sanayi Sitesi çalışmanın sahası olarak belirlenmiştir. İktisadi alan, pek çok ajanın ve aktörün faaliyetlerini içermekle birlikte küçük ölçekli esnaflar içerisinde karar alıcı, organize edici, yönlendirici ve uygulayıcı konumda yer alan işletme sahipleri ve işveren esnaflarla anketler ve görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Tablo 4.2 Antalya Küçük Sanayi Siteleri İstatistikleri, 2020

Küçük Sanayi Sitesi Adı	Dolu İşyeri Sayısı	İstihdam Sayısı
Akdeniz	2.441	13.000
Antalya (Eski Sanayi)	1.000	4.000
Çalkaya	126	630
Elmalı	222	376
Gazipaşa	261	837
Kemer	88	450
Korkuteli	314	361
Kumluca	293	2.000
Manavgat	412	1.260
Serik	199	500
Turunçova	131	400
Mahmutlar	206	860
Payallar	220	600
Yeşil Antalya	321	1.500
Varsak	85	250
Antalya Esnaflar	274	1.300
Kırgöz	300	1.000
Yeniköy	200	250
Adem Yörük	-	200
Alanya	850	1.700
Avsallar	43	90
Konakli	120	250
Kaş Kinik	87	261
Yeşil Demre	120	360
Finike	70	90
Mavikent Karma	35	150
Toplam	8.418	32,675

Kaynak: ATSO, 2020; 21 ²⁴

Günümüzde büyük örneklemlemlerle yürütülen çalışmalar tercih edilmek yerine giderek araştırmanın amacıyla uyuşan aynı zamanda erişilebilir örneklem seçimleri yaygınlaşmıştır

²³ Akdeniz Sanayi Sitesi’nin kapasitesine dair en güncel bilgiler ATSO (2020) raporunda bulunmaktadır. En güncel veriyi talep edebilmek adına Akdeniz Sanayi Sitesi’nin işleyişinden sorumlu olan Akdeniz Sanayi Sitesi Kooperatifi ile görüşülmüş olup, sanayideki toplam iş yerinin 2441 olduğu ve tam kapasite dolu olduğu bilgisi edinilmiştir.

²⁴ Tablo 4.2, ATSO (2020) verilerinden hareketle yazar tarafından oluşturulmuştur.

(Punch, 2014: 102). İstenilen her şeyin her zaman incelenmesi mümkün değildir (Miles ve Huberman, 1994: 27). Nicel verilerin evrene genellenme amacını taşıması, bu nedenle temsiliyetin önemli bir unsur olması, evreni temsil eden en uygun örnekleme saptamayı gerektirmektedir (Punch, 2014: 102). Bir örneklem seçmedeki temel amaç, evrenin temsil edilebilir olmasını sağlamaktır ve bunu gerçekleştirebilmenin yolu ise evrendeki her bir birimin eşit katılım şansına sahip olmasıdır (De Vaus, 2002: 70). Örneklem seçiminde seçkisiz/rastgele/olasılıklı örnekleme tekniği kullanılmıştır. Bu örnekleme tekniğinde evrendeki her birimin seçilme ihtimali eşittir (Punch, 2014: 103; Özen ve Gül, 2007: 399). Pek çok türe ayrılan olasılıklı örnekleme teknikleri içerisinde tabakalı örnekleme tekniğinden faydalanılmıştır. Tabakalı örnekleme, evrenin alt gruplara bölünerek örneklemin belirlendiği örnekleme tekniğidir (Özen ve Gül, 2007: 402). Tez çalışmasında kendi içinde orantılı ve orantısız olarak ikiye ayrılan bu türler içerisinde, orantılı tabakalı örnekleme tekniğinden faydalanılmıştır. Alt grupların evren içerisindeki oranına bakılmaksızın her birimin örnekleme eşit olması durumuna orantısız tabakalı örnekleme tekniği, alt grupların evrendeki oranının dikkate alınarak temsil edecek nitelikte örneklemin belirlenmesi durumuna ise orantılı tabakalı örnekleme tekniği denilmektedir (Özen ve Gül, 2007: 403). ATSO (2020) verilerinden hareketle Akdeniz Sanayi Sitesindeki toplam işletme sayısı, bir diğer ifadeyle araştırmanın evreni 2441'dir. Akdeniz Sanayi Sitesinin yönetim ve işleyişinde temel sorumluluğa sahip olan Akdeniz Sanayi Sitesi Kooperatifi ile görüşülerek sanayi sitesinde iş kollarına göre işletme sayılarına erişilmeye çalışılmıştır. Evrenin alt tabakalarını belirlemede temel kıstas iş kolu olarak belirlenmiştir. Akdeniz Sanayi Sitesinde hem imalat sektöründe yer alan hem de hizmet sektörü kapsamında faaliyet gösteren çeşitli iş kolları bulunmaktadır. Bu kapsamda, Akdeniz Sanayi Sitesinde aynı iş kolunda yer alıp hem hizmet hem de imalat sektörü içerisinde yer alan işletmelerin bulunduğu belirtilmelidir. Sanayideki yerleşkenin iş kollarına göre dört temelde yapıldığı öğrenilmiştir (bkz. Tablo 4.4).

Örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında aşağıdaki formül kullanılmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011: 86-87):

$$n = \frac{Nt^2pq}{d^2(N-1)} + t^2pq$$

N: Toplam birey sayısı

n: Örneklem kapsamında yer alacak birey sayısı

p: Olayın gerçekleşme olasılığı

q: Olayın gerçekleşmeme olasılığı

t: t tablosunda bulunan değer

d: Örneklem hata payı

Bu formülden hareketle tez çalışmasının örneklemini aşağıdaki gibi hesaplanmıştır:

$$N=2441$$

$$t=1,96$$

$$p=0,5$$

$$q=0,5$$

$$d=0,05$$

$$n = \frac{2441 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2(2441 - 1)} + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5$$

$$n = 332,0402$$

%95'e güven aralığı dikkate alınarak yapılan hesaplamada örneklem 332 olarak saptanmıştır. Tez çalışmasında evren, iş kollarına göre alt birimlere ayrılmış ve her birinin evrende kapladığı yüzdelik paylar belirlenmiştir²⁵. Evrenin %35,19'u (859 işletme) otomotiv iş kolu, %24,17'si (590 işletme) mobilya iş kolu, %22,77'si (556 işletme) makine ve metal iş kolu ve %17,86'sı (431 işletme) çeşitli işler kapsamında yer almaktadır. Ardından her bir alt grubun örneklemdaki oranı evrendeki oranı yansıttak şekilde belirlenmiştir. Buna göre örneklemin %35,19'u otomotiv (117 işletme), %24,17'si mobilya (80 işletme), %22,77'si makine ve metal (76 işletme) ve %17,86'sı ise çeşitli işler (63 işletme) olarak hesaplanmıştır (bkz. Tablo 4.3).

Tablo 4.3 Araştırmanın Sahası ve Örneklem Bilgisi

İş Kolları	Araştırma Sahası* (Toplam)	Alt Tabakanın Araştırma Sahasındaki Oranı (%)	Örneklem (Toplam)	Uygulanan Toplam Anket Sayısı (Toplam)
Otomotiv	859	35,19	117	123
Mobilya	590	24,17	80	84
Makine ve metal	556	22,77	76	80
Çeşitli işler	436	17,86	59	63
Toplam	2441	100	332	350

²⁵ Akdeniz Sanayi Sitesinde her bir sokak, belirli iş kollarına ayrılmış şekilde tasarlanmıştır. Akdeniz Sanayi Sitesinde dört temel iş kolu üzerinden ayırım yapıldığı görülmektedir.

Açıklama: Her bir iş kolu kapsamında yer alan işletme sayılarına ilişkin veri, Akdeniz Sanayi Sitesi Kooperatifinden elde edilmiştir.

Tablo 4.4'te araştırma sahası kapsamında yer alan işletmelerin iş kolları kapsamında gerçekleştirmiş oldukları faaliyet alanlarına göre dağılımları verilmiştir²⁶.

Tablo 4.4 İş Kollarına Göre İşletmelerin Faaliyet Alanları

Otomotiv	Oto Tamir, Tamir Bakım Servisi, Oto Kaporta, Oto Döşeme, Akü Oto Elektrik, Oto Lastik, Oto Boyama, Oto Elektrik İşleri, Otomekaniker, Motosiklet Tamiri
Mobilya	Mobilya İmalatı, Mobilya Boyama, Mobilya Dekorasyon, Marangoz, Döşemeci, Kereste İmalatı, Orman Ürünleri İmalatı, Mobilya Ebatlama, Ahşap Pres, Ahşap İşleme, CNC Kesim
Makine ve Metal	Madeni Eşya İmalatı, Makine Cihaz İmalatı, Demir-Alüminyum Doğrama / İmalatı, Torna Tesviye, Madeni Eşya, Tarım Makineleri, Makine İmalatı ve Bakım, İş Makinesi Tamiri, Damper, Endüstriyel Mutfak, Metal Ayırıştırma, Güneş-Enerji Sistemleri, Soğuk Kaynak, Sac İmalatı, Kepenk Sistemleri Üretim-İmalatı, PVC Doğrama, Hurdacı, Tabela İmalatı, Ekipman İmalatı
Çeşitli İşler	Deri ve Kösele, Tekneci, Hırdavat, Sabun Deterjan, Lastik Sanayi, Plastik Sanayi, Lokanta ve Restoranlar, Elektrikli Ev Aletleri, Bobinaj, Kimyasal Malzeme Toptancısı, Endüstriyel Reklamcılık, Yapı Market, Cam İmalatı, Tekel Bayi, Berber, Mermercilik, Plastik Boru Üretimi, Plastik ve Sünger İmalatı, Nakliye, Dijital Baskı, Kimya ve Petrol Ürünleri, Oto Kurtarma, Oto Yıkama, Çay Ocağı

Tez çalışmasında nicel verilere derinlikli bakış açısı sağlaması ve bütüncül bir şekilde birbirlerini tamamlaması amacıyla başvurulmuş nitel veriler aynı evren içerisinde toplanmıştır. Bir diğer ifadeyle görüşme yapılan bireyler, anket uygulanan bireyler arasından belirlenmiştir. Esnafların genel eğilim ve örüntülerinin saptanması amacıyla gerçekleştirilen anketler, aynı zamanda yarı yapılandırılmış bir biçimde görüşme yapılacak bireylerin tespitinde ve onlara ulaşmada bir basamak olarak kullanılmıştır. Olasılıklı olmayan örnekleme teknikleri, evrene genelleme amacı bulunmayan, evrende bulunan her bir birimin örneklem kapsamında yer alma hususunda eşit olasılığa sahip olmadığı, genel olarak nitel araştırmalarda kullanım alanının yaygın olduğu örnekleme türüdür (Gülbüz ve Şahin, 2018: 131). Bu kapsamda, görüşme yapılacak bireylere ulaşmada kullanılan olasılıklı olmayan örnekleme tekniği ise çok aşamalı olasılıklı amaçlı örnekleme (multi-stage purposeful random sampling) tekniğidir. Bu örnekleme

²⁶ İlgili veri, Akdeniz Sanayi Sitesi Kooperatifinden ve saha çalışmasından elde edilen verilerden hareketle derlenmiştir.

teknığının ilk basamağı rastlantısal/olasılıklı bir şekilde gerçekleştirilmekte, ikinci aşaması ise amaçlı bir şekilde gerçekleştirilmektedir (Onwuegbuzie ve Leech, 2007: 115). Tez çalışmasının ilk aşamasında tabakalı örnekleme tekniğinden faydalanılarak örneklem olasılıklı bir şekilde seçilmiş ve böylelikle anket yapılan bireylere ulaşılmıştır. İkinci aşamada bu örneklem grubu içerisinde görüşmeye katılım gösterme konusunda istekli ve müsait bireylerin seçilmesine karşılık gelen kolayda örnekleme tekniğinden (Onwuegbuzie ve Leech, 2007: 114) faydalanılmıştır. Anketler gerçekleştirilirken katılımcılara sonraki süreçte görüşme tekniği ile veri toplanmaya devam edileceği ve bu konuda istekli olup olmadıkları sorulmuştur. Katılmaya gönüllü olan katılımcıların iletişim bilgileri istenmiş ve anket verilerinin toplanma sürecinin son aşamalarında görüşmecilerin uygun olduğu zaman diliminde ve uygun mekânlarda görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Kolayda örnekleme tekniğinden faydalanılarak görüşme yapılacak toplam birey sayısının belirlenmesinde ise bir diğer stratejiden faydalanılmıştır. *Kategorik doygunluk* kazanıldığı bir diğer ifadeyle ek ve yeni bir veriye rastlanılmadığı aşamada görüşme tekniği ile veri toplama süreci sonlandırılmıştır (Glaser ve Strauss, 2006: 61). Buna göre verilerin tekrar etmeye başlaması, toplam görüşme sayısının belirlenmesinde temel bir kıstas olarak görülmüş ve verilerin kendi içerisinde tutarlı ve tekrar etmeye başladığı noktada görüşmeler sonlandırılmıştır. Bu kapsamda, toplam 10 görüşme gerçekleştirilmiştir. Nitel örneklemede istatistiksel olarak anlamlılık aramanın yerine büyük oranda önceden belirlenmiş olan ve saha çalışması sürecinde de gelişen küçük gruplarla çalışılır (Miles ve Huberman, 1994: 27). Toplamda 350 birey ile anket yapılmış olup, anket gerçekleştirilen 350 birey içinden 10 katılımcıyla da derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılan bireylere ilişkin betimleyici bilgiler ve sosyo-demografik özellikleri Tablo 4.5'te sunulmuştur.

Tablo 4.5 Görüşmecilerin Sosyo-Demografik Özellikleri

Kod	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Doğum Yeri	Eğitim	İş Kolu	Mesleki Deneyim (yıl)	İşletme Kuruluş Yılı	Yıllık Ciro (TL)	Sabit Çalışan Sayısı
G1 (Anket 190)	Erkek	29	Bekâr	Batman/ Gerbış	Lise	Otomotiv	8	2020	700.000	6
G2 (Anket 282)	Erkek	25	Evli	Antalya/ Korkuteli	Ön lisans	Makine Metal	12	1994	8.000.000	6
G3 (Anket 199)	Erkek	33	Evli	Bitlis/ Merkez	Lise	Mobilya	20	2017	1.000.000	3
G4	Kadın	53	Evli	Konya/	Lise	Mobilya	3	2018	500.000	3

(Anket 202)				Merkez						
G5 (Anket 180)	Erkek	30	Evli	Antalya/ Güzeloba	Lisans	Mobilya	5	2022	500.000	2
G6 (Anket 296)	Erkek	47	Evli	Antalya/ Serik	Lise	Mobilya	22	2000	5.000.000	17
G7 (Anket 268)	Erkek	34	Evli	Gaziantep/ Şahinbey	Lisans	Makine Metal	3	2019	20.000.000	6
G8 (Anket 79)	Erkek	28	Evli	Gaziantep/ Şahinbey	Ortaokul	Otomotiv	17	2020	100.000	1
G9 (Anket 191)	Erkek	51	Bekâr	Bitlis/Ahlat	Lisansüstü	Mobilya	40	1994	5.000.000	10
G10 (Anket 76)	Erkek	35	Evli	İstanbul/ Beşiktaş	Lisansüstü	Otomotiv	15	2008	2.500.000	4

4.6. Veri Analizi

4.6.1 Faydalanılan İstatistiksel Analiz Yöntemleri

Tüm anket verileri incelenmiş, kayıp veri olduğu tespit edilen anketler analiz dışında bırakılmıştır. Her bir anket numaralandırılarak sıralanmıştır. Ankette yer alan açık uçlu sorulara verilen tüm yanıtlar bilgisayar ortamına aktarılmıştır. İlk olarak açık uçlu anket sorularına verilen yanıtlar derlenerek alanında uzmanların yardımıyla temalar belirlenmiş ve kapalı uçlu veriye dönüştürülmüştür. Böylelikle, anket soruları SPSS 23 programına tanımlanmak üzere hazır hale getirilmiştir. Kapalı uçlu sorularda “Diğer” seçeneği kapsamında güçlü eğilimlerin hissedildiği durumlarda ek seçenekler eklenmiştir. Bu durum, ankette yer alan 13, 20, 25, 35 ve 39. sorular için geçerli olmuştur. Frekans dağılımında, kapalı uçlu sorulara eklenen seçenekler de dâhil olacak şekilde tüm dağılımlar oransal ve sayısal ifadeleri ile birlikte ayrıntılı bir şekilde tez raporunda sunulmuştur. “İstihdam edeceğiniz kişilerde olmasına önem verdiğiniz üç özelliği söyler misiniz?” sorusuna, işletme sahiplerinin benzer kategorilerde cevap vermesi nedeniyle ilgili soru tek bir seçenek kapsamında değerlendirilmiştir. Anketin 12. sorusu kapsamında yer alan “İşletmeniz kaç yılında kuruldu?” sorusundan hareketle elde edilen kuruluş yılı, işletme yaşına dönüştürülerek analiz süreçlerine dahil edilmiştir. Bazı durumlarda, regresyon analizinde oransal dağılım olarak küçük değerlere sahip çoklu seçeneklerin, sağlıklı analiz yapmayı zorlaştırdığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda, bağımsız değişkenler içinden eğitim ve medeni durum değişkenlerine ait bazı kategoriler birleştirilmiştir. Aynı zamanda bağımlı

değişkenler kapsamında ise anket formunda yer alan 20. soruda, genel oran içerisinde küçük olan gruplar “Diğer” seçeneği altında birleştirilmiştir. Kademeli olan bazı anket soruları, yalnızca o soruyla ilişkili ve ilgili olan katılımcılara yöneltilmiştir. Bu sebeple bazı frekans dağılımı tablolarında (bkz. Tablo 5.1, 5.2, 5.34, 5.35, 5.41, 5.42, 5.48, 5.50, 5.51, 5.67 ve 5.73) geçerli “Geçerli %” ifadesi yer almakta olup, bu yalnızca ilgili soruya yanıt veren toplam katılımcıyı referans almakta ve o soruyu yanıtlayan katılımcıların frekans dağılımındaki yüzdelik payına karşılık gelmektedir. Yalnızca “%” ifadesinde ise örneklemin tamamı -350 katılımcı- referans alınmakta ve 350 katılımcının frekans dağılımındaki yüzdelik payına karşılık gelmektedir.

SPSS 23 programına aktarılan anket verilerinin analiz edilmesinde çeşitli istatistik testlerden faydalanılmıştır. İstatistiksel testlerde %95 güven aralığı ve %5 anlamlılık düzeyi esas alınarak analizler gerçekleştirilmiş ve yorumlanmıştır. Öncelikli olarak verilerin betimlenmesi sürecinde frekans dağılımı ve ki-kare (Chi-Square, χ^2) testlerinden faydalanılmıştır. Frekans dağılımı, değişkenlerin sayılar ve yüzdelikler ile genel dağılımının tasvir edildiği bir betimsel istatistik biçimidir (Büyüköztürk, 2021: 21). Parametrik olmayan bir test olan ki-kare testi ise, iki kategorik değişken arasında bir ilişkinin ya da bağlantının olup olmama durumlarını test etmektedir (Büyüköztürk, 2021: 158; Köklü vd., 2022: 181).

Bağımlı değişkenin türüne ve evrendeki dağılımına göre istatistiki yöntem seçilir: Buna göre bağımlı değişken normal bir dağılıma sahip ise parametrik olan testler; bağımlı değişken normal bir dağılıma sahip değil ise parametrik olmayan testler kullanılır (Büyüköztürk, 2021: 7-8). Aynı zamanda, verilerin yoğunluklu olarak kategorik olması durumunda parametrik olmayan testlere gereksinim duyulmaktadır (Salkind, 2019: 293). Bu temelden hareketle tez çalışmasında verilerin normal dağılıp dağılmaması ve değişkenlerin türleri dikkate alınarak çeşitli testlerden faydalanılmıştır. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek adına Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, yaş değişkeninin normal dağılım sergilediği, çalışan sayısı, yıllık ciro, mesleki deneyim süresi ve işletme yaşı değişkenlerinin ise normal bir dağılım sergilemediği tespit edilmiştir. Verilerin normal dağıldığı durumlar için parametrik testler olan Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) ve Bağımsız Örneklemeler İçin t Testi (Independent Samples t Testi) uygulanmıştır. Güçlü bir parametrik test olan Bağımsız Örneklemeler İçin t Testi, iki grubun ortalamaları arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir farkın olup olmadığını test eder (Köklü vd., 2022: 148-149). Tek Yönlü Varyans Analizi ise ikiden fazla grubun ortalamaları arasındaki farkın saptanması olarak ifade edilebilir (Salkind, 2019: 222-224). İkiden fazla değişkenli olup normal dağılım gösteren verilerin arasındaki ilişki test edilirken post hoc testleri uygulanabilmektedir.

Bu kapsamda post hoc testleri içerisinde mevcut ilişkinin hangi değişkenler arasında olduğunu tespit edebilmek adına Gabriel testinden faydalanılmıştır. Gabriel testi, gruplar arasında farklılıklar büyük olduğunda daha iyi performans göstermesinden dolayı tercih edilen oldukça güçlü bir testtir (Field, 2005: 341).

Çalışmada değişkenlerin normal dağılmadığı durumlarda, Kruskal-Wallis H ve Mann-Whitney U testleri kullanılmıştır. Ortancanın esas alınarak gruplar arasında farklılığın ölçüldüğü bu testler, farklılığın yönünün yanında sıra toplamaları ile miktarının da hesaba katılması nedeniyle en güçlü parametrik olmayan testler arasında yer almaktadır (Büyüköztürk, 2021: 155). Mann-Whitney U testi, birbirinden bağımsız veya ilişkisiz olan iki grubun ortalamalarının farklarının test edildiği ve gerekli varsayımların karşılanamaması durumlarında t testine alternatif olarak kullanılan parametrik olmayan bir testtir (Köklü vd., 2022: 187). Kruskal-Wallis H testi ise ikiden fazla grubun ortalamalarının karşılaştırıldığı ve dağılımın normal olmaması durumunda tek yönlü varyans analizine alternatif olarak kullanılabilen parametrik olmayan bir testtir (Köklü vd., 2022: 203).

Regresyon analizi, tez çalışması kapsamında faydalanan bir diğer analiz yöntemidir. Bu analiz türünde, bağımlı değişken ile bağımsız değişkenlerin birbirleri ile bağlantılı ya da ilişkili olma durumları ele alınmaktadır (Alpar, 2017: 395, 399). Tez çalışmasında çeşitli türleri bulunan regresyon analizleri içerisinde lojistik regresyon analizinden faydalanılmıştır. Lojistik regresyon, bağımsız değişkenlerin kategorik olduğu ancak bağımlı değişkenlerde esneklik sağlanabildiği çeşitli durumda uygulanan analiz tekniğidir (Mertler ve Reinhart, 2017: 307-308)²⁷. Lojistik regresyon analizinde kullanılabilecek birden fazla yöntem söz konusudur (Field, 2005: 226): Standart metot ve adımsal²⁸ metot. Standart metot, tüm değişkenlerin modele dâhil edilerek gerçekleştirildiği regresyon analizidir. Adımsal metot ileriye (forward stepwise method) ve geriye (backward stepwise method) olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. İleriye doğru yöntemde, modele bir sabit değişken ile başlanılır ve anlamlılık düzeyine sahip olan değişkenlerin tek tek eklenmesi yoluyla analiz gerçekleştirilir. Geriye doğru adımsal yöntemde ise ileriye doğru adımsal yöntemin tam tersi bir şekilde tüm değişkenlerin modele dâhil edilmesi ile başlanır ve değişkenlerin modele uyum düzeyine bağlı olarak teker teker modelden çıkarılması ile analiz gerçekleştirilir (Field, 2005: 226-227). Çalışma kapsamında geriye doğru adımsal yöntem tekniğinden faydalanılmıştır. Tez çalışmasında bağımlı değişkenler ile bağımsız değişkenler arasında sezgisel bir bağlantı kurulmak yerine tüm

²⁷ Lojistik regresyon yönteminin teorik altyapısı için bkz. Mertler ve Reinhart (2017).

²⁸ Türkçe kaynaklarda enter metodun standart metod olarak; stepwise metodun ise adımsal veya aşamalı olarak tercüme edildiği görülmektedir (bkz. Çokluk vd., 2012: 66; Kayaalp vd., 2015).

değişkenler dâhil edilerek analiz yapılmıştır. Çünkü incelenen konuda derin öngörüler sağlayacak yeterli çalışmanın ve verinin olmaması, araştırmacının ilişkilendirme ve ayırt etme sürecini gerçekleştirmesini engellemiş ve Şekil 4.1’de listelenen tüm bağımlı değişkenlerin dâhil edilmesi yoluyla analiz süreci gerçekleştirilmiştir.

Lojistik regresyon analizinde, bağımsız değişkendeki kategori sayısına ve türüne göre yapılan analiz farklılaşabilmektedir. Bu sebeple ikili kategoriden oluşan bağımsız değişkenler için ikili (binary) lojistik regresyon²⁹, üç veya daha fazla kategoriden oluşan bağımsız değişkenler için çok kategorili (multinomial) lojistik regresyon analizinden³⁰ faydalanılmıştır. Tezde, esnafların çalışma ahlakı ve kültürü, iktisadi ilişkiler ve girişimcilik eğilimlerini anlamada merkezi öneme sahip olduğu düşünülen bağımsız değişkenler kapsamında regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir (bkz. Şekil 4.1).

İkili lojistik regresyon modelinin temelini oluşturan ve bağımlı değişkene konu olan durumun yaşanma olasılığının (P_i), yaşanmama olasılığına ($1 - P_i$) bölünmesiyle elde edilen bahis oranı (*odds ratio*) şu şekilde tanımlanmaktadır (Gujarati ve Porter, 2020: 554):

$$Z_i = \beta_0 + \sum_{i=1}^k \beta_i X_i + u_i \quad \text{olmak üzere,}$$

$$\frac{P_i}{1 - P_i} = \frac{1 + e^{Z_i}}{1 + e^{-Z_i}} = e^{Z_i}$$

Yukarıdaki bahis oranı denkleminin doğal logaritmasını alır ve L_i şeklinde ifade edersek aşağıdaki denklem elde edilir; elde edilen denklem hem X_i ’ye göre hem anakütle katsayılarına göre doğrusaldır ve logit (lojistik regresyon) modeli olarak adlandırılır (Gujarati ve Porter, 2020: 554-555):

$$L_i = \ln\left(\frac{P_i}{1-P_i}\right) = Z_i$$

$$L_i = \beta_0 + \sum_{i=1}^k \beta_i X_i + u_i$$

k: değişken sayısı

β_0 : sabit terim

β_i : eğim katsayısı

X_i : bağımsız değişken

²⁹ Türkçe kaynaklarda “Binary logistic regression” analizinin Türkçe karşılığı olarak “İkili lojistik regresyon”un kullanıldığı görülmektedir (Bkz. Çokluk vd., 2012: 60). Tez çalışması kapsamında da “ikili lojistik regresyon” analizi kullanılmıştır.

³⁰ Türkçe kaynaklarda “Multinomial logistic regression” analizinin “çok kategorili lojistik regresyon” veya “düzeyli isimsel lojistik regresyon” analizi şeklinde kullanılabildiği görülmekte olup (Bkz. Çokluk vd., 2012: 60) tez çalışması boyunca “çok kategorili lojistik regresyon” analizi ifadesi kullanılmıştır.

u_i : hata terimi

SPSS 23 programında, ikili lojistik regresyonun geriye doğru adımsal yöntemi Wald, conditional ve LR olmak üzere üç farklı alt türden oluşmaktadır. Aşamalı yöntemlerden faydalanılacak olan araştırmalarda, Field (2005: 227) tarafından önerilen LR yöntemi kullanılmış olup ikili lojistik regresyon analizi yapılırken Backward: LR (likelihood Ratio) metodu dikkate alınmış ve buna ilişkin Omnibus testinin sonuçları ilgili bölümlerde verilmiştir. Omnibus testi, “[g]eriye dönük adımsa yönteminde değişkenin modelden çıkartıldığında modelin her aşamada anlamlılığını” veren analizdir (Şahin, 2017: 653). İkili lojistik regresyon testinde modelin uyumunun anlaşılmasında bazı testlerden faydalanılmıştır. Bu kapsamda çok kategorili lojistik regresyon analizine benzer şekilde, Nagelkerke R^2 sonuçlarından faydalanılarak bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki değişimleri açıklama oranına ulaşılmıştır. Aynı zamanda Hosmer & Lemeshow uyum iyiliği testi, model ile verilerin uyumunu gösteren testlerden birisidir (Field, 2005: 233). Bu çerçevede Hosmer ve Lemeshow testi sonuçlarında p değerinin 0,05’ten büyük olması beklenerek modelin uyum iyiliği koşulunu sağladığı çıkarımına varılır (Erdoğan ve Tuncer, 2016: 70).

İkili lojistik regresyon analizinde, geriye doğru adımsal yöntem aracılığıyla anlamsız değişkenlerin modelden çıkarılma işlemi otomatik olarak gerçekleştirilmekte ve Omnibus testi aracılığıyla izlenen adımlar sunulabilmektedir. Çok kategorili lojistik regresyon analizinde de, ikili lojistik regresyon analizine benzer şekilde geriye doğru adımsal yöntemden faydalanılarak tüm bağımsız değişkenlerin modele dâhil edilmesi ile başlanılarak anlamlılığı yüksek düzeyde bozan değişkenlerin manuel olarak tek tek elenmesi yoluyla gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda çok kategorili lojistik regresyon analizinde eleme yöntemi, p değeri 0,800 ve üstü olan değişkenlerin modelden çıkartılması yoluyla gerçekleştirilmiştir. Çok kategorili lojistik regresyon testinde verilerin analizinin ardından yorumlanması ve uyum iyiliğinin test edilmesinde bazı testlerden faydalanılmıştır. Bunlardan birisi Pseudo R^2 testidir. “Nagelkerke R^2 istatistiği de Cox & Snell R Square istatistiği gibi bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki değişkenliğin yüzde kaçını açıklayabildiğini ifade eder” (Yayar ve Tekgün, 2022: 611). Buna göre, çok kategorili lojistik regresyon uyum iyiliği tablolarında “uyum iyiliği” (goodness of fits) testi sonuçlarına bakılarak, Pearson ve Deviance test istatistiğine ait p değerinin 0,05’ten büyük olması durumunda modelin verilere uygun olduğu sonucuna varılır (Örnek çalışmalar için bkz. Kubar ve Kırıl, 2019: 368; Tanrıverdi, 2017: 1528; Altınırnak vd., 2019: 210). Aynı zamanda “model uyum bilgisi” (model fitting information) olarak ifade edilen tabloda p değerinin 0,05’ten küçük olması durumunda modelin bir bütün olarak anlamlı olduğu

sonucuna varılır (Örnek çalışmalar için bkz. Kubar ve Kırıl, 2019: 368; Tanrıverdi, 2017: 1528; Altınırnak vd., 2019: 210).

Birbirleriyle yakından ilişkili olduğu düşünülen yaş ile mesleki deneyim süresi arasında korelasyon ilişkisine bakılmıştır. Buna göre korelasyon katsayısı 0,703 olarak tespit edilmiş olup iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sebeple, regresyon analizlerinde yalnızca mesleki deneyim süresi değişkeninden faydalanılmıştır.

4.6.2 Nicel ve Nitel Verilerin Birleştirilmesi Süreci

Karma araştırma desenlerinde analiz aşamasında verileri birleştirmenin pek çok yöntemi söz konusudur (Creswell, 2021: 87-91). Nitel araştırma tasarımlarında verilerin niceliksel sunumları olabildiği gibi tam tersi örneklerin de mevcut olduğu ve kesin bir ayrımın olmadığı göz önünde bulundurulmalıdır (Bryman, 1988: 126-127). Bir diğer ifadeyle, farklı yöntemleri bir arada ele almak ile farklı veri türlerini bağdaştırmanın farklılıklar arz ettiği ve bunun karmaşıklık yarattığı yönünde izlenim vermekle birlikte katkı sağlayıcı nitelik arz ettiği de gözetilmelidir (Punch, 2014: 213). Bu kapsamda farklı veri türleri, toplumsal gerçekliğin farklı yönlerini yakalamaya imkân sağlayan bir zenginlik olarak görülmelidir.

Bu çalışma kapsamında nitel veriler, nicel verileri açıklayabilmek, genel eğilimlerin altında yatan kültürel etkenleri saptayabilmek ve nicel verilerle sınırlı ve yüzeysel kalan konuları derinlikli ele alabilmek amacına hizmet etmektedir. Özellikle iktisadi aktörlerin sosyal ilişkilerini ve örüntülerini ortaya çıkarma biçimlerinin keşfedilebilmesi noktasında nitel verilerin önemli bir işleve sahip olduğu ifade edilebilir. İlk olarak, veri kaybını engellemek adına görüşmecilerden izin alınarak onayları doğrultusunda ses kaydına alınmış olan görüşmeler, araştırmacı tarafından bilgisayar ortamına aktararak yazıya dökülmüş ve böylece deşifre edilmiştir. Anket sorularında belirli temalar kapsamında yanıtlar veren bu görüşmecilerin yanıtları, ilgili temaların derinlikli anlaşılabilmesine hizmet etmektedir. Anket sorularına verilen yanıtların derinlemesine ve daha geniş çerçeveden keşfedilmesine olanak sağlayacak şekilde görüşmelerin uygulanmış olması sebebiyle anket ve görüşme verileri bütünleşik ve iç içe bir şekilde analiz edilmiştir. Görüşme verileri, katılımcıların özellikle ankette yer alan açık uçlu sorulara verdikleri cevapların derinlemesine ele alınması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Görüşme verilerinden, açık uçlu olup temalaştırılarak kapalı uçlu hale getirilen nicel verilerin derinlikle anlaşılabilmesi amacıyla faydalanılmıştır. Bu sebeple nicel ve nitel veriler, karşılaştırmalar da yapılarak birbirini açıklayıcı nitelikte ve sarmal bir formatta kurgulanmış ve yorumlanmıştır. Raporlaştırma sürecinde katılımcıların kırpılan ifadeleri “(…)” şeklinde belirtilmiştir. Görüşmecilerin ifadelerine araştırmacı tarafından yapılan ek açıklama

ve betimlemeler ise “[]” köşeli parantez içerisinde gösterilmiştir. Katılımcıların kelimeleri ve ifadeleri, kültürel sermayelerine de işaret etmesi sebebiyle onların kullanım biçimlerine sadık kalınarak deşifre edilmiş ve aktarılmıştır. Ankete not düşülen katılımcı ifadeleri ve görüşme verileri, bulgular bölümünde italik yazı tipinde, tırnak işareti içerisinde belirtilmiştir. Görüşmecilerde, bahsi geçen bireylerin kimliğine işaret edebileceği düşünülen kelimeler ve isimler X ile kodlanmıştır.

Tez çalışmasında bulguların sunulduğu Beşinci Bölüm, çalışmanın temel parametreleri dikkate alınarak altı başlık altında toplanmıştır. Bunlar şu şekildedir: Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri; işletmelere ilişkin bilgiler; katılımcıların mesleki eğitim ve tercihleri; çalışma ahlakı ve kültürel temelleri; iktisadi ilişkiler; girişimcilik eğilimleri (bkz. Şekil 4.1). Toplanan veriler ve gerçekleştirilen istatistiksel analizler, ilgili konu başlığı altında tematik bir çerçevede irdelenmiştir. Alt bölümler kapsamında konu ile ilgili olan öncelikle betimleyici istatistikler ardından ikili ilişkisel istatistiksel analizler ve son olarak nedensellik kurma çabası olarak regresyon analizi sonuçları sunulmuştur.

4.7. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Güvenilirlik ve geçerlilik nicel ve nitel veriler için benzer bir temele yaslanmaktadır. Bu bağlamda güvenilirlik, verilerin aynı örnekleme farklı zaman dilimlerinde uygulandığında benzer sonuçların elde edilmesi süreci iken; geçerlilik ise verilerin, incelenen durum ve olguları temsil gücüne karşılık gelir (Punch, 2014: 95-97). Birbirini destekleyen eğilim ve ilişkilerin saptanması, tez çalışmasında iç tutarlılık konusunda önemli bir yol kat edildiğini gösterir. Aynı zamanda araştırmanın ortaya çıkış sürecinde sorunsal edinilen araştırma sorularının araştırma sonunda cevaplandığı görülmüş olup kullanılan veri toplama araçlarının araştırma sorularıyla uyumluluk arz ettiği ifade edilebilir. Aynı zamanda, anket verilerinde şıkların ötesine geçilerek bireylerin tepkileri ve cevap verme biçimleri aktarılmış, böylelikle nicel verilerin kısıtlayıcı ve araştırmacı odaklı bakış açısından kaçınılmaya çalışılmıştır. Aynı zamanda bu zengin veri seti, araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği hususunda çoklu bir kaynak işlevi görmektedir.

Çoğu araştırmacı, iki araştırma geleneğinden birisine daha fazla güvenmekle birlikte bulguları diğer yöntemle de desteklemeyi tercih eder (Bryman, 1988: 127). Bu çalışmada her iki veri seti farklı boyutlarla araştırmayı aydınlatmak amacıyla derlenmiş olmakla birlikte nicel ve nitel verilerin tutarlılığını görmek ve verilerin geçerliliğini sunmak amacına da hizmet etmektedirler. Öyle ki nicel ve nitel veriler, bulgular bölümünde iç içe, karşılaştırılarak, birbirini açıklar ve sarmal bir formatta sunulmuştur.

4.8. Araştırmanın Sınırlılıkları

Saha araştırması sırasında, katılımcıların bazı konularda net bilgiye sahip olmadıkları veya bazı bilgileri paylaşmak hususunda çekimser kaldıkları görülmüştür. Bu sorular, çalışan sayısı, yıllık net ciro ve bir sektörel sınıflama sistemi olan NACE rev.2 kodu olmuştur. Küçük esnafın genel olarak NACE rev.2 kodunu bilmedikleri dikkat çekmiştir. Aynı zamanda esnafların bazılarının NACE rev.2 kodunda yazan iş sahasıyla ilişkili iş yapmadığı anlaşılmıştır. Bu kapsamda NACE rev.2 kodu bilgilerinin yapılan işi tam bir şekilde yansıtmaması ve bilgi sahibi olmamaları gibi sebeplerden ötürü vergi levhalarında yazan NACE rev.2 kodlarına ilişkin analiz yapılamamıştır. Bunun yerine, esnaflara aktif olarak gerçekleştirdikleri meslekler iş kolları temelinde sorularak anketlere not alınmıştır.

Araştırmanın bir diğer sınırlılığı ise çalışan sayısına ilişkindir. Çalışan sayılarının sezonluk olarak değişebilmesi (özellikle mobilya iş kolunda) ve çalışan değişiminin yoğun olması (özellikle otomotiv iş kolunda) gibi etkenlerden ötürü verilerin toplandığı andaki mevcutta çalışan sayısı anketlere not düşülmüştür. Aynı zamanda, çalışan sayısı bakımından dükkânda çalışan personel sayısı ile işverenin dile getirdiği personel sayısı arasındaki tutarsızlıklar da dikkat çekmiştir. Bu bağlamda, sadece sigortalı olarak kayıtlı olan personellerini dile getirme eğiliminde bulundukları gözlemlenmiştir.

Katılımcıların bir bölümü de net ciro bilgisi verme konusunda da çekimser kalmıştır. Aynı zamanda, yıllık net ciro bilgisine sahip olmadığını dile getiren katılımcılar da tahmini rakamlar üzerinden bilgi vermişlerdir. Bu kapsamda, ciro bilgilerinin mevcut olandan daha düşük veya yüksek olabilme ihtimalinin bulunduğu belirtilmelidir. Bu hususta, görüşmeci beyanlarının doğruluğunun onların verdiği bilgilerle kısıtlı olduğu not düşülmelidir. Tez çalışmasının bir diğer sınırlılığı ise, çalışma verilerinin araştırma sahası, örnekleme, gerçekleştirilen zaman dilimi ve katılımcı beyanları ile kısıtlı olmasıdır.

4.9. Araştırmanın Özgün Değeri

Araştırmanın amacı ve problemleri kapsamında irdelendiği üzere, alan yazınında iktisadi faaliyeti şekillendiren kültürel, sosyal ve ekonomik unsurların bütüncül bir şekilde ele alınmadığı görülmektedir. Aynı zamanda işletmelerin kısa ömürlü olmalarına ilişkin iktisadi göstergelerin (bkz. TÜİK, 2020a), küçük ve mikro işletmelerin mevcut iktisadi yapıya eklemlenme süreçlerinde sorunlar olduğuna işaret ettiğine de değinilmiştir. Bu temelden hareketle, esnafların mevcut ekonomik yapıya eklemlenme süreçlerindeki ihtiyaçların tespiti ve güçlü yönlerinin ortaya çıkarılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Alan yazınındaki boşluk,

toplumsal ihtiyaçlar ve ekonomik göstergeler göz önünde bulundurularak tasarlanan tez çalışmasında, esnafların iktisadi eēilimleri kapsamlı bir şekilde irdelenmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın amacı ve problemleri başlığı altında ayrıntılı bir şekilde ele alınmış olduēu üzere tez çalışmasında üç boyuta odaklanılmaktadır: Çalışma ahlakı/kültürel temelleri, iktisadi ilişkiler ve girişimcilik eēilimleri.

- Çalışma ahlakı ve kültürel temelleri düzeyinde: Aile, eēitim, din, boş zaman etkinlikleri, üretim faaliyeti, tüketim eēilimi, sosyalleşme, toplumsal bütünleşme, mesleki uzmanlaşma.
- İktisadi ilişkiler düzeyinde: Esnaflar arası ilişkiler, kurumsal ilişkiler, mekânsal tercihler, müşterilerle ilişkiler.
- Girişimcilik eēilimleri düzeyinde: Yatırım eēilimleri, risk alma düzeyleri, gelecek algıları, tasarruf kültürleri, teknoloji kullanımı ve sektörel fırsatları takip etme düzeyi.

Doērudan esnafın iktisadi aktör olarak ele alındığı çalışmalarda veri toplama araçları olarak odak grup çalışması (bkz. Uysal, 2016), anket (bkz. am ve Kabadayı, 2017; Acar Altaş, 2019; Kaya, 2020; Yaman, 2019; Çelebi, 2019; Bakan, 2019; Yılmaz, 2021; Aydemir ve Ateş, 2011; Darıcı vd., 2012; Aygl, 2014; Soysal ve Tan, 2013; Aslander, 2016), görüşme tekniēi (bkz. Varol, 2020; Çoruk, 2009; Tekbaş, 2020; Güler, 2020; Sezer ve Geçgin, 2019), hem anket hem de görüşme tekniēinin (bkz. Albeni ve Ongun, 2005; zdemir ve Salt, 2019) kullanıldığı görülmektedir. Gerçekleştirilmiş olan çalışmalarda anket veri toplama tekniēinin aēırlıklı kullanıldığı, sınırlı sayıda da görüşme tekniēinden ve anket ve görüşme tekniklerinden bir arada faydalandığı tespit edilmiştir. Nicel ve nitel verilerin bir arada kullanılarak karma yöntem araştırma desenlerine göre tasarlanmış çalışmaların sınırlı sayıda olduēu saptanmış ve karma araştırma deseniyle alan yazınına metodolojik yönden de katkı saēlanmak istenilmiştir.

Alan yazınında mikro, küçük ve orta boy işletmelerin, KOBİ başlığı altında, tek bir analiz birimi olarak ele alındığı çeşitli çalışmalar söz konusudur. Ancak, mikro, küçük ve orta ölçekli işletmeler birbirlerinden oldukça farklı dinamiklere ve iktisadi yapılara sahiptir. Bu nedenle, mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ayrı ayrı analiz birimleri olarak ele alındığı çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu tez kapsamında, genel olarak mikro ve küçük işletme statüsünde yer alan ve esnaf olarak ifade ettiēimiz iktisadi özneler temel analiz birimi olarak ele alınmıştır.

Türkiye’de yapılmış olan çalışmalarda, esnafların ekonomik sermaye ile olan ilişkisi ön plana çıkılmış, kalkınma ve sosyal sermaye ilişkisi yoēunlukla büyük işletmeler rneēinde irdelenmiştir (Akçakaya ve Baērıyanık, 2019: 315). Bu çalışmada, esnafların kültürel, iktisadi

ve sosyal sermayeleri çok boyutlu bir şekilde ele alınmış olup mikro ve küçük işletme kapsamında yer alan işletmelerin dinamikleri keşfedilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın odak noktalarından birisi olan girişimcilik, teknoloji kullanım düzeyiyle yakın ilişki içerisindedir. Küçük firmalar, değişen teknolojiye uyum sağlama konusunda daha büyük ölçekteki işletmelere kıyasla daha avantajlı konumdadırlar (Bourdieu, 2005a: 80). Bu hızlı uyum kapasitesi, küçük işletmelerin girişimcilik kapsamında faaliyet gösterebilmelerini olumlu yönde etkilemektedir. Burada küçük işletmelerin ekonomik, sosyal ve kültürel sermayeyi nasıl yönettiği önem kazanmaktadır. Bu çalışma kapsamında mikro ve küçük ölçekli işletme kategorisinde yer alan esnaflara odaklanılmakta ve iktisadi faaliyetlerini etkileyen dinamikler derinlemesine keşfedilmeye çalışılmaktadır.



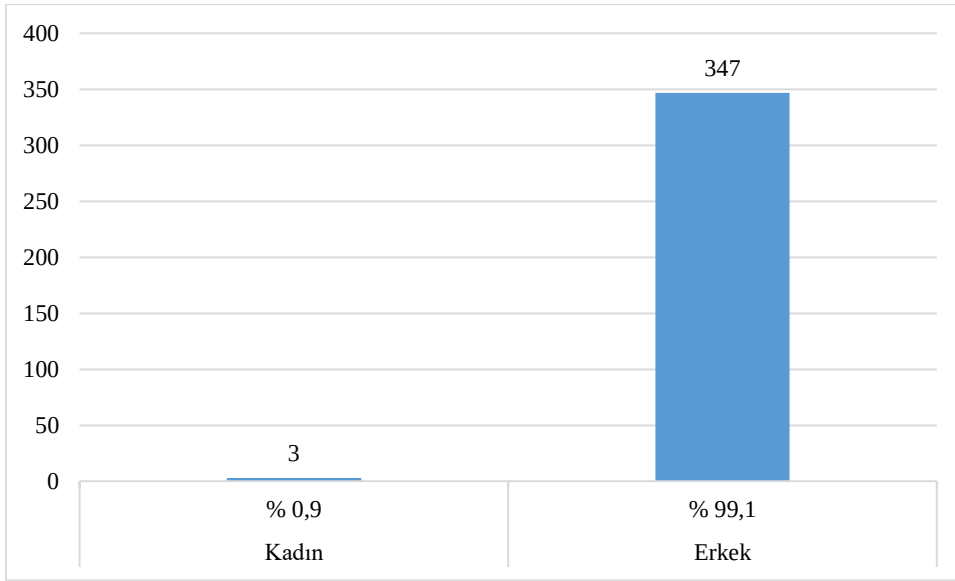
BEŞİNCİ BÖLÜM

BULGULAR

Eş zamanlı eşit statülü karma araştırma desenine göre tasarlanan tez çalışmasında, görüşme ve anket tekniklerinden elde edilen veriler, ortak temalar kapsamında iç içe, karşılaştırmalı ve birbirini açıklayıcı bir düzeyde analiz edilmiştir. Bulgular bölümü, çalışmanın temel parametreleri (bkz. Şekil 4.1) dikkate alınarak beş başlık altında irdelenmiştir: Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri; işletmelere ilişkin bilgiler; katılımcıların mesleki eğitim ve tercihleri; çalışma ahlakı ve kültürel temelleri; iktisadi ilişkiler; girişimcilik eğilimleri. Bu başlıklar altında öncelikle betimleyici istatistiksel analizlerden faydalanılarak genel eğilimler saptanmış ardından ilişkisel testler kullanılmıştır. Bu kapsamda frekans dağılımı, ki-kare, Tek Yönlü Varyans Analizi, Bağımsız Örneklemeler İçin t Testi, Kruskal-Wallis H testi, Mann-Whitney U istatistik testleri ile ikili lojistik regresyon ve çok kategorili lojistik regresyon analizlerinden faydalanılarak esnafların iktisadi faaliyetlerinin kültürel, sosyal ve ekonomik boyutları saptanmaya çalışılmıştır.

5.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

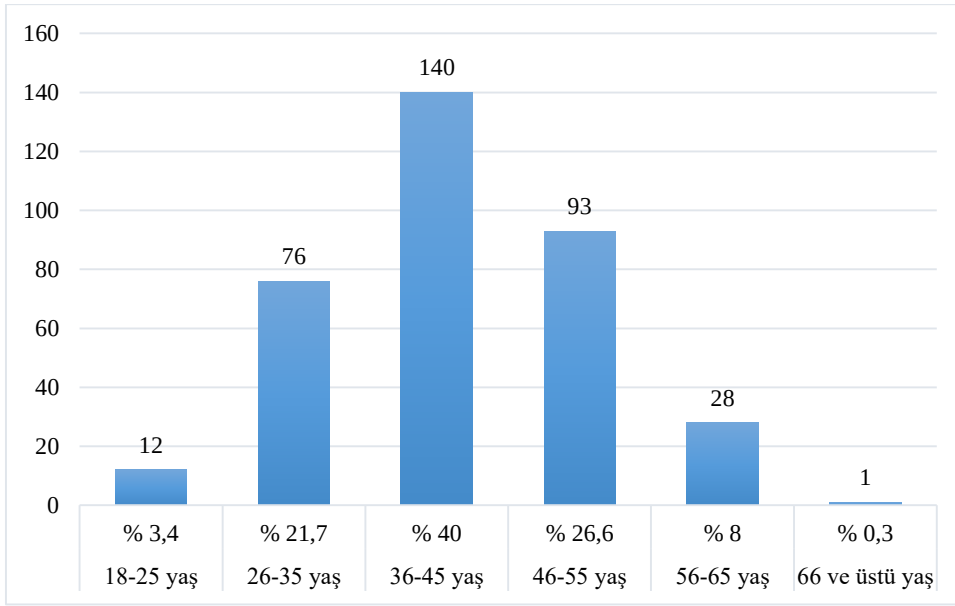
Bu bölümde, katılımcıların sosyo-demografik özellikleri kapsamında cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim, doğum yeri ve göç deneyimlerine ilişkin bilgiler yer almaktadır. İlk olarak Şekil 5.1’de katılımcıların cinsiyet dağılımları incelenmiş olup 347’sinin erkeklerden 3’ünün ise kadınlardan oluştuğu görülmektedir. Bu dağılım, küçük sanayi sitelerinin erkekler tarafından daha fazla tercih edilen meslek gruplarının yoğunlaştığı mekânlar olmasının bir sonucu olarak görülebilir. Benzer şekilde, saha çalışması sırasında çalışan olarak da kadınların sanayi sitesinde daha az görünür oldukları, genel olarak muhasebe, sekreterlik ve aşçılık gibi meslek dallarında yer aldıkları gözlemlenmiştir.



Şekil 5.1 Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

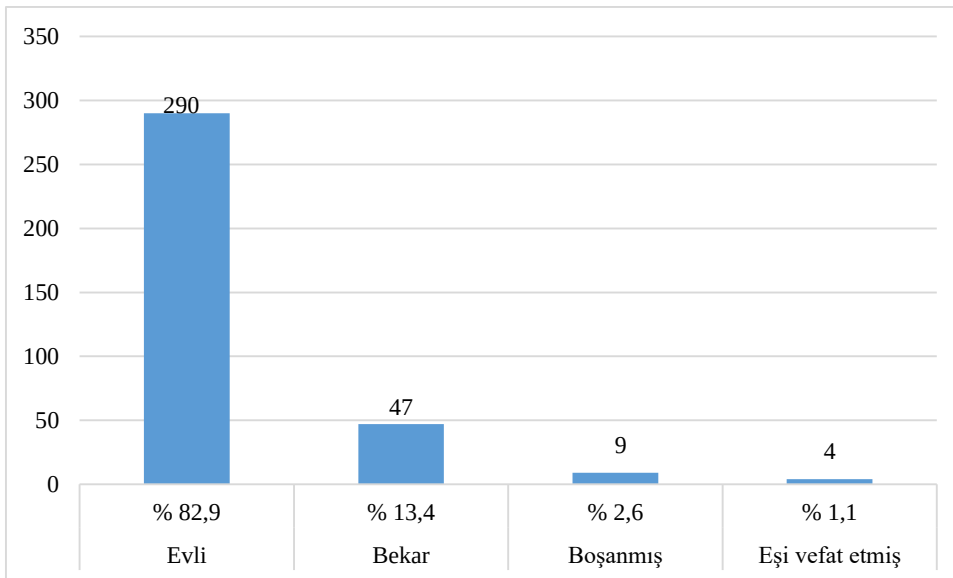
Çalışma kapsamından temsili düşük dahi olsa kadınların işletme kurması ve sanayi sitelerinde görünür olmalarında devlet teşviklerinin önemli bir yeri olduğu ifade edilebilir. Birinin makine-metal ve bir diğerinin mobilya iş kolunda yer aldığı kadın katılımcılardan ikisi iş yerlerini KOSGEB desteği kapsamında açtıklarını belirtmişlerdir. Bir diğer kadın katılımcı ise otomotiv sektöründe yer almakta olup, ortaklık yoluyla işletmesini kurduğunu ifade etmiştir.

Şekil 5.2’de katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımları verilmiştir. Buna göre katılımcılar 36 ila 45 yaş aralığında yoğunluk göstermektedir. Yaş dağılımına bakıldığında ortalama yaş 42,18, en sık görülen yaş 45 ve ortanca yaş ise 42 olarak saptanmıştır. Çalışanları itibarıyla genç ve dinamik bir yapıya sahip olan sanayi sitelerinde, işverenlerin orta yaşlarda yoğunlaştığı saha gözlemlerine de yansımıştır. 36 ila 45 yaş arası grup, katılımcıların %40’ını oluştururken bunu sırasıyla %26,6 oranı ile 46-55 yaş grubu ve %21,7 oranı ile 26-35 yaş grubu takip etmektedir.



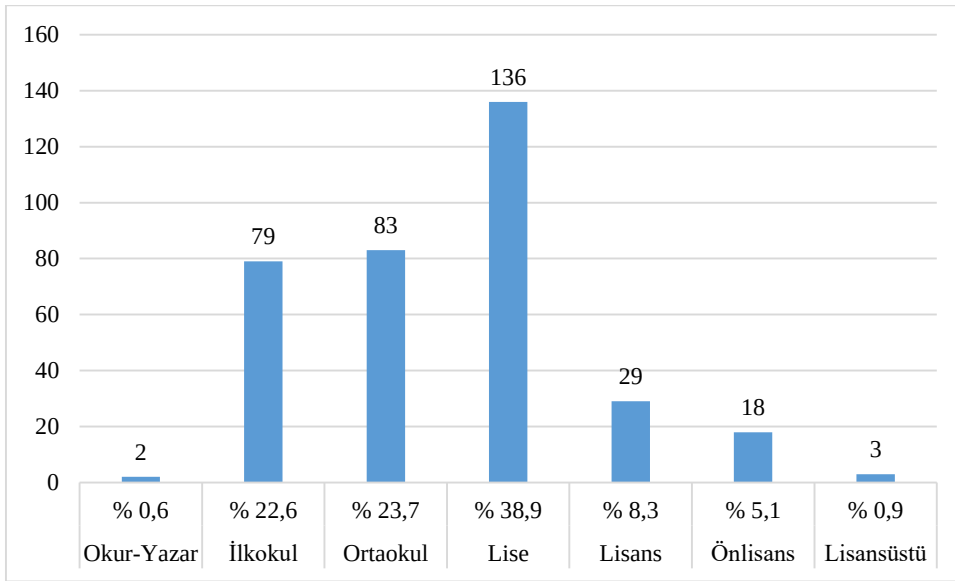
Şekil 5.2 Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımları

Şekil 5.3'te katılımcıların medeni duruma göre dağılımları verilmektedir. Buna göre, katılımcıların %82,9'u evli iken %13,4'ü bekâr, %2,6'sı boşanmış ve %1,1'inin eşi vefat etmiştir. Türkiye'de 2022 yılında ilk evlenme yaşı kadınlarda ortalama 25,6 ve erkeklerde 28,2'dir (TÜİK, 2022b). Türkiye ortalaması dikkate alındığında, katılımcıların çoğunun 26 ila 55 yaş aralığında olması (bkz. Şekil 5.2), yoğunluklu olarak evli olma durumlarıyla paralellik arz etmektedir.



Şekil 5.3 Katılımcıların Medeni Durumları

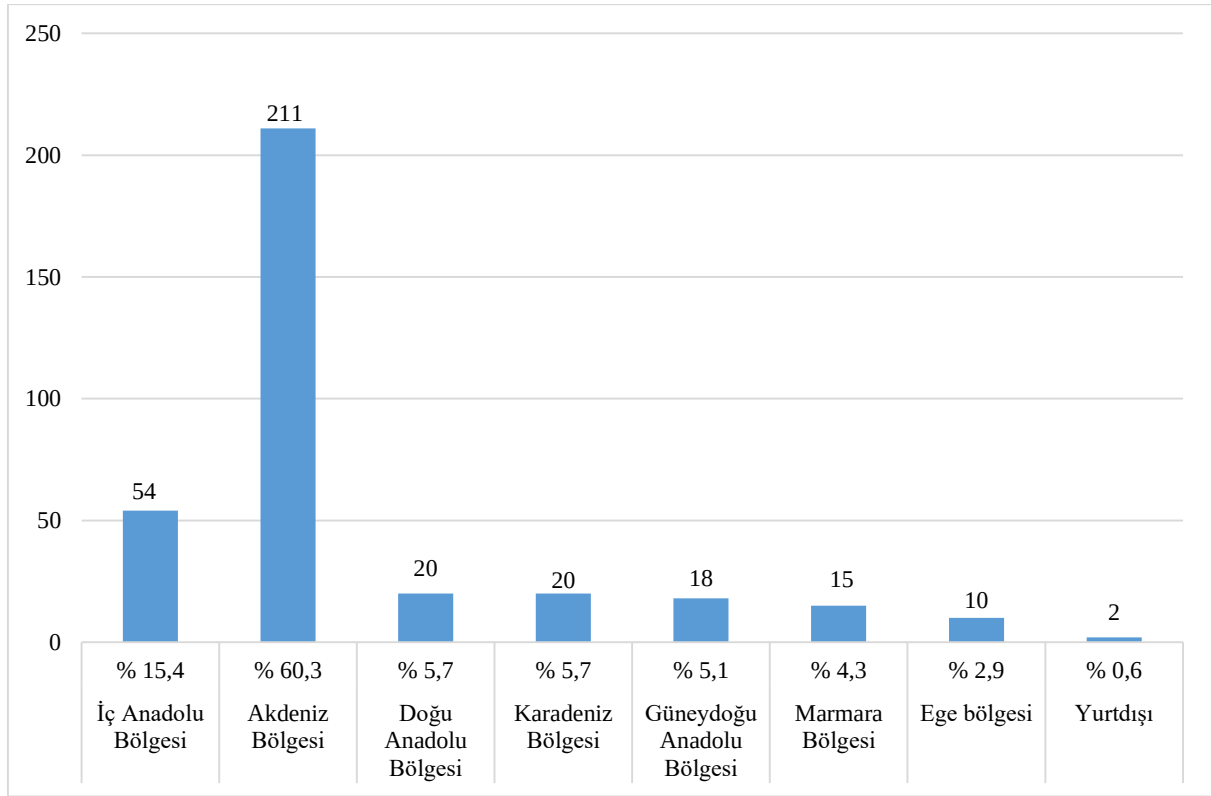
Katılımcıların eğitim durumları da iktisadi faaliyet bağlamında önem arz eden bağımsız değişkenlerden bir diğeridir. Şekil 5.4'te katılımcıların eğitim durumları verilmiştir.



Şekil 5.4 Katılımcıların Eğitim Durumu

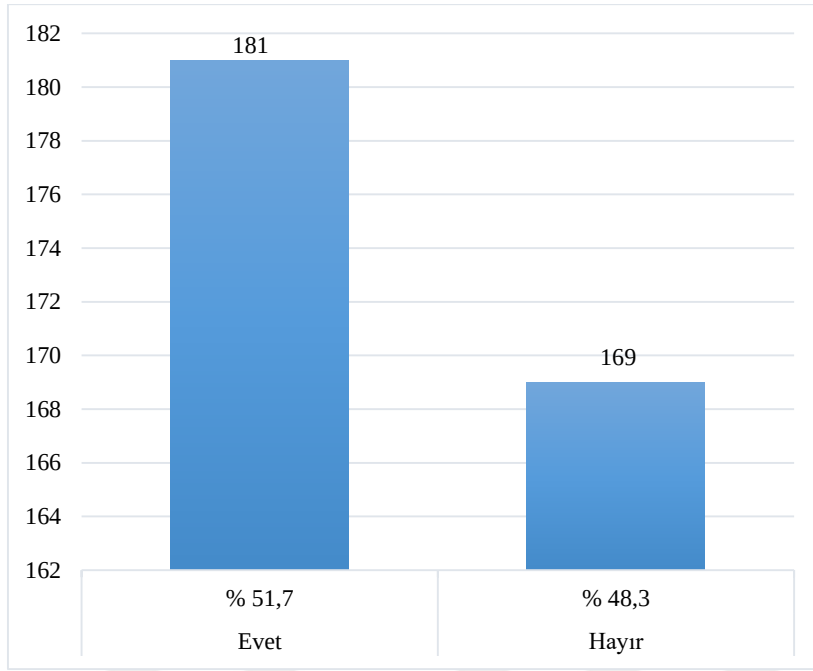
Katılımcıların %38,9'u lise mezunudur. Saha sohbetlerinden hareketle meslek liselerinin bunun içinde önemli bir yere sahip olduğu anlaşılmıştır. Sırasıyla ortaokul mezunlarının payı %23,7 ve ilkokul mezunlarının %22,6, lisans mezunlarının %8,3, ön lisans mezunlarının %5,1, lisansüstü mezunu olanların %0,9 ve okur-yazarların payı %0,6'dır.

Katılımcıların doğum yerleri, hem bir çekim merkezi olarak Antalya kentinin genel örüntülerini sergilemesi hem de kültürel çeşitliliği ortaya çıkarabilmesi açısından önemli bir diğer bağımsız değişkendir. Şekil 5.5'te katılımcıların doğum yerlerine ilişkin betimleyici istatistikler sunulmuştur.



Şekil 5.5 Katılımcıların Doğum Yerleri

Elde edilen verilere göre, katılımcıların doğum yerlerinin yoğunluklu olarak Akdeniz ve İç Anadolu Bölgesinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların %48,3'ü (169 katılımcı) Antalya doğumludur. Antalya'yı sırasıyla %6 oranı (21 katılımcı) ile Konya, %5,7 (20 katılımcı) ile Ankara, %4,7 (14 katılımcı) ile Burdur, %2,9 (10 katılımcı) ile Hatay ve %2,6 (9 katılımcı) ile İstanbul takip etmektedir. Örneklem kapsamında Burdur ve Konya gibi yakın çevre illerden olan yönelim dikkat çekmekle birlikte Antalya'nın Türkiye'nin pek çok kenti için bir çekim merkezi olduğu anlaşılmaktadır. Bu kapsamdaki veriler Şekil 5.6 ve Tablo 5.1'de sunulmuştur.



Şekil 5.6 Antalya'ya Başka Bir Şehirden Gelme Durumu

Anket yapılan bireylerin %51,7'si Antalya'ya başka bir şehirden geldiğini ifade ederken, %48,3'ünün Antalya dışında ikamet etmediği görülmektedir. İlgili veriler doğum yerleri ile kıyaslandığında, Antalya doğumlu olan katılımcıların şehir değişikliğinde bulunma eğilimi göstermedikleri anlaşılmaktadır. Antalya'ya göç eden 181 katılımcının hangi bölgeden geldikleri ise Tablo 5.1'de görülmektedir.

Tablo 5.1 Antalya'ya Gelen Şehre Göre Katılımcıların Dağılımı

Bölge	N	%	Geçerli %
Akdeniz Bölgesi	44	12,6	24,3
İç Anadolu Bölgesi	52	14,9	28,7
Marmara Bölgesi	18	5,1	9,9
Ege Bölgesi	12	3,4	6,6
Doğu Anadolu Bölgesi	18	5,1	9,9
Karadeniz Bölgesi	18	5,1	9,9
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	16	4,6	8,8
Yurtdışı	3	0,9	1,7
Toplam	181	51,7	100

Antalya'ya göç eden katılımcıların %28,7'si İç Anadolu Bölgesinde yer alan illerden, %24,3'ü ise Akdeniz Bölgesinde yer alan illerden Antalya'ya göç ettiklerini belirtmişlerdir. Şehir düzeyinde bakıldığında, Antalya'ya farklı bir ilden geldiğini ifade eden 181 katılımcının %7,1'i (25 katılımcı) Ankara, %5,7'si (20 katılımcı) Konya, %4,9'u Burdur (17 katılımcı), %4,2'si (12 katılımcı) İstanbul ve %2,9'u (10 katılımcı) Hatay'dan geldiğini ifade etmişlerdir.

Bu bağlamda, Antalya'ya göç edenlerin büyük oranda İç Anadolu ve ardından Antalya hariç diğer Akdeniz Bölgesinde yer alan kentlerden geldikleri anlaşılmaktadır. Bu veriler, bireylerin doğum yerleri ile büyük oranda paralellik arz etmektedir. Antalya'ya göç eden katılımcıların Antalya'da toplam bulunma süreleri ise Tablo 5.2'de verildiği gibidir.

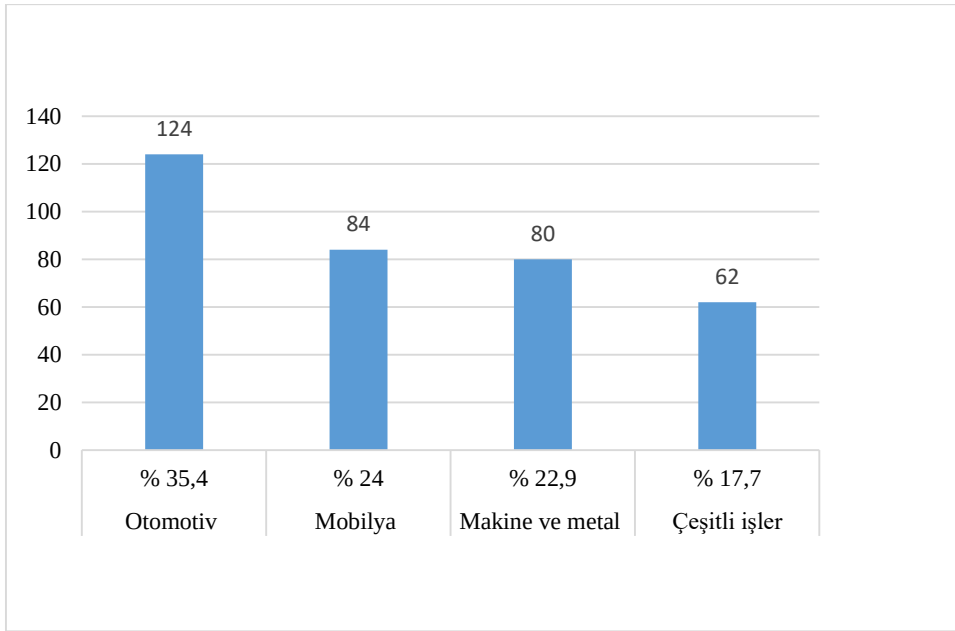
Tablo 5.2 Antalya'ya Göç Eden Katılımcıların Antalya'da Bulunma Süreleri

Yıl Aralığı	N	%	Geçerli %
1-10 yıl	33	9,4	18,2
11-20 yıl	61	17,4	33,7
21-30 yıl	57	16,3	31,5
31-40 yıl	23	6,6	12,7
41 ve üstü yıl	7	2,0	3,9
Toplam	181	51,7	100

Antalya'ya başka bir şehirden geldiğini ifade eden 181 katılımcının yaklaşık %80'i 10 yıldan daha uzun süredir Antalya'da bulunduğunu ifade etmiştir. Antalya'ya göç eden esnafların %33,7'si 11-20 yıl arasında ve %31,5'i 21-30 yıl arasında Antalya'da yaşamaktadır. Antalya'ya başka bir kentten gelen katılımcıların Antalya'da bulunma sürelerinin ortalaması 21,59, en sık görülen yıl 25 ve ortanca değer ise 20 olarak saptanmıştır.

5.2. İşletmelere İlişkin Bilgiler

Tez çalışmasının bu bölümünde iş kolları, işletmelerin kuruluş yılı/yaşı, mülkiyet durumu, yıllık ciro, çalışan sayısı ve ürün/hizmet kalite standart belgesine sahiplik durumuna ilişkin genel dağılımlar ve analizler yer almaktadır. Bu kapsamda ilk olarak katılımcıların gerçekleştirmekte oldukları iş kolları Şekil 5.7'de verilmiştir.



Şekil 5.7 İşletmelerin İş Kollarına/Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımları

Görüşülen esnafların %35,4'ü otomotiv işlerinde, %24'ü mobilya işlerinde, %22,9'u makine ve metal işlerinde ve %17,7'si çeşitli işler kapsamında yer alan meslek gruplarında yer almaktadır. Araştırmanın metodolojisi kapsamında irdelendiği üzere, yaş değişkeninin normal dağılım göstermesi sebebiyle Tek Yönlü Varyans Analizi uygulanarak işletme sahiplerinin yaş ortalamalarının iş kollarına göre dağılımı Tablo 5.3'te incelenmiştir.

Tablo 5.3 İşletme Sahiplerinin Yaş Ortalamasının İş Kollarına Göre Karşılaştırılması (Tek Yönlü Varyans Analiz)

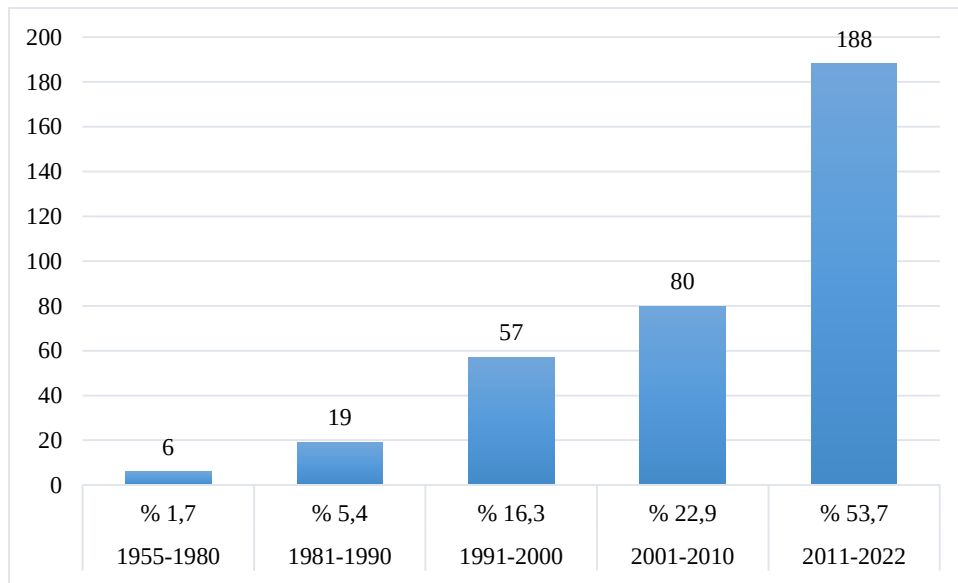
İş kolu	N	Ort.	S	Min.	Maks.		KT	sd	KO	F	p.	Fark
Otomotiv (1)	124	39,56	8,906	20	63	Gruplar- arası	1387,247	3	462,416	5,461	,001	1<2 1<4
Mobilya (2)	84	44,25	9,428	23	66	Gruplar- içi	29297,770	346	84,676			
Makine ve metal (3)	80	42,89	9,467	24	65	Toplam	30685,017	349				
Çeşitli işler (4)	62	43,68	9,129	25	65							
Toplam	350	42,18	9,377	20	66							

KT: Kareler toplamı (Sum of square); KO: Kareler ortalaması (Mean square)

Analiz sonuçlarına göre, iş kolları ile katılımcıların yaş ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Buna göre, otomotiv kapsamında faaliyet gösteren (yaş

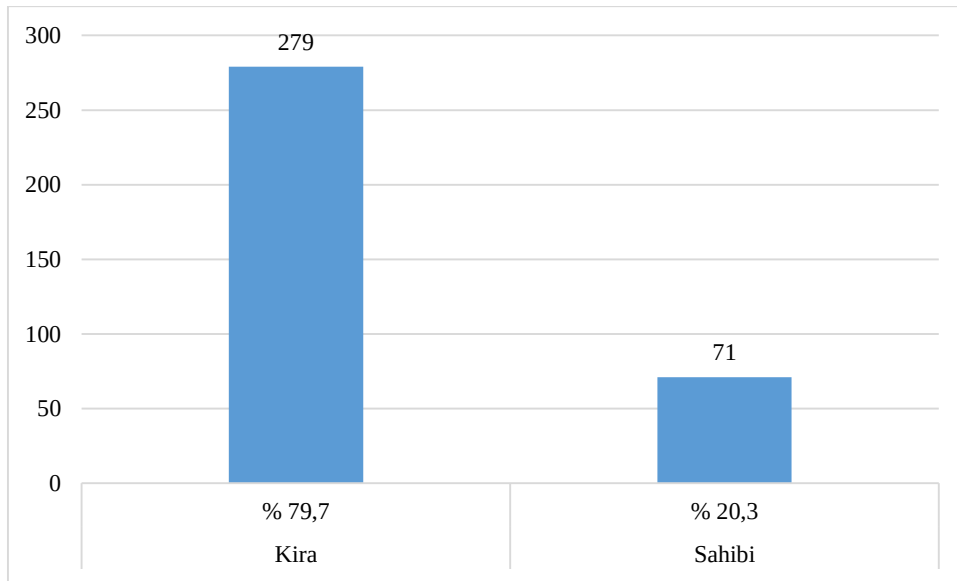
ortalaması 39,56) işletme sahiplerinin, mobilya (yaş ortalaması 44,25) ve çeşitli işler (yaş ortalaması 43,68) kapsamında faaliyet gösteren işletme sahiplerine kıyasla yaş ortalamalarının daha düşük olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, otomotiv sektörünün görece daha genç bir yaş grubunun ilgisine tabii olduğu ifade edilebilir.

İşletme kuruluş yılı, işletmenin faaliyet süresini ve dolayısıyla ömrünü gösteren önemli bağımsız değişkenlerden birisidir. Katılımcıların işletme kuruluş yıllarına ilişkin bilgiler Şekil 5.8’de yer almaktadır.



Şekil 5.8 İşletmelerin Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı

İşletmelerin yaklaşık yarısının (%53,7’si) 2011 yılından sonra kurulduğu görülmektedir. Katılımcılara mevcutta faal olarak çalıştırdıkları işletmenin kuruluş yılının sorulmuş olması, genç işletmelerde görülen bu yığılmanın sebeplerinden birisi olarak ifade edilebilir. Katılımcılar arasında, uzun yıllar sektörde olmasına rağmen ortağından ayrılarak ayrı bir işletme açmış olanların durumu da mevcut verilere yansımıştır. 1955 ila 1990 arasında kurulan işletmelerin büyük çoğunluğu ailelerden devir alınan işletmelerdir. İşletmelere ilişkin özellikler kapsamında yer alan bir diğer önemli bağımsız değişken ise Şekil 5.9’da görülebildiği üzere işletmelerin mülkiyet durumudur.



Şekil 5.9 İşletmelerin Mülkiyet Durumu

Katılımcıların %20,3'ü işletmesinin mülkiyetine sahip iken %79,7'si kiracı olduğunu belirtmiştir. Saha çalışmasının gerçekleştirildiği dönem itibarıyla artış gösteren kira ücretleri sanayi dükkânlarında da karşılığını bulmuş ve kira artışları sıklıkla dile getirilen ve yakınılan unsurlardan birisi olarak ön plana çıkmıştır. Antalya'ya başka ilden gelme durumu ile işletmesinin sahibi olma durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılık bulunmaktadır ($\chi^2 = 6,681$, $p = 0,010 < 0,05$). Buna göre, Antalya'ya dışarıdan gelenlerin Antalya doğumlulara kıyasla daha yüksek sıklıkla kiracı oldukları saptanmıştır. İşletme mülkiyet durumu ile faaliyet süresi arasındaki ilişkide, işletmelerin faaliyet süreleri normal bir dağılıma sahip olmaması sebebiyle, parametrik olmayan bir test olan Mann-Whitney U testi ile analiz edilmiş ve sonuçlar Tablo 5.4'te sunulmuştur.

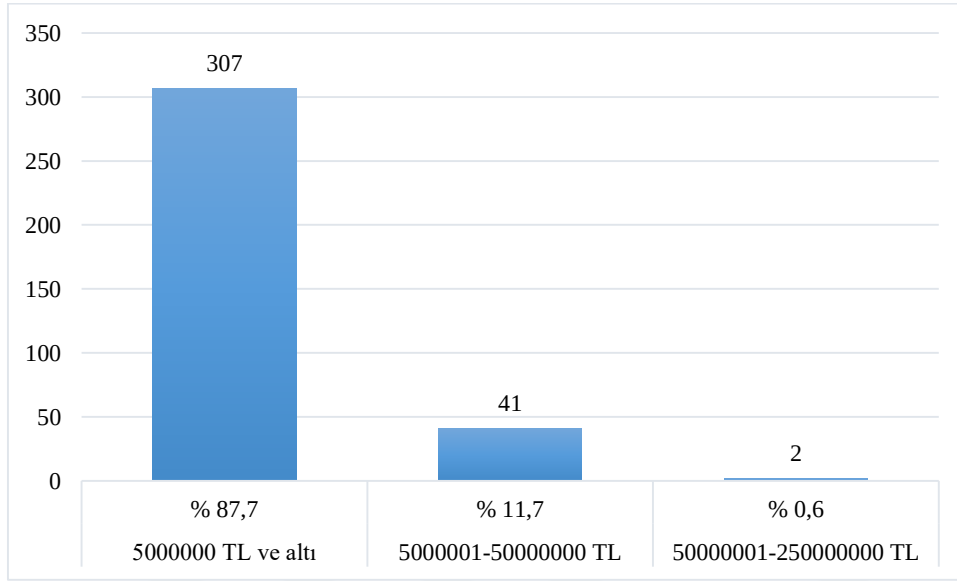
Tablo 5.4 Faaliyet Süresine Göre İşletmelerin Mülkiyet Durumu (Mann-Whitney U Testi Sonuçları)

İşletme Mülkiyet Durumu	N	Sıra Ort.	Sıra top.	Mann-Whitney U	p.
Kira	279	155,46	43374,50	4314,500	,000
Sahibi	71	254,23	18050,50		
Toplam	350				

Analiz sonucuna göre, mülkiyet durumu ile işletme faaliyet sürelerinin ortancalarının anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu saptanmıştır. Buna göre ortanca değerleri göz önünde bulundurulduğunda mülk sahiplerinin faaliyet süresinin kiracı olanlara kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu duruma göre, mekânsal ve mesleki olarak tutarlı bir seyir izleyen ve

dalında belirli bir tecrübe elde etmiş olma durumu ile işletmelerinin mülkiyetine sahip olma durumu arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır.

İşletmelere ilişkin önemli bağımsız değişkenlerden birisi de işletmelerin yıllık cirolarıdır (bkz. Şekil 5.10). Araştırmanın sınırlılıkları kapsamında da ele alındığı üzere esnafların çoğunlukla yıllık cirolarına³¹ ilişkin net bilgi sahibi olmadıkları görülmüştür. Genel itibarıyla aylık kazanç üzerinden tahmini bir yıllık ciro hesabı yapmışlardır.



Şekil 5.10 İşletmelerin Yıllık Ciroları

Katılımcıların %87,7'sinin, 5.000.000 TL ve altında yıllık ciroya sahip olduğu ortaya çıkmıştır. İşletmelerin %11,7'sinin yıllık cirolarının 5.000.001-50.000.000 TL aralığında ve %0,6'sının 50.000.001-250.000.000 TL aralığında olduğu görülmektedir. İşletmelerin yıllık ciroları ile iş kolu ve eğitim durumları arasındaki ilişki incelenmiş olup (bkz. Tablo 5.5 ve Tablo 5.6), yıllık ciro değişkenin normal bir dağılım sergilememesi nedeniyle bu kapsamda Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır (bkz. Tablo 5.5 ve Tablo 5.6).

³¹ Şekil 5.10 ve Şekil 5.11'de görülen yıllık ciro sınıflandırması ve çalışan sayısı, tez çalışmasının 3.4.4. *Türkiye'de Küçük İşletmeler ve Esnafın Konumu* başlığı altında irdelendiği üzere en güncel KOBİ sınıflandırması dikkate alınarak yapılmıştır.

Tablo 5.5 Yıllık Ciroların İş Kollarına Göre Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları)

İş Kolu	N	Sıra ort.	sd	χ^2	p.
Otomotiv	124	146,71	3	33,447	,000
Mobilya	84	228,22			
Makine ve metal	80	171,23			
Çeşitli işler	62	167,17			
Toplam	350				

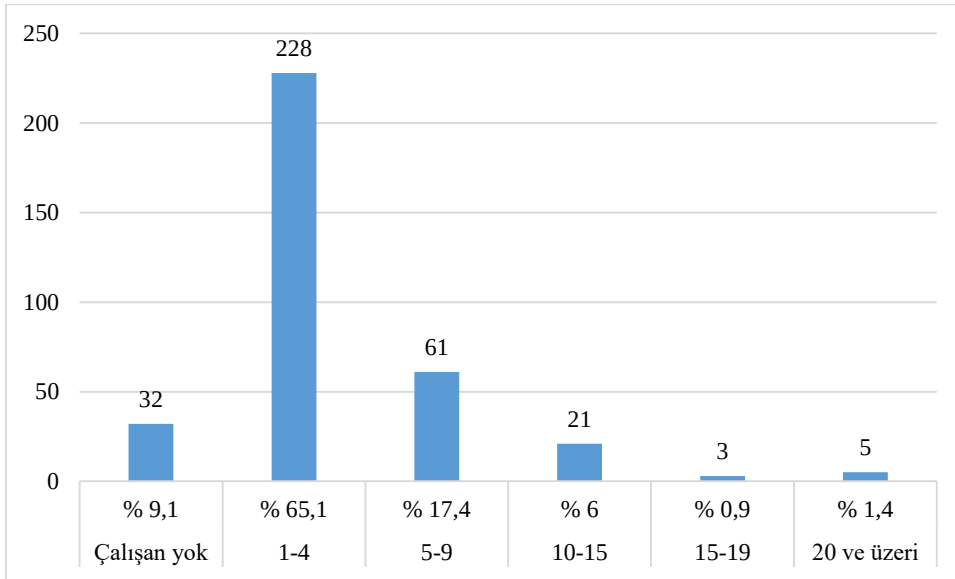
Tablo 5.5'te görüldüğü üzere işletmelerin yıllık cirolarının iş kollarına göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı saptanmıştır. Buna göre, sıra ortalamaları dikkate alındığında mobilya sektöründe yer alan işletmelerin yıllık cirosu otomotiv sektörü, çeşitli işler ve makine ve metal sektörüne kıyasla daha yüksektir.

Tablo 5.6 Yıllık Ciroların Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları)

Eğitim Durumu	N	Sıra Ort.	sd	χ^2	p.
Okur-Yazar	2	148,25	6	47,749	,000
İlkokul	79	147,39			
Ortaokul	83	139,62			
Lise	136	189,58			
Lisans	29	247,64			
Ön lisans	18	257,69			
Lisansüstü	3	98,00			
Toplam	350				

Tablo 5.6'da görüldüğü üzere işletmelerin yıllık cirolarının, katılımcıların eğitim durumuna göre sıra ortalamaları açısından anlamlı bir şekilde farklılaştığı saptanmıştır. Lise, ön lisans ve lisans mezunu olan işletme sahiplerinin yıllık cirolarının ortaokul mezunlarına kıyasla anlamlı derecede daha yüksek olduğu görülmektedir. Aynı zamanda, lisans ve ön lisans mezunlarının da yıllık cirolarının ilkokul mezunu işletme sahiplerine kıyasla daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, kültürel sermaye olarak eğitimin iktisadi alanda ve başarı sağlamada belirleyici bir konuma ve etkiye sahip olduğu ifade edilebilir.

İşletmelerin çalışan sayıları, iş hacmi, kapasitesi, büyüklüğü ve etkililiği kapsamında ele alınması gereken önemli değişkenlerden bir diğeridir. Bu kapsamda, işletmelerin çalışan sayıları Şekil 5.11'de sunulmuştur.



Şekil 5.11 İşletmelerde Çalışan Sayısı

Katılımcıların yoğunluklu olarak (%65,1) 1 ila 4 kişi arasında çalışan sayısına sahip olduğu görülmektedir. Ardından işletme sahiplerinin %17,4'ü 5 ila 9 arasında, %6'sı 10 ila 14 arasında, %1,4'ü 20 ve üzeri ve %0,9'u 15 ila 19 arasında çalışan sayısına sahip olduklarını belirtmişlerdir. Hiç çalışan olmayan işletmelerin oranı ise %9,1'dir. Ortalama çalışan sayısı 4,02 iken esnaflarda en yoğunluklu olarak 2 çalışanın mevcut olduğu saptanmıştır. Elde edilen veriler, KOBİ'lere ilişkin güncel sınıflandırma (tez çalışmasının 3.4.4. *Türkiye'de Küçük İşletmeler ve Esnafın Konumu* başlığı altında irdelenmiştir) dikkate alındığında katılımcıların çoğunun 9 ve altında çalışana sahip olması ve yıllık cironun 5.000.000 TL ve altında olması (bkz. Şekil 5.10 ve Şekil 5.11) nedeniyle örneklem kapsamında yer alan işletmelerin yoğunlukla mikro ölçekli işletme statüsünde yer aldığı ifade edilebilir.

Katılımcıların sadece kayıtlı olan çalışan sayısını dile getirme eğiliminde bulundukları saha gözlemlerinde dikkat çekmiştir. Esnaflar kimi zaman ve çeşitli dönemlerde aile üyelerinin ve akrabalarının onlara yardımcı olduklarını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda, dönemsel olarak yardıma gelen aile ve akraba üyelerinin çalışandan görülmeyeceği ve bu durumun istatistiklere yansımadağı ifade edilebilir. Aile üyelerinin ve akrabaların, emek ve işgücü noktasında küçük sanayi esnafı için önemli bir beslenme kaynağı olduğu anlaşılmaktadır. Aile ve akraba ilişkileri, tez çalışmasının ikinci bölümünde irdelenen Granovetter'in güçlü bağları ve Putnam'ın bağlayıcı bağları kapsamında değerlendirilebilir. Aile, sosyal sermayenin yegâne unsurlarından birisi olan güven ortamını doğal olarak içerisinde barındırmaktadır (Aydemir ve Tecim, 2012: 48). Bunun yanı sıra, aynı sektörden emekli olmuş veya çocuklarına işletmelerini devreden babaların da iş yerinde sıklıkla bulunduğu saha çalışmasında dikkat çekmiştir. İşletmelerde

emek, fikir ve dayanışma gibi çeşitli noktalarda yetişkin aile üyelerinden destek sağlandığı anlaşılmaktadır.

Çalışan sayısında dikkat çeken bir diğer olgu ise sanayide iş akışından kaynaklı olarak sezonluk işçi sayısında artışların yaşanması durumudur. Özellikle mobilya imalatında otel sektörüne hizmet veren pek çok işletmeci, çalışan sayılarının sezonluk değiştiğini ifade etmişlerdir.

“Yazın iki üç ay rölantide gideriz. Yeri geliyor personel sayısını seksene çıkarıyoruz otellerle çalıştığımız için. Bizim işimizde sezon önemli.” (Anket 187)

Saha verilerinin toplandığı süreç boyunca bazı işletmelerin birden fazla kez ziyaret edilmiş olması sebebiyle işletmelerde çalışan eleman sayılarının hızlı bir akış içerisinde değiştiği, bir dükkânda çalışan personelin bir süre sonra başka bir dükkânlarda çalışırken görülmesi gibi durumların yaşandığı araştırmacı tarafından da bizzat gözlenmiştir. Ekonomik durgunluk nedeniyle eleman sayısının küçültülmesi dile getirilen hususlardan birisi olmakla birlikte eleman bulunamadığı için işin büyütülemediği ve eleman eksikliğinin bulunduğu da yakınılan durumlar arasındadır.

“Yerime bakacak birini bulsam aslında lazım da öyle bir personel bulamıyorum. CNC³² operatörü gerekiyor. O da yok, bulsam alırım.” (G5)

Katılımcılar sanayilerde yer alan meslek kollarının gençler tarafından giderek daha az tercih edildiğini ifade etmişlerdir. Yoğun iş akışının bulunduğu sanayilerde çırak ve kalifiye personel ihtiyacı oldukça görünürdür. Katılımcılardan birisi, eleman olmadığı için esnaf ziyaretleri sırasında gördüğü rakip firmanın elemanına teklif sunduğunu ve onun da kabul ederek yanında çalışmaya başladığını ifade etmiştir. Başka bir katılımcı da benzer şekilde *“Bizim sektörde eleman yok. Diğer firmanın adamına daha fazla maaş verip aldık”* (Anket 4) şeklinde ifadede bulunmuştur.

“Devlet ilkokullarda yasal bir hak verilerek çıraklığa teşvik etmeli. Yaş sınırı çıraklarda azaltılmalı” (Anket 120)

“Meslek edindirme garantili ATSO ile iş birliği projesi yaptık. Öğrenci bulamadık” (Anket 191)

Katılımcılar, sanayide kalifiye eleman eksikliği yaşanmasının sebeplerini eğitim sistemi, aile tutumları, kuşak tercihleri ve işveren tutumları üzerinden açıklamaktadır. Kuşakların beklentileri ve yönelimlerindeki farklılaşmalar, emek ağırlıklı mesleklerin talep

³² CNC (Computer Numerical Control) olarak addedilen sistem, programlama ile tasarım ve kesim yapmaya imkân sağlayan tezgâhlardır (Yaz ve Bozkurt, 2018: 1).

görmemesi ve lisenin zorunlu hale gelmesinin zanaat alanındaki yansımasının kalifiye personel eksikliği olduğu ön plana çıkarılmaktadır.

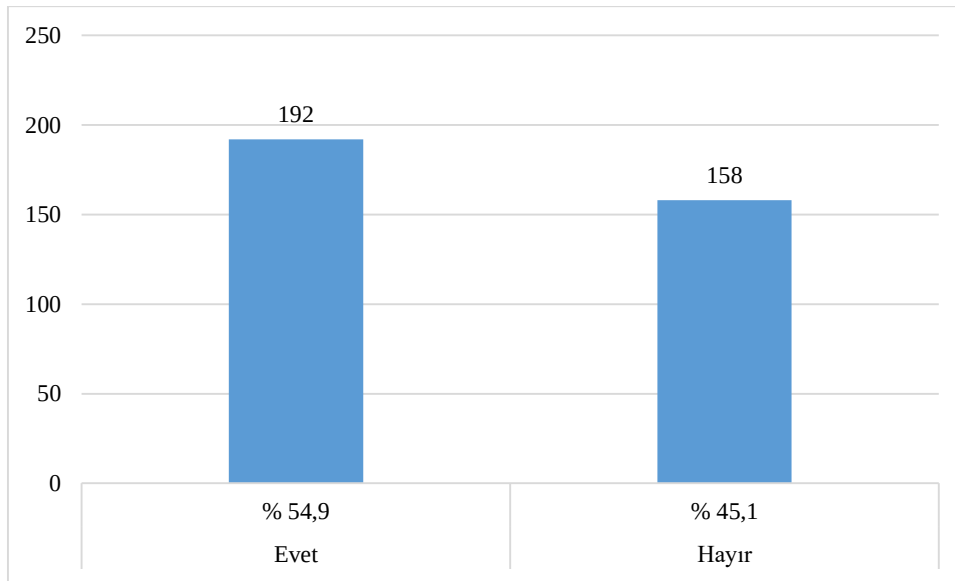
“Antalya’da nitelikli eleman yok. Çocuğu korkutuyorlar seni sanayiye gönderirim diye. Bizde yanlış algı var. Antalya turizme yöneldi. Çocuklar turizmde cıvı cıvı insanlar arasında cazip geliyor. Buraya gelip çalışmayı benimsemiyorlar. Antalya turizm ağırlıklı olduğu için kayıp oluyor. Belki bu sektörde çok iyi iş yapabilecek kişi otellerde harcanıp gidiyor.” (Anket 279)

Mesleki yönelimlerde yaşanan değişimlerin yanı sıra çalışma sahasının mekânsal ve bölgesel imkânlarının da göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bu kapsamda, Antalya kentinin turizm ve tarım sektörüyle ön plana çıkmış olması, işgücü noktasında bu sektörlerin öncelikli çekim sahaları olmalarını beraberinde getirebilmektedir. İş kolu özelinde de çalışan sayısının dağılımının tespiti önem arz etmektedir. Normal dağılıma sahip olmaması sebebiyle çalışan sayısı değişkeni ile iş kolu arasındaki ilişki Tablo 5.7’de yer aldığı üzere Kruskal-Wallis H testi ile analiz edilmiştir.

Tablo 5.7 Çalışan Sayılarının İş Kollarına Göre Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları)

İş Kolu	N	Sıra Ort.	sd	χ^2	p.
Otomotiv	124	163,16	3	16,102	,001
Mobilya	84	210,63			
Makine ve metal	80	176,99			
Çeşitli işler	62	150,67			
Toplam	350				

İşletmelerin çalışan sayıları sıra ortalamaları bakımından iş kollarına göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır (bkz. Tablo 5.7). Buna göre, mobilya alanında çalışan sayısının otomotiv ve çeşitli işlerde çalışan sayısına göre anlamlı derecede daha yüksek olduğu saptanmıştır. İşletmelere ve gerçekleştirdikleri işin içeriğine yönelik bilgi sağlayan bir diğer değişken ise ürün/hizmet kalite standart belgesine sahip olma durumlarıdır. Katılımcıların kalite standart belgesine sahiplik durumları Şekil 5.12’de verilmiştir.



Şekil 5.12 İşletmelerin Ürün/Hizmet Kalite Standart Belgesine Sahip Olma Durumu

İşletmelerin %54,9'u ürün veya hizmet kalite standart belgesine sahip iken %45,1'i bu belgeye sahip değildir. İş kolu ile kalite standart belgesine sahip olma durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde ilişki bulunmuştur ($\chi^2=38,648$ $p=0,000 < 0,05$). Buna göre, otomotiv iş kolunda yer alan işletmelerin diğer iş kollarındaki işletmelere kıyasla yüksek sıklıkla kalite standart belgesine sahip olduğu görülmektedir. Mobilya iş kolunda yer alanların da diğerlerine kıyasla daha yüksek sıklıkla kalite standart belgesine sahip olmadıkları saptanmıştır.

Meslek odalarına üyelik durumu ile kalite standart belgesine sahip olma durumları arasında istatistiksel düzeyde anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($\chi^2=13,950$, $p=0,001 < 0,05$). Buna göre, Ticaret ve Sanayi Odasına üye olanlar, Esnaf ve Sanatkar Odaları Birliğine üye olanlar ve hiçbir odaya üyeliği bulunmayanlara kıyasla daha yüksek sıklıkla kalite standart belgesine sahiptirler. Hiçbir odaya üyeliği bulunmayanların ise odalara üyeliği bulunanlara kıyasla daha yüksek düzeyde kalite standart belgesine sahip olmadıkları görülmüştür. Bu bağlamda, odaya üye olma durumu ile sektördeki kalite süreçlerine dâhil olma arasında olumlu bir ilişki olduğu ifade edilebilir.

Bireylerin yaptıkları işle ilgili eğitime sahip olma durumları ile ürün/hizmet kalite standartları belgesine sahip olma durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılık bulunduğu saptanmıştır ($\chi^2=3,960$, $p=0,047 < 0,05$). Buna göre, yaptıkları işte mesleki eğitime sahip olanların, olmayanlara kıyasla daha yüksek sıklıkla ürün/hizmet kalite standart belgesine sahip olduğu bulgulanmıştır. Bu duruma göre, mesleki eğitimin kalite süreçlerine ilişkin bilgi birikimine ve bu konudaki duyarlılığa etkide bulunabileceği söylenebilir.

Normal dağılıma sahip olmayan çalışan sayıları ile işletmelerin kalite standart belgesine sahip olma durumları arasındaki ilişki Mann-Whitney U Testi ile analiz edilmiş olup bulgular Tablo 5.8’de verilmiştir.

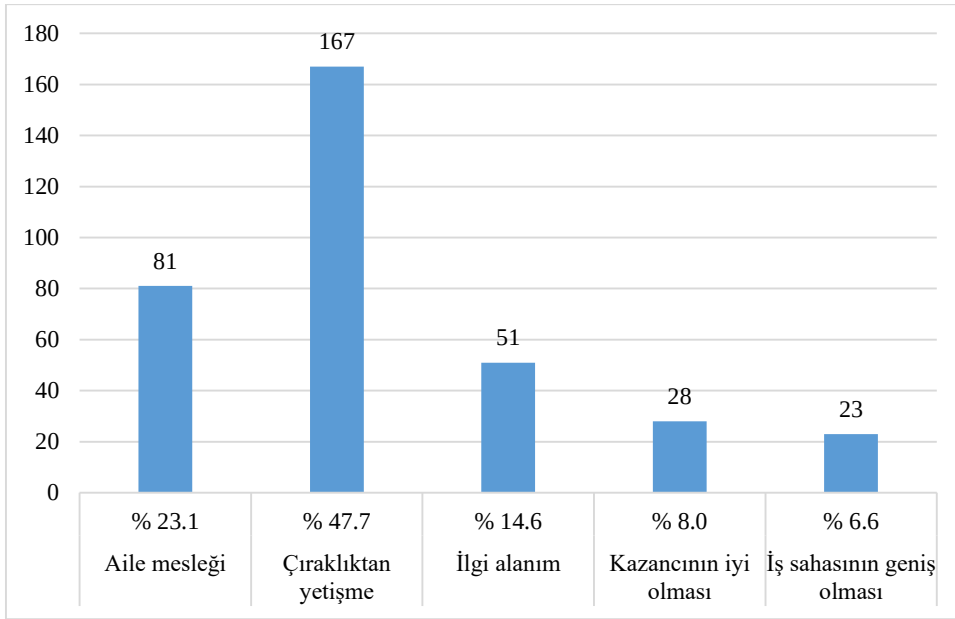
Tablo 5.8 İşletmelerin Çalışan Sayısına Göre Kalite Standart Belgesine Sahip Olma Durumları (Mann-Whitney U Testi Sonuçları)

İşletmelerin Ürün/Hizmetlere İlişkin Kalite Standart Belgesi Olma Durumu	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	Mann-Whitney U	p.
Evet	192	190,03	36486,50	12377,500	,003
Hayır	158	157,84	24938,50		

Görüldüğü üzere katılımcıların ürün/hizmet kalite standart belgesine sahip olma durumu ile ortancaları bakımından çalışan sayılarının istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır. Buna göre kalite standart belgesi bulunanların çalışan sayılarının, belgesi olmayanlara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, işletmelerin ürün/hizmet kalite standart belgesine daha fazla sahip olma durumunun işletme büyüklüğü ile ilişkili olabileceği, büyük işletmelerin daha fazla kalite süreçlerine dâhil oldukları ifade edilebilir.

5.3. Katılımcıların Mesleki Eğitim ve Tercihleri

Tez çalışmasının temel parametrelerinden bir diğeri de katılımcıların mesleki eğitim ve tercihleridir. Bu bölümde, katılımcıların meslek seçimleri, mesleki eğitimin varlığı, mesleki deneyim süreleri ve mesleki tutarlılık durumları irdelenmiştir. İlk olarak katılımcıların gerçekleştirmekte oldukları meslekleri nasıl tercih ettiklerine yönelik betimsel bulgular Şekil 5.13’te verilmiştir.



Şekil 5.13 Katılımcıların Meslek Seçimleri

İşletme sahiplerinin %47,7'si yaptıkları işte çıraklıktan yetişme olduklarını dile getirmişlerdir. Bu anlamda örneklemin yaklaşık yarısının, katılımcıların ifadesiyle “çekirdekten yetişme” olduğu ve ustanın yanında yetişerek mesleki eğitim alan kültürel bir tabakayı temsil ettiği görülmektedir. Bu noktada, özellikle küçük yaşlarda başlayan mesleki eğitimin bir tercih noktası olmaktan ziyade yönlendirilme sonucunda gerçekleştiği ifade edilebilir:

“İlk etapta aslında seçme gibi bir lüksümüz olmadı mecburiyetten başladım. Daha sonraları da işte okul çıkışı yarım saatliğine uğramaktı işe öğrenciyken (...) Ahşap üzerine başladım. Yani başlama sebebimiz bir tercih değil aslında bir mecburiyet.”(G3)

Bu bağlamda katılımcıların mesleki eğitimlerinin genel itibarıyla çıraklık okulu, kalfalık ve ustalık eğitimleri ve meslek lisesi şeklinde olduğu saha sohbetleri sırasında keşfedilmiştir. Katılımcıların %23,1'i de mevcuttaki işlerinin, aile meslekleri ve/ya işletmesi olması nedeniyle devam ettirdiklerini ifade etmişlerdir. Bu bağlamda bir tercih noktası olmaktan ziyade kurulu düzeni sürdürme eğiliminin de yaygın olduğu ifade edilebilir. Çünkü hem çıraklıktan yetişenler hem de aile mesleklerini sürdürenler için mesleki beceri ve eğitim, bireylerin içinde bulundukları habitusun bedensel, eylemsel ve zihinsel boyutlarda içselleştirilmesini içermektedir. Diğer çalışmalarda da esnaf işletmelerinde aile mesleğini sürdürme ve çıraklıktan yetişilerek meslek öğrenmenin yaygın olduğuna ilişkin bulgulara rastlanmıştır (Öneren vd., 2014: 66). Lisans eğitimi sosyoloji alanında tamamlamış ve mobilya sektöründe mesleğini sürdüren bir katılımcı, aile mesleğini sürdürme ve benimseme sürecini şu şekilde anlatmıştır:

“Ben şimdi mesela ilkokula gittiğimde, erken yaşta biz başladık, mutlaka keyifle zevkle uğrardık atölyeye. Önce bir işte ortalığı temizlemeyle süpürmeyle başladık. Zaman zaman işte birileri yokken kendimize ufak tefek ahşap oyuncak moyuncak yapalım derken sonra mesleğin içinde kaldık. Okuduktan sonra da yine

devam etmeyi tercih ettim. Atölyeden hiç kopmadım ki. Zaten bu mesleğin içerisindeyken okulu bitirdim. Devam ediyoruz işte. Belki daha farklı fırsatlar olsa başka işler çıksa da şu anda öyle bir düşüncemiz yok da zaman zaman öyle birkaç çalışma yaptım. Mesela Antalya Kültür Merkezi'nin işlerini yaptığımız dönemde oradaki kafeteryaları falan onların biz işletmeciliğini aldık. Baktık ki bizlik değil. (...) Hakikaten herkes bildiği işi yapmalı. Bıraktık yani o günden sonra da farklı bir iş arayışında olmadık ama şimdi başka bir iş çıksa yine mesleğime benzer bir şeyler, ben şu işimi bırakmayacağım, devam edeceğim yani. Mesleğimi seviyorum, severek yapıyorum.” (G9)

Benzer bir şekilde farklı bir alanda ön lisans eğitimine sahip olan bir katılımcı, eğitimini tamamladıktan sonra farklı işlerde çalıştığını ancak yine aile mesleğine yöneldiğine ilişkin deneyimlerini şu şekilde aktarmaktadır:

“Antalya'nın insanının yüzde altmışının, sekseninin koşarak gideceği rahat işler, paralı ve maaşı güzel işler denk geldi bana. En son şöyle baktım. Peygamber efendimiz en büyük kazanç ticaret demiş. Güzel bir düzen var burada, bir imparatorluk var burada, düzülü düzen. Niye başkasının yanında çalışayım ki dedim. (...) Kendi işimin başına döndüm.” (G2)

Katılımcıların da ifadelerinde görüldüğü üzere bireyin içinde bulunduğu habitus ona, mücadele edebilmesine yönelik stratejik yatkınlıklar sağlamaktadır. Yapılaşmış bir dünya olan habitus, alanın yapısını, algılayış biçimlerini ve eylemleri şekillendiren bir toplumsallıktır (Bourdieu, 2015: 148). Habitus bireyin olanaklarını ve sınırlarını belirlemekte, içinde bulunduğu alanda mücadele edebilmesini sağlayacak stratejik yönelimlerini ve tercihlerini şekillendiren bir kılavuz işlevi görmektedir. Bu bağlamda aile mesleği, içinde sosyalleşmenin gerçekleştiği ve edinilen yatkınlıkları taşıması nedeniyle bireye içinde bulunduğu oyunda mücadele edebileceği ekonomik, kültürel ve sosyal kozlar sunmaktadır. İşverenlerin %14,6'sı mesleklerini ilgi alanları olması nedeniyle tercih ettiklerini ifade etmişlerdir:

“Liseden atıldığım gün şöyle bir geziniyordum. Gezinirken ilanı gördüm. Konuşurken de ‘abi ben meslek öğrenmek istiyorum, para mara istemiyorum’ dedim. ‘Beni alın işe, arabaları seviyorum’ dedim. Adam da ‘tamam gel yarın, işe başla’ dedi. Ertesi gün gittim işe başladım. Öyle başladı bende.” (G1)

Aynı zamanda katılımcıların %8'i mesleklerini kazancı iyi olduğu için ve %6,6'sı iş sahasının genişliği sebebiyle tercih ettiklerini belirtmiştir. Bu iki etken çerçevesinde gerçekleştirilen meslek seçiminde arkadaş ve çevre tavsiyesi ve yönlendirmesinin önemli bir etken olduğu anlaşılmaktadır. Görüşmecilerden biri, tavsiyeler üzerine gerçekleştirdiği mesleki tercihinin şu şekilde aktarmıştır:

“Askerdeyken benim nöbet tuttuğum arkadaşım Bursalıydı. Dedi ki ‘seni metala yönlendirelim. Biz Gemlik'teyiz, orda güçlüyüz. Antalya'da bir ayağımız yok’. Ağ yapabilir miyiz diye aslında bir sohbet arasında gelişti bu olay. Ben onların yanında SGK'lı çalışıyordum. Sonra kendim ayrılıp kendim yapmaya başladım.” (G7)

Mesleki seçimde ilgi alanı ve kazancın yüksek olması gibi durumların küçük sanayi esnafında daha geri planda kaldığı anlaşılmaktadır. Sanayi esnafının mesleki yöneliminde

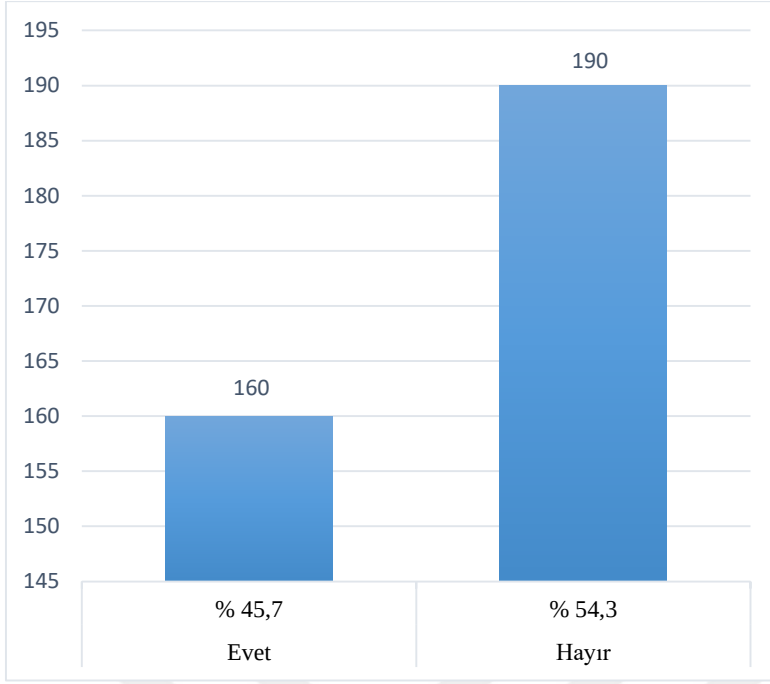
çıraktan yetişme ve aile mesleğini sürdürme eğiliminin kuvvetli olduğu dikkat çekmektedir. Bu durumu destekleyen bir diğer veri de Tablo 5.9’da sunulmuştur.

Tablo 5.9 İşletmenin Faaliyet Süresine Göre Katılımcıların Meslek Seçimleri (Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları)

	Mesleğinizi Nasıl Seçtiniz?	N	Sıra Ort.	sd	χ^2	p.
İşletmeniz Kaç Yılında Kuruldu?	Aile mesleği	81	208,90	4	33,920	,000
	Çıranklıktan yetişme	167	186,02			
	İlgi alanım	51	116,00			
	Kazancının iyi olması	28	130,88			
	İş sahasının geniş olması	23	167,76			
	Toplam	350				

Katılımcıların işletmelerinin faaliyet süresine göre mesleki seçimlerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Buna göre, mesleğini aile mesleği olduğu için gerçekleştirenlerin faaliyet süreleri, ilgi alanı ve kazancı daha iyi olduğu için gerçekleştirenlere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksektir. Aynı zamanda, çıraklıktan yetişenlerin de faaliyet süresi de ilgi alanı olduğu için mesleğini gerçekleştirenlere kıyasla daha yüksektir. Çıraklık ve aile mesleğini gerçekleştirenlerin, faaliyet sürelerinden de anlaşılacağı üzere mesleklerini sürdürmeye daha yatkın oldukları ifade edilebilir. Bu bağlamda, tezin kuramsal çerçevesinde irdelendiği üzere bireylerin içerisinde bulundukları çevrenin, kültürel atmosferin ve yatkınlıkların bir diğer ifadeyle habitusun belirleyici bir öneme sahip olduğu anlaşılmaktadır.

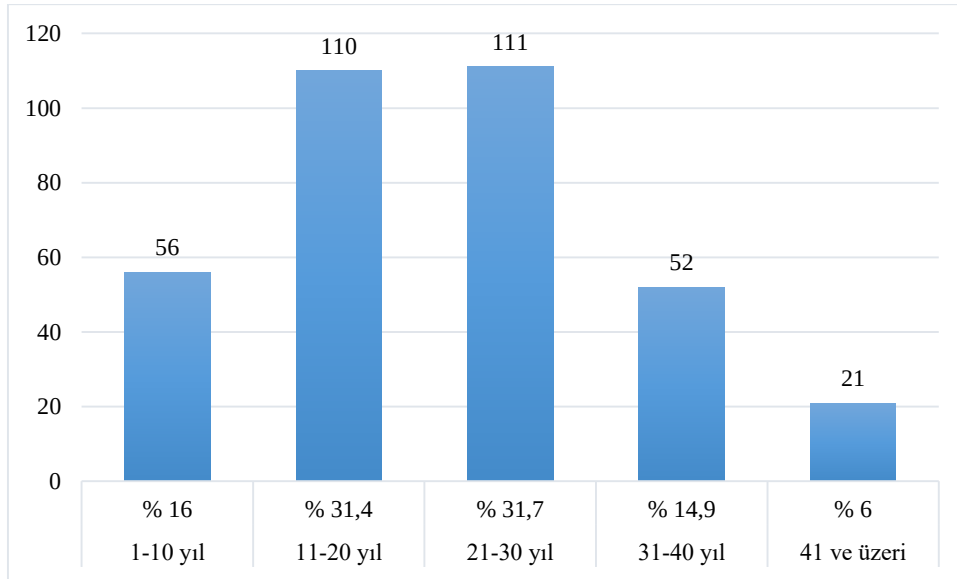
Gerçekleştirilen meslek ile ilgili eğitime sahip olma durumu ise çalışmanın bir diğer önemli bağımsız değişkenlerindendir. Örneklem kapsamında katılımcıların mesleki eğitime sahip olma durumları Şekil 5.14’teki gibidir.



Şekil 5.14 Gerçekleştirilen Meslekle İlgili Eğitim Almış Olma Durumu

Katılımcıların %45,7'si gerçekleştirmekte oldukları iş ile ilgili mesleki eğitim aldıklarını ifade ederken %54,3'ü mesleki bir eğitime sahip olmadıklarını dile getirmiştir. Buradaki mesleki eğitimden kasıt, yaptıkları iş ile ilgili bir diplomaya veya yeterlilik belgesine sahip olmaktır. Saha sohbetlerinde bir ustanın yanında çıraklık yaparak meslek öğrenen her işletme sahibinin çıraklık eğitimi veya usta öğretici belgesi gibi eğitimlere sahip olmadığı anlaşılmıştır. Bu bağlamda, çıraklıktan yetişme ile çıraklık eğitimi alma /çıraklık okuluna gitme durumunun birbirine eşdeğer olmadığına dikkat çekilmelidir. Çalışma kapsamında çıraklık okuluna gidenler ile kalfa ve usta öğreticilik belgesine sahip olanlar mesleki eğitime sahip olarak değerlendirilmiştir. Herhangi bir mesleki eğitime tabi olmadan yalnızca bir ustanın yanında çıraklık yaparak mesleği öğrenenler ise mesleki eğitim almamış kategorisinde değerlendirilmiştir.

Mesleki deneyim süresi, bireylerin mesleki yönelimleri üzerinde etkili olduğu öngörülen önemli bağımsız değişkenlerden bir diğeridir. Katılımcıların iktisadi faaliyetleri ile ilişkisini tespit edebilmek adına sorgu alanına dâhil edilen mesleki deneyim süreleri, 10 yıllık dönemler içerisinde Şekil 5.15'te sunulmuştur.



Şekil 5.15 Katılımcıların Mesleki Deneyim Süreleri

Katılımcıların %31,4'ü 11-20 yıl ve %31,7'si 21-30 yıl süresince mesleklerini gerçekleştirmekte olduklarını belirtmişlerdir. Çıraklıktan yetişen katılımcılar, çıraklık dönemlerini de dâhil ederek yıl hesabı yapmışlardır. Katılımcıların mevcuttaki iş deneyimleri ortalama olarak yaklaşık 22 yıldır. Bu ortalamanın, Antalya'ya başka bir şehirden gelen katılımcıların Antalya'da bulunma sürelerinin ortalaması olan 21,59 yıl (bkz. bölüm 5.1 *Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri*) ile de oldukça yakın olduğu dikkat çekmektedir.

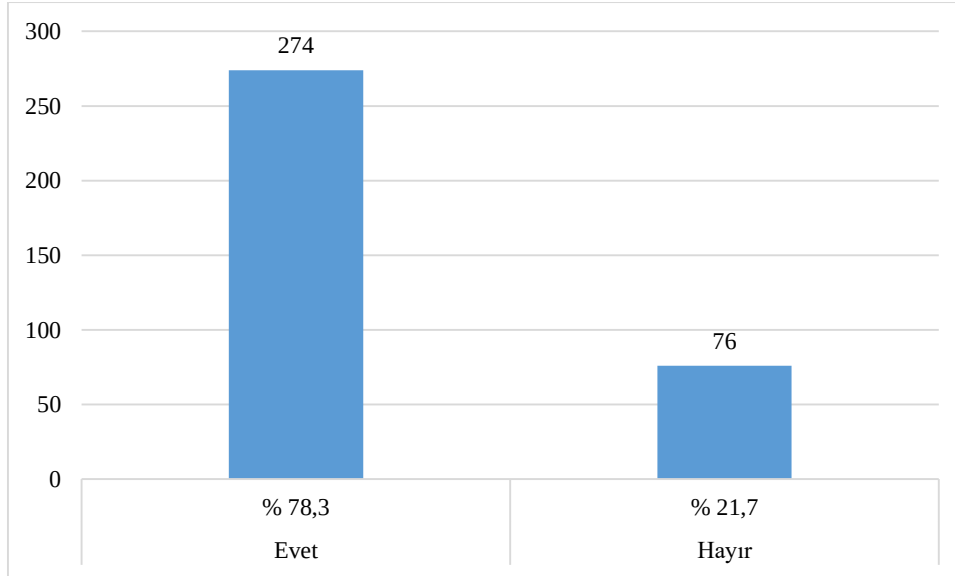
Katılımcıların mesleki deneyim süreleri ile işletmelerinin mülkiyet durumları arasında da istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (bkz. Tablo 5.10). Buna göre, ortanca değerleri bakımından mülk sahiplerinin mesleki deneyim süreleri, kiracı olanlara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksektir. Benzer bir şekilde Tablo 5.4'te yer alan Mann-Whitney U Testi sonuçlarına göre de mülk sahiplerinin işletme faaliyet süresinin kiracılara kıyasla daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bulgular, yüksek mesleki deneyimin ve işletme yaşının, mülk sahibi olma durumu ile daha fazla ilişkili olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 5.10 Mesleki Deneyim Süresine Göre İşletmelerin Mülkiyet Durumu (Mann-Whitney U Testi Sonuçları)

İşletmenizin Mülkiyet Durumu Nedir?	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	Mann-Whitney U	p.
Kira	279	165,93	46295,00	7235,000	,000
Sahibi	71	213,10	15130,00		

Tez çalışmasının üçüncü bölümünde irdelendiği üzere mesleki tutarlılık ve değişim, çalışma kültürünün önemli bir bileşenini oluşturmaktadır. Bu bağlamda, ahilik teşkilatında

mesleki tutarlılık istenirken kapitalizm kültüründe daha fazla kazanç getiriyor ise iş değişikliği teşvik edilmektedir. Bu temelden hareketle örneklem grubunun mesleki tutarlılığına ilişkin veriler Şekil 5.16’da yer aldığı gibidir.



Şekil 5.16 Bugüne Kadar Hep Aynı İşi Yapma Durumu

Katılımcıların yoğunluklu olarak (%78,3) yaşamları boyunca aynı mesleği yaptığını görülmektedir. Katılımcıların mesleklerini seçme durumları ile o güne kadar hep aynı mesleği yapma durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılık saptanmıştır ($\chi^2 = 68,945$, $p = 0,000 < 0,05$). Buna göre, çıraklıktan yetişen katılımcıların bugüne kadar aynı mesleği gerçekleştirme durumları diğerlerine kıyasla daha yüksek düzeydedir. Bu bağlamda mesleki, ahlaki, ekonomik ve sosyal pek çok boyutu içeren çıraklık eğitime sahip olan bireylerin yaşamları boyunca tek bir mesleği sürdürme eğilimi göstermeleri, sınıfsal bir kuşatılmışlığa da işaret etmektedir. Bu eğilimin, habitusun eylemlerin hem bilişsel hem de bedenleşmiş yansımalarına, alışkanlıklar bütününe ve içinde yaratıcılıkları da barındıran yeniden üretim sürecine işaret ettiği söylenebilir (Swartz, 2011: 144-145).

Katılımcıların sektörü ile o güne kadar aynı işi yapma durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde ilişki olduğu saptanmıştır ($\chi^2 = 17,045$, $p = 0,001 < 0,05$). Buna göre, otomotiv alanında çalışanların diğer iş kollarına kıyasla daha yüksek sıklıkta o güne kadar hep aynı mesleği yaptıkları görülmüştür. Makine ve metal iş kolunda çalışanların ise diğer iş kollarına kıyasla daha fazla farklı sektörlerde çalıştıkları saptanmıştır. Aynı zamanda Antalya doğumluların o güne kadar aynı mesleği yapma durumu, Antalya’ya dışarıdan gelenlere kıyasla daha fazladır ($\chi^2 = 6,329$, $p = 0,012 < 0,05$). Bir diğer ilişki ise yapılan meslek ile ilgili eğitim alma durumu ile hep aynı mesleği yapma arasında görülmektedir ($\chi^2 = 6,429$, $p = 0,011 < 0,05$).

Buna göre, yaptığı işle ilgili eğitim alanların almayanlara kıyasla daha fazla bugüne kadar hep aynı mesleği yaptığı sonucuna ulaşılmıştır. Görüldüğü üzere, mesleki eğitim ve göç etmemiş olma durumunun bireylere sağladığı yatkınlıkların mesleki tutarlılığı etkilediği anlaşılmaktadır.

5.4. Çalışma Ahlakı ve Kültürel Temelleri

Tez çalışmasının bu bölümünde, bağımlı değişkenler kategorisinde ilk sırada yer alan katılımcıların çalışma ahlakı ve kültürel temelleri irdelenmiştir. Çalışmanın *Kavramsal Çerçeve* (bkz. Birinci bölüm) ve *Türkiye’de İktisadi Faaliyetin Toplumsal ve Tarihi Kökenleri* (bkz. Üçüncü bölüm) başlığı altında ele alınan tartışmalardan hareketle, esnafların çalışma ahlakına ilişkin genel görüşümler saptanmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda, ürün ve üretim faaliyetine atfedilen anlam, çalışma ahlakı ve mesleki başarı irdelenmiştir.

5.4.1. Ürün ve Üretim Faaliyetine Atfedilen Anlam

Üretim etkinliği yalnızca maddi bir çıktı değil üreticinin ona atfettiği anlam ve değerler bütünüdür. Çalışmaya atfedilen değer, üretim etkinliğinin kalitesini, sonunda elde edilen çıktıyı ve iktisadi alandaki tutumu büyük oranda şekillendirmektedir. Üretim faaliyeti, bireysel ve özgün bir faaliyet alanı olduğu kadar yaygın kültürel örüntülerin de büyük tesiri altındadır. Ülgener’in çözülme devrine ilişkin çıkarımları, bunun en kapsamlı örneklerini sunmaktadır. O iktisadi olarak çözülmeyi kaçınılmaz kılan üretici zihniyetini, belirli temalar üzerinden ortaya koyar. Buna göre çevreye bakış, her daim kuvvetinden ve desteğinden yararlanılabilecek bir üst yöneticinin varlığına ihtiyaç duyulan, aile içi ortaklığın ön plana çıktığı ve yabancıya yer verilmediği bir yaşam alanını içermektedir. Gelecek ise, yıl boyunca yapılacaklarda belirli bir düzenin, bir yıldan fazlası için belirsizliğin hâkim olduğu ve işletmelerin de genel olarak sahibinin ömrü kadar ayakta kaldığı bir çerçeveyi içermektedir. Eşyaya bakışta ise ürün, üreticinin bir parçası olarak görülmekte, ürünün kalitesi önem arz etmekte, sayısı ve miktarı geri planda kalmaktadır (Ülgener, 1981: 205-206). Bu bağlamda üreticinin üretim faaliyetine atfettiği anlam, değer ve onunla kurduğu bağ, onun iktisadi zihniyet dünyasını ortaya çıkarması açısından önem arz etmektedir. Bu temelden hareketle, ilk olarak bireylerin çalışma ve boş zaman farkındalıklarını saptayabilmek adına Tablo 5.11’de boş zaman etkinlikleri incelenmiştir.

Tablo 5.11 Boş Zaman Etkinlikleri

Boş Zaman Etkinliği	N	%
Aile ve arkadaşlarıyla vakit geçiririm	234	66,9
Ek işlerle uğraşırım	36	10,3
Sportif aktiviteler yaparım	34	9,7
Eğlence mekânlarına giderim	17	4,9
Mesleki nitelik kazandırabilecek eğitim ve faaliyetlere katılırım	4	1,1
Balıkçılık ve avcılık	8	2,3
Bahçecilik faaliyeti	6	1,7
Seyahat etmek	9	2,6
Diğer	2	0,6
Toplam	350	100

Katılımcıların %66,9'u boş zamanlarında *aile ve arkadaşlarıyla vakit geçirdiğini* ifade etmiştir. İşletme sahiplerinin %10,3'ü *ek işlerle*, %9,7'si *sportif aktivitelerle*, %4,9'u *eğlence mekânlarına* giderek, %2,6'sı *seyahat ederek*, %2,3'ü *balıkçılık ve avcılık* faaliyetleri yaparak, %1,1'i *mesleki nitelik kazandırabilecek eğitim ve faaliyetlere katılım sağlayarak* ve %1,7'si *bahçecilik faaliyetleri* ile boş zamanlarını değerlendirdiklerini belirtmişlerdir. Elde edilen bulgular, katılımcıların iş dışındaki zamanlarını da daha çok aile üyeleriyle ve ek işlerde geçirdiklerine ve sosyal faaliyetler kapsamında sınırlı aktivitelerde bulunduklarına işaret etmektedir.

İş, maddi veya aynı değerde bir karşılığa denk gelen somut meşgaleleri kapsamaktadır (Güldiken, 2020: 5). Çalışma faaliyeti, belirli bir karşılığının olması belirleyici olmaksızın zihnen ve bedenen emek sonucunda ihtiyaç duyulan ürün veya hizmetlerin ortaya çıkarılmasını amaçlayan aktiviteler bütünüdür (Giddens, 2012: 792). Çalışma eylemine atfedilen anlam, kültürel normlar temelinde şekillenmiş olup toplumsal ve tarihsel olarak farklılık göstermektedir (Budd, 2016: 16). Çalışmaya yönelik tutum, toplumsal zeminde inşa edilen değerler etrafında örülmektedir. Bu bağlamda, çalışmadan duyulan tatmin, çalışmanın amacı ve sonuçları itibarıyla biyolojik, kişisel ve toplumsal öğeleri içeren çok boyutlu ve karmaşık bir alışveriş ve etkileşim sürecidir. Bu temelden hareketle katılımcıların çalışma faaliyetine atfettikleri anlamlar Tablo 5.12'de yer almaktadır.

Tablo 5.12 Çalışma Kavramına Atfedilen Anlam

Çalışma Kavramı	N	%
Kazanç ve geçim kapısı	128	36,6
Saygınlık kazanma ve statü	23	6,6
Toplumsal varoluş ve aidiyet	71	20,3
Kişisel ve psikolojik tatmin	40	11,4
Ticari ve mesleki itibar	38	10,9
Toplumsal kabul	3	0,9
Helal kazanç	13	3,7
Mesleki tükenmişlik ve motivasyonsuzluk	34	9,7
Toplam	350	100

Elde edilen verilere göre katılımcıların %36,6'sı çalışmayı *kazanç ve geçim kapısı* olarak görmektedirler. Bu kapsamda esnaflar çalışmayı geçim derdi, gelir kaynağı ve mücadelesi olarak yorumlamış, gereklilik ve sorumluluk kapsamında değerlendirmişlerdir:

“Geçinmek eşittir para. Bu yüzden zorundayım.” (Anket 140)

“Emeğimin hakkını alıp eve gidince mutlu oluyorum. Çalışıp para kazanmayı çok seviyorum.” (Anket 292)

“Şimdi hayatta iki önceliğim var. Birincisi ailem, ikincisi işim. Ailem olmazsa işimin bir manası yok, işim olmazsa da ailemin bir manası yok. İş olmayınca aile yürümüyor. Yani maddi kazanç olmayınca aile de yürümüyor.” (G5)

Bu bağlamda katılımcıların çoğunluğu için mesleki uğraşları, kendilerini içinde buldukları, sorgulamaksızın kabullendikleri ve maddi kaygılar temelinde şekillenen bir araçtır. Bir diğer ifadeyle çalışmak, ihtiyaçların ve yaşamın sürdürülebilmesi için bir zorunluluk, kaygı ve sorumluluk unsuru olarak ön plana çıkmaktadır. Benzer şekilde, Batı Akdeniz Bölgesi örneğinde gerçekleştirilen bir çalışmada, bireylerde geçimini sağlama, gününü ve geleceği kurtarmaya yönelik bir çalışma anlayışının söz konusu olduğu saptanmıştır (Aygül, 2014: 370-371).

Görüşmecilerin %20,3'ü çalışmayı *toplumsal varoluş ve aidiyet* unsuru olarak değerlendirmektedir. Bu kapsamda çalışmanın kendisi bir değer olarak ön plana çıkmakta ve doğrudan yaşama amacı haline gelmektedir:

“Çalışmazsan yaşayamazsın, her şey. Kalbiniz dursa yaşayabilir misiniz? Yaşayamazsınız.” (Anket 79)

“Hiç hasta olmuyorsam çalıştığım içindir.” (Anket 89)

“Keyif verici. Bir şeyler üretmek yorgunluğumu alıyor. Hayatın anlamını ifade ediyor.”
(Anket 118)

“Çalışmakla yaşamak arasındaki bağlantı çok net. Çalışmadan yaşayamam.” (Anket 141)

“Hayatın kendisidir, hayatın karşılığıdır. Çalışılmayan bir hayat bence hayat değildir.”
(Anket 106)

Anketlerin uygulanma aşamasında katılımcıların çalışma eylemini “*ben çalışmazsam ölürüm*”, “*nefes almak gibi bir şey*” ve “*hayatın anlamı*” gibi ifadelerle betimledikleri görülmüştür. Bu bağlamda, sanayi esnafı için çalışma faaliyeti kendi başına bir değer ve amaç olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle katılımcıların çocukluklarından bu yana çalıştıkları, bunun alışkanlık haline geldiği ve bir hayat disiplini oluşturduğu ve çalışma eylemini yaşamlarının vazgeçilmez bir parçası olarak konumlandıkları anlaşılmaktadır. Meşguliyet biçimi olarak çalışmayı zihinsel ve fiziksel zindelik olarak gördükleri aşağıdaki ifadelerden de anlaşılmaktadır:

“Boş olduğum zaman rahat edemiyorum. Tatilde bile sanayiye arkadaşların yanına gelip muhabbet ediyorum. Bu iş yerinin sesine alışmışım.” (Anket 77)

“Kendimi daha dinç hissediyorum. Çalışmazsam yaşlanırım gibi hissediyorum.” (Anket 202)

Katılımcıların %11,4’ü çalışmayı keyif alınan, rahatlatıcı, eğlenceli, mutluluk ve huzur verici bir faaliyet olarak değerlendirmişlerdir. Bu bağlamda, çalışma bir mecburiyet olmaktan ziyade *kişisel ve psikolojik tatmin* sağlayan bir aktivite olarak görülmektedir:

“Altı otuzda buraya gelince rahatlıyorum.” (Anket 188)

“En çok değer verdiğim şey. İşime verdiğim değeri hiçbir şeye vermedim.” (Anket 190)

“Çalışmak, sevmeyen için çok zordur. En önce seveceksin.” (Anket 325)

“Birinin bir lafı vardı. Neydi o adamın lafı! Yabancı bir filozof işte şey demiş, ağaç budayacaksam işte kırk beş dakika baltamı bilerim falan diye. Bende mesela bir iş yapmadan önce işte düşünürüm nasıl yapacağımı, planlarım, işe o şekilde başlarım. Planlı programlı yürüdüğü için çok da keyif alarak yaptığım iş haline geliyor ve huzur buluyorum. (...) Huzur benim çalışırken yapmış olduğum işler (...) Ben sadece işimi sevdiğim için yapıyorum. Böyle beni besleyen çok bir şey yok. Arabalarla uğraşmak çok mutlu ediyor beni, keyif aldığım bir şey. Hani huzur diyelim arabalarla uğraşmak, bir şeyleri söküp takmak keyifle, en iyi şekilde bitirmek huzur veriyor bana yani.” (G1)

“Mesela şu deseni görüyorsunuz değil mi? [Desene işaret eder] (...) Bunun düz hali budur [İşlenmemiş ahşap plakaya işaret eder]. Bunu hayal etmek çok güzeldir. Neden biliyor musun? Bunu düz halindeyken, onu işlerken bile zevk alıyorsun. Neden? Çünkü sonrasını hayal ediyorsun. Hayal ederek yapıyorsun. Hayal derken yani sevmeyen birine bunu hayal et diyemezsin, edemez. Çünkü hayalperest olmalı insan (...). Düşünen her insan hayalperest olmalı, yetiştiren, üreten. (...) Hani biz dedik hayal ede ede yaptık,

ettik. Kesiyoruz, plakaları yapıyoruz, devasa bir şey çıktı ortaya. (...) Bunun çıkacağını hayal edemiyorduk. Güzel bir şey çıktı ortaya. Böyle hani karşısına geçip oturmaya zevk aldığım bir şey o hani. (...) Bir şeye başlama sebebim maddi kaynaklı olursa eğer istikrarın uzun süre olmuyor. Bir şeye başlama sebebin o işi sevmen önemli, üretme hayalin olmalı.” (G3)

“Çok seviyorum. Hem ailecek çalışıyoruz hem on beşte bir, ayda bir değişik model çıkartıyor çocuklar. Onun tasarımını, renklerini beraber karar veriyoruz. Boyama işi bende olduğu için sürekli renklerle oynuyorum. Yani boyama işi çok keyifli. Çünkü her gün başka bir şey çıkıyor, her gün başka renkle ilgileniyorum, başka bir oyuncak boyuyorum. Bir seviye boyuyorum bıkmıyorum. Bir de çok renkli işlerle uğraştığım için. O da bana iyi geliyor.” (G4)

Katılımcıların %10,9’u tarafından çalışma, ticari ve mesleki itibar kapsamında değerlendirilmiştir. Bu bağlamda niteliksel kaygıların ön plana çıktığı, işinde en iyisi olmanın beraberinde getirdiği konum ve itibarın önemsenerek çalışma ile özdeş tutulduğu görülmektedir:

“Kendine yapılmasını istemediğin bir şeyi başkasına yapmayacaksın. Yapmış olduğun işin en iyisini yapmaya çalışacaksın ve ben bu işi başaracağım, ben bu işi yapacağım diye istekli olacaksın.” (G6)

“İşime olan sevgim saygı. En başta saygı yani sevgi olması gerekiyor tabii ki de bana göre saygı daha önce olması lazım. Tabi işimi seviyorum ailem de benim için çok önemlidir. Dolayısıyla ailemin geleceği için işimi yürütmem gerekiyor. Sabah ilk gözümü açtığımda ee aklıma gelen işim, ailem, birde müşterilere verdiğim sözüm, itibarım. (...) Örnek vereyim size, sabah ilk uyanınca kaç tane proje var, kimin işi yetişecek diye kafamda kalkıyorum. Hâlbuki rahat uyanmak gibi kafadaki o kalan işimle. Bu da sorumluluk aynı zamanda insanın sorumluluğunu gösteriyor. Çok zor oluyor. Onun için dedim belki motivasyon, sorumluluk, işime olan sevgim, saygım ve ailem.” (G9)

Görüşmecilerin %9,7’si çalışmayla mesleki tükenmişlik ve motivasyonsuzluk üzerinden açıklamışlardır. Bu kapsamda çalışmayı zorunluluk, mecburiyet ve yorgunluk gibi fiziksel ve zihinsel yılgınlıklar üzerinden betimlemişlerdir. Özellikle mal ve para tedarikinde zorlanma ve müşterilerinin alım gücünde azalma gibi ekonomik bunalımların mesleki motivasyonsuzluklar yarattığını dile getirmişlerdir.

Çalışmak, katılımcıların %6,6’sı tarafından saygınlık kazanma ve statü olarak değerlendirilmiştir. Buna göre çalışmak üretken olmak, fayda sağlamak ve iş sahası yaratmak gibi faydacı perspektiften ele alınmaktadır. Aynı zamanda çalışmak, sürekli gelişim, yenilik arayışında olmak, yeni piyasalarda var olabilmek ve güçlü kalabilmek gibi çeşitli anlamlarda kullanılmaktadır.

“Ülkemiz ve dünyamız için çalışarak üretim yapmamız gerekiyor. Üretmiyorsak başarısız kalırız. Para, ikinci plandadır. Biz ürünü dürüst ve temiz yaparak mutlu oluruz.” (Anket 117)

“Ekonomiye katkı sağlıyor, istihdam oluyor. Geçim için, boş durmayı sevmem.” (Anket 126)

“Sadece para değil, bir şeyler üretebilmek ve bundan mutlu olmak.” (Anket 207)

“Sadece kendimin değil çalışanlarımın da geçinmesi.” (Anket 236)

Görüşme yapılan katılımcılardan birisi, mesleği ile çalışma yaşamına tutunma ve kendini gerçekleştirme sürecini şu şekilde betimlemiştir:

“En son gittiğim işleri başardım geldim, gittiğim işleri başardım geldim. (...) Şu anda piyasada kendi sektörümde herkes beni çağırıyor. (...) Çevre edindim, adımlı duyurdum, Antalya’da kendi kullandığım araçta. (...) Ben nasıl fark yarattım, tecrübe. Nasıl söyleyeyim dikkat verdim makineye, kullandığım makinalara mesela o operatör gitti yapamadı. Adam ‘beş tane adam geldi beşi de yapamadı. Sen geldin yaptın’ diyor. Ama diyorum ki ‘ben yaparsam o iş fiyatına yaptırmam, bu iş fiyatına yaptırırım’ diyorum. Severek yapıyorum, aşkla yapıyorum işimi. Ondan bana hiç zor gelmiyor. Yeri geliyor mesela uçurumun dibinden araba çıkartıyorum. Şuraya 50 metre aşağıya 50 ton 60 ton yük var. Cesaret edemiyor, herkes korkuyor. Ama benim kendi makinam diyorum. O, operatör. Benim malıma zarar vermekten adam korkuyor. Benim kendi makinam olursa kendime olur.” (G2)

Katılımcıların %3,7’si çalışmayı *helal kazanç* ile özdeşleştirmektedir. Bu kapsamda çalışmanın anlamı, İslami değerler ve dini gereklilikler üzerinden açıklanmıştır. Bu bağlamda çalışma katılımcılar tarafından ibadet, Allah’ın sevgisini kazanma, hayırlı bir yaşam ve Peygamber efendimizin sünneti gibi ifadelerle dini ve ahlaki yükümlülükler üzerinden betimlenmiştir.

“Allah çalışanı sever. O yüzden manevi yönümü tamamlamak için de çalışıyorum.” (Anket 86)

“Boş duranı Allah sevmez.” (Anket 132)

“Dini açıdan sünnet, hayatı idame ettirme aracı. Bir işle uğraşıp suça yönelmiyoruz.” (Anket 220)

“Allah’ın sevgisini kazanmak.” (Anket 240)

“İbadettir. Kaç kişiye ekmek veriyorsun.” (Anket 278)

İşletme sahiplerinin %0,9’u tarafından çalışma *toplumsal kabul* aracı olarak görülmektedir. Buna göre çalışma, katılımcılar tarafından sosyal çevre ile özdeş tutulmuş ve çalışmanın ancak toplumsal ilişkiler ağı ile mümkün olabileceği dile getirilmiştir:

“Çevre biriktirmek. Çevre olmazsa bu işte olmaz. Olur, ancak kısıtlı olur.” (Anket 28)

Elde edilen bulgular ışığında değerlendirildiğinde, çalışma eylemi pek çok birey için hayatı idame ettirme noktasında zorunluluk arz etse dahi bireylerin anlam dünyasında farklı yerlere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Granovetter, gömülülük kavramı ile iktisadi eylemi oluşturan çeşitli unsur ve öğelerden bahsetmektedir. Ekonomik amaçlara onaylanma, güç ve statü gibi iktisadi olmayan unsurlar eşlik etmektedir. Sadece bireysel motivasyonlarla açıklanamayan iktisadi davranışlar, tüm diğer eylemler gibi sosyal olarak biçimlenmekte ve devam etmekte olan ilişki ağlarına gömülüdür (Granovetter, 1992: 4).

Ailevi ve çevresel faktörler, çalışma yaşamının bir tercih mi yoksa yönelim mi olduğu noktasında önemli bir belirleyiciliğe sahiptir. Bu bağlamda çalışma eylemi bir sorumluluk ve gereksinim alanı olarak kazanç ve geçim kapısı olabilmekle birlikte kendini gerçekleştirme, kanıtlama ve saygınlık kazanma gibi anlamlara ve işlevlere de sahip olabilmektedir. Çalışmaya atfedilen anlamın çalışma sonunda elde edilen çıktı veya başarı ile derin bir etkileşim halinde olması beklenmektedir. Bu bağlamda, çalışmaya atfedilen anlam ile sosyo-demografik özellikler, işletmeye ilişkin özellikler ve esnafların mesleki tercih ve yönelimleri arasındaki ilişki sorgulanmıştır. Bağımlı ve bağımsız değişkenlerin özellikleri dikkate alınarak Kruskal Wallis H (bkz. Tablo 5.13) testi ve çok kategorili lojistik regresyon (bkz. Tablo 5.14 ve Tablo 5.15) analizi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 5.13 Çalışan Sayılarının Katılımcıların Çalışmaya Atfettikleri Anlama Göre Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis Testi Sonuçları)

Çalışma Kavramı Sizin İçin Ne Anlam İfade Ediyor?	N	Sıra Ort.	sd	χ^2	p.
Kazanç ve geçim kapısı	128	161,56	7	16,640	,020
Saygınlık kazanma ve statü	23	234,02			
Toplumsal varoluş ve aidiyet	71	176,18			
Kişisel ve psikolojik tatmin	40	155,75			
Ticari ve mesleki itibar	38	205,25			
Toplumsal kabul	3	221,83			
Helal kazanç	13	193,08			
Mesleki tükenmişlik ve motivasyonsuzluk	34	166,13			
Toplam	350				

Katılımcıların çalışan sayıları ile çalışmaya atfettikleri anlam bakımından aralarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır (bkz. Tablo 5.13). Sıra ortalamalarına göre çalışmayı *saygınlık kazanma ve statü* olarak gören katılımcıların çalışan sayılarının, çalışmayı *kazanç ve geçim kapısı* görenlere kıyasla anlamlı derecede daha yüksek olduğu saptanmıştır. Emek ağırlıklı iş kollarının yoğunlaştığı sanayilerde çalışan sayısı, işletmenin iş hacmine ve akışının yoğunluğuna ve dolayısıyla büyüklüğüne işaret etmektedir. Saptanan bu ilişki, çalışmaya atfedilen anlamın üretim etkinliğine ve motivasyonuna yansıdığı dolayısıyla iş hacmini etkilediğinin göstergeleri arasında değerlendirilebilir.

Tablo 5.14 Çalışma Kavramının Anlamına İlişkin Uyum İyiliği ve R² Testi Sonuçları

Model Uyum Bilgisi					Uyum İyiliği			Pseudo R ²	
Model	-2 LL	χ^2	sd	p.	χ^2	sd	p.	Cox and Snell	
Sabit Terimli	1156,016				Pearson	1626,865	1680 ,820	Nagelkerke	,325
Doymuş	1024,698	131,317	65	,000	Sapma	1024,698	1680 1,000	McFadden	,114

Çalışma kavramına atfedilen anlam ile ilişkili değişkenleri saptayabilmek adına çok kategorili lojistik regresyon analizi yapılmıştır. Model uyum bilgisinin incelendiği Tablo 5.14'te Pearson $\chi^2 = 1626,865$, sd = 1680 ve p = 0,820 > 0,05 olarak saptanmış olan modelde p değerinin 0,05'ten büyük olması neticesinde modelin uyum sağladığı kanaatine varılmıştır. Pseudo R² testlerinde Nagelkerke sonucuna göre, modeldeki bağımlı değişkenler çalışma kavramına atfedilen anlamdaki değişmelerin %32'sini açıklamaktadır. Tablo 5.15'te de tahmin edilen modelin regresyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 5.15 Çalışma Kavramının Anlamına İlişkin Çok Kategorili Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

Çalışma Kavramı Sizin İçin Ne Anlam İfade Ediyor? ^a		B	Std. hata	Wald	p.	Exp(B)	Exp(B) için 95% güven aralığı	
							Alt sınır	Üst sınır
Mesleki tükenmişlik ve motivasyonsuzluk	Sabit	-,790	1,105	,511	,475			
	Yıllık ciro	,000	,000	2,454	,117	1,000	1,000	1,000
	Çalışan sayısı	,068	,084	,652	,419	1,070	,908	1,262
	İşletme faaliyet süresi	-,025	,023	1,226	,268	,975	,933	1,020
	[İşyeri mülk sahibi=1]	,659	,719	,840	,359	1,934	,472	7,920
	[İşyeri kiracı=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Evli=1]	,577	,567	1,036	,309	1,781	,586	5,409
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Okur-yazar ve ilköğretim mezunu=1]	-,808	,663	1,486	,223	,446	,121	1,635
	[Ortaokul=2]	-,948	,642	2,179	,140	,388	,110	1,364
	[Lise=3]	-1,402	,641	4,779	,029	,246	,070	,865
	[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki eğitim var=1]	,197	,416	,223	,637	1,217	,538	2,753
	[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Antalya'ya göç etmiş=1]	-,733	,411	3,176	,075	,480	,215	1,076
	[Antalya doğumlu=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Otomotiv=1]	-,120	,610	,039	,844	,887	,268	2,932
	[Mobilya=2]	,398	,716	,309	,579	1,489	,366	6,059
	[Makine ve Metal=3]	-,262	,668	,154	,695	,770	,208	2,850
	[Çeşitli İşler=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
Toplumsal varoluş ve aidiyet	Sabit	-1,311	,888	2,179	,140			
	Yıllık ciro	,000	,000	1,987	,159	1,000	1,000	1,000
	Çalışan sayısı	,057	,056	1,024	,312	1,058	,948	1,181
	İşletme faaliyet süresi	-,021	,016	1,691	,193	,979	,949	1,011
	[İşyeri mülk sahibi=1]	-1,050	,419	6,275	,012	,350	,154	,796
	[İşyeri kiracı=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.

	[Evli=1]	,655	,446	2,157	,142	1,926	,803	4,619
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Okur-yazar ve ilkokul mezunu=1]	,741	,617	1,440	,230	2,097	,626	7,030
	[Ortaokul=2]	,121	,637	,036	,849	1,129	,324	3,932
	[Lise=3]	,557	,577	,933	,334	1,746	,564	5,406
	[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki eğitim var=1]	,186	,321	,336	,562	1,205	,642	2,261
	[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Antalya'ya göç etmiş=1]	-,416	,318	1,710	,191	,659	,353	1,231
	[Antalya doğumlu=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Otomotiv=1]	,897	,580	2,397	,122	2,453	,788	7,638
	[Mobilya=2]	1,726	,628	7,542	,006	5,616	1,639	19,243
	[Makine ve Metal=3]	,566	,612	,854	,355	1,761	,530	5,844
	[Çeşitli İşler=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
Kişisel ve psikolojik tatmin	Sabit	,579	,894	,419	,517	.	.	.
	Yıllık ciro	,000	,000	3,463	,063	1,000	1,000	1,000
	Çalışan sayısı	,078	,070	1,227	,268	1,081	,942	1,241
	İşletme faaliyet süresi	-,017	,021	,685	,408	,983	,944	1,024
	[İşyeri mülk sahibi=1]	-,267	,544	,241	,623	,766	,264	2,223
	[İşyeri kiracı=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Evli=1]	-,219	,507	,187	,665	,803	,298	2,168
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Okur-yazar ve ilkokul mezunu=1]	-,095	,659	,021	,886	,910	,250	3,308
	[Ortaokul=2]	-,180	,669	,072	,789	,836	,225	3,103
	[Lise=3]	-,777	,640	1,471	,225	,460	,131	1,613
	[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki eğitim var=1]	,781	,415	3,538	,060	2,184	,968	4,927
	[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Antalya'ya göç etmiş=1]	-,051	,404	,016	,899	,950	,431	2,096
	[Antalya doğumlu=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Otomotiv=1]	-2,342	,579	16,340	,000	,096	,031	,299
	[Mobilya=2]	-,304	,550	,307	,580	,738	,251	2,166
	[Makine ve Metal=3]	-1,933	,603	10,285	,001	,145	,044	,472
	[Çeşitli İşler=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
Ticari ve mesleki itibar	Sabit	-1,820	1,126	2,613	,106	.	.	.
	Yıllık ciro	,000	,000	,365	,546	1,000	1,000	1,000
	Çalışan sayısı	,148	,061	5,937	,015	1,160	1,029	1,307
	İşletme faaliyet süresi	-,058	,025	5,513	,019	,944	,899	,990
	[İşyeri mülk sahibi=1]	,307	,634	,235	,628	1,360	,392	4,713
	[İşyeri kiracı=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Evli=1]	1,645	,674	5,961	,015	5,183	1,383	19,417
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Okur-yazar ve ilkokul mezunu=1]	-,992	,760	1,703	,192	,371	,084	1,645
	[Ortaokul=2]	-1,404	,756	3,451	,063	,246	,056	1,080
	[Lise=3]	,002	,572	,000	,997	1,002	,327	3,074
	[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki eğitim var=1]	,223	,409	,298	,585	1,250	,560	2,789
	[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Antalya'ya göç etmiş=1]	-,658	,404	2,651	,103	,518	,235	1,143
	[Antalya doğumlu=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Otomotiv=1]	-,524	,599	,765	,382	,592	,183	1,915
	[Mobilya=2]	,406	,641	,401	,527	1,500	,427	5,270
	[Makine ve Metal=3]	-,786	,639	1,516	,218	,456	,130	1,593
	[Çeşitli İşler=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
Diğer	Sabit	-1,626	,990	2,700	,100	.	.	.
	Yıllık ciro	,000	,000	,000	,987	1,000	1,000	1,000
	Çalışan sayısı	,127	,055	5,269	,022	1,136	1,019	1,266
	İşletme faaliyet süresi	-,031	,022	1,998	,158	,969	,928	1,012
	[İşyeri mülk sahibi=1]	,180	,576	,098	,754	1,198	,388	3,702
	[İşyeri kiracı=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Evli=1]	,520	,554	,879	,348	1,681	,567	4,982
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.

[Okur-yazar ve ilkokul mezunu=1]	,253	,649	,152	,697	1,288	,361	4,599
[Ortaokul=2]	-,431	,678	,405	,525	,650	,172	2,453
[Lise=3]	-,270	,588	,210	,647	,764	,241	2,417
[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
[Mesleki eğitim var=1]	,956	,404	5,610	,018	2,603	1,179	5,743
[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
[Antalya'ya göç etmiş=1]	-,331	,395	,704	,401	,718	,331	1,556
[Antalya doğumlu=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
[Otomotiv=1]	-1,039	,604	2,958	,085	,354	,108	1,156
[Mobilya=2]	,237	,621	,146	,703	1,268	,375	4,280
[Makine ve Metal=3]	-,551	,597	,853	,356	,576	,179	1,856
[Çeşitli İşler=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.

a. Referans kategori: Kazanç ve geçim kapısı.

b. Sabit değişken olarak ele alınması nedeniyle 0 olarak gösterilmektedir.

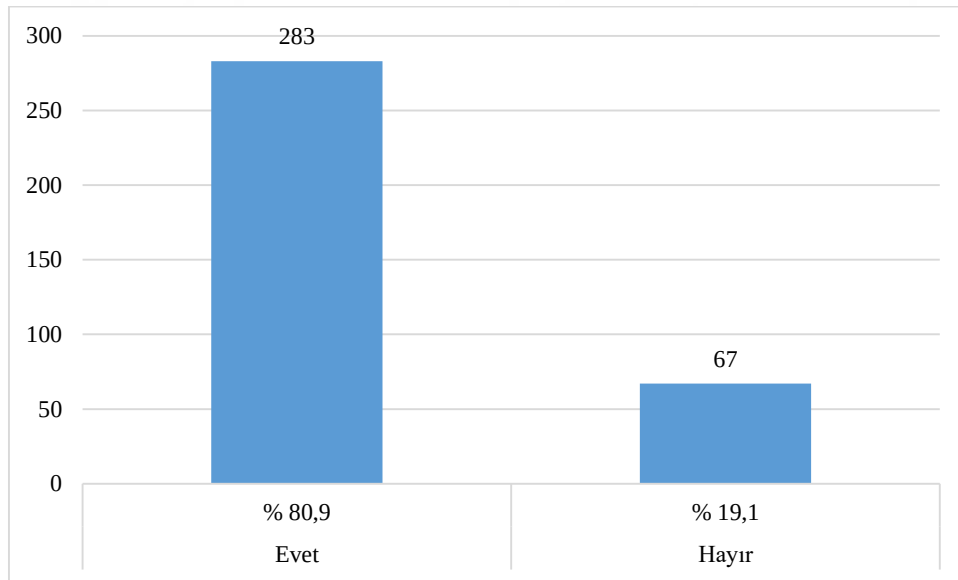
Tablo 5.15'te yer alan regresyon modelinde p değeri 0,05 ve altında olanlar istatistiki açıdan anlamlı ilişkiye işaret etmekte olup p değeri 0,10 ve altında olanlar da dikkate alınmış ve yorumlama sürecine dâhil edilmiştir. Tahmin edilen regresyon modelinde, eğitim, iş yeri mülkiyet durumu, iş kolu, işletme faaliyet süresi ve medeni durum bağımsız değişkenleri ile çalışma kavramına atfedilen anlam arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Buna göre kazanç ve geçim kapısı referans kategorisi olarak dikkate alındığında; üniversite/lisansüstü mezunu olanlara kıyasla lise mezunu olma durumu ve Antalya'ya göç etmiş olma durumu ile çalışmayı mesleki tükenmişlik ve motivasyonsuzluk olarak görme durumları arasında negatif yönlü ilişki vardır. Yani, Antalya doğumlular ve lisans ve üstü mezunlar için çalışmanın anlamının geçim derdinden ziyade motivasyonsuzlukla daha yakinen ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Kazanç ve geçim kapısı referans kategorisi olarak dikkate alındığında, çalışmanın toplumsal varoluş ve aidiyet olarak görülme durumunun mülk sahibi olmak ile negatif yönlü, çeşitli işlere kıyasla mobilya iş kolunda bulunmak ile pozitif yönlü ilişkili olduğu görülmektedir. Buna göre kiracıların ve mobilya iş kolundakilerin, çalışmayı geçim meselesinden ziyade daha fazla toplumsal aidiyet ile özdeşleştiği anlaşılmaktadır.

Kazanç ve geçim kapısı referans kategori olarak dikkate alındığında, çalışmanın kişisel ve psikolojik tatmin sağlama ile özdeşleştirilme durumu yıllık ciro ve mesleki eğitim durumu ile pozitif yönlü; çeşitli işlerde bulunanlara kıyasla otomotiv ve makine/metal iş kolları ile negatif yönlü ilişkiye sahiptir. Elde edilen bulgular, işletmenin büyük olmasının o işin kazanç olmaktan ziyade kişisel ve psikolojik bir tatmin olarak görülmesi ile daha çok ilişkili olduğuna işaret etmektedir.

Kazanç ve geçim kapısı referans kategori olarak dikkate alındığında, çalışmanın ticari ve mesleki itibar ile ilişkilendirilmesi durumu çalışan sayısı ve evli olma durumu ile pozitif yönlü, işletme faaliyet süresi ve üniversite/lisansüstü mezunlarına kıyasla ortaokul mezunu olma durumu ile negatif yönlü ilişkiye sahiptir. Elde edilen bu bulgular, yüksek eğitim seviyesi,

işletmenin genç olması ve büyük olması durumlarında çalışmanın bir kazanç olmaktan ziyade mesleki itibar olarak görülmesinin daha fazla ön plana çıktığını anlaşılmaktadır.

Tahmin edilen model, çalışmaya atfedilen anlamın çok boyutlu ve karmaşık doğasına işaret etmektedir. Tezin ikinci bölümünde irdelenmiş olduğu üzere çalışma, içinde bulunulan toplumsal koşullarına gömülü bir faaliyet alanı olmakla birlikte bireylerin kültürel, ekonomik ve sosyal sermayeleri ile derin ilişki içerisindedir. Çünkü çalışma kapsamında irdelenen bağımlı değişkenler, bireylerin iktisadi alandaki mücadelelerinde ellerinde bulunan kozlar olmalarının yanı sıra iktisadi edinimleri ve çıktıları olarak da ele alınmalıdır. Bireylerin yeterince zengin olsalardı yine de çalışmayı düşünme durumlarına ilişkin yönelimleri de çalışmaya yaklaşımlarını gösteren diğer bağımlı değişkenlerden birisidir (bkz. Şekil 5.17).



Şekil 5.17 Yeterince Zengin Olunsaydı Yine de Çalışmanın İstenme Durumu

Esnaflar büyük oranda (%80,9) yeterince zengin olsaydılar yine de çalışacaklarını belirtmişlerdir.

“Mutluluğu zenginlikte aradığımız için mutsuz bir toplumuz. Zengin olmak için çalıştığımızdan mutsuzuz.” (Anket 106)

Tablo 5.13’te de görüldüğü üzere, çalışmaktan duyulan tatminin çeşitlendiği ve yegâne amacın refah sağlamak olmadığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, katılımcıların çoğu için çalışma kişisel ve sosyal pek çok işleve sahiptir.

Tablo 5.16 Yaşlarına Göre Katılımcıların Yeterince Zengin Olunsaydı Yine de Çalışmayı İsteme Durumlarının Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklem için t Testi Sonuçları)

Yeterince Zengin Olsaydınız Yine de Çalışır mıydınız?	N	Ort.	S	sd	t	p.
Evet	283	42,67	9,559	348	2,050	,041
Hayır	67	40,07	8,304			

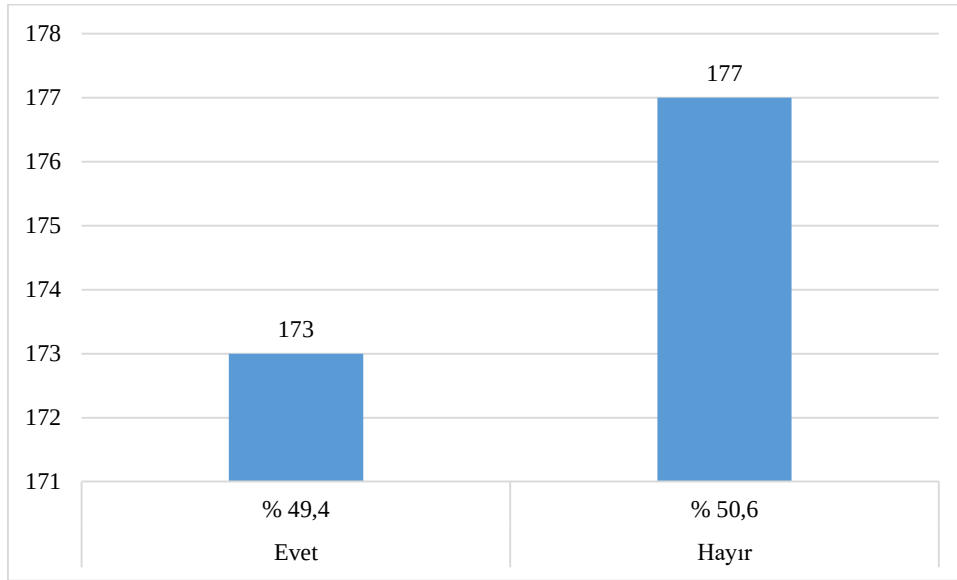
Katılımcıların yaş ortalamaları ile zengin olmaları halinde çalışmayı isteme durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır (Tablo 5.16). Buna göre, yeterince zengin olsaydı yine de çalışacaklarını ifade edenlerin yaş ortalaması, çalışmayacağını ifade edenlere kıyasla daha yüksektir. Yaş değişkeninin yanı sıra yıllık ciro ve çalışan sayısı ile zengin olunsaydı yine de çalışmayı isteme durumları arasındaki ilişkiyi tespit edebilmek adına gerçekleştirilen Mann-Whitney U testi sonuçları Tablo 5.17’deki gibidir.

Tablo 5.17 Yıllık Cirolarına ve Çalışan Sayılarına Göre Katılımcıların Yeterince Zengin Olunsaydı Yine de Çalışmayı İsteme Durumlarının Karşılaştırılması (Mann-Whitney U Testi Sonucu)

	Yeterince Zengin Olsaydınız Yine de Çalışır mıydınız?	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	Mann-Whitney U	p.
Yıllık ciro	Evet	283	182,16	51552,50	7594,500	,011
	Hayır	67	147,35	9872,50		
Çalışan sayısı	Evet	283	182,41	51622,50	7524,500	,008
	Hayır	67	146,31	9802,50		

Yeterince zengin olsaydı yine de çalışacak olanlar ile çalışmayacak olan işletmelerin yıllık ciroları, ortancaları bakımından kıyaslandığında aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır (bkz. Tablo 5.17). Buna göre, ortanca değerleri dikkate alındığında yeterince zengin olsaydı yine de çalışacağını söyleyenlerin yıllık cirolarının yeterince zengin olsaydı çalışmayacağını söyleyenlere kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu saptanmıştır. Aynı zamanda zengin olsaydı yine de çalışacağını ifade eden işletmelerin çalışan sayılarının zengin olsaydı çalışmayacağını ifade edenlere kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır (bkz. Tablo 5.17). Bulgular, büyük işletme sahiplerinin zengin olunsaydı yine de çalışmaya devam etme eğilimine daha fazla sahip olduklarını göstermektedir. Bu bağlamda çalışmadan duyulan tatminin ve yaklaşımın, bireylerin işletme başarıları ile yakinen ilişkili olabileceği ifade edilebilir.

İktisadi zihniyetin ekonomi üzerindeki etkisi ve belirleyiciliği çeşitli boyutlarda ele alınmış olmakla birlikte dinin bu kapsamdaki yeri ayrıntılı bir şekilde irdelenmiştir. Bu çıkış noktasından hareketle, katılımcıların din ve çalışma eylemini özdeşleştirme süreci ele alınmak istenmiştir. Bu kapsamda ilk olarak katılımcıların çalışmayı dini bir görev olarak görme durumları sorgulanmıştır (bkz. Şekil 5.18).



Şekil 5.18 Çalışmanın Dini Bir Görev Olarak Görülme Durumu

Katılımcıların %49,4'ü çalışmanın dini bir görev olduğunu düşünürken %50,6'sı dini bir görev olmadığını düşünmektedirler. Benzer örüntülerin gözlemlendiği Batı Akdeniz Bölgesi örneğinde gerçekleştirilen bir çalışmada, bir taraftan dinin diğer taraftan seküler gayelerin katılımcılar tarafından bilinçli bir şekilde iktisadi faaliyetlerini şekillendiren unsurlar olarak kullanıldığı saptanmıştır (Aygül, 2014: 371). Çalışmanın dini bir görev olduğunu düşünenler görüşlerini şu şekilde aktarmıştır:

“Çalışmak dinimizde bize verilen bir görev.” (Anket 63)

“Bu dünya çalışma ve ibadet dünyası. Çalışmak ibadettir.” (Anket 113)

“Neticede topluma insan kazandırıyoruz.” (Anket 120)

Katılımcılardan bazıları çalışmanın değil helal kazancın dini bir görev olduğuna vurgu yaparak soruya evet yanıtını vermişlerdir. Çalışmayı dini bir görev olarak değerlendirmeyen katılımcılar ise bunu ailevi ve toplumsal sorumluluk çerçevesinde değerlendirmektedirler:

“Sosyal bir görev. Aile geçindiriyoruz.” (Anket 109)

“İkisini birbirinden ayırırsak çok daha başarılı oluruz. Hiç ölmeyecek gibi çalışacaksın, yarın ölecekmiş gibi ibadet edeceksin.” (Anket 117)

“Vatana hizmet.” (Anket 273)

Katılımcıların yaklaşık yarısı çalışmayı dini bir görev olarak addederken diğer yarısı da dini bir görev olarak görmediklerini ifade etmiştir. İslamiyet'te çalışma anlayışı, cemaati kalkındırma ve toplumsal refahı sağlamaya yöneliktir. Bunun en somut örnekleri, tez çalışmasının üçüncü bölümünde 3.1 *Osmanlı Döneminde İktisadi Teşkilatlanma* başlığı altında irdelenmiş olan ahilik teşkilatında görülmektedir. Bu sebeple İslamiyet'te çalışmak, çok kazanç sağlamakla eş değer görülmemiş, bencillik kötülenmiş, birey cemaatine karşı sorumlu tutulmuş ve çok kazanç elde etmekten ziyade yardımlaşma özendirilmiştir. Kapitalizmin doğduğu Protestan ahlakında birey ön plana çıkarılarak çok kazanç sağlamak ve zenginlik teşvik edilmiştir. Osmanlı'da kapitalizmin koşulları oluşmamış ve çözülme devri de bu sürece olumsuz yönde etkide bulunmuştur. Türkiye'de modern yaşam biçimlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte çalışma yaşamında sekülerleşme eğilimlerinin belirginlik kazandığı ifade edilebilir. Elde edilen bulgular, modernleşme ile birlikte toplum yapısında artan sekülerleşme eğilimlerinin bir yansıması olarak yorumlanabilir.

Çalışmanın dini bir görev olduğunu düşünme durumu ile yeterince zengin olsaydı yine de çalışma durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($\chi^2 = 12,706$, $p = 0,000 < 0,05$). Buna göre çalışmayı dini bir görev olarak görenler görmeyenlere kıyasla daha yüksek sıklıkla zengin olsalar da çalışacaklarını ifade etmişlerdir. Başka bir ilişki ise çalışmanın dini bir görev olduğunu düşünme durumu ile bugüne kadar hep aynı işi yapma durumu arasında saptanmıştır ($\chi^2 = 16,291$, $p = 0,000 < 0,05$). Buna göre, çalışmanın dini bir görev olduğunu düşünenlerin düşünmeyenlere kıyasla daha yüksek sıklıkla hep aynı mesleği yapma eğilimi gösterdiği sonucu ortaya çıkmıştır. Çalışmayı dini bir görev olarak görme ve hep aynı işi yapma durumu arasındaki ilişkiden hareketle benzer bir eğilimin mesleki deneyim ve işletme faaliyet süresinde de görülmesi beklenmiştir. Bu kapsamda yapılan istatistiksel analizlerin sonuçları Tablo 5.18'de sunulmuştur.

Tablo 5.18 Mesleki Deneyim ve İşletme Faaliyet Süresine Göre Çalışmanın Dini Bir Görev Olarak Görülme Durumu (Mann-Whitney U Testi Sonucu)

	Sizce Çalışmak Dini Bir Görev midir?	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	Mann-Whitney U	p.
Mesleki deneyi süresi	Evet	173	207,14	35835,00	9837,000	,000
	Hayır	177	144,58	25590,00		
İşletme faaliyet süresi	Evet	173	192,69	33335,50	12336,500	,002
	Hayır	177	158,70	28089,50		

Katılımcıların mesleki deneyim sürelerinin ortancalarına göre çalışmayı dini bir görev olarak görme durumlarının istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa sahip olduğu saptanmıştır (bkz. Tablo 5.18). Buna göre, çalışmanın dini bir görev olduğunu düşünenlerin mesleki deneyim süreleri, çalışmayı dini bir görev olarak görmeyenlere kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksektir. Aynı zamanda ortanca değerleri göz önünde bulundurulduğunda, çalışmayı dini bir görev olarak görenlerin mevcuttaki işletmelerinin faaliyet yılının, çalışmayı dini bir görev olarak görmeyenlere kıyasla daha yüksek olduğu saptanmıştır (bkz. Tablo 5.18). Elde edilen bulgular, yüksek mesleki istikrar, tutarlılık ve tecrübe ile çalışmanın dini bir görev olarak görülme durumu arasında yakinen bir ilişki olduğuna işaret etmektedir. Mann-Whitney U Testi sonuçları, çalışma ve dini görev algısının mesleki tecrübe süreci ile yakın ilişki içerisinde olduğuna işaret etmektedir. Bunun yanı sıra, bu durumla ilişkili diğer faktörleri de tespit edebilmek adına ikili lojistik regresyon analizi gerçekleştirilmiştir (bkz. Tablo 5.19 ve 5.20).

Tablo 5.19 Çalışmanın Dini Bir Görev Olarak Görülme Durumuna İlişkin Model Katsayılarının Omnibus Test Sonuçları

		χ^2	sd	p.
Adım 1	Adım	62,217	17	,000
	Block	62,217	17	,000
	Model	62,217	17	,000
Adım 2 ^a	Adım	-,028	1	,867
	Block	62,189	16	,000
	Model	62,189	16	,000
Adım 3 ^a	Adım	-,053	1	,817
	Block	62,135	15	,000
	Model	62,135	15	,000
Adım 4 ^a	Adım	-,080	1	,777
	Block	62,055	14	,000
	Model	62,055	14	,000
Adım 5 ^a	Adım	-1,924	3	,588
	Block	60,131	11	,000
	Model	60,131	13	,000
Adım 6 ^a	Adım	-,501	1	,479
	Block	59,631	10	,000
	Model	59,631	10	,000
Adım 7 ^a	Adım	-,867	1	,352
	Block	58,764	9	,000
	Model	58,764	9	,000
Adım 8 ^a	Adım	-,931	1	,335

	Block	57,833	8	,000
	Model	57,833	8	,000
Adım 9 ^a	Adım	-1,524	1	,217
	Block	56,309	7	,000
	Model	56,309	7	,000
Adım 10 ^a	Adım	-1,643	1	,200
	Block	54,665	6	,000
	Model	54,665	6	,000

a. Negatif ki-kare (χ^2) değeri, önceki adıma göre ki-kare (χ^2)

değerinin azalmasına karşılık gelmektedir.

Nagelkerke R^2 testi sonucuna göre modelde bağımsız değişkenlerin çalışmanın dini bir görev olma durumundaki değişimleri %19 oranında açıkladığı saptanmıştır (bkz. Tablo 5.20). Hosmer ve Lemeshow testi sonuçlarında p değerinin 0,05'ten büyük olması sebebiyle ($p = 0,702 > 0,05$) modelin uyumlu olduğu söylenebilir.

Tablo 5.20 Çalışmanın Dini Bir Görev Olarak Görülme Durumuna İlişkin Model Uyumu ve R^2 Tablosu

Model Özeti				Hosmer ve Lemeshow Testi		
Adım	-2 Log olabilirlik	Cox & Snell R^2	Nagelkerke R^2	χ^2	sd	p.
1	422,941 ^a	,163	,217	5,555	8	,697
2	422,969 ^a	,163	,217	4,776	8	,781
3	423,022 ^a	,163	,217	8,253	8	,409
4	423,102 ^a	,162	,217	9,807	8	,279
5	425,026 ^a	,158	,210	5,812	8	,668
6	425,527 ^a	,157	,209	4,766	8	,782
7	426,394 ^a	,155	,206	3,143	8	,925
8	427,324 ^b	,152	,203	6,428	8	,599
9	428,849 ^b	,149	,198	5,275	8	,728
10	430,492 ^b	,145	,193	5,511	8	,702

a. Parametre tahminlerinin ,001'den daha az değişmesi sebebiyle tahmin 5 numaralı tekrarlama sonlandırılmıştır.

b. Parametre tahminlerinin ,001'den daha az değişmesi sebebiyle tahmin 4 numaralı tekrarlama sonlandırılmıştır.

Gerçekleştirilen ikili lojistik regresyon analiz sonuçlarına göre, çalışmanın dini bir görev olarak görülme durumu ile mesleki tutarlılık, mesleki deneyim süresi ve eğitimin istatistiki olarak anlamlı ilişkide olduğu saptanmıştır (bkz. Tablo 5.21). Buna göre elde edilen bulgular, mesleki deneyim süresinin artmasının çalışmanın dini bir görev olarak görülme olasılığını olumlu yönde etkilediğini ancak mesleki deneyim süresinin zamanla azalan bir

eğilim sergilediğini göstermektedir. Aynı zamanda mesleki tutarlılığın/iş değişikliğinde bulunmama durumunun artması, çalışmanın dini bir görev olarak görülme durumu ile daha yakın bir ilişkiye sahiptir. Bulgular, yüksek deneyimin, çalışmanın dini bir görev olarak görülmesi ile yakın bir ilişkiye sahip olduğuna işaret etmektedir. Bu durum, tez çalışmasının üçüncü bölümünde irdelendiği üzere ahilik değerleri kapsamında hem mesleki hem de ahlaki gelişimin uzun ve zahmetli aşamalardan geçilerek meslek erbaplığının edinilmesine işaret etmekte ve kanaatkârlığın ön planda olduğu bir kültürel habitusun yansımalarını taşımaktadır. Aynı zamanda, elde edilen bulgulara göre okuryazar/ilkokul mezunu olma durumuna göre kıyaslandığında, ortaokul mezunu ve üniversite/lisansüstü mezunu olma durumlarının çalışmanın dini bir görev olarak görülme olasılığı ile pozitif yönlü bir ilişkisi bulunmaktadır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda göç, iş kolu, mesleki eğitim, iş yeri mülkiyeti, yıllık ciro, kalite standart belgesine sahiplik, çalışan sayısı, işletme faaliyet süresi ve medeni durumun çalışmanın dini bir görev olarak atfedilmesi ile istatistiki olarak anlamlı bir ilişki içerisinde bulunmadığı saptanmıştır.

Tablo 5.21 Çalışmanın Dini Bir Görev Olarak Görülme Durumuna İlişkin İkili Lojistik Regresyon Analizi^b

		B	Std. Hata	Wald	sd	p.	Exp(B)	Exp(B) için 95% güven aralığı	
								Alt	Üst
Adım 10 ^a	Mesleki tutarlılık yok(1)	-,648	,317	4,178	1	,041	,523	,281	,974
	Mesleki deneyim süresi	-,181	,048	14,389	1	,000	,834	,760	,916
	Okur-yazar ve ilkokul mezunu			9,689	3	,021			
	Ortaokul (1)	,937	,451	4,310	1	,038	2,553	1,054	6,185
	Lise(2)	,561	,431	1,697	1	,193	1,752	,753	4,075
	Üniversite ve lisansüstü(3)	1,138	,399	8,116	1	,004	3,120	1,426	6,825
	Mesleki deneyim süresi karesi	,002	,001	7,577	1	,006	1,002	1,001	1,004
	Sabit terim	2,387	,569	17,594	1	,000	10,885		

a. 1. Adımda girilen değişkenler: Antalya'ya göç etmiş olma durumu, iş kolu, mesleki eğitimin varlığı, mesleki tutarlılık, mesleki deneyim süresi, iş yeri mülkiyet durumu, yıllık ciro, kalite standart belgesine sahiplik, çalışan sayısı, işletme faaliyet süresi, medeni durum, eğitim durumu, mesleki deneyim süresi karesi.

b. Çalışmanın dini bir görev olarak görülmesi durumuna yönelik soruya verilen “evet” yanıtı referans kategorisi olarak dikkate alınmıştır.

Weber’e (2018) göre kapitalizmin ortaya çıkmasında Protestan ahlakının önemli bir yeri vardır. Benzer bir temelde de Sombart (2019) kapitalizm ile Yahudilik dini arasındaki ilişkiyi irdelemektedir. Burada, dini öğretilerin bireyleri çalışmaya, üretmeye ve bol kazanca teşvik eden ve kapitalizmi ortaya çıkaracak koşulları oluşturmadaki payı ön plana çıkarılmaktadır.

İslam dininde, ahiret kadar bu dünya için de çalışmak görev olarak tanımlanmıştır (Zainul vd., 2004: 282). Türk toplumunda para kazanmak, mülkiyet ve servet edinmek önemli olmakla birlikte yegâne amacın bu olmamasında din temel bir belirleyiciliğe sahiptir (Aygül, 2014: 370).

5.4.2. Çalışma Ahlakı ve Mesleki Başarı

Habitusun varlığı, genel eğilimlerin farklı bağlamlara taşınabilmesine de imkân sağlar. Örneğin ailede edinilen yatkınlıklar, iş hayatı gibi farklı alanlara taşınabilir (Jourdain ve Naulin, 2020: 43). Bourdieu'ya göre eylem, anlık bir tepki olmayıp geçmişin izlerini taşıyan bir seçimdir (Bourdieu, 2005a: 85). Bu bağlamda habitusun varlığı, iktisadi aktörlerin yatkınlıklarının derinlerinde keşfedilebilir niteliktedir. İktisadi faaliyet, içinde bulunulan toplumsal değerlerden yalıtılarak anlaşılmaz. Esnafların mesleki tutum ve davranışlarına kılavuzluk eden temel örüntülerin çözümlenebilmesi için iktisadi faaliyeti şekillendiren unsurların anlaşılması gereklilik arz etmektedir. Bu bağlamda çalışma ahlakında benimsenen temel değerlerin, önemli bir belirleyiciliğe sahip olduğu ifade edilebilir (bkz. Tablo 5.22).

Tablo 5.22 Çalışma Ahlakı ve Dayandığı Temel Değerler

Çalışma Ahlakı	N	%
Helal ve hakkıyla kazanç sağlama	111	31,7
Mesleki eğitim ve değerler	150	42,9
Ailevi ve kültürel değerler	52	14,9
Karlılık ve rekabet üstünlüğü	18	5,1
Sıkı çalışmak ve mükemmellik	19	5,4
Toplam	350	100

Esnafların %42,9'u *mesleki eğitim ve değerleri*, çalışma yaşamlarında kendilerine rehber edindiklerini ve bunların iş yaşamlarındaki karar ve davranışları üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğunu ifade etmiştir:

“Ustamdan ne öğrendiysem onu yapmaya çalışıyorum.” (Anket 102)

“İş ahlakı olmazsa başarılı olunmaz. Çıraklığını yapmadığın işin ustalığını yapamazsın, muvaffak olmazsın.” (Anket 72)

Çıraklık ile mesleki bilgi edinen katılımcılar, ustadan edinilen bilgi, birikim ve eğitimin iş ahlakının içselleştirilmesi sürecinde belirleyici olduğunu dile getirmiş, mesleki tecrübe ve deneyimin önemine değinmiştir. Bunun yansıma alanlarından birisi de üreticinin ürünü ile arasında kurduğu bağıdır:

“Yaptığım işte yüzüm kızarsın değil, başım dik dursun isterim.” (Anket 80)

“İnsanlara hep yardımcı olarak biz bu hale geldik. Hiçbir zaman yapmış olduğumuz işte parayı düşünmedik. Bundan şunu kazanacağız, onu şöyle yapacağız, bunu böyle yapacağız diye düşünmedik. Hep bir koşuşturmayla gitti. O benim şu işim acil tamam halledelim. Yardımcı olmak, yani problem çözmek. Ondan sonra yapabildiğimizi.” (G6)

“Ben bir kere sermayeyi sadece iktisat olarak görmüyorum. (...) Yani bilgi, birikim, sermayedir. Bu tarz sermaye tabii ki gerekir. (...) Hepsi bir arada olmak zorunda. Paran vardır güzel, makinalar aldın, güzel ürünler getirdin, iyi güzel ustalar da buldun, sermaye tamam mı! Tebessüm de bir sermayedir. Onu eksik tutarsan müşteriye farklı bir proje sunarken güven vermezsen o da bir sermayedir. Dolayısıyla üretim yapacak, pazarlayacak, pazarladıktan sonra satış sonrası destekleriyle bile. Sattık bitti diye bir şey olmaz. Mesela hazır bir şey aldık limanda bir dairenin komple dekorasyonunu yapıyoruz, anahtar teslimi. Kırdık döktük çatısına kadar dubleks bir daire. Sıhhi tesisat, klimaları, televizyonuna kadar her şeyi koyuyorsun. Bir şey oluyor, eksik bir şey çıkıyor. Biri kombiyi takmış, birileri radyotörleri, petekleri koymuş, biri tesisat çekmiş, kurumsal bir marka. Orası bizim sorumluluğumuz da değil. Bu şeyler çok önemlidir. Yani satış sonrası hizmet, o bile bir sermayedir. Bunların hepsi gerekli. (...) Orası burası vidası gevşek kalmıştır. Bir kapağı ya da bir şeyi atabilir. Ya biz teslim ettik daha gelemeyiz diye bir şey yok. En başından itibaren gidip ölçü alırken vereceğin imajla, işi yapıp teslim edip, tahsilatını yapıp daha sonra onu silip atmamak olmaz. Sonrasına da bakmak gerekir. Hepsi gerekli olan bir sermaye.” (G9)

Katılımcıların ifadelerinden hareketle düzenli, özverili ve koşulsuz çalışmanın bir esnaflık kültürü olduğu ve esnafın toplumsal konumu gereğince belirli bir sorumluluk bilinciyle hareket etmelerini gerekli kıldığı anlaşılmaktadır. Bu temelde sözünde durma, dürüstlük, titiz çalışmak, kalite, iş ciddiyeti, güler yüz ve ustalık gibi müşteri memnuniyetini önceleyen mesleki değerler esnaflık kültürünün ve meslek ahlakının temel unsurları arasında yer almaktadır. Bu bağlamda, katılımcının ürün ve hizmetleri ile kendisi arasında bir bağ kurduğu görülmektedir. Kurulan bu bağda ürünün üreticinin bir parçası olarak görülmesi, sayı ve miktarından ziyade niteliğin ön plana çıkmasının (Ülgener, 1981: 205) bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Katılımcıların %31,7’si, çalışma ahlaklarında *helal ve hakkıyla kazanç sağlama* düsturunu temel değer olarak benimsediğini dile getirmiştir. İşletme sahipleri, çalışma ahlaklarını şekillendiren temel unsur olarak manevi değerlere sıklıkla değinmişlerdir. Hakkıyla çalışmanın dini bir gereklilik ve ibadet olduğu vurgulanarak, İslam dininin gereklerini takip ettiklerini ifade etmektedirler:

“Hem ibadet etmiş hem ekmeğimizi kazanmış oluyoruz.” (Anket 74)

“Çalışma, dinimizce bize verilen bir görev.” (Anket 63)

“Babamdan öğrendiklerime. Çocukluğumdan beri hak hukuk yemedim, öyle yetiştirildim, öyle yetiştirmeye de devam ediyoruz.” (Anket 39)

“Kimsenin hakkı bana geçmesin.” (Anket 55)

“Terazi dengede olacak. Ne sizden bize, ne bizden size geçecek.” (Anket 176)

“Allah’ın rızasını alıp hile yapmamaya.” (Anket 70)

Katılımcıların iktisadi yaşamları ve dini inançları arasında bağlantı kurduğu ve bunun hak temelli bir zeminde ele alındığı görülmektedir. Bu ilişkinin ahilik çalışma ahlakındaki “dünya-ahiret dengesi”ni (Ünsür, 2017: 95) içerisinde barındırdığı ifade edilebilir:

“Ben ticaret yapıyorum ben ticaretin içindeyim. Ben bu malzemeyi üçe alırım beşe satabilirim. Bu benim ticaretim. Kimse karışamaz. (...) Karşı tarafa koyduk kendimizi, empati yapıyoruz. Sana aynı şey yapılsa hoşuna gider mi, gitmez! Benim gitmez. Onun için gerek yok. Yaptığın işi yap, süsle püsle anlat adama ve gerçekten ahi ol işinin erbabı ol yap o işi. Gerçekten de dört dörtlük bir iş yap, içine sinsin, süsle püsle adama anlat ama (...) Ben o şeyi, değiştirmedığım parçayı değiştirdim deyip listeye yazmam. Ahiliğin kurallarından bir tanesi o, yalan söylemeyeceksin kesinlikle.” (G10)

Katılımcıların dürüstlük, aldığı paranın hakkını vermek, tok gözlü olmak, hakkıyla çalışmak, kul hakkı yememek ve helal kazanç sağlamak gibi hususları dile getirmeleri, İslamiyet’in öncelediği unsurların çalışma yaşamlarında da yol gösterici düsturlar olarak benimsendiğine işaret etmektedir. Bu bağlamda inanç dünyasının, iktisadi faaliyeti önceleyen yönü vurgulanmalıdır.

Bireyin ilk etkileşim kurduğu kanal olarak aile, toplumsal değerlerin aktarılabilmesi ve sürdürülebilmesi noktasında önemli bir işleve sahiptir (Dikeçligil, 2012: 24). İşletme sahipleri %14,9 oranıyla çalışma ahlaklarında kendilerine *ailevi ve kültürel değerleri* esas aldıklarını ifade etmişlerdir. Ailevi değerlerin ve sosyalleştikleri kültürel ortamın ve kodların, mesleki yaşamlarında belirleyici bir etkiye sahip olduğunu ifade etmişlerdir:

“Anneme. Öyle yetiştirdi. Boş durmayı sevmiyorum, çalışmak önemli. Çocukluktan bu yana çalıştık, boş durmadık.” (Anket 77)

“Çocuklarım ahirete göçtüğümde hakkımda iyi şeyler duysun.” (Anket 111)

“Babamın bana bıraktığı bazı değerler var. Aklımın bir köşesinde hep onlar dolandır.” (Anket 334)

“Babam 50 bin lira parayla 2007 yılında 50 bin TL rakamla 700 bin liralık yatırıma girmişti. 50 bin TL ile 650 bin lira borca girmişti. Biz beraber çalışıp onu iki yıl içinde ödemiştik. O benim için mesela büyük bir başarı örneğidir. Belki babamdan kaynaklıdır, belki benim başarı örneğimdir, onu tam olarak bilemiyorum ama babamın da payı büyüktür.” (G5)

“Şimdi şöyle şöyleyim bunun kökeni aile yapısı diyelim birinci. Özellikle annem benim kimseye minnet etmeyen bir kadın. Onun yetiştirme biçimi yani özgüven yani özgüveni ondan aldım ben. Her konuda sen yaparsın deyip önümü açmaya çalışmıştır annem.” (G8)

Sosyal sermayenin mevcut olduğu en temel birim ailedir (Putnam, 2010: 135). Sosyalleşme sürecinin ilk gerçekleştiği ortam olan ailede anne ve babanın önemli birer rol model olduğu ve ailede öğrenilen ve aktarılan değerlerin, mesleki yaşamda karşılığını bulduğu ve adeta bunların birer uzantısı olduğu dile getirilebilir. “Aile insanın; insan, doğa, eşya, insanın yarattıkları ile ve elbette Mevla ile ilişki ve temasının nasıl olacağının belirlendiği *nüve*

değer/merkez varlığı doğduğu yerdir” (Öztürk, 2019: 3)³³. Birey bulunduğu her ortamda yetiştiği kültürel kodların taşıyıcılığını yapmaktadır. Bu bağlamda aile, içinde bulunulan habitusun yansıması olarak bireyin iktisadi alanda benimsediği stratejilerde temel bir referans noktası arz edebilmektedir.

Katılımcıların %5,4’ü, *sıkı çalışma ve mükemmelliğin*, çalışma ahlaklarında benimsedikleri temel değer olduğunu belirtmiştir. Bu kapsamda esnaflar azmi, çalışma isteğini ve işi en iyi şekilde yapmak gibi mükemmeliyetçi tutumları iş yaşamında ön plana çıkarmaktadırlar:

“İnsan çalıştığında kendini tamamlanmış hisseder. Bu yüzden çalışma koşulsuz olmalıdır.” (Anket 58)

“Ne kadar çalışırsam o kadar kazanırım.” (Anket 79)

“Dünya çalışmak üzerine kurulmuştur. Çalışmadan istikrar olmaz. Disiplin başarının, mutluluğun anahtarı.” (Anket 104)

Çalışmanın başlı başına amaç olması durumu, çalışma eylemi ve sonucunda elde edilen çıktı, kendini gerçekleştirmenin ve ifade etmenin bir başka yolu olarak karşımıza çıkmaktadır. İşletme sahipleri %5,1 oranıyla çalışma yaşamlarındaki temel değer *karlılık ve rekabet üstünlüğü* sağlamak olduğunu belirtmiştir. Bu kapsamda bireyler kazanma arzularını, hırs, tutku, güç ve başarı isteklerini dile getirmişlerdir:

“Dükkânımın ismini iyi duyurmaya, marka haline gelmeye.” (Anket 148)

“Esnaflıktan geliyorum, benim babam elektrik elektronik tamircisiydi. Biz aslen Gaziantepliyiz ama ne diyim sana şöyle 32 yıldır Antalya’dayız. Ben bir yaşından beri ailem buraya göç etmiş Gaziantep’ten. Babam esnaflıktan gelmiş. Yedi sekiz yaşında bize dükkân süpürmesini öğrettiler. Bu çok önemlidir. Aslında başladığımız nokta orası. Çünkü ilk dükkân süpürecek sin yani. Onu süpürdükten sonra o tozun içinde metal de çıkar, bakır da çıkar, cam da çıkar hurda da çıkar, işe yarayacak malzeme de çıkar, işe yaramayacak malzeme de çıkar. Ülkemizde metal sektörünün büyük bir önemi var. Altın gibi yüzük gibi düşün yani ne kadar oranlarda hele ki şu anki değerlerini. Ben askerliğimi yapıp geldikten sonra dedim ben nasıl rahat para kazanabilirim. Dediler ki hani tüccar ol. Tamam, ben metale tüccarlıkla başladım ama daha sonra üretim de yaptım Antalya’da burada. İki ay öncesine kadar üretim de yapıyordum.(...) Öyle başladım. Paranın ışığını gördüm metalde. Çok güzel paralar kazandım. Yani çok genç yaşta çok iyi yerlere geldim.” (G7)

Elde edilen verilere bakıldığında, çalışma ahlakında başarı, güç ve mükemmellik arayışı gibi kişisel motivasyonların daha çok ikinci planda kaldığı aile, mesleki eğitim ve dini öğretiler gibi toplumsal değerlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda, çalışma sahası dâhilinde esnafların iktisadi tutumlarında içinde yetiştikleri kültürel ve geleneksel değerleri önceledikleri ifade edilebilir. Elde edilen bulgular, çalışma ahlakını şekillendiren bireysel ve kültürel

³³ İtalik vurgu, alıntı yapılan kaynağa aittir.

unsurlara ilişkin genel eğilimlerin saptanmasına imkân vermiştir. Bunun yanı sıra, çalışma ahlakı ile katılımcıların sosyo-demografik özellikleri, mesleki eğitim ve yönelimleri ve işletmeye ilişkin özellikleri arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması da sosyal gerçekliğin karmaşık doğasını aydınlatması açısından önemlidir. Bu hedeften hareketle çalışma ahlakı ile ilişkili olan faktörleri saptayabilmek adına gerçekleştirilen çok kategorili lojistik regresyon analizinin uyum iyiliği testi sonuçları Tablo 5.23'teki gibidir.

Tablo. 5.23 Çalışma Ahlakının Dayandığı Temel Değerlere İlişkin Uyum İyiliği ve R² Testi Sonuçları

Model Uyum Bilgisi					Uyum İyiliği				Pseudo R ²	
Model	-2 LL	χ^2	sd	p.		χ^2	sd	p.	Cox and Snell	,231
Sabit	924,976				Pearson	1317,107	1344	,695	Nagelkerke	,249
Terimli										
Doymuş	832,816	92,159	52	,001	Sapma	832,816	1344	1,000	McFadden	,100

Tahmin edilen modelin uyum testi sonuçlarına bakıldığında modelin anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır (Pearson $\chi^2 = 1317.107$, sd = 1344, p = 0,695 > 0,05). Nagelkerke R² testi sonucuna göre bağımlı değişkenlerin çalışma ahlakının dayandığı temel değerlerdeki değişimleri açıklama oranının %24 olduğu tespit edilmiştir (bkz. Tablo 5.23). Tablo 5.24'te yer alan regresyon analizi sonuçlarında p değeri 0,05 ve altında olanlar istatistiki olarak anlamlı ilişkiyi göstermekte olup p değeri 0,10 ve altında olanlarda da yorumlama sürecinde dikkate alınmıştır.

Tablo 5.24 Çalışma Ahlakının Dayandığı Temel Değerlere İlişkin Çok Kategorili Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

Çalışma Ahlakınızı Hangi Değerlere Dayandırıyorsunuz? ^a		B	Std. hata	Wald	p.	Exp(B)	Exp(B) için 95% güven aralığı	
							Alt sınır	Üst sınır
Mesleki eğitim ve değerler	Sabit	-,520	,681	,583	,445			
	Yıllık ciro	,000	,000	1,675	,196	1,000	1,000	1,000
	Çalışan sayısı	,077	,041	3,585	,058	1,080	,997	1,170
	Mesleki deneyim süresi karesi	-,002	,001	2,892	,089	,998	,997	1,000
	Mesleki deneyim süresi	,096	,049	3,805	,051	1,101	1,000	1,212
	İşletme faaliyet süresi	-,020	,015	1,843	,175	,980	,952	1,009
	[İşyeri mülk sahibi=1]	,077	,362	,045	,832	1,080	,531	2,196
	[İşyeri kiracı=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Kalite standart belgesi var =1]	,102	,267	,147	,702	1,108	,656	1,871
	[Kalite standart belgesi yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Evli=1]	-,200	,370	,292	,589	,819	,396	1,691
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Okur-yazar ve ilkokul mezunu=1]	,071	,484	,022	,883	1,074	,416	2,772
	[Ortaokul=2]	-,338	,477	,502	,478	,713	,280	1,815

	[Lise=3]	,209	,425	,243	,622	1,233	,536	2,838
	[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki eğitim var=1]	-,101	,268	,142	,707	,904	,534	1,529
	[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki tutarlılık var=1]	-,298	,362	,676	,411	,743	,365	1,509
	[Mesleki tutarlılık yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
Ailevi ve kültürel değerler	Sabit	-1,043	,901	1,342	,247			
	Yıllık ciro	,000	,000	,737	,391	1,000	1,000	1,000
	Çalışan sayısı	,040	,058	,472	,492	1,041	,928	1,167
	Mesleki deneyim süresi karesi	-,002	,001	1,772	,183	,998	,995	1,001
	Mesleki deneyim süresi	,039	,069	,311	,577	1,039	,907	1,191
	İşletme faaliyet süresi	,008	,019	,166	,684	1,008	,971	1,046
	[İşyeri mülk sahibi=1]	-,526	,476	1,221	,269	,591	,233	1,502
	[İşyeri kiracı=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Kalite standart belgesi var =1]	-,400	,359	1,245	,264	,670	,332	1,353
	[Kalite standart belgesi yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Evli=1]	,744	,548	1,842	,175	2,103	,719	6,155
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Okur-yazar ve ilkokul mezunu=1]	,254	,703	,131	,717	1,290	,325	5,114
	[Ortaokul=2]	,550	,660	,694	,405	1,733	,475	6,323
	[Lise=3]	,978	,574	2,904	,088	2,658	,864	8,182
	[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki eğitim var=1]	,042	,367	,013	,910	1,043	,508	2,141
	[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki tutarlılık var=1]	-,274	,454	,365	,546	,760	,312	1,851
	[Mesleki tutarlılık yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
Karlılık ve rekabet üstünlüğü	Sabit	-2,345	1,773	1,749	,186			
	Yıllık ciro	,000	,000	2,309	,129	1,000	1,000	1,000
	Çalışan sayısı	,067	,118	,326	,568	1,070	,849	1,349
	Mesleki deneyim süresi karesi	,000	,003	,016	,898	1,000	,994	1,005
	Mesleki deneyim süresi	,029	,122	,055	,815	1,029	,811	1,306
	İşletme faaliyet süresi	-,009	,034	,074	,785	,991	,926	1,060
	[İşyeri mülk sahibi=1]	-,503	,805	,391	,532	,605	,125	2,927
	[İşyeri kiracı=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Kalite standart belgesi var =1]	2,870	1,091	6,920	,009	17,634	2,079	149,612
	[Kalite standart belgesi yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Evli=1]	-,750	,704	1,136	,286	,472	,119	1,876
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Okur-yazar ve ilkokul mezunu=1]	-20,798	,000	.	.	9,283E-10	9,283E-10	9,283E-10
	[Ortaokul=2]	-1,368	1,252	1,194	,275	,255	,022	2,963
	[Lise=3]	,847	,987	,737	,391	2,332	,337	16,127
	[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki eğitim var=1]	-,399	,592	,454	,501	,671	,210	2,142
	[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki tutarlılık var=1]	-,766	,699	1,202	,273	,465	,118	1,829
	[Mesleki tutarlılık yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
Sıkı çalışmak ve mükemmellik	Sabit	-3,733	2,028	3,389	,066			
	Yıllık ciro	,000	,000	1,531	,216	1,000	1,000	1,000
	Çalışan sayısı	-,026	,141	,035	,852	,974	,739	1,284
	Mesleki deneyim süresi karesi	-,003	,003	1,222	,269	,997	,991	1,003
	Mesleki deneyim süresi	,164	,142	1,333	,248	1,178	,892	1,557
	İşletme faaliyet süresi	-,024	,036	,451	,502	,976	,909	1,048
	[İşyeri mülk sahibi=1]	,820	1,118	,539	,463	2,271	,254	20,305
	[İşyeri kiracı=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Kalite standart belgesi var =1]	,472	,573	,678	,410	1,603	,522	4,925
	[Kalite standart belgesi yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Evli=1]	-,247	,723	,116	,733	,781	,189	3,226
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.

[Okur-yazar ve ilkokul mezunu=1]	-,477	1,335	,128	,721	,620	,045	8,494
[Ortaokul=2]	-,397	1,253	,100	,751	,672	,058	7,832
[Lise=3]	,691	1,164	,352	,553	1,995	,204	19,537
[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
[Mesleki eğitim var=1]	-,753	,569	1,750	,186	,471	,154	1,437
[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
[Mesleki tutarlılık var=1]	,573	,860	,444	,505	1,774	,328	9,575
[Mesleki tutarlılık yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.

a. Referans kategori: Helal ve hakkıyla kazanç sağlama.

b. Sabit değişken olarak ele alınması nedeniyle 0 olarak gösterilmiştir

Çalışma ahlakı ile ilişkili bağımlı değişkenleri tespit etmek amacıyla gerçekleştirilen modele göre, helal ve hakkıyla kazanç sağlama durumu referans kategori olarak dikkate alındığında, çalışma ahlakını mesleki eğitim ve değerlere dayandırma olasılığı ile çalışan sayısı ve mesleki deneyim süresi arasında pozitif yönlü bir ilişki saptanmış olup mesleki deneyim süresinin zamanla etkisinin azaldığı anlaşılmaktadır. Bulgular, yüksek mesleki tecrübe ve işletme büyüklüğü ile birlikte çalışma ahlakında dini değerlerden ziyade mesleki değerler ve kaidelerin ön plana çıktığına işaret etmektedir. Tüm bunların yanı sıra helal ve hakkıyla kazanç sağlama referans kategori olarak dikkate alındığında; üniversite ve lisansüstü mezunlarına kıyasla lise mezunlarının daha yüksek düzeyde alevi ve kültürel değerleri meslek ahlaklarında dikkate aldıkları saptanmıştır. Aynı zamanda helal ve hakkıyla kazanç sağlama durumu referans kategori olarak dikkate alındığında, kalite standart belgesine sahip olma durumu ile mesleki ahlakta kârlılık ve rekabet üstünlüğünün belirleyiciliği arasında pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Model sonucunda çalışma ahlakını etkileyen değerlere ilişkin bağımlı değişkenler ile yıllık ciro, işletme faaliyet süresi, mesleki tutarlılık, mesleki eğitim, medeni durum ve iş yeri mülkiyet durumu bağımsız değişkenleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir. Elde edilen bulgular, mesleki eğitim ve işletmeye ilişkin özellikler ile çalışma ahlakı arasında ön plana çıkan bir ilişki olduğuna işaret etmektedir. Bu durum, çalışma ahlakının hem çalışmadan elde edilen çıktıları etkilemesi hem de zamansal ve durumsal süreçlere bağlı olarak çalışma ahlakının değişebildiğini göstermesi açısından kayda değerdir.

Esnaf kavramı ve esnaflık müessesesinin Türk ve Müslüman toplumu içindeki önemi Osmanlı dönemi iktisadi teşkilatlanması bölümünde irdelenmiştir (bkz. Üçüncü bölüm). Bu bağlamda günümüzde esnaflığa atfedilen anlamı ve toplumsal işlevlerini irdeleyebilmek adına katılımcıların esnaf algıları ve tanımları sorgulanmıştır (bkz. Tablo 5.25).

Tablo 5.25 Katılımcılara Göre Esnaf Tanımı

Esnaf Kavramı	N	%
Topluma hizmet ve fayda sağlayan	144	41,1
Hakkıyla çalışan	95	27,1
Çevresine karşı duyarlı, hoşgörülü ve yardımsever	57	16,3
Zanaatkar	47	13,4
Stratejik hareket eden ve büyüme odaklı	7	2,0
Toplam	350	100

Katılımcıların %41,1'i esnafı, *topluma hizmet ve fayda sağlayan* birey olarak tanımlamıştır. Bu kapsamda katılımcılar, esnafların ekonomi içindeki yerine vurgu yapmaktadırlar. İstihdam sağlama ve vergi dilimi içerisindeki önemine dikkat çekerek esnafın “devletin orta direği” ve “bel kemiği” olduğu yönünde benzetme ifadeleri kullanmışlardır:

“Üretkendir. Bu ülkenin orta direğini kaldırdığınız zaman ülke çöker.” (Anket 176)

“Ülkenin bel kemiğidir. Objektif, elle tutulabilir bir ürün ortaya koyan kişilerdir.” (Anket 122)

“Devlete faydalı, çalışanlarıyla ekmek kapısı olan, sorun varsa çözüm de var diyen.” (Anket 220)

Aynı tema çerçevesinde halka hizmet sunan ve ihtiyaçları karşılayan ticari bir birim benzetmesi de ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda katılımcılar tarafından esnafın üretici ile tüketici arasında köprü işlevi gördüğüne vurgu yapılmaktadır:

“Ticari faaliyetler yapan, bir malzemenin bir yerden başka yere taşınmasını sağlar. Paradan önce ihtiyaçları karşılayan, insanların beklentilerine cevap veren.” (Anket 1)

“Kendi kazancını sağlayan, müşterisiyle ilgilenen kişi.” (Anket 348)

“Üreten, işini iyi yapıp satan, hizmet veren.” (Anket 275)

“Aslında satarken müşteriden değil, alırken tüccardan kazanandır.” (Anket 293)

“İnsanların ihtiyaçlarını karşılamak için mücadele eden insandır.” (Anket 206)

“Toplumun temel ihtiyaçlarını gideren, üreten temel kitle.” (Anket 312)

“İmalatla tüketici arasındaki köprüdür.” (Anket 288)

Katılımcılar tarafından toplum ve ekonomi içindeki payı ve konumu üzerinden tanımlanan esnafın zorluklarla mücadele eden çalışan, fedakâr ve özverili yönüne de dikkat çekilmektedir. Katılımcılar tarafından esnafın yalnızca ürünü tüketiciye ulaştıran değil aynı zamanda işi öğretme ve dolayısıyla yeni üreticileri yetiştirme konusunda da bir yükümlülüğü olduğu dile getirilmektedir:

“Gelsin ben bu işi yapacağım desin. Ooo yapacağım dedikten sonra bizde iş var. Biz öğretiriz. Yani sabırla öğretiriz. Bir gün çocuk geldi 20 yaşlarında. Gerçi bende o zaman 27-28 yaşlarındayım. ‘Abi’

dedi 'ben bu işi öğrenmek istiyorum' dedi. 'Bana bu işi öğretir misin?' dedi. 'Öğretirim' dedim. 'Sen nerelisin?' dedim 'Korkuteli'ndenim' dedi. 'Tamam. Sıkıntı yok, öğretirim' dedim. Korkuteli de benim en iyi pazarımın olduğu yer. Adam gidecek oraya dükkân açacak, benim pazarım bitecek. (...) 'Geç' dedim 'öğrenmek istiyorsan'. Çocuk direk geçti içeriye. Ne üstünü değiştirdi ne başını değiştirdi. Direk gitti içeriye. (...) altı yedi ay çalıştı ama. Geldi bir gün 'abi ben öğrendim, ben gideceğim' dedi. 'Tamam' dedim 'Korkuteli'ne dükkân açacağım' dedi. 'İki de kalıp yaptır burada kendine' dedim 'kalıplarını da al git' dedim." (G7)

İşletme sahiplerinin %27,1'i esnaf kimdir sorusuna *hakkıyla çalışandır* cevabını vermişlerdir. Katılımcılar esnafın ahlaki, adil, cömert ve dürüst olması gerektiğine dikkat çekmektedir. Kimi katılımcılar da ahilik değerlerine vurgu yapmışlardır:

"Ahilik düsturunu benimseyip inanıcını ve insanı değerleri de kabullenerek hareket eden." (Anket 191)

"Orta halli çalışan, olgun, varlığı yokluğu bilen. İnsanlarla ilişkisi iyi olan, her şey para değil." (Anket 197)

"Sabırlı olacak. Hakkı hukuku gözetecek. Aşırı paraya tamah etmeyecek. Sanatı kara döndürmesi lazım. İkisini aynı anda götürecek, kırmadan üzmeden karşı tarafı." (Anket 315)

"İşini birlik beraberlik içinde yapan, zor gününde destek olandır." (Anket 163)

"Bilgili, ahlaklı ve işinin erbabı kişi." (Anket 349)

"İşini ahlaklı ve adaletli yapan kişi." (Anket 298)

"Önceliği para olmayan, yaptığı işi doğru yapan kişi." (Anket 284)

"Dürüst çalışan, hak yemeyen, diğer esnafları koruyan, sattığı ürünün arkasında duran, ticari ahlaka sahip kişi." (Anket 51)

Katılımcılar tarafından esnafın işini düzgün ve hakkıyla yapan ve çevresinin faydasını gözetken yönü de vurgulanmaktadır. Buna göre katılımcıların %16,3'ü, esnafın *çevresine karşı duyarlı, hoşgörülü ve yardımsever* olan bireylere karşılık geldiğini ifade etmiştir. İşletme sahipleri tarafından esnafın, bencil olmayan, diğer esnafların ve çalışanlarının sorunlarına ve ihtiyaçlarına karşı hassas ve kollayıcı bir tutum sergileyen ve onlarla iyi geçim sağlayan yönüne dikkat çekilmektedir:

"Ahidir. Her şeyden önce kendi çalışanlarına yol gösteren, işletmedeki büyük öğretmendir." (Anket 296)

"Bencil olmayan, komşuluk ilişkileri kuvvetli, kolektif bilinci yüksek biri." (Anket 211)

"Ahlaklı ve dürüst olması gerekir. Esnafın yanındakini, karşısındakini, komşusunu düşünmesi lazım." (Anket 202)

"Komşusuyla iyi geçinen, dürüst olan, çevresini temiz tutan, işi takip eden." (Anket 320)

"Esnaf zor zamanda birbirinin yardımına koşan kişidir." (Anket 83)

“İş yeri kurup eleman çalıştırıp sürekli satmak ve üretmek istiyorsanız üretirseniz, bunun kitapta bir yeri vardır. Kitaplarda bile en kutsal şeydir. Çünkü bu kutsallığı da bari en temiz şekilde yapalım. Temiz olalım, komşumuz açken biz tok yatmayalım, dürüst olalım. Dürüstlüğümüzü bozmayalım, şaşmayalım bunlardan yani. Dinin beş temeli gibi çalışmak. Başarının temeli de budur, birlik olacaksın komşularınla elemanlarına dürüst olacaksın. Firmalar elemanlarına kazandırmaz, elemanlar firmalarına kazandırıp bir yerlere getirirler.” (G7)

Katılımcılar tarafından müşteri ile ilişkisi temelinde esnafın güler yüzlü, hoşgörülü ve anlayışlı olması vurgulanmaktadır. Bu kapsamda işletme sahiplerinin gözünde esnaf, müşterinin velinimet olduğunun bilincinde ve toplumsal farkındalığı yüksek biridir:

“Anlayışlı, güler yüzlü, idareci kişidir.” (Anket 305)

“İyi ustadır ama esnaf değildir. İyi esnaftır ama iyi usta değildir. Müşterisine, işine saygı duyan insana esnaf derler. Müşterinin menfaatini gözetmeli. Tatlı dillilik, güler yüzlülük esnaflıktır. Sanayide yardımcı olana esnaf denir.” (Anket 72)

“Hoşgörülü, sakın, alçakgönüllü, kaliteli iş yapan, müşterisine saygılı davranan, komşusunu kollayan, çırağını topluma kazandıran.” (Anket 120)

“Paran yokken gittiğin yerdir.” (Anket 240)

“Zor günde kapısını ilk çaldığın insandır.” (Anket 232)

“Müşterisine aynı zamanda arkadaş olandır.” (Anket 238)

“Müşterisinin kıymetini bilen, insanları dinleyip ona çözümler bulan, aldığı paranın karşılığını veren kişiye denir.” (Anket 48)

“Müşterisine, ona başvurana yardımcı olana, ahilik kurallarını iyi bilen insandır.” (Anket 76)

“İnsanları üzmeden, işini güzel, temiz şekilde yapmak, işini severek isteyerek yapmak. Kapına biri geldiğinde ufakta olsa yardımcı olmak.” (Anket 32)

“Esnaf, alırken düşünüp satarken düşünmeyendir.” (Anket 330)

Katılımcılar tarafından ahlaklı çalışmanın, esnaflığı oluşturan temel unsur olduğu vurgulanmaktadır. Aynı zamanda esnafın çevresine karşı sorumlu ve duyarlı olması beklendiği görülmektedir. Bu bağlamda ahilik değerleri ile örtüştüğü ifade edilebilir. Esnaf, doğru yoldan ayrılmayan, alçak gönüllü ve yardımsever tutumuyla çalışan, müşteri ve komşu esnaflara karşı duyarlılık seviyesi yüksek ve zor günlerde sığınabilecek bir kapı olarak görülmektedir. Katılımcıların %13,4’ü esnaf kimdir sorusuna *zanaatkârdır* cevabını vermiştir. Bu kapsamda işletme sahipleri tarafından esnafın emek gücüne, el işçiliğine, alın terine, sanatçılık ve yaratıcılık yönüne dikkat çekilmektedir:

“Kol gücüyle çalışandır.” (Anket 346)

“Ekmeğini el işçiliğiyle kazanan kişi.” (Anket 180)

“Zanaatıyla bütünleşmiş insandır.” (Anket 344)

“Müşteriye karşı zanaatını en iyi şekilde gerçekleştirmek için çalışan insandır.” (Anket 319)

İşletme sahiplerinin %2’si de esnafı *stratejik hareket eden ve büyüme odaklı* olan iktisadi ajanlar olarak betimlemiştir. Bu kapsamda katılımcılar tarafından esnaf, kendi çıkarlarını gözeterek planlı ve stratejik hareket edebilen amaç odaklı bireyler olarak tanımlanmaktadır:

“Sabırlı olup hedefe odaklanan, iletişim kurabilmeyi becerebilen insandır.” (Anket 140)

Elde edilen bulgulardan hareketle esnaf ile ahlaki bir birim olmanın adeta özdeş tutulduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda esnafın adil, dürüst, çevresine, müşterisine ve çalışanlarına karşı duyarlı ve sorumluluk sahibi bireyler olarak betimlendiği görülmektedir. İktisadi ajanlar olarak esnafın, toplumsal adaletin ve ahlak müessesinin önemli temsilcileri olarak ön plana çıkarıldığı ifade edilebilir.

Esnafların gözünden başarı algısı, onların çalışmaya yaklaşımları ve çalışma kültürlerine ilişkin önemli ipuçları vermektedir. Bu bağlamda, katılımcıların işletmelerinin başarılarına ilişkin algılarını saptamak önem arz etmektedir. Elde edilen bulgular Tablo 5.26’da sunulmuştur.

Tablo 5.26 Katılımcılara Göre İşletmeyi Başarılı Kılan Unsurlar

İşletme Başarısı	N	%
Güçlü ağlar ve sosyal ilişkiler	7	2,0
Doğru sözlülük ve güvenilirlik	90	25,7
Mesleki bilgi, beceri ve tecrübe	171	48,9
Alçakgönüllülük ve mütevazılık	36	10,3
İktisadi sermaye	10	2,9
Mesleki gelişim ve gelecek odaklılık	36	10,3
Toplam	350	100

İktisadi alanda bireyler, sahip oldukları sermaye türleri ve yatkınlıklarıyla çeşitli mücadeleler sergilemekte ve stratejiler geliştirmektedirler. Habitus, aktörlere belirsizlik anlarında önemli bir pratiklik sağlamaktadır (Bourdieu, 2005a: 86). Bu bölümde, iktisadi alanda aktörlerin sergiledikleri pratik eğilimlere ve stratejilere odaklanılmaktadır.

Katılımcıların %48,9’u bir işletmenin başarılı olmasındaki temel unsurun *mesleki bilgi, beceri ve tecrübe* olduğunu ifade etmiştir. Bu kapsamda esnaflar, sunulan hizmetin ve işçiliğin kalitesi, güvenilirliği, ustalığı ve mesleki sorumluluk bilincinin önemine değinmiştir. Burada katılımcıların kültürel sermayeye yaptıkları vurgu dikkat çekmektedir:

“İşine kendisi kefil olmalı.” (Anket 238)

“Başarı, işinin güvenilirliği. İş yaptığımız yerler hep referansla gelir.” (Anket 194)

“Uzun ömürlü iş. Bir işi dört beş yıllık yaparsın birde 25-30 yıllık yaparsın. Sana memnuniyeti kazandıran, işi getiren odur.” (Anket 178)

“Dürüst ve düzgün olmak. Ben bir müşteri kazanacaksam, iyi kazanmak isterim, devamlıdır. Araba ondaysa ikimiz de birbirimize muhtacız.” (Anket 3)

Mesleki eğitimin önemine değinen bir katılımcı, üniversitede aldığı teknik eğitimin işlerindeki başarısına olan katkısını şu şekilde ifade etmiştir:

“Babam bir olaya kızdı. Bizim bir dükkânda kiracımız vardı. Polyesterden mutfak tezgâhı yapıyorlardı. (...) Yani ne yapabilirim, yaşıma geldi, ne olabilir, ne kalabilir diye ikilem içerisindeyken o işe gittik. İşte bir hafta orada çalıştım. Ustanın bir tanesi gelmedi. Usta gelmeyince montaj yapacak insan yok. Ustaya dedim ki ‘ben yaparım’. ‘Nasıl yapacaksın’ dedi. ‘Hayatta en önemli şey yaparım demek, ben bunu başarırım demek’ dedim. (...) Gittik inşaata. Bir tane evde arkadaşımız vardı. Onu sürekli taşıma işinde kullanıyorlar. Çıkardık tezgâhı yukarıya. Ben köşelerinin ölçülerini aldım teknik olarak. Sonra mutfak tezgâhının üzerinin gerekli olan kesim yerlerinin çizimlerini yaptım. Çizimlerini yaptıktan sonra kesime götürdük. Tezgâhın üzerine bir seferde koydum ama daha önceki, yani o gün gelmeyen usta, her köşe için klasik şey deniyordu götürüyor tezgâhı orada çizik atıyor, balkona götürüyor o köşeyi kesiyor, öbür köşe için bir daha çizik atıyor. Teknik kullanmıyor, çizim kullanmıyor, bilmiyor çünkü. (...) Taşıyan arkadaş bir baktı tek sefer kesim, bir sefer taşıdı. Aynı oradaki üç köşe kesim için onlar dördüncü sefer balkona gidip geliyorlar. Ondan sonra iki, üç, üçüncü de adamlar baktı ‘sen’ dedi ‘nereden öğrendin’. Bir şey yok ki bunda (...) İki üç gün daha çalıştım işte. Usta geldi. Usta gelince o taşıyıcı arkadaş isyan etti. ‘Usta yapacaksa ben gitmeyeceğim’ dedi. ‘Tamam ben hamalım’ dedi ‘taşımakla görevliyim ama adam birinci seferde kesiyor’ dedi. ‘Birinci sefer çiziyor, bir seferde kesip taşı yerine koyuyor’ dedi. ‘Yüzde elli hamallığım bununla gidince boşa yapıyorum. Ben bununla gitmem’ dedi. Ben orada anladım (...) teknik eğitim en önemli eğitimlerden bir tanesidir.” (G6)

Benzer bir şekilde bir başka görüşmeci ise teknik bilginin emek ve zaman kullanımına yönelik sağladığı tasarrufu vurgulayarak bu durumun işletmeyi diğerlerinden daha farklı ve başarılı kılan bir unsur olduğunu dile getirmiştir:

“İşinizin kalitesi çok önemli. Mesela kullandığınız malzeme, bıçaklar. Kullandığınız makinenin donanımı iyi olması lazım ve hepsini geçtim hiçbir şeyiniz iyi olmasa bile teknik bilginizin iyi olması gerekiyor. Sektörden ziyade benim kendi alanımda teknik bilgimin iyi olması gerekiyor ki her alanda müşteriye cevap verebileyim. Ben mesela birçok mobilya ustasından iyi bilmem gerekiyor ki herkesin çalışma stili var. Birçok mobilya ustası da birçok şeyi bilmiyor. Bilmediği için de bir iş aldığı zaman kara düzen ilerleyen mobilyacı çok var. Teknik üzerinden ilerleyen de çok. Proje üzerinden sadece resim üzerinden, atıyorum, müşterisi bir resim göstermiş, bunu istiyorum, demiş. Proje yok ortada, çizim yok ortada, bir ölçülendirme yok, hiçbir şey yok ortada. Bana diyor ki ‘biz bunu yapacağız, nasıl yapalım’. Bu konuda sizin teknik bilginizin iyi olması gerekiyor ki adamın ihtiyacına cevap vereyim ki bir dahaki işini size getirsin. Çok yaşıyoruz bunu yeni gelenlerin bir çoğunluğu tekrar başka bir yere gitmemesinin sebebi, teknik bilginizin iyi olması lazım. Adam şimdi kafasında bir üretim planlamış gelmiş buraya. Şimdi onu

yapsak üç güne tamamlayacak. Ben ona bir sistem, şöyle yapalım, böyle keselim diye öneriyorum. Sende böyle topla, böyle boya daha çabuk üretirsin deyince direk tercih sebebi oluyorsunuz. Yani bir mobilyacıdan bir ustadan daha iyi bilmeniz gerekir teknik olarak bütün bilgileri. Şimdi teknik olarak ben kendimi çok geliştirdiğimi düşünüyorum ama el yeteneğin var mı dersiniz, yok, ama ben bir işi nasıl yaptırabileceğimi ustaya anlatabilirim. Deseniz ki siz onu yapabilir misin ama yapamam. Yani benim sektörümde el becerimden ziyade teknik bilgimin iyi olması gerekiyor. Bir mimardan bir mobilyacıdan daha iyi bilmem gerekiyor ki mimara da bir mobilyacıya da teknik olarak farklı bir metoda yöneltebileyim ya da bu metotta daha iyi işler çıkarmasını sağlayabileyim. Genelde bizim tercih edilmemizin ikinci sebebi. Birinci, samimiyet ikincisi, teknik bilgidir. Teknik bilginiz iyiye o adam sizi bırakmaz. Çünkü seçenek çok sanayide. Belki otuz, kırk tane CNC'ci var ama parmakla gösterilen üç dört kişi var. Bunu ben demiyorum. Mesela benim eski ortağımın patronu var. Çok bilgisi var bu konuda. Saygı duyuyorum kendisine. Onun söylediği söz var, der ki 'bu sanayide CNC'ci çok var ama bu işi yapan üç dört kişiyiz. Bir sen, ikincisi X, üçüncüsü benim' der. Dördüncüsü onun eski elemanı. Yeni dükkân açtı o da. 'Gerisini saymıyorum zaten CNC'den' der." (G5)

Başka bir katılımcı ise, sektörde farklılık yaratmanın ve aranan bir firma haline gelmenin çıraklık eğitimi ve mesleki tecrübe ile mümkün olduğunu aktarmıştır:

"15 katlı bina var. Oraya klima kuracağız. On beş katlı binanın tepesine çıkarttık. Makinenin esneme payı var. Adam salıncaktaki gibi esniyor. Onun milimetresini ayarlamak lazım. 15 katlı yükseklikte binadaki CNC makinesi var. Pahalı makinalar, robot gibi. İki milyon, üç milyon değerindedir bu makinalar. Burada organize sanayide bir firma var. Bizim her zaman için değerinde yaptığımız işi, bizim mesela on bin liraya yaptığımız işi, bir arkadaş makine almış kendine, tek başına piyasaya atılmış yani. Yani çıraklığını yapmadığı işin kimse ustası olamaz bana göre, benim gözümde. Yani illaki zarar. Müdürler ucuz yapıyor diye onu çağırmışlar. Çünkü arada dokuz on lira fark var. Tabi bu arkadaş iş bilmediği için makineyi bağlayamıyor. İndirirken makineyi beş metreden aşağıya bir düşürüyor, kendi kullandığı makine üç yüz, dört yüz milyarlık makine, taşıdığı makine altı buçuk milyonluk makine, dört buçuk milyonluk zarar var. (...) Biz oraya gittiğimizde hüüngür hüüngür ağlıyordu. Fabrikanın sahibi bütün müdürleri işten çıkarttı. Mahkemelik oldular müdürlerle. Benim çağıracağım adamı siz nasıl çağırmazsınız diye. Çünkü o adam parasında falan değil, benim işim düzgün yapılınsın diye şey yapıyor. Hatta şöyle söyleyeyim size, belli fabrikalar var ki onlar yüzünden artık yeni makine imalatı yaptırıyoruz. Benim fabrikama sıfır makine girecek diyor. Yani üç beş senelik makine girmeyecek sıfır girecek diyor. Ben sana sıfır makinenin parası kazandırırım diyor önemli değil diyor. Öyle firmalarda var sırf onların yüzünden yeni yeni siparişler verdik biz. (...) Adamların kişisel görüşü, adam diyor ki 'ben sana aylık şu kadar para kazandırıyorum ama senin makinelerine güvenmiyorum, senin işçilerine güveniyorum' diyor. 'Sana güveniyorum ama' diyor 'makinaların gözüme biraz yıpranmış geliyor' diyor. 'Yeni modellerini istiyorum' diyor 'android işlemcisi olsun' diyor. Yeni çıkan makinalarda şu anda öyle. Yani kumandayla komple, oturuyoruz sandalyeye uzaktan oyuncak gibi kullanıyoruz. Öyle makinalar sipariş verdik şimdi. Biraz zaman alacak ama şimdi bekliyoruz. Türkiye imalatı hepsi. Hatta Türkiye bu konuda, hidrolik konusunda yurt dışında örnek." (G2)

Sanayi esnafı gibi küçük işletmelerde, tanıdıklık ve referansın önemli olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda katılımcılar tarafından mesleki yetkinlik ve becerinin, sonraki işler ve yeni müşteri potansiyelleri için olumlu bir etken olduğu vurgulanmaktadır:

“Burada da bu işi yapıyorlarmış deyip de gelen müşterimiz olmadı hiç. Aa burada da bu işi yapıyorlardı, hadi birde buraya soralım diyen hiçbir müşterimiz olmadı 20 senedir belki, bir elin parmakları kadar. Bir şey olmuştur, sorup gitmiştir, işte o kadar. Dolayısıyla yaptığımız işler bizim referanslarımız oldu. Gittikçe devam etmeye başladık. Öylece çevremizi oluşturduk.” (G9)

“Esnafar arasındaki ilişki bir esnafın büyümesi için en büyük şey. En büyük şey. Neden! Bir kere kafada sen esnafar arasında seviliyorsan, işini biliyorsan, çözürmen de o kadar basit olur. Kafana bir şey takılır, biz burada kul yapısıdır yani, her şeyi çözecek diye bir halimiz yok. Sen bugün bir araba gelir orada çözezsün ama karşı taraftaki komşun vardır, aran iyidir. ‘Yav baba bir yerde kafam durdu artık yani bakış açımı da değiştiremiyorum. Ne yapacağız biz bu işi’. Sana der ki ‘ya şu kalemin yerini değiştirir misin?’ şaşırırsın. (...) O iş olur, paranı kazanırsın sana verdiği bir tüyoyla. Ne olur bir düşünsene! Elektrikçiyle aran çok iyi, kaportacı, boyacıyla aran çok iyi. İşini dört dörtlük çıkarman için gereken ekipmanın var, esnafın var elinde. Şimdi biz burada kaportacıyız, her şeyi anlayabilecek halimiz yok. Ben mekanikerim. Benim işim mekanik. Kaportalık bir şey varsa buna ben müdahale etmeme gerek yok. Benim kaportacı abim veya işte çalıştığım insan, esnaf kardeşim, benim onda kredi limitim varsa, benim işimi öne alıyorsa ve işi gücü bırakıp dört dörtlük benim işimi yapıyorsa, ben ne oluyor, ben kaliteli iş çıkartmış oluyorum. Müşteri de ne diyor ki (...) benim işimi yaptı, hakkını da aldı kardeşim dört dörtlük de yaptı. Ne oluyor kaliten artıyor. Kalite arttıkça insanlarda marka bilinirliği artıyor. Marka bilinirliğin artınca para kazanman kolaylaşıyor. Artık insanlar seni tercih etmeye başlıyor. Esnaf böyle yardımcı olur sana. Düzgün insanlarla çalışıp düzgün insanlarla iş yaparsan etrafındaki insanlarla kredi limiten, esnaf kredi limiten güzelse, işini döndürebiliyorsan ve kaliteli işçilik yaptırıyorsan, bunu ancak diyalogunla yaptırabiliyorsun. Para artık bitti o. İşte artık paraya da şey yok, ne derler, paran olup iş yaptırmadığın esnaf da var. Paran var götürüyorsun esnafa, parasını vereceğim bu arabanın, yap bu arabayı, yok. Burada işte esnaflık kredi limiten geliyor. (...) İsmiyle iş yaptırabiliyor hale geliyorsun artık.” (G10)

Kaliteli işin aynı zamanda bir ekip işi olduğu dile getirilmekte ve işçilerin yeteneklerine de vurgu yapılmaktadır. Bu bağlamda doğru işçi seçimi de işletme başarısında önemli bir etken olarak değerlendirilmektedir. Burada katılımcıların eğitim ve mesleki tecrübe ile edindikleri yetkinliklerinin, bir işletmenin başarılı olmasındaki temel unsur olarak vurguladıkları görülmektedir. Esnafarla olan ilişki ve bağların, ekonomik sermaye edinme sürecinde önemli bir paya sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, Bourdieu’nun (2010: 49) eğitimle edinilen yetenekleri içeren kültürel sermayenin bazı şartlarda ekonomik sermayeye dönüşebileceğine ilişkin vurgusuna işaret etmesi açısından önemlidir.

İşletmecilerin %25,7’si *doğru sözlülük ve güvenilirliği*, işletme başarısını sağlayan temel unsur olarak görmektedir. Benzer bulgulara rastlanan başka bir çalışmada, Denizli’de esnafın girişimcilik özellikleri incelenmiş olup, işletmenin devamlılığında işletme sahibinin

ahlakı ön plana çıkmıştır (Yılmaz, 2021: 89). Bu kapsamda işletme sahipleri tarafından dürüstlük, güvenilirlik, ahlaklılık ve erdem gibi etik değerler vurgulanmıştır. Bununla birlikte dini kabul ve emirlerin üzerinde durularak dürüstlüğün, hakkıyla iş yapma noktasında bir gereklilik arz ettiği katılımcılar tarafından çeşitli biçimlerde dile getirilmiştir:

“En başta dürüstlük sonra kalite.” (Anket 120)

“Allah korkusu olunca her şey rayında gidiyor.” (Anket 17)

“Sen doğru olduktan sonra her pencere açılır.” (Anket 5)

“Ne olursa olsun dürüstlükten ödün vermemeli.” (Anket 328)

“Hak yiyorsa o bir gün çıkar ondan. Hak yemeyecek.” (Anket 261)

Katılımcılar, dini bir gereklilik olmanın yanı sıra ticari yaşamda güven ve dürüstlüğün temel değer olarak benimsenmesinin başarıyı beraberinde getireceğini ifade etmişlerdir. Burada özellikle mesleki tecrübenin güven duyma noktasında önemli bir kazanım yarattığına dikkat çekmektedirler:

“Nevşehir’de bir firmayla telefonla görüştim. Telefonda ‘bana bunlar lazım’ dedim. Yani ‘bir tır malzeme lazım bana’ dedim (...) Tam üç yıl çalıştım adamla. Üç yıl hiç görüşmedim. (...) Görüştük. ‘sen nasıl anladın’ dedim, ‘telefonla hiç görmemişsin bir tır malzeme gönderiyorsun. Ödemeseydim ne olacaktı’ dedim. ‘O da bizim tecrübemiz’ dedi. ‘Biz telefonda insanın sesinden tanıyoruz yıllardır çalışma çalışma kimin ödeyip kimin ödemeyeceğini biliyoruz’ dedi. Yani işte küçük yaştaki çalışma dedim ya hani insanın karakterini anlayabiliyorsun, o bizde de var. O kazanım bizde de oldu yani. Biz birisi geliyor ya kafasından ne geçtiğini biliyoruz.” (G6)

“Kesinlikle dürüst olacaksın. Ne vergini kaçıracaksın, ne terazide oynama yapacaksın, ne müşterini üzüleceksin. Bu çok önemli. Ödemesini yapan müşterini üzemezsin. O da dürüstlük yani. Dürüst bir insan olursan bunların hepsi gelir. Aslında zaten işle ilgili, başarıyla ilgili, iş yeriyle ilgili en güzel tek cümlelik anlatılacak şey dürüstlüktür.” (G7)

“İşin baş kısmını konuşayım, güvenilirlik. (...) Her şey karşılıklı. Yani ben onu kalkındırırken o da beni kalkındırıyor. Bu şekil yani (...) Tabi ben mekanikçiyim, o elektrikçi, mesela lehim işi yapıyor. O mekanik işini bana gönderiyor mesela böyle bir paslaşma oluyor. Mesela yedek parçacım var. Yedek parçacımdan yüzde seksen alışverişimi ben ondan yapıyorum mesela. O da tuttuğu bütün işlerini bana yolluyor. Yani bu şekilde.” (G8)

Çalışmanın kuramsal çerçevesinde derinlemesine ele alındığı üzere güvenin, iktisadi alanda iş birliklerinin oluşmasında merkezi bir önemi bulunmaktadır. Coleman’a göre sosyal sermayenin oluşmasını sağlayan önemli unsurlardan birisi, bireylerin birbirlerine karşı olan yükümlülükleri ve beklentileridir. Birbirlerine karşı yükümlülükleri bulunan bireylerin, beklentilerini karşılar nitelikte eylemlerde bulunmaları sonucunda güven ortamı oluşur (Coleman, 2010: 89-92). İşletme sahiplerinin iş yaşamında dürüst tutumlarının, güven ilişkisinin oluşması ve sosyal sermayenin edinilmesi sürecinde temel bir öneme sahip olduğu görülmektedir. Elde edilen verilerden hareketle, esnaflarda da güvenin ilişki ağları oluşumunda

ve bir işletmenin başarılı olabilmesinde temel bir unsur teşkil ettiği anlaşılmaktadır. Çünkü esnaflarda sosyal sermaye formel değil informal bir süreçte oluşmakta olup kapitalizmin ortaya çıkardığı çetrefilli süreçlerin aşılmasında ve dolayısıyla iktisadi aktörlerin büyüebilmeleri ve ekonomik sistem içinde var olabilmelerinde önemli bir yer teşkil etmektedir (Akçakaya ve Bağrıyanık, 2019: 337).

İşyeri sahiplerinin %10,3'ü *alçak gönüllülük ve mütevazılığın* işletme başarısı için önemli olduğunu ifade ederek müşteriye karşı tutumun önemine değinmiştir. Bu kapsamda güler yüzün, samimiyetin, tutum ve davranışın müşteriye sahiplenme ve onu mağdur etmeme yönünde olmasına dikkat çekilmektedir:

“Kendin nasıl hizmet görmek istiyorsan öyle davranmalısın insanlara.” (Anket 343)

Her şeyin paraya indirgenmediği ve müşterinin faydasının gözetilerek sergilenen tutumun, işletmecinin mutlaka karşısına çıkabileceğine ilişkin deneyimini bir katılımcı şu şekilde aktarmıştır:

“Herkes yani küçük şeylerle başlar. İnsana bir küçük iş yapmışsındır, o küçük işte denerler insanlar insanları. Büyük işte denemezler, küçücük bir iş. Bir anımı anlatayım. Banyo lavaboları vardı. Küçük 70 santim. Onlar moda olmaya başladı. Piyasada yok, nadir. Bir tane müşteri geldi. 2001 dükkânı açtığım zaman. ‘Benim bir tane banyo lavobasına ihtiyacım var, yapar mısınız?’ dedi, ‘yaparız abi’ dedim. ‘Tamam, ölçü alınması lazım abi’ dedim. ‘Sen beni götürüp getirirsen benim küçük bir banyo lavobasından kazancım yok’ dedim. ‘Sen götürüp getirirsen ben sana yardımcı olurum’ dedim. ‘Bir de oradan ben zarar etmeyeyim’ dedim. O kendi arabasıyla götürdü ölçüsünü aldım. Geldim, yaptım, teslim ettim, çok beğendi. Dedi ‘o zaman altı veya yedi tane o işi yapan yer var. Hepsine gittim yapmadı, o küçük iş dedi yapmadılar’ dedi. ‘Ben seni yarın alacağım, benim 20 dairem var, oranın ölçüsünü al’ dedi, anladın mı! İnsanlar insanları küçük işlerde denerler. Ben sana şimdi diyelim ki lokantacısın ilk defa yemek yiyeceğim, 100 kişilik yemek siparişini nasıl vereyim ki! Lezzetin var mı, güzel mi yemeklerin. Önce gidip bir kişilik yemek yemem lazım. (...) Benim bütün şu anki makinalarımı o kişi aldı. Bütün makinalarımızı alan kişi o küçücük 70 santimlik banyo lavabosunu yaptığım işini, ertesi gün 20 dairelik iş aldım ertesi gün. İyi bir müteahhit. 2001 krizinde isteseydi öyle çok çok büyük bir sermayesi var kimse bilmez sade yürür giderdi. Antalya’daki en büyük inşaatçı X. benim makinalarımı nasıl o aldı? Mesela şöyle, bütün bu işlerimize hep o abi tesadüf eder. Bir makine inceliyorken, makinanın kataloglarını incelerken ‘makinemi alıyorsun yine’ der ‘ne kadar’ der. O zamanlar da rakamlar 50 bin 100 bin ‘tamam’ der hesaba bir 50 bin atar. ‘Bizim şu inşaatlar var orayı yap’ der. ‘Al makinanı bir an önce’ der. O denk gelir hep yani. Cenabı Allah hep onu denk getiriyor bana anlıyor musun, 70 santim küçük tezgâhtan tamam mı yani. İnsanlar bir anda büyüymesin, küçük küçük, sindire sindire. Taşıyamazsın parayı. Herkes taşıyamaz. Sindire sindire büyüymediğin sürece çabuk parlarsın, çabuk gidersin. Çabuk parlayabilmek için her yere atlarsın, her yere gidersin, herkesle tanışmaya kalkarsın, herkesten kazık yersin. Küçük, sen de denerken küçük vereceksin, seni deneyenler de sana küçük verir. Sen de iş verirken küçük verirsın bakarsın cebine 10 lira mı var iki liralık bir işimi yapsın bakayım dersin. Giderse iki lira gitsin dersin 10 lirayı tak diye verip de benim işimi yap demezsin hayatta öyle küçük küçük başlar. Yani şuradan başlar diye bir okulu yok, o senin artık insanlara davranışın insanlarla ilişkin ve yaptığın iş. Ne

kadar yapıyorsun, ne kadar zamanda yapıyorsun, kaliteli mi yapıyorsun, kalitesiz mi yapıyorsun. Bu yani bunların birikimiyle başlar. Ama hayat küçük denemelerle başlar.” (G6)

İşletmecilerin %10,3’ü, *mesleki gelişim ve gelecek odaklı olmayı* işletme başarısında ön plana çıkarmışlardır. Katılımcılar düşüncelerini planlı programlı çalışmak ve hareket etmek, vizyon ve misyon sahibi olmak, yerinde saymadan sürekli gelişimi hedeflemek, teknolojiye ayak uydurmak, yenilik getirmek ve bu temelde risk alabilmek şeklinde ifadeler kullanarak belirtmişlerdir:

“Doğru ekipmanlar, doğru çalışma arkadaşları ve teknolojiye ayak uydurmak.” (Anket 207)

“Hırsla, sürekli daha iyiye koşmalı.” (Anket 336)

“Gözük yükseklerde olmalı ama bu onu kibre sürüklememeli.” (Anket 335)

“Kendisine iyi bir vizyon ve misyon belirlemeli.” (Anket 332)

“Yeniliklere açıklık, kendini geliştirmek ve eğitim almak.” (Anket 202)

“Sürekli araştırması, öğrendiklerini uygulaması, yeniliklere açık olması.” (Anket 184)

Teknolojiyi, yeniliği takip etmenin ve bu bağlamda yeniliklere ayak uydurmanın, işletme başarısındaki payını bir katılımcı şu şekilde aktarmıştır:

“İnsanlar var ya sana şöyle şöyleyeyim mobilyanın m’sinden anlamayan. Bir sene, altı ay, bir sene içinde o makinenin kurdu olan insanlar ve o insanlar otomasyonu öğrenip bilgisayar ortamında çizimini yapıp CNC’ye atıp CNC’den çıkarıp o iki usta hiçbir şey bilmeyen adamın eline bakıyor. Neden bakıyor! Çünkü senin bir günde yaptığı işi bir saatte yapıyor. Çocukta bir de sana anlatıyor bak onun bu tarafına bant yapacaksın, makine zaten bütün deliklerini yapmış, toparla götür inşaata. O kadar önemli bir şey otomasyon sektörümüz için.” (G3)

Günümüzde mesleki gelişimin önemli bir unsuru, hızlı gelişen araçlara ve teknolojiye uyum sağlamak ve bu konuda kendini geliştirmektir. Katılımcılardan biri, kendine yatırımın, işletmesine yatırım yapmak olduğunu ve istekliliğin ve motivasyonlu olmanın önemini vurgulamaktadır:

“Çekirdekten yetişme deriz biz öyle tiplere. Çekirdekten yetiştirdim ben. Otururdum, millet gece saat sekiz dokuz dükkânı kapatırdı, kaçır giderdiler, mesela çıraktır ustadır giderdi. Ben otururdum dükkânda muhasebe işimi bitirirdim, kağıt türü işlerim biterdi. İnerdim aşağıya, elektronik arızalı bir araba vardır mesela. Serviste inerdim, onu yapmaya çalışırdım mesela. Hiçbir bilgim yok o araba hakkında. Hiçbir şeyini bilmiyorum ve hiçbir şey ama biraz kullanmayı biliyordum mesela. O arabanın arızasını çözmeye çalışıyordum. Baktım, bir hafta sonra arıza çözmeye başladım. Ha evet hani bu kablo kopuktu arızası bu şu derken tamam tecrübe ede ede benim ustalığım kısa sürdü, yani adapte olmam, işi çözmem, arıza çözmem kısa sürdü. Ben üç dört senede burada hani biraz ego gibi olacak ama hani değil bu elektronikte şu an benim üstüme birkaç tane usta vardır. Hani iki usta vardır üçüncü usta yoktur yani. Yeter ki ben o problemi iştahla bakayım, çözmeye çalışayım. Her problem öyle olmuyor. Müşteriyi sevemiyorsun, arabayı sevemiyorsun. Bir şey oluyor iştahım kapanıyor. İstemiyorsun yani bakasın gelmiyor arabaya üşeniyorsun (...) gençlik dönemlerde yoktu, ben her şeye atlıyordum. Tamam, abi hallederiz, bir bırak

görelim, bakalım. Öyle çok serüvenim vardı. Benim efsane hikâyelerim vardır. Hiç çözülmeyen arabaları çözmüşlüğüm vardır. Neden! İştahlısın. Tek sebebi bu. İştahlıyken her şeyi yapabilirsin. Yani insanoğlunun yapamayacağı bir şey yok yani. (...) bir işi başarmak istiyorsan iştahlı olacaksın. İnsanın iştahlı olup da çözemeyeceği hiçbir şey yok. Özveri, güven, disiplin, dürüstlük bunlar senin esnaflık ahilik kısmın, becerilerin, karakterize yapın. Ama bir işi becermek usta olmak ve bu işin üzerinde Master yapmak istiyorsan iştahlı olacaksın, en büyük şey bu, dipnot bu. Başarmak istiyorsan bir işi, o işe iştahlı olacaksın.” (G10)

Katılımcıların %2,9'u, iktisadi sermayenin başarı için olmazsa olmaz olduğunu vurgulamıştır. Esnaflar tarafından işletme başarısında para ve ekonomik sermayenin son derece önemli olduğu ve bu bağlamda kâr odaklı davranılması gerektiği ifade edilmektedir.

Güçlü ağlar ve sosyal ilişkiler de esnafların %2'si tarafından başarıda belirleyici bir husus olarak belirtilmiştir. Bulgular geniş çevrenin ve kanalların, bireylerin iş kapasitesini artırma üzerindeki etkisine işaret etmektedir.

Nicel bulgular, sosyal sermayenin iş kapasitesi üzerindeki etkisini ortaya çıkarırken nitel bulgular, kaliteli işin ve işleyişin yarattığı sosyal sermaye potansiyelinin varlığına işaret etmektedir. Sahip olunan sermayenin niceliği ve alanın algılanış biçimleri, oyuncuların sergiledikleri stratejileri belirlemesi nedeniyle son derece önemlidir (Bourdieu ve Wacquant, 2012: 86-87). İktisadi faaliyetin sürdürülebilirliği noktasında bu iki yaklaşımın farklı başlangıç noktalarına sahip olduklarına dikkat çekilmelidir:

“Doğru zamanda, doğru kişilerle olmak.” (Anket 209)

“Ortanca kardeşim okumadı, liseyi okudu, ‘üniversiteye gitmeyeceğim’ dedi. Benden fazla işin içinde yani vinç işi içinde. Çalışıyor sürekli ama ben kendimi öğretmenlerle geçirdim hayatım boyunca memurlarla geçti. Yani adalet sarayındaki memurlar olsun maliyedeki memurlar olsun ondan sonra üniversite çok büyük bir etken oldu benim için. (...) Ben şunu söylerim her zaman samimiyet konuşmalara bağlıdır. Samimiyete çok güvenirim ben. O yüzden yavaş yavaş kendime o iki senede ne yaptım ben! Oraya gelen öğretmenlere yani öğretim görevlilerine tanıttım kendimi. Çıktım teknik bilimlerin müdürüne kart verdim. (...) Önce tabii ki müdür yardımcısıyla aramı iyi yaptım. Ondan sonra müdürle aramı yaptım. Sonra yavaş yavaş bu güvenliklerle aramı yaptım ki bu güvenlikler çok işime yaradı. Nasıl işe yaradı? Araba çekiş işi yapıyorum biliyorsunuz, üniversitedeki araba çekiş işini komple bana gönderiyorlar. Mesela bir araç var çekilecek, hemen bana yönlendiriyor. (...) Benim büyüklüğüm çevrem b büyüklüğündendir. Her yerde de Allah’a şükür bir tanıdığım vardır. Bir telefonla sağ olsun işimizi hallederler yani kırmazlar. Bende aynı şekilde onlar için. Oraya gittim yavaş yavaş yükseldim (...) Mesele tanışmak değil, insan sevildiği yere gider. Çevremi genişlettim, çevremi ihtiyaçlarını karşıladım, ondan sonra ihtiyaçlarımı karşıladıktan sonra otomatikman onların gözünde yükselmiş oldum. Çünkü her insan işine yaradığı kadar vardır insanın gözündeki.” (G2)

Ankette toplanan verilerde işletme başarısında sadece %2'lik bir oranda sosyal ilişkilere değinilmiş olmasına rağmen, gerçekleştirilen görüşmelerde katılımcılar tarafından müşteri

potansiyeline erişme ve çekim noktası yaratma hususunda belirginlik kazanan bir unsur olduğu görülmüştür:

“Bizde ilişkiler samimiyet üzerine kurulu. Yüzde doksani sanayi esnafı olduğu için dışarıdan da gelen müşterimiz var ama yüzde doksanını sanayi esnafı oluşturuyor. Burada ikili ilişkinizi iyi tutmanız gerekiyor. Çünkü ikili ilişkinizi iyi tutmazsanız gelen bir müşteriye sadece işi ile ilgili ilgi gösterirseniz bir daha o müşteriyi bulamazsınız, gelmez. Samimiyetinizi yakın tutarsanız iş harici ihtiyaçlarında da yanında destek olursanız, muhabbet ederseniz her türlü işiyle size gelir. Bir proje aldığı zaman size fiyat sormaz. ‘Bizim bir projemiz var. Bu bunu yapacağız’, ‘tamam abi’ dersiniz, başlarsınız. Öbür türlü ikili ilişkiniz olmayan müşterilerde yaşadığımız muhabbetler şu oluyor ‘böyle bir işimiz var’, ‘tamam’, ‘fiyatımız şu’, geri dönüş yok. Ucuz da verseniz pahalı da verseniz çok bir önemi yok. Aslında ikili ilişkiler gerçekten çok önemli. Benim müşterilerimle yüzde doksan ilişkim iyi olduğu için beni tercih ediyorlar. Resmi muhabbet ettiğimiz birçok müşteri işini getirmiyor ya da bir sefer getiriyor bir daha getirmiyor. Biraz daha samimiyete dökersek patronuyla ya da mimarıyla ya da muhasebecisiyle biraz daha samimi olursak gelen ustabaşı daha çok etken oluyor. Ustabaşıyla muhabbetimizi biraz daha samimi tutarsak her işini size getirir, hiç pazarlık yapmaz, fiyat sormaz. Sadece der ki ‘benim bu işim var. Bunu yapacağız süremiz bu’. (...) Bilgin olduğu için seni arayıp soruyorlar. Mesela bilgisayarda bir çizim yapıyor bilemediği bir şey soruyor. Bende bunu şöyle yap bunu böyle yap diyorum. Yani bunların da etkisi çok oluyor ya da iş ağırlıklı şahsi bir işi oluyor ki ‘şunu halledebilir miyiz’ diyor. Elimden geldiğince halletmeye çalışıyorum ki ikili ilişkimiz iyi devam etsin diye. Aslında onu işle alakalı yapmıyorum. Kendimle de alakalı yapmıyorum. Bunun işe büyük faydası oluyor çünkü ister istemez. Onun işi hep bana geliyor. İkili ilişkileriniz iyi olursa başka seçenek düşünmez.” (G5)

“Ne sadece iş ilişkisi ne de sosyal ilişkiler tek başına yetmez. Yani iş yaptığımız çevrede insanlarla yani önce bir dost oluyoruz bir kere. Yani o güveni vermeniz gerekiyor. Bunu gerçek anlamda ona hissettirmeniz lazım. Artı belki zaman içinde biz iş yapıyoruz müşterimizdir, sonra arkadaş oluyoruz, sonra sosyalleşiyoruz. Belki zaman zaman farklı etkinliklere bile gidebiliyoruz. Sadece işte bırakmıyoruz. Bence her ikisi birlikte bir bütündür yani tek başına bir işe yaramaz.” (G9)

Katılımcılar, sanayi esnafındaki olumlu ikili ilişkilerin iş ilişkilerine de yansıdığını vurgulamışlardır. Bu bağlamda küçük sanayide, düzgün ve dürüst işin önemli bir referans kaynağı olmasının yanı sıra ikili ilişkilerin mevcudiyeti ve kurulan samimiyetin de güvenin tesisinde oldukça önemli bir paya sahip olduğu ve iş potansiyelini doğrudan etkilediği ifade edilmektedir:

“Sosyal olmana bakar, tanışıklığına bakar. Tanışyorsa senle, sana güveniyorsa iş verir. Sana güvenmiyorsa iş vermez. Sen güven vermiyorsan karşılığı olmaz. Hayat her zaman güven güven güven. Önce sosyal olacaksın tanışacaksın.”(G6)

Katılımcılar tarafından sosyal çevrenin aynı zamanda piyasaya ilişkin bilgi sahibi olma hususunda önemli bir bilgi kanalı olduğu dile getirilmektedir. Özellikle sosyal ilişkiler piyasanın nabzının tutulmasında önemli bir kanal işlevi görmektedir:

“İyi bir gözlemci olacaksın, analiz yapacaksın, sürekli sürekli bileceksin her şeyi bileceksin, hâkim olacaksın her şeye, ham maddeye, bugünkü satışına, kuruna, her şeyde ince ayrıntısına kadar. Yani

çalışan elemanına bile ödediğin parayı bile yandaki işletmenin. Çünkü hani sınavın içindesin. Böyle tipler var, iyi bir analizci gözlemci olacaksın. Kafa hep şey olacak halk dilinde ayık. Ayık olacaksın (...) tabii ki de iyi ilişkiler mecbur yoksa sana alacan adam diyor ki yarın fiyat düşecek elimde 300 ton malzeme var. Yarın fiyat düşerse ben yüksekte aldım. Ne yapmam lazım benim bunları söyleyecek benim ne yapmam lazım esnaf dostlarımız demeyelim de firmalarla aramızın çok iyi olması lazım, diyaloglarımızın çok düzgün olması lazım. Yoksa bizi bir gecede puf (...) Ben çat kapı ziyaret yapıyorum mesela, malzemeyi nereden alacam Bursa'dan alacan git gör Bursa'da neresi Gemlik. Gemlik'te firmalara buradan telefon açıp da buradan sormuyorum. Gidiyorum kendim tanışıyorum (...) Ben paramın parasına karışacağı insanların ilk önce elini sıkmak istiyorum. İlk sıkıldığında o bana yetiyor. Çok hoşlarına gidiyor. Normalde bunu ürünü satarken yaparsın ama ben ürünü alırken yapıyorum. Ticaretteki en büyük kuralda bir malı satın alırken kâr edersiniz satarken değil satarken zaten belli giderleri var onun şeydir. Ben malı satarken çat kapı değil de o zaten mecburidir ama ben malı alırken de çat kapı yapıyorum.” (G7)

Müşterilerle geliştiren güzel ilişkilerin aynı zamanda esnafa da kaynak sağladığı hatta esnafın kendi işini yaptırma hususunda faydalı olduğunu bir katılımcı şu şekilde ifade etmiştir:

“Şöyle şöyleyeyim hayatımızda çalıştıkça, insanlara ulaştıkça çok farklı bir yere geliyor. Nasıl olur diyecek olursan mesela bu sektörde birçok farklı kanala ulaştığımız için kendi işimiz dışındaki işlere de çevre ediniyoruz. (...) Mesela en yakından örnek vereyim sana (...) Geçen sene, otogarda bilet satan firmalar var ya! Orada geçen sene birine iş yapmıştık. Isparta'dan da bir kargom vardı kargoyla geldiği zaman problem oluyor, kargocular dikkat etmiyor yumurta getiriyordum böyle cins bir yumurta var, onu getirtiyordum. (...) Ben otogardaki iş yaptığım müşterimi aradım dedim ki 'Isparta turizmden benim bir paketim yumurtam var. Bir koli o gelecek nasıl yapabiliriz'. 'Isparta petrol turizm de 15-20 yıldır kardeşim çalışıyor. İsmi ver, gerisine karışma' yani buna ulaşabiliriz. Yani bu bizim için hayatımızda önemli bir yer. Yani bunu geçiyorsun bir avukat tanıyorsun işini yaptırıyorsun, mimar tanıyorsun işini yaptırıyorsun, ne bilim belediyeden bir adam tanıyorsun işini yaptırıyorsun yani çok yüksek olanağı olan bir sektör bu. Bu neden oluyor biliyor musun? Sana şunu söyleyeyim esnaf kelimesi var ya esnaf olabiliyorsan dürüst esnaf olabiliyorsan sözünü tutan esnaf olabilirsen eğer. Esnaf olamıyorsan bu adam senin telefonunu bile açmıyor.” (G3)

Elde edilen verilerden hareketle sosyal ilişkilerin ikili bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Buna göre, bireylerin dürüst ve kaliteli işler yapma yoluyla güven esaslı kurduğu sosyal bağlantıların yanı sıra arkadaşlık ve bilinirlik üzerinden oluşturduğu sosyal ağların da iktisadi faaliyete katkı sağladığı anlaşılmaktadır. Ancak, esnafın yoğunluklu olarak dürüst iş yapılarak oluşturulan ağların önemine daha fazla değindikleri görülmektedir. Bu bağlamda çevrenin geniş olması ile iş potansiyelinin geniş olması ve dürüst/kaliteli iş yapma ile iş potansiyelinin genişlemesi arasındaki ayrıma dikkat çekilmelidir. Bu noktada, istatistiki veriler doğru sözlülük ve güvenilirlik temasını ön plana çıkarırken çevre ve ilişki ağları görüşme verilerinde daha fazla görünür olmuştur. Bu farklılık, sermaye biçimlerinin birbirine dönüşme süreçlerine de karşılık gelmektedir. Nicel verilerde mesleki beceri ve yetkinliğin bir diğer ifadeyle kültürel sermayelerinin ekonomik sermayeye dönüşme süreci ön plana çıkarken, nitel verilerde sosyal sermayenin ekonomik sermayeye dönüşme süreci ön plana çıkmıştır. Bu

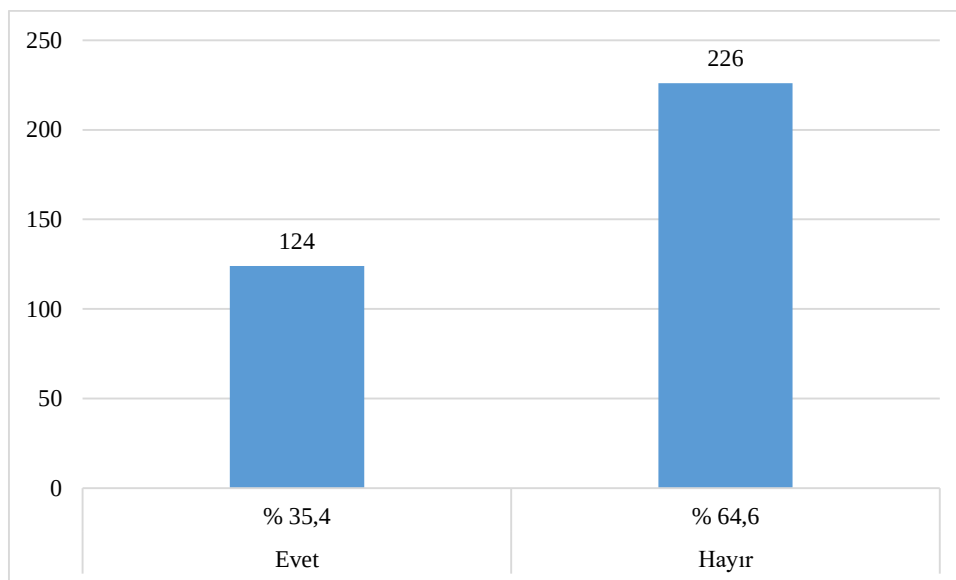
durum aynı zamanda sosyal gerçekliğin karmaşık doğasına ve iç içe geçmişliğine de karşılık gelmekte olup, genel eğilimlerin art alanın görünürlüğünde nitel verilerin, hikâyelerin ve deneyimlerin önemine işaret etmesi bağlamında önem arz etmektedir.

5.5. İktisadi İlişkiler ve Bağlantılar

Tez çalışmasında irdelenen bir diğer parametre de esnaflar arası iktisadi ilişkilerdir. Sosyal sermaye alan yazınında tartışıldığı üzere girişimcilik eylemi kapsamında ilişkiler ve bağlantıların önemi tartışılmıştır. Bu temelden hareketle bu bölümde informel dayanışma ağları, işletme içi ilişkiler, ortaklık kültürü ve eğilimleri, toplumsal bütünleşme ve mekân ve esnaflar arası mesleki dayanışma ve yardımlaşma ele alınmaktadır.

5.5.1. Informel Dayanışma Ağları

Tez çalışması kapsamında informel ilişki ağları, bireyin doğal olarak edindiği, homojen örüntülere sahip ortak kültürel ve kimliksel bağlayıcılar aracılığıyla edinilen ilişki ve bağlantılara karşılık gelmektedir. Bu ağlar, tez çalışmasının kuramsal çerçevesi kapsamında Granovetter'in güçlü bağlar ve Putnam'ın bağlayıcı bağlar kavramsallaştırmaları çerçevesinde irdelenmiştir. Bu bağlamdan hareketle katılımcılara işletmelerinde aile veya akraba üyelerinin çalışıp çalışmadığı sorulmuş olup elde edilen veriler Şekil 5.19'da sunulmuştur.



Şekil 5.19 İşyerinde Aile veya Akraba Üyelerinin Çalışma Durumu

Katılımcıların %35,4'ü, iş yerlerinde aile veya akraba üyelerinin çalıştığını belirtmiştir. Esnafların genel olarak resmi kayıtlı olarak çalışan akraba üyelerini belirtme eğilimi içerisinde

oldukları söylenebilir. Aile ve akraba üyeleri iş birliği, yardımlaşma ve dayanışma konularında önemli bir işlevi yerine getirmekte olup sosyal ve kültürel olduğu kadar ekonomik sermayenin de önemli bir taşıyıcısıdır. Aile sermaye birikimi ve aktarımı için en uygun olanağı sağlayan kurumdur (Bourdieu, 2015: 135). Burada aile yalnızca hiyerarşik düzeyde değil aynı zamanda destek mekanizması işlevi göstererek sermayeyi çoğaltma, işleme, sürdürme ve ondan pay alma gibi sermayenin bölüşüm ve dağıtım süreçlerinde de etkin bir rol oynamaktadır.

Genel itibarıyla esnaflar, kendi çocuklarının mesleki yönelimler konusunda farklı tercihlerde bulunduklarını ve kendi iş yerlerinde çalışmayı istemediklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların resmi verileri söyleme eğiliminde olması, aile üyelerinin genel olarak yardımcı konumunda yer almaları ve çocukların farklı alanları iş sahası olarak tercih etmeleri esnafların %64,6'sının yanında akraba ve aile üyesinin çalışmamasının nedenleri arasında sayılabilir. İşletmelerdeki çalışan sayısı ile iş yerinde aile veya akraba çalıştırma durumu arasında bir ilişki olup olmadığını saptayabilmek adına Mann-Whitney U testi gerçekleştirilmiştir (bkz. Tablo 5.27).

Tablo 5.27 Çalışan Sayısına Göre İşyerinde Aile veya Akraba Üyesinin Çalışma Durumu (Mann-Whitney U Testi Sonucu)

İşyerinizde Aile veya Akrabalarınız Çalışıyor mu?	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	Mann-Whitney U	p.
Evet	124	194,16	24075,50	11698,500	,010
Hayır	226	165,26	37349,50		

İşyerinde aile veya akraba üyelerinin çalışma durumu ile çalışan sayılarının ortancaları bakımından istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (bkz. Tablo 5.27). Buna göre ortanca değerleri bakımından iş yerinde aile veya akraba üyesi çalışanların çalışan sayılarının, aile veya akraba üyesi bulunmayanlara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. İşletmede çalışan sayısına olan ihtiyacın artması, güçlü bağların doğal olarak kurulduğu aile ve akraba üyelerinin tercih edilme durumunu arttırarak bunların işletmelerde daha görünür olmalarını beraberinde getirebileceği ifade edilebilir.

Katılımcıların işe alacakları bireylere ulaşma yöntemleri de pek çok açıdan onların güçlü ve zayıf bağlarının varlığına işaret etmektedir. Bu sebeple bu bağların varlığı sorgulanmış olup, sonuçlar Tablo 5.28'de sunulmuştur.

Tablo 5.28 Katılımcıların İşe Alınacak Bireylere Ulaşma Yöntemleri

İşe Alınacak Bireylere Ulaşma Yöntemi	N	%
Esnaflar aracılığıyla	137	39,1
Esnaf ve sanatkarlar odaları, İŞKUR gibi kurumlar aracılığıyla	54	15,4
Mesleki eğitim okulları (Çıraklık okulu)	14	4,0
Bireysel başvuru	105	30,0
Medya araçları	11	3,1
Müşteriler	6	1,7
Çalışanlar	3	0,9
Yakın çevre	10	2,9
Tek çalıştım	8	2,3
Diğer	2	0,6
Toplam	350	100

Küçük sanayiler, yoğun ve akışkan bir işleyiş yapısına sahip mekânsal birimlerdir. Çalışan bulma süreci de bu bağlamda kendine özgü dinamikleri içermektedir. Çalışan bulma vasıtaları, esnafların sosyal sermayelerinin çeşitliliğine ve mevcut kanallarına işaret etmesi bağlamında önem arz etmektedir. Katılımcıların %39,1'i *esnaflar aracılığıyla* çalışan bulduğunu ifade etmiştir. Esnaflar hem çalışan bulma sürecini hızlandırma hem de referans ve bilinirlik noktasında önemli bir kaynak sağlamaktadır. Katılımcıların %30'u çalışanlarına *bireysel başvuru* ile eriştiklerini ifade etmişlerdir. Burada işletme sahipleri, iş arayan bireylerin, sanayide dükkânları gezerek iş aradıklarını ifade etmiştir. Bu bağlamda sanayiler, iş havuzu potansiyeli nedeniyle bireylerin iş bulmak için bizzat arayışa girdikleri mekânsal sahalardan birisidir. Katılımcıların %15,4'ü *esnaf ve sanatkarlar odaları, İŞKUR gibi kurumlar aracılığıyla* çalışan bulduklarını dile getirmişlerdir. Burada kurumsal kanallardan faydalanmaları azımsanmayacak niteliktedir. Esnafların çalışan bulmak için yetkili kurum ve kuruluşlara başvurmaları, Giddens'in (2018: 85-86) güvenin ve toplumsal ilişkilerin tesisinde giderek soyut sistemlerin daha önemli hale gelmesinin bir sonucu olarak değerlendirilebilir.

Katılımcıların %4'ü, *mesleki eğitim okulları (çıraklık okulu)* aracılığıyla işçi alımını gerçekleştirdiklerini belirtmiştir. Bu oran, çırak bulma konusunda yaşanan daralmanın bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Elde edilen bulgular, örneklem kapsamında emek yoğunluklu sektörlerin yer aldığı göz önünde bulundurulduğunda anlamlı hale gelmektedir. Esnaflar %3,1 oranıyla *medya araçları* ile eleman bulduklarını ve bu kapsamda interneti, gazete ve radyo ilanını kullandıklarını dile getirmişlerdir. Katılımcıların %2,9'u *yakın çevreleri* aracılığı ile çalışanlara ulaştıklarını ifade etmiştir. Aynı zamanda esnafların %2,3'ü şu güne kadar hep tek

çalıştığını belirtmiştir. İşletmesi kurulduğundan bu yana tek çalıştığını ifade eden işletme sayısı ise 8'dir. Bu kapsamda yer alan işletmecilerin bazıları kimseye güvenmediğini veya işletme sahibinin kendisinin işlerin yürütülmesinde yeterli olduğunu ve bu sebeple çalışan almadıklarını dile getirmişlerdir. Bunların dışında, alım gücünde yaşanan daralma ve fiyatlarda yaşanan artış sebebiyle de çalışan almama yönünde bir eğilimin mevcudiyeti dikkat çekmektedir. Mobilya boya iş kolunda yer alan işletme sahiplerinden biri “*Malzeme yüksek. O yüzden kendim çalışıyorum*” demiştir. Tekel bayi işleten bir esnaf “*Riskli iş yaptığım için kimseye güvenemem*” şeklinde ifadede bulunmuştur. %1,7 oranı ile *müşteriler* ve %0,9 oranı ile *çalışanlar*, esnafların işe alınacak bireylere ulaşma kanallarıdır. Çalışanların birbirlerini tanınması ve iş arayanlardan haberdar olabilme olasılıklarının yüksek olması nedeniyle işverenlerin başvurdukları kanallardan birisi olarak belirginlik kazanmaktadır. Görüldüğü üzere sanayide, resmî kurumlar üzerinden gelişen işçi bulma sürecinden ziyade esnaflar, müşteriler, çalışanlar ve yakın çevre gibi ilişki ağları ile kurulan bağlantıların işlevsel olduğu anlaşılmaktadır. Sosyal sermayenin işe alım ve terfi gibi süreler üzerinde katkı sağlayıcı nitelikte olması durumunun (Lin, 2010: 177) sanayi esnafında da belirginlik kazandığı görülmektedir. Bunun yanı sıra, soyut sistemlerin ve kurumsal kanalların kullanımına yönelik eğilim de dikkat çeker niteliktedir.

5.5.2. İşletme İçi İlişkiler

İstihdam edilecek bireylerde olması istenilen özellikler her ne kadar çalışma kültürünü içermekte olsa da işletme içi ilişkilere, beklentilere ve karşılıklı etkileşime de işaret etmesi bakımından sosyal sermayeye ilişkin ipuçları sağlamaktadır. Çünkü esnaflar gibi küçük işletmelerdeki çalışma ortamı, yoğun bir etkileşimi gerektirmektedir. Tablo 5.29’da da görüldüğü üzere çalışanlarda olması istenilen özellikler aynı zamanda ortaklıklara ve ortak paylaşım alanlarına da işaret etmektedir.

Tablo 5.29 İstihdam Edilecek Bireylerde Olması İstenilen Özellikler

İstihdam Edilecek Bireylerde Aranılan Özellikler	N	%
Güvenilirlik	96	27,4
Vazife ve sorumluluk bilinci	172	49,1
İşyerine bağlılık ve sahiplenme	42	12,0
İşbirliği ve menfaat ortaklığı	23	6,6
Milli ve kültürel bağlar	9	2,6
Tek çalışırım	8	2,3
Toplam	350	100

İşverenlerin yaklaşık yarısı (%49,1) istihdam edeceği bireylerde *vazife ve sorumluluk bilinci* olmasının gerekliliğine dikkat çekmektedir. Bu tema kapsamında katılımcılar tarafından mesleki bilgi ve birikime vurgu yapılmış, el yatkınlığı, deneyim, tecrübe, eğitim, yetenek, vasıflı olmak, beceri ve yetenek sahibi olmak, bilgili, temiz ve ince işçilik gibi mesleki hâkimiyet ve sektör tecrübesine yönelik unsurlar ön plan çıkarılmıştır. Aynı zamanda işletme sahipleri tarafından mesleki bilgi ve birikimin yanı sıra iş disiplini ve çalışkanlık gibi çalışma düzenine ilişkin hususlar da dile getirilmiştir. İşverenler açısından tanıdıklık ve referansların önem kazandığı anlaşılmaktadır:

“Eskiden kalifiye eleman seçkindi. Hem ustaydı hem karakterli birisiydi. Şimdikilere iki çivi çaktıramıyorsun.” (Anket 191)

“İş yaparak para kazanıyoruz. İşin düzgün çıkması temiz olması lazım. Yoksa müşteri gelmez.” (Anket 39)

“Severek yapılması gerekiyor bizim işler. İllaki bir vesileyle olması gerekiyor, birinin yönlendirmesi gerekiyor. Kimse bu işi bilmeyince tek başına giremez bu işe. Çünkü bir tekerlekli aracı o kadar paraya bağlayamaz kimse. Hiç tecrübesi yok, kullanmasını bilmiyor etmesini bilmiyor. O forklifler ne olur, ne gider bilmiyor. Yani bizim mesleğimiz, sektörümüz bilmeyen için çok tehlikelidir. Tecrübe her şeyden önce gelir bizim işte. Çünkü bizim işte kaza oldu mu dört kişiye zarar edersin sektörde. Karşıdaki adamın malına ya kendi malına zarar verisin ya karşıdaki adama ya da kendi canına zarar verirsin ölümle sonuçlanır. Şakası olmaz ya kendi ya adamın ocağını yıkarsın. Çok tehlikeli bir iş diyorum. Adamı çıkartıyorum onuncu kata. Sepet kopsa da aşağıya düşse ne olur! Sorumluluk, stres.” (G2)

Elde edilen bulgular, esnafın elemanlarının kalifiye olma durumlarını ve sorumluluk bilincine sahipliğini öncelediklerini göstermektedir. Katılımcıların diğer yarısı ise mesleki bilgiden ziyade farklı özellikleri vurgulamışlardır. Benzer bir şekilde, Şırnak'ta esnaflarla gerçekleştirilen bir çalışmada, yoğunluklu olarak işletme sahiplerinin eleman alırken mesleki yeterlilik belgesi aramadıkları saptanmıştır (Darıcı vd., 2012: 67). Emek yoğunluklu işler olmasına rağmen esnafların mesleki yetkinliğe birincil derecede önem vermemesinin pek çok sebebi olabilir. İşin fazla nitelik gerektirmemesi ve öncelikle akrabaların tercih edilmesi gibi etkenler bu unsurlar arasında yer alabilir (Darıcı vd., 2012: 67-68):

“Üçkağıtçı olmasın. Çünkü sanayide en çok sıkıntı o. İki gün geliyor üçüncü gün gelmiyor.” (Anket 37)

Kalifiye eleman bulunamamasının yanı sıra güvenilir eleman bulmanın da oldukça önemli hale geldiği, bu sebeple esnaflarda önceliklerin çeşitlendiği görülmektedir. Katılımcıların %27,4'ü, *güvenilirliği* çalışan alımında temel kıstas olarak değerlendirmiştir:

“Bu işi iki ay sonra mükemmelin altında öğrenir yapabilir ama ahlaksız birisini düzeltemezsin.” (Anket 279)

“Doğru dürüst olmalı. Biz şimdi eve gidiyoruz. Edepli olması lazım. Çünkü evini bize teslim ediyorlar.” (Anket 197)

“Ustalıktan çok kişilik önemli. Çünkü müşterinin malını mülkünü alabilirler, arabaları dolu.” (Anket 72)

“İşten anlayan yok artık. Ona bakmıyoruz o yüzden. Düzgün olsun yeter. Öğrenmek istesin.” (Anket 212)

Bazı katılımcılar eleman sıkıntısı sebebiyle iş yapabilme becerisini yeterli görürken bazıları ise dürüstlüğü ve samimiyeti öncelemiş, ahlakın kazanılabilen bir beceri olmayıp, işin öğretilbilir olduğuna vurgu yapmışlardır. İşletme sahiplerinin %12’si işe alınacak personel seçiminde önem verdikleri temel hususun *iş yerine bağlılık ve sahiplenme* olduğunu vurgulamışlardır. Bu kapsamda esnaflar tarafından çalışanın işi yapmaya gönüllü, hevesli ve istekli olması, işini savsaklamaması, devamlılık göstermesi, işvereni ve çalışma arkadaşlarıyla uyumlu çalışması önemsenmektedir. İşyerine bağlılık kapsamında evli olunması ve yaşın genç olması da dile getirilmiş olup katılımcılardan birisi bunun sebebini *“yarın bizi bırakıp gitmez”* (Anket 268) şeklinde açıklamıştır:

“Arkadaşlarıyla iyi geçinebiliyor mu? Ahlaki değer nasıl? Ustalık ikinci planda. Ustalığı geliştiririz. Ama önce sadık olarak işine sahip çıkacak.” (Anket 213)

“Üç aylık çalışan istemeyiz.” (Anket 202)

“İsteyerek gelmeli. Bazıları genelde babalarının zoruyla başlıyor.” (Anket 143)

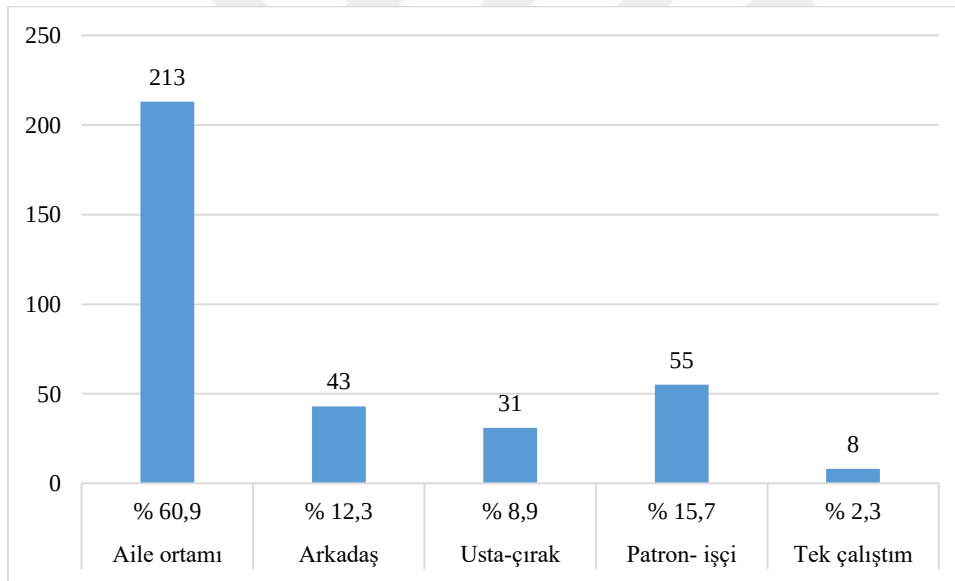
Katılımcıların %9’u, *milli ve kültürel bağların* ortak olmasına önem verdiklerini belirtmiştir. Esnafların %6,6’sı, *iş birliği ve menfaat ortaklığı* kapsamında hareket edebilecek nitelikte olan personelin alımına önem vermektedir. Bu kapsamda işletme sahipleri, çalışanların işletmenin faydasını gözeterek hareket etmelerini önemsediklerini, müşterilerine karşı tutumun önemli olduğunu ve elemanların bu konuda duyarlı olması gerektiğine dikkat çekmektedirler:

“Bir gün ustabaşı benim rahatsızlandı. İlk mobilya atölyesinde inşaatların dolapları yapılırken hastanede yatıyor. İçerde dört tane mobilya ustası var. Ciddi de rakamlar alıyorlar 12-13 bin lira gibi ciddi rakamlar alıyorlar. ‘Şu inşaatın mutfak ölçüsünü alın yapalım’ dedim. Ne dediler, ‘ben dedi ölçü almasını bilmiyorum’ dedi. Öbürüne dedim, ‘sen gel, gidelim ölçü alalım’. O dedi ki ‘ben de ölçü almasını bilmiyorum’ dedi. Hayat öyle işte. Birde usta parası alıyor benden. Piyasadaki insanlar hep öyle. İnşaatta montaj var öbüründe. Ben daha iyi ustayım diyerek daha iyi rakam alan arkadaşı çağırdım, ‘abi sen gel o zaman’ dedim. İnşaata götürdüm metrenin ucundan da tutturdum. Bir usta, metrenin ucundan tuttu mu en kötü hakarettir o benim gözümde. Usta kendisi çeksın metreyi. Ben daha iyiyim diye maaş alıyor, bilmiyorum diyor çalışmamak için, usta yok ya. Usta hastaneden çıkmayacak 20 gün, 20 gün yatacak para alacak. ‘Tamam’ dedim ‘sen tut’ kendim ölçüyü aldım. Ölçüyü aldıktan sonra geldim bütün ölçülerin tek tek tasarımı yaptım, tek tek ölçülerini çıkardım. Tek tek ölçülerini çıkardıktan sonra tek tek kesim ölçüsü verdim. Kesim ölçüsünden sonra toplama projeler çizdim elde hepsini tek tek göstererek. Nereden

vidalayacağını bile gösterdim. Önlerine koydum şok oldular. (...) Usta geri dönene kadar yaptılar bitti. Ustaya dedim 'bunların hepsinin çıkışını ver. Bunlar benden usta parası alıyorlar ama ölçü almayı bilmiyorlarmış. Bunlar ölçü almayı öğrendikten sonra burada bizimle çalışabilirler' dedim. Hani bir işi hem seveceksin sevdikten sonrada hep gözlemleyeceksin. (...) Zorla çalışıyorsan çalışma kardeşim git evinde yat. Yani her şeyi gözlemleyeceksin. Bir işi kafandan yapıyorken ben bu işi yapabilirim diyeceksin.'(G6)

Katılımcılar tarafından çalışanların işletme çıkarını gözetmesi, iletişim becerilerini kullanabilmesi, uyumlu ve istikrarlı olmaları önemsenen hususlar arasındadır. Bu durumu örneklendiren katılımcılardan birisi, ahşap tabakaların kesim ve doğrama işlemlerinde malzemeden maksimum fayda sağlamaya yönelik kullanımın önemli olduğunu belirtmiştir. Esnafların 8'i ise bugüne kadar hep tek çalışmış olmaları sebebiyle bir özellik belirtmemişlerdir.

İşletme içindeki ilişkiler, çalışma kültürüne işaret eden bir diğer önemli göstergedir. Katılımcılar, işletme içinde çalışanları ile olan ilişkilerini Şekil 5.20'deki gibi betimlemişlerdir.



Şekil 5.20 İşletme İçi İlişkiler

Firmalar kendi içinde görece özerkliğe sahip bir alandır ve firmaların stratejileri her ne kadar içinde bulundukları alana bağlı olsa da firmanın iç yönetim yapısına (örneğin yönetimdekilerin eğitimleri, bilimsel sermayesi ve işgücünün hiyerarşik yapısı gibi) da bağlıdır (Bourdieu, 2005a: 81). Bu temelden hareketle, esnaflarda işletme içi ilişkilerin boyutu keşfedilmek istenmiştir. İşletme içi ilişkilerin nasıl olduğu sorulduğunda katılımcıların %60,9'u *aile ortamı* olduğunu ifade etmiştir. Aile, baba-oğul, abla-kardeş ve abi-kardeş gibi ifadeler kullanılarak yapılan açıklamalar bu tema çerçevesinde değerlendirilmiştir:

"Belirli bir yıl geçtikten sonra insan birbirine alışıyor, aile gibiyiz." (Anket 139)

“Çalışanım benim kızım gibi.” (Anket 342)

“Annesinden babasından çok bizi görüyor burada.” (Anket 197)

“Patron değil babayım.” (Anket 256)

“İşletme değil aileyiz.” (Anket 255)

Bu kapsamda katılımcılar tarafından belirli bir süredir bir arada çalışmış olma alışkanlığının beraberinde getirdiği samimiyete vurgu yapılmaktadır. Aynı zamanda esnaflar evden daha fazla vakit geçirilen bir yer olması nedeniyle de iş yerindeki ilişkilerin aile ortamına benzediğine dikkat çekmektedir:

“Çok samimi bir ilişkimiz var. Kesinlikle bir çalışan olduğunu hissettirmiyoruz onlara. Kendimizden biri gibi davranıyoruz onlara. Biz kendimiz, biz nasıl burada çalışıyorsak aynı saygı sevgi çerçevesi içerisinde davranıyoruz.” (G4)

“Biz emekçinin çocuklarıyız. (...) Biz çalışanları kendi kardeşimiz gibi görüyoruz kendi ailemizden görüyoruz. Şimdi mesela çocuklarımızı da getirmeye başladık işe. Abimin kızı var burada. (...) Yalnız sen nasıl davranırsan karşıdaki insan da öyle oluyor.” (G6)

İşyerinin çalışanların da ekmek teknesi olması, beraberinde derdin ve kaygının ortak hale gelmesini ve iş yerinin sahiplenilmesini de içermektedir:

“Herkesin işi burası, aileyiz.” (Anket 51)

“Dükkânda aile gibiyiz. Sonuçta aynı gemide yol alıyoruz.” (Anket 134)

Aynı zamanda esnafların aile üyeleriyle birlikte çalışıyor olmaları da aile ortamını besleyen bir süreç olarak değerlendirilebilir:

“Zaten çırağım, kardeşim.” (Anket 340)

İşletme sahipleri iş yerindeki samimiyet ve aile ortamını, çalışanların işi benimsemesi ve daha verimli çalışabilmeleri için de önemli bir koşul olarak görmektedirler:

“Ben çalıştığım yerde abi-kardeştik. Benim için samimiyet, rahatlık daha önemli. Samimi oldukça iş daha güzel çıkıyor. O yüzden bende abi-kardeş olurum.” (Anket 39)

“Patronluk sanayide olmaz. Şirket, holding yok burada. Burada sınırı gözetmeden dertlerini gözetir, dertlerine ortak olursun, bu şekilde ilişki de iyi gider.” (Anket 171)

“Karşıdaki insana da iyi davranmalısın, kendim işçilikten geldiğim için sana yapılmasını istemediğin şeyi sen ona yaparsan ne kadar verim alabilirsin.” (Anket 2)

“Ben de çiraklıktan yetiştiğim için kimseye patronluk taslayamam, baba oğul gibiyiz.” (Anket 83)

Katılımcıların çiraklıktan yetişme ve işçilikten geliyor olmalarının, çalışanlarla empati kurmalarını beraberinde getirdiği ve onların duygu ve düşüncelerine karşı duyarlılık göstermelerini sağladığı anlaşılmaktadır.

Aile mesleğini sürdüren bir katılımcı “*Babam çalışanlara nasıl davranıyorsa bende öyle davranıyorum. Aile gibiyiz.*” (Anket 334) şeklinde yanıt vermiştir.

İşletme sahiplerinin %12,3’ü, çalışanlarıyla arkadaşlık ilişkisi kurduğunu ifade etmiştir. Bu kapsamda katılımcılar tarafından samimiyetin ön plana çıkartıldığı, ustalığın ve mesleki becerinin işletmede ön planda tutulduğu görülmektedir:

“*Herkes patron, herkes arkadaş.*” (Anket 323)

“*Ustalar benim patronum.*” (Anket 236)

“*Herkes hem usta hem çırak.*” (Anket 230)

“*Burada herkes birbirinin patronu.*” (Anket 167)

Katılımcılar yanıtlarıyla öğrenmenin daimî bir süreç olduğunu, samimiyetin öncelikli geldiğini ve işletme sahipliğinin arka planda kaldığını aktarmaktadır. İşletme sahiplerinin %15,7’si çalışanlarıyla patron-işçi ilişkisi kurduğunu ifade etmişlerdir. Bu tema kapsamında işverenler tarafından çalışan ve işletme sahibi arasındaki ilişkide “mesafe” ve “seviye”ye vurgu yapılmaktadır:

“*Ben işçinin gevşemesinden korkar patronluk yaparım.*” (Anket 34)

“*Ben işçiyle arama biraz mesafe koyarım.*” (Anket 327)

“*Kötü olaylar yaşadığım için artık elemanlarımla aramda belli bir mesafe var.*” (Anket 294)

“*Gerekli düzeyde samimiyiz. Fazla yakın olmaya gerek yok.*” (Anket 248)

Bu kapsamda cevap veren katılımcıların ilişki düzeylerini betimlerken “eleman” ve “işçi” gibi ifadeleri sıklıkla kullandıkları dikkat çekmektedir. Yanıt veren işletme sahipleri, samimiyet kurmanın, iş disiplininde sorunlar yaratacağını ve bu sebeple iletişimde belirli bir mesafeyi korumanın, işletme için daha olumlu olduğunu düşünmektedir. Elde edilen bulgular, işletme içi ilişki ile işletme ölçeği arasında bir ilişki olup olmadığı sorusunu beraberinde getirmiş ve Kruskal Wallis H testi ile analiz gerçekleştirilmiştir (bkz. Tablo 5.30).

Tablo 5.30 İşletmelerin Yıllık Cirolarına Göre İşletme İçi İlişkileri (Kruskal Wallis Test Sonuçları)

İşletme İçi İlişkilerinizi Nasıl Tanımlarsınız?	N	Sıra Ort.	sd	χ^2	p.
Aile ortamı	213	167,56	4	11,756	,019
Arkadaş	43	184,60			
Usta-çırak	31	163,79			
Patron- işçi	55	213,16			
Tek çalıştım	8	124,31			
Toplam	350				

Gerçekleştirilen test sonucunda işletmelerin yıllık cirolarına göre işletme içi ilişkileri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Buna göre ortancaları bakımından işletme içi ilişkilerinin patron-işçi biçiminde olduğunu söyleyen katılımcıların işletmelerin yıllık cirolarının, ilişkileri aile ortamı şeklinde tanımlayan işletmelere kıyasla anlamlı derecede daha yüksek olduğu saptanmıştır. Cironun artması, işletmelerin büyüklüklerini, kurumsallaşma düzeylerini ve çalışan sayılarını etkileyebilir. Bu bağlamda, daha samimi ve ailevi bir ortamın bulunduğu küçük işletmelerde işletme içi etkileşim gözlenebilirken işletmeler büyüdükçe bu durumun yerini giderek kurumsallığa bıraktığı ifade edilebilir.

Türk toplumunda esnafılık, Ahilik örgütünde baba-evlat ilişkisine dayandırılan yamak-çırak-kalfa-usta ilişkisi ile ahlaki ve mesleki değerlerin aktarımının sağlandığı kültürden temellerini almaktadır (Çağatay, 1981: 101). Esnafın %8,9'u çalışanlarıyla usta-çırak ilişkisi kurduğunu dile getirmiştir. İlişkilerini bu şekilde sürdürme sebebi olarak ise esnafın iş yeri disiplininin ve saygının bozulmasının önüne geçebilmek adına olduğunu belirtmişlerdir:

“Disiplin olmazsa iş olmaz. Herkes kaytarır.” (Anket 295)

“Usta çırak ilişkisi olmazsa disiplin bozuluyor. Çekirdekten disiplin olunca bozulmaz, öyle gider.” (Anket 32)

Örneklem kapsamında işletme sahiplerinin yaklaşık yarısının çıraklıktan yetişme olduğu göz önünde bulundurulduğunda usta-çırak ilişkisini sürdürme eğiliminin düşük olması dikkat çekicidir. Bu durumun, işletme sahiplerinin, çalışanların ve ailelerinin tutumlarının dönüşmesi ile ilişkili olduğu ifade edilebilir.

5.5.3. Ortaklık Kültürü ve Eğilimleri

Ortaklığın pek çok avantajı ve dezavantajı söz konusudur: Avantajları arasında finansal kaynak, bilgi, beceri ve risklerin paylaşımı ve azaltılması ve esneklik sayılabilir. Dezavantajları arasında ise yaşanması olası anlaşmazlıklar, sorumluluk alanlarının net çizilmemesi, gelecekte işletmeyi bekleyen olası sorunlar ve hataların paylaşımı karşısındaki tutumların belirsizliği ifade edilebilir (Çağlak, 2020b: 39-43). Ortaklık, büyük ölçekli işletmelerle özdeşleşen bir unsur olmakla birlikte küçük sanayi esnafında da yoğun ortaklık eğilimleri gözlenmiştir. Ancak buradaki ortaklık ilişkileri, yapısı itibarıyla farklı dinamiklere sahiptir. Gelişmekte olan ülkelerde girişimlerin başarılı olabilmesi, finansal kaynakların, bilgi ve yeteneklerin bütüncül bir şekilde kullanılabilmesi ile yakından ilişkilidir (Güler vd., 2016: 25). Bu temelden hareketle tez çalışmasında da esnafın ortaklık eğilimleri Tablo 5.31’de irdelendiği gibidir.

Tablo 5.31 Katılımcıların Ortaklığa İlişkin Görüşleri

Ortaklık Hakkındaki Görüş	N	%
Sermaye sağlama ve masrafların bölüşümü	27	7,7
Bilgi ve deneyim paylaşımı	23	6,6
İş bölümü ve iş yükünün azalması	94	26,9
Maddi sorunlar	82	23,4
Yönetimsel karmaşa ve anlaşmazlıklar	88	25,1
İşletmenin yapısına uygun değil	22	6,3
İş bölümü ve iş yükünün eşitsiz dağılması	9	2,6
Bilmiyorum	5	1,4
Toplam	350	100

Katılımcıların bir bölümü ortaklığa olumlu yönde, bir diğer bölümü ise olumsuz yönde baktığını belirtmiş olup ardından bunun nedenlerine ilişkin deneyim ve fikirlerini paylaşmışlardır. Bu kapsamda, ortaklığı olumlu yönde değerlendiren katılımcılar *sermaye sağlama ve masrafların bölüşümü, bilgi ve deneyim paylaşımı ve iş bölümü ve iş yükünün azalması* temaları kapsamında düşünce ve tecrübelerini aktarmışlardır. Olumsuz görüşte olan katılımcıların anlatımları ise *maddi sorunlar, yönetimsel karmaşa ve anlaşmazlıklar, işletmenin yapısına uygun değil, iş bölümü ve iş yükünün eşitsiz dağılması* temaları altında kategorize edilmiştir.

İşverenlerin %26,9'u ortaklığı, *iş bölümü ve iş yükünün azalmasına* sağladığı katkı temelinde ele almıştır. Bu kapsamda esnaflar açısından ortaklık, yardımlaşmak, işleri hızlandırmak, kolaylaşmak, zorlukları paylaşmak ve yükleri hafifletmek olarak değerlendirilmektedir:

“Yardımlaşarak ilerlemek daha kolay olur.” (Anket 23)

“Bu iş tek başına olmaz.” (Anket 34)

“Ortaklık eşittir yardımlaşma.” (Anket 56)

“Ortaklık iyidir. Sen yorulduğunda seni taşır. Hayatının bir parçası gibi olur.” (Anket 60)

Katılımcıların bir bölümü, yaşın ilerlemesi ile birlikte iş yükünü tek başına idame ettirmenin giderek zorlaşması durumunda ortaklığı bir çözüm olarak görmektedirler:

“Gençken istemezdim ama yaş ilerledikçe insan yanında birini istiyor.” (Anket 61)

“Biraz daha yaşlanınca işi hafifletmek için olabilir.” (Anket 160)

“Enerjim bittiğinde iş bölüşürüm ama daha gencim.” (Anket 165)

Esnaflar, iş bölümünün ve iş yükü dağılımının daha kaliteli, hızlı üretim ve hizmet sunumunu beraberinde getirebileceği düşünülmektedir:

“Ortaklık güzeldir. Yükleri hafifletir ama güvendiğin biri olmalı.” (Anket 63)

“Ortağım var. Bu yüzden işlerim kolaylaşıyor.” (Anket 92)

“İşin yarısını sırtlar. Sen olmasan da işleri yapar.” (Anket 210)

“Kaliteli iş yapabilmek için yıllardır firmalar arası ortak çalışıyorum.” (Anket 120)

“Şöyle ki kişi para yatırmıştır, öbürü ustalığını yatırmıştır, ortak olmuşlardır. Bundan bahsediyorsak onun ortaklığı şeydir uzun vadeli olmuyor. Çünkü birisi sürekli beden ve beynini kullanıyor. Orada bir şey oluyor sonuç itibarıyla emek veriyor, emek harcıyor, emeğin karşılığını da görmeyince uzun vadeli olmuyor bence. Ama şöyle ki mesela ben kardeşimle ortağım ee burada herkes taşın altına koymalı elini emek olarak. (...) Aile olduğu için biraz duygusal bakılıyor en azından biraz daha uzun sürebiliyor (...) Ortaklar ne yapıp yapmayacağı seni çok bağlamıyor sen artık evinde senin ailenle kan bağı olmayan bir ortaktan bahsediyoruz. Hiç umurunda olmaz ama bu senin evinde de var. Senin işinde de var. (...) Bunun çok avantajları var. (...) Mesela şunlar, yani herhangi bir işi teslimatı konusunda hiç bir şekilde geriye durma gibi şansın olmuyor. Kardeşlik ortaklıklarında sabaha kadar da çalışsan kimseye izahat vermeye gerek yok. Bu avantajları oluyor, güven. Arkamı döndüğünde şüphe yok, kaygı yok. En önemli şeylerden birisi bu.” (G3)

Katılımcılar tarafından iş bölümü ve iş yükü dağılımında ortaklık, gerekli bir süreç olarak görülmektedir:

“İş yükü paylaşılabılır ve iş alanını genişletmek için.” (Anket 124)

“Bir elin nesi var, iki elin sesi var. Deneyim, bilgi, iş yükü. Bu ikisi olursa para da olur.” (Anket 171)

“Peygamber efendimizin sünnetidir. Ortaklıkla ileriye gidilir. Bir elin nesi iki elin sesi.” (Anket 278)

“Mecburuz. Çünkü bu işler yalnız başına devam edilmez. Çünkü atölye dışında sarf etmemiz gereken çok durumlar var ve giderek otomasyona dönüyor.” (Anket 199)

“İnsanlar düzgünse ortaklık çok güzel. Güçler birleştiği zaman daha güzel şeyler yapabilirsin.” (Anket 279)

İşletme sahiplerinin %23,4’ü ortaklığın maddi sorunlar yaşanmasını kaçınılmaz hale getirdiği ve işin sonunda mutlaka maddi temelde anlaşmazlıkların yaşanacağını ifade etmişlerdir. Katılımcılar, günümüzde meslek ahlakının giderek zayıfladığını, güvensizliğin ve dolandırıcılığın önemli bir sorun haline geldiğini ve çıkar çatışmalarının kaçınılmaz bir sorun olduğunu dile getirmiştir:

“Parayı seven insanla iş yapılmaz. Para görünce karakter bozulur.” (Anket 37)

“Kesinlikle karşıyım. Üç ortak değiştirdim. Para bölüşümü sıkıntılı.” (Anket 52)

“Ortaklıkla başladım ama beni sırtımdan vurdu. Tek devam ediyorum.” (Anket 97)

“Ortaklık risklidir. Risk almayı sevmem.” (Anket 132)

İşletme sahipleri önemli bir oranda (%25,1) ortaklığın *yönetimsel karmaşa ve anlaşmazlıklar* yaratabileceği fikrine sahiptir. Katılımcılar, işletmenin yönetiminde fikir ayrılıkları ve tutum farklılıklarının yaşanacağını ve bunların işletmenin düzeninde bazı sorunların oluşmasına sebep olacağını dile getirmiştir:

“Tek tabanca daha iyi.” (Anket 17)

“Tek başıma karar almayı daha çok seviyorum.” (Anket 25)

“Bir beden bir başı vardır, birlik beraberlik olur mu! Bizde şöyle mesela kardeşlerim var, birde babam var değil mi! Bizde baş bir tane. Bizim avantajımız nedir biliyor musunuz? Sizden fazla çalışmamız. Ben saat beş veya altıdan sonra çalışmaya giderim. Karşıdaki ilgilenmez o saatten sonra hayatta. Ben ilgilenirim. (...) Antalya’da bazı oteller var. Bu adamlar ailecek ortak ama kardeşlerinden biri 100’de 52’sini satın almış. Yani son söz nedir ortak olmak demek yüzde elli yüzde ellidir değil mi! Demek ki geçinmiyor ki yüzde elli ikisini satın alıyor. Baskın söz hakkına sahip oluyor. Demek ki geçinmiyorlar. Beş parmağın beşi bir değil, bakıyoruz ki olmaz, bir kişi batırır çıkarır. Ama iki kişiyle olmaz.” (G2)

Katılımcılar, işletme yönetiminde yaşanan anlaşmazlıkların ve orta yol bulamamanın işlerin yavaşlamasına ve bozulmasına sebebiyet verdiğini dile getirmişlerdir. Bu kapsamda farklı katılımcılar tarafında anket uygulama sırasında “çatal kazık yere geçmez” deyiminin sıklıkla kullanılması dikkate değerdir.

“Mecbur kalınmadığı sürece tek kişi kararı işi daha geliştirir.” (Anket 51)

“Ortak benim iş düzenimi bozar, işime karışılın istemem.” (Anket 70)

“Ortak işleri yavaşlatır, ortakla çalışmayı düşünmüyorum.” (Anket 71)

“İşçiye çift patron olmaz. İş aksar.” (Anket 238)

Aynı zamanda katılımcılar, başkasına hesap vermeyi ve işlerine karışılmasını ve yönetilmeyi istemediklerini, tek başlarına daha özgür ve rahat olduklarını ifade etmişlerdir:

“Bir işten zarar edeceğiz. Ben yapmak istemiyorum o yapmak istiyor.” (Anket 187)

“Başka birine hesap vermek istemiyorum.” (Anket 76).

“Ortak gelirse vizyon konusunda anlaşmazlığa düşeriz.” (Anket 80)

“Tek başıma daha özgürüm.” (Anket 94)

Katılımcılar %7,7 oranı ile *sermaye sağlama ve masrafların bölüşümüne* ilişkin sağladığı katkılar kapsamında ortaklığı olumlu yönde değerlendirmektedir. Özellikle işletme sahipleri tarafından, ortağın güvenilir birisi olması gerektiği hususuna dikkat çekilerek masrafların bölüşülmesi, kiranın paylaşılması, gelir ve gidere ortaklık konularında katkı sağlayıcı olduğu ifade edilmiştir:

“Zararına da karına da ortağındır.” (Anket 213)

“Bu kriz zamanlarında masraf bölüşmek için iyi olur.” (Anket 229)

“İş geliştirme ve büyütmek için gerekli. Büyük işletme büyük para demek.” (Anket 292)

“Başlangıç için iyi oluyor ama sonra yapamıyorsun.” (Anket 301)

Aynı zamanda, bazı katılımcılar da hisse ortaklığına olumlu baktığını, bunun dışında ortaklığa olumlu bakmadığını ifade etmişlerdir.

“Ortak gibi değil de hisse sahipliğine açığım.” (Anket, 327)

Katılımcılar ortaklığı, piyasada yaşanan durgunluk dönemlerinin üstesinden gelebilmek adına olumlu olarak değerlendirmekle birlikte büyüme sürecinde de ortaklığın önemli bir gereklilik olduğu fikrine sahiptirler. Bu katkı, esnaflar tarafından sadece maddi temelde değil aynı zamanda *bilgi ve deneyim* paylaşımı (%6,6) yapmaya imkân sağlayan bir gelişim alanı olarak değerlendirilmektedir. Katılımcılar tarafından yenileşme, gelişme, diğerinin deneyim ve bilgi birikiminden faydalanma gibi durumlar için ortaklığın oldukça katkı sağlayıcı olduğu dile getirilmiştir:

“Abimle ortaklık. O tamirci, ben oto makas işi yapıyordum. İkimizde birbirimize öğrettik mesleklerimizi.” (Anket 74)

“Ortaklık birbirinin eksikliğini tamamladığın sürece insana hep katkı sağlar.” (Anket 58)

“Ortağım var. Kafa kafaya vererek çalışıyorum.” (Anket 100)

“Bu işe ortağımla başladım. İş öğrenme ve alışma süreci için güzel yönleri var.” (Anket 139)

“Bir insan her şeyi bilemez. Fikir alışverişiyle iş daha iyi yürütülebilir.” (Anket 266)

İşletme sahiplerinin %6,3’ü, ortaklık için *işletmenin yapısına uygun değil* cevabına vermişlerdir. Bu kapsamda katılımcılar, sanayide ortaklığın ilerleyemeyeceği, ortaklığın küçük işletme yapısına uygun olmadığı ve bu sebeple bir tek patronun yeterli olacağı görüşüne sahiptirler:

“Türkiye koşullarındayız. Kurumsal düzeyde ortaklık oluşmadı. O yüzden küçük işletmelerde ortaklık olmuyor. Biz kardeşimle bile sekiz sene çalışabildik. Kardeşinle bile yürütemiyorsun. Küçükte herkes patron oluyor. Ama organize işletme de hisse başına olunca orada patronculuk olmuyor.” (Anket 1)

“Sanayide ortaklık ilerlemez.” (Anket 8)

“Kurumsal olmayan iş yerlerinde para mevzuları olunca ortaklık çabuk bozuluyor.” (Anket 42)

“Küçük dükkân burası. Tek idare ediyorum.” (Anket 331)

Katılımcıların bir diğer kısmı (%2,6) ise ortaklığın *iş bölümü ve iş yükünün eşitsiz dağılması* ile sonuçlanacağını ifade etmiştir. İşletme sahipleri, ortaklık sürecinde her tarafın

aynı miktarda emek veremeyeceğini ve bu eşitsiz dağılmanın sorun teşkil edeceğini ifade etmişlerdir:

“Her iki tarafta da aynı emeği vermeli, veremez.” (Anket 79).

“Her zaman bir ortak daha çok çalışır. O yüzden olmaz.” (Anket 85)

“Ortaklıkta herkesin eşit davranacağını düşünmüyorum.” (Anket 166)

“Babamdan duydum bu lafı hep ‘ortak iş olmaz, ortak iş yapmam ben’ derdi. Ona istinaden bende ortak iş yapmam derdim. Çünkü ben kendi babamla bile çalışırken anlaşıyordum. Çünkü ben bunu istesem o başka bir şey istiyordu. Ortak bir iş yerinde karar tek elden çıkıyorsa sıkıntı yok ama iki ayrı yerden çıkıyorsa sıkıntı var. O yüzden ortak yürümez diye düşünüyordum. Şimdi ailemden önce tuttuğum bir arkadaşımın teklif gelince kıramadım. Yani biraz dostluğumuzun verdiği şeyden ortak oldum, zaten o da yürümedi. (...) Benim hep sinir olduğum bir olay var. Ben bugün için size söz verdim bugün teslim edeceğim onu ama yapacağım deyip yapmıyorsam sıkıntı vardır. Böyle şeyleri çok sık yaşıyorduk. O da mesela yapamayacağımız bir işi bile yaparsınız sözü veriyordu ortak. Ben de bunları gördüğüm için ‘ben bunları takip edeyim, sen de parasal kısımları takip et’ dedim. Ondan sonra benim ortağım işten bir koptu onu fırsat bilip, işleri üstüme yıktı. Beş altı ay finansı takip etti. Ondan sonra onu da takip etmedi. Dört yıllık ortaklığımızda sadece bir yıl beraber çalıştık ben üç yıl tek başıma çalıştım her şeyde. Ben ne zaman işi öğrendim, yükü omuzundan aldım, benim ortak ondan sonra daha da çalışmadı. Kopma sebebimiz o oldu. Şimdi ortak nedir yükü beraber paylaşmaktır, hem maddi hem manevi hem iş bakımından. Şimdi burada bir ortağım olsa ben bu işi yaparsam o da başka işi yapar. Onu yapamadığımız için biz koptuk. Zaten o dengeyi kuramadığımız için koptuk. Yoksa maddi bir sıkıntımız yoktu çok şükür.” (G5)

Ortaklıklar, sanayilerde daha çok güven üstüne ve sözel anlaşmaya dayalı olarak kurulmakta olup resmi boyuta taşınmama eğilimi göstermektedir. Bunun sebeplerinden birisi, ortaklık yoluyla kurulan işletme türü olan AŞ (Anonim Şirketi) kuruluşunda gerekli olan masrafların azaltılma isteğidir. Katılımcı bu sürece ilişkin deneyimlerini şu şekilde aktarmaktadır:

“Biz iki arkadaşız ya da kardeşiz. Diyorsunuz ki masraf fazla olmasın dükkân birimizin üzerine olsun limitet biraz daha masraflı kuruluşlar oluyor. Dışarıdaki firmalar daha basit kalıyor. Çünkü ikili ortaklıkta ya limitet kuracaksınız ya da AŞ kuracaksınız. Diyorsunuz ki kimin üstüne olsun sen daha tecrübelisin senin üstüne olsun. Ben senin çalışanın gözükiyorum resmiyette. Ne oluyor arada hiçbir resmi prosedür yok. Tüm alınan mal varlığı bir kişinin üstüne oluyor. Şimdi başlangıçta bir tane makine alınır diyelim ki onun maliyeti kaç para diyelim ki 500 bin lira. İkinci makineyi aldınız oldu bütçeniz bir milyon. Bilgisayarları çoğalttınız diyelim başka şeyler aldınız bütçe iki milyon. Stoklarınızı çoğalttınız, bıçaklarınızı çoğalttınız şirket bütçesi 500 binden dört beş bine kadar ulaştı ama (...) diğer kazandığınız paraları saymıyorum. Ne oluyor bu sefer iyi niyet ortadan kalkıyor. Nasılsa her şey benim üzerime, o gitse de olur umurumda olmaz gibi seçenekler doğuyor. Çünkü ben bire bir yaşadım. Yani hiçbir sıkıntımız yok o konuda zannediyordum. Ben dedim ki artık son noktada ‘sen zaten bu dükkânı işletmiyorsun. Ben yıllardır tek başıma yapıyorum. Ben burayı bıraksam senin burayı işletebileceğini düşünmüyorum. Senin payın kaç paraysa söyle senin payını ödeyeyim, burayı ben tek başıma

‘çalıştıracağım’ dediğimde bana dediği söz şu oldu ‘burası zaten benim’. Resmi olmuş olsa, herkes eşit olmuş olsa böyle bir lafı bana diyemezdi.” (G5)

Bilmiyorum teması kapsamında yanıt veren katılımcılar (%1,4), bu konuda bir deneyime sahip olmadıkları için fikir beyan edemeyeceklerini iletmışlerdir. Ortaklık pek çok açıdan olumsuz değerlendirilmekle birlikte sağlıklı ortaklık ilişkisinin kurulabilmesinde güven merkezi bir öneme sahiptir. Güven sorunu yaşanan toplumlarda işletmeler ortaklık kurma konusunda geri planda durmakta ve ortaklık kurulacaksa da yoğunluklu olarak aile üyeleri tercih edilmektedir (Akçakaya ve Bağrıyanık, 2019: 323). Küçük esnafa ortaklığın, resmiyetten ziyade söz üzerine kurulu olma eğilimi göstermesi, ortaklığın bozulması sonucunda yaşanan zararın da artmasını beraberinde getirmektedir.

5.5.4. Toplumsal Bütünleşme ve Mekân

Sanayi siteleri, iş yerlerinin mekânsal yoğunlaşma sahaları olmanın ötesinde çeşitli anlam dünyalarını, ilişkisel ve kültürel dinamikleri içerisinde barındıran çekim merkezleridir. Bu bağlamda mekânsal tercih noktasında ve katılımcıların kimlikleri ve benlik sunumlarını inşa edebilmeleri hususunda mekânsal anlamlar önem kazanmaktadır. Bu temelden hareketle katılımcıların mekân algısı sorgulanmıştır (bkz. Tablo 5.32).

Tablo 5.32 Katılımcılara Göre Akdeniz Sanayi Sitesinin Anlamı

Akdeniz Sanayi Sitesine Atfedilen Anlam	N	%
Evim ve hayatım	46	13,1
Ekmek kapım	54	15,4
Güç ve kalite	47	13,4
Dostluk ve arkadaşlıklarım	17	4,9
İş yerim ve işim	138	39,4
Yoğunluk ve karmaşa	31	8,9
Endişe ve güvensizlik	4	1,1
Sıradanlık ve düzensizlik	10	2,9
Diğer	3	0,9
Toplam	350	100

Katılımcılar yoğunluklu olarak (%39,4) Akdeniz Sanayi Sitesini, yaptıkları işleri ve sorumlulukları temel alarak *iş yerim ve işim* teması kapsamında değerlendirmişlerdir. Buna göre katılımcılar, Akdeniz Sanayi Sitesini makina kokusu, demir döküm, mermer, mobilya, ahşap, otomobil tamiri, ekipman, sanat, araba, makina gürültüsü ve boyaların renkleri gibi doğrudan sundukları ürün ve hizmetlerle ilişkilendirmişlerdir. Bu çerçevede sorumluluklar,

yoğun mesai ve dükkânda bekleyen işler hesaba katılarak Akdeniz Sanayi Sitesinin iş merkezi olma yönü vurgulanmıştır. Aynı zamanda katılımcılar tarafından işçilerin, müşterilerin ve diğer esnafların da mekân ile özdeşleştirilen unsurlar arasında yer aldığı saptanmıştır.

Ön plana çıkan bir diğer tema ise %15,4 oranı ile *ekmek kapım* olmuştur. Bu bağlamda katılımcılar Akdeniz Sanayi Sitesini geçim, rızık, geçim kavgası, kazanç mücadelesi ve para kazanma kaynağı olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Katılımcılar tarafından çalışmanın hayatı idame ettirme, sürdürme, ihtiyaçların karşılanması ve ailevi sorumlulukların yerine getirilmesi kapsamında ön plana çıkartılmış olması, onun aynı zamanda bir mecburiyet çerçevesinde ele alındığına da işaret etmektedir.

Katılımcıların %13,4'ü, Akdeniz Sanayi Sitesini *güç ve kalite* ile özdeşleştirmişlerdir. Bu kapsamda sanayi sitesi, katılımcılar tarafından bir üretim mekânı olarak bölge ve kent ekonomisine sağladığı katkı üzerinden tanımlanmıştır. Bu temelde, Akdeniz Sanayi Sitesindeki iş akışının kent ekonomisi içerisindeki payı işletme sahipleri tarafından şu şekilde vurgulanmaktadır:

“Antalya’nın can damarı.” (Anket 269)

“Ticaretin kalbinin attığı yer. Biz iş yaparsak herkes iş yapıyor.” (Anket 209).

“Şehrimizin iki tane akciğeri vardır. Bunlar hal ve sanayi siteleridir. Üretim ve kalkınmayı sağlar.” (Anket 117)

Katılımcıların %13,1'i, Akdeniz Sanayi Sitesini *evim ve hayatım* olarak konumlandırmıştır. Bu kapsamda esnaflar, iş yerlerinde evlerinden daha fazla bulundukları ve çalışanlarıyla aile üyelerinden daha fazla zaman geçirdiklerini vurgulamaktadırlar. Bu durum, katılımcıların ifadelerine şu şekilde yansımıştır:

“Evden sonra ikinci kapımız. Mesleğimizin doğduğu yer. Hayatımızı burada idame ettiriyoruz.” (Anket 122)

“Evim, evden çok buradayım.” (Anket 116)

“Her şey. Günümüzün, yılımızın tamamı burada geçiyor. Pazar dahi olsa sapar, bakar geçeriz.” (Anket 5)

Esnafların %8,9'unun Akdeniz Sanayi Sitesi'ni *yoğunluk ve karmaşa* kapsamında betimlediği dikkat çekmektedir. Esnafların sanayi sitesini, yoğun iş akışı sebebiyle tamir, trafik, gürültü, korna ve kalabalık gibi unsurlarla özdeşleştirdikleri görülmektedir.

Dostluk ve arkadaşlıklarım görüşmeciler tarafından bu kapsamda dile getirilen bir diğer temadır. Katılımcıların %4,9'u, Akdeniz Sanayi Sitesini sosyal ilişkileri ve çevresi ile özdeşleştirerek arkadaşlık ve dostluk bağlarını ön plana çıkarmıştır:

“Sanayi benim için başka. Ya çünkü sanayide bulduğum bu samimiyeti hiçbir yerde bulamadım. (...)

Sanayide hani yapmacık insan çok fazla ama bir o kadar da samimi insan var. Hani senin için gerçekten

de değerli olan, sana değer katan, seni sen yapan bazı insanlar var ve onların varlığı sanayide gerçekten de başka bir boyut açıyor. (...) Bir işin düştüğünde insan, gece saat üçte yolda kalmışım arıyorum. Çat kapı hemen çıkıp geliyorlar. Ne bileyim paraya ihtiyacım oluyor, arıyorum, 'paraya ihtiyacım var' diyorum, asla hayır demiyorlar. (...) Hani sanayideki ortam dostluklar bir başka oluyor. Beni cezbeden o yani.” (G1)

“Ailemden daha fazla gördüğüm bir ortam. Toplumsal özelliklerimiz gereği birbirimize yakınız. Arkadaşlık ilişkilerimiz gelişmiş fakat arkadaş ilişkileri profesyonelliği sekteye uğrattıyor.” (Anket 106)

Katılımcıların %2,9'u, üretim sürecinde ve iş ahlakında yaşanan aksaklıkları ve sorunları dile getirmiş ve Akdeniz Sanayi Sitesini *sıradanlık ve düzensizlik* ile ilişkilendirmiştir. Katılımcılardan birisi bu durumu şu şekilde ifade etmektedir:

“Esnaflar çoğaldıkça, esnafılığı bilmeyenler insanlara zarar veriyor.” (Anket 187)

“Bu sanayiden çıkmak istiyorum, taşınmak istiyorum. Çünkü çok dar bize. Bir de bizim bulunduğumuz yerde büyük araç yeri bulamıyoruz. Büyük araç giremiyor.” (G2)

Katılımcıların %1,1'i ise, sanayi sitesini *endişe ve güvensizlik* teması kapsamında hırsızlık olayları ve yeterli güvenlik tedbirinin olmaması gibi kaygı durumları ile ilişkilendirmişlerdir. İş yeri olarak Akdeniz Sanayi Sitesinin tercih edilme sebeplerinin de mekânsal bir çekim noktası olması ve gereklilikler kapsamında irdelenmesi gerekmektedir. Bu aynı zamanda, Antalya kenti içerisinde Akdeniz Sanayi Sitesinin konumuna da işaret etmesi açısından kayda değerdir. Bu temelden hareketle esnafların iş yeri olarak Akdeniz Sanayi Sitesini tercih etme sebepleri Tablo 5.33'te sunulmuştur.

Tablo 5.33 İş Yeri Olarak Akdeniz Sanayi Sitesinin Tercih Edilme Sebebi

Akdeniz Sanayi Sitesinin Tercih Edilme Sebebi	N	%
Tanıdık ilişkilerin mevcudiyeti	69	19,7
Müşteriye yakınlık	50	14,3
İşletme maliyetlerinin düşük olması	4	1,1
Benzer iş kollarının yoğunlaşması	121	34,6
İşgücüne kolay erişim	22	6,3
Antalya'da doğmuş/yaşıyor olmak	38	10,9
Dükkanların genişliği	25	7,1
Yeni iş yeri açma imkânı	18	5,1
Diğer	3	0,9
Toplam	350	100

İşletme sahiplerinin %34,6'sı Akdeniz Sanayi Sitesini *benzer iş kollarının yoğunlaşması* sebebiyle tercih etmişlerdir. Bu kapsamda özellikle otomotiv iş kolu kapsamında malzeme, alet ve parça ihtiyaçlarının hızlı bir şekilde karşılanma ve bulunma imkânının daha yüksek olması, mekân açısından bir çekim potansiyeli oluşturmaktadır. Veri toplama sürecinde elemanların malzeme almaya gönderilmesi veya diğer esnaflardan çalışanların alet ve malzeme olup olmadığını sormak için gelmeleri gibi durumlar saha gözlemine yansımıştır. Esnafların yoğun olunan zamanlarda birbirine eleman desteği sağlaması, çözemedikleri sorunlar için birbirlerine danışmaları ve müşteri yönlendirmeleri, sanayi sitesinin iktisadi ve sosyal bağlamdaki potansiyeline işaret etmektedir. Fason kesim yapan mobilyacıların müşterilerinin mobilya imalatçıları olması sebebiyle de sanayi sitelerini tercih ettikleri anlaşılmaktadır. Bu sebeple, mobilya mağazalarının kümelenmiş olmasının, bu kapsamda iş yapan işletmeciler için avantaj olduğu saha sohbetleri sırasında dile getirilmiştir. Görüldüğü üzere, esnaflar her ne kadar birbirlerinin rakibi olsalar da birbirlerini besleme noktasında sanayi sitelerinin önemli bir avantaj yarattığı ve esnaflar arasında ağların oluşmasına imkân sağladığı dile getirilebilir:

“Her şey elimizin altında ulaşım, lojistik, ürünler.” (Anket 1)

“Burası aslında küçük bir fabrika. Malzeme bulmak kolay. Camdır, CNC'dir hepsi elimizin altında olduğu için çok kolay çözebiliyoruz.” (Anket 175)

“Bu sektörün piyasası burada. Müşterilerin geldiği yer bu sokak. Tedarikçilere yakın olmak için bizler de burada kurulduk. Sektör böyle şekillendi.” (Anket 276)

“Sıcak para en çok burada.” (Anket 324)

Katılımcıların %19,7'si, Akdeniz Sanayi Sitesi'ni tercih etme nedeni olarak *tanıdık ilişkilerin mevcudiyetine* değinmişlerdir. Saha sohbetlerinde saptandığı üzere esnaflar açısından çıraklığın Akdeniz Sanayi Sitesinde yapılmış olması, işletme açmak için bu sanayinin tercih edilmesi noktasında önemli bir etkidir:

“Burada yetiştim. Çıraklık burada geçti.” (Anket 35)

Çıraklığın geçtiği yerde iş ağları ve kanallarının mevcut olması, dükkân açma konusunda belirleyici bir etken olabilmektedir. Bu durum, esnaflar içinde tanınırlık kapsamında ilişkilerin ve bağlantıların önemli olduğuna işaret etmektedir. Çünkü sanayi sitelerinin yoğun ilişki ağlarından oluştuğu ve kazancın belirlenmesinde bu kanalların önemli bir paya sahip olduğu anlaşılmaktadır. Güçlü ağlar ve bağlantıları bulunan esnafların daha fazla ekonomik kazanç elde ettiği kabul görmekle birlikte bu durum, yeni ilişkileri de beslemektedir (Akçakaya ve Bağrıyanık, 2019: 322).

“Zaman zaman paylaşımlarımız da oluyor. Yani iş anlamında paylaşımlarımız oluyor. (...) Bilinçaltında kalsa da babadan dededen gördüğümüz o ahilik düsturuyla hareket ediyoruz. Hala o var sanayide bence bizim sanayimizde. Hepsıyla de arkadaşız, dostuz, komşuluklar vesaire. Hatta geçen geldiğinizde şeyde

de görmüştünüz zaman zaman işlerimiz yoğun oluyor yetiştiremiyoruz paylaşıyoruz. Ahşap masif işi yapıyor, ben masif iş yapıyorum. Ben onu paslıyorum. Başka tadilat işi oluyor, bizim mimari projelerimiz her zaman komşumuzda mimari yoktur işte proje desteği veriyoruz. Bu tarz çalışmalarımız oluyor yani paylaşıyoruz, paslaşıyoruz. (...) Ya tabii ki öncelikle senin burada aynı sokağındaki caddedeki esnaf arkadaşların yani komşuların tabii zaman zaman daha farklı sanayilerde de farklı bölgelerde de meslektaşlarımız tabii ki de. Böyle anlarda bu şekilde irtibat halinde oluyoruz.” (G9)

Müşteriye yakınlık %14,3'lük pay ile ön plana çıkan bir diğer mekânsal tercih sebebidir. İşletme sahipleri tarafından sanayinin müşteri potansiyelinin daha fazla olduğu sıklıkla dile getirilmiştir. Bazı iş kollarında müşterilerin doğrudan diğer işletmeciler olması, esnafların sanayiye tercih etme sebepleri arasında yer almaktadır. Aynı zamanda esnafların, ihtiyaçlarını karşılamak için iş yeri merkezi olarak bireylerin sanayi sitesine geleceklerini bilmeleri, bir diğer ifadeyle müşteri potansiyeli de mekânsal tercih sebepleri arasındadır. Benzer bir şekilde, önemli bir istihdam merkezi olan sanayiler, *işgücüne kolay erişim* (%6,3) konusunda da bölgesel bir yoğunluk oluşturabilmektedir. Özellikle Akdeniz Sanayi Sitesine yakın bir mevkide bulunan Şafak ve Zafer Mahallesi sakinlerinin istihdam sahası olarak sanayiye yönelme eğilimi gösterdiği saha sohbetlerine yansımıştır. İşletme sahipleri, işe ihtiyacı olan bireylerin doğrudan dükkânları gezerek işçiye ihtiyaç olup olmadığını sorarak bireysel başvuruda bulunduklarını iletmişlerdir.

Antalya'da doğmuş / yaşıyor olmak esnafların %10,9'unun, Akdeniz Sanayi Sitesinde iş yeri açmalarının sebebidir. Bu kapsamda, yakın çevrede yaşama ve ev sahibi olunmasının bir neticesi olarak Akdeniz Sanayi Sitesini iş yeri olarak tercih ettiklerini ifade etmişlerdir.

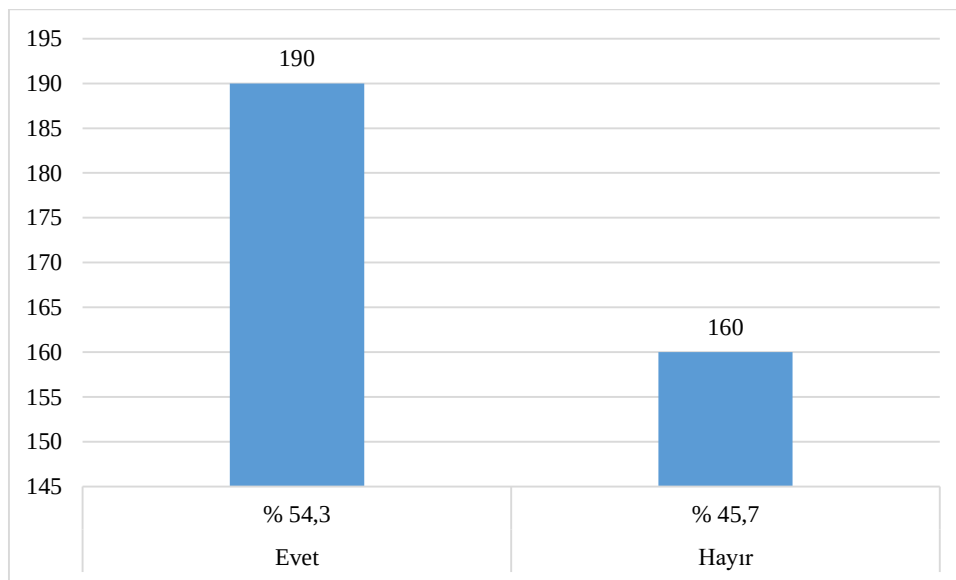
Antalya'da diğer sanayilerde yer kalmamış olması ve diğer sanayi sitelerinin doluluk oranına ulaşması da esnafların Akdeniz Sanayi Sitesi'ne yönelmelerinde bir diğer etkidir. Bu bağlamda, esnafların %5,1'i *yeni iş yeri açma imkânı* olması nedeniyle Akdeniz Sanayi Sitesini tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Bu şekilde yanıt veren katılımcılar, mekân tercihlerini imkânların kısıtlılığı çerçevesinde açıklamışlardır. Aynı zamanda, sanayi dışında olan işletmelerin sanayiye taşınması zorunluluğu ve yapılan işin sanayi dışında yapılmasının mümkün olmaması nedeniyle sanayiye geldiklerini ve boş yerin bir tek bu sanayide kalmış olması nedeniyle burayı tercih ettiklerini vurgulamışlardır.

Diğer sanayi sitelerine kıyasla Akdeniz Sanayi Sitesinde *dükkânların genişliğinin* ve kullanıma uygunluğunun daha fazla olması, esnafların %7,1'i için çekim faktörü olmuştur. Bu küçük sanayi sitesinde, iş makinesi ve ağır vasıta gibi büyük araçların girebilmesine imkân sağlayacak ölçütlerde dükkânlar bulunmaktadır. Bu bağlamda bir katılımcı, *“Ağır vasıta bölümü burada çalışabilir. Çünkü alan en geniş bu sanayide, diğerlerinde küçük”* (Anket 32) şeklinde ifadeye bulunmuştur. Dükkânların büyük olması, bazı işletmelerin Eski Sanayi

Sitesinden Akdeniz Sanayi Sitesine taşınmasının sebepleri arasında yer almaktadır. Diğer sanayi sitelerine kıyasla Akdeniz Sanayi Sitesinde dükkânlar daha geniş olsa da esnaflar tarafından genel olarak dükkân genişliklerinin yetersiz kaldığı dile getirilmektedir. Başka bir çalışmada da vurgulandığı üzere iş yerlerinin yeterli büyüklükte olmaması, esnaf işletmelerinin ortak sorunlarından birisidir (Darıcı vd., 2012: 3). Saha gözlemlerinde de özellikle otomotiv ve mobilya iş kolunda geniş alana duyulan ihtiyacın belirginlik kazandığı görülmüştür. Bu durum, otomotiv bölümünde özellikle araç parkı ve trafik sorununu beraberinde getirirken, mobilya bölümünde ise dükkânlar içine sınırlı sayıda makine alınabilmesine neden olmaktadır. Büyümek isteyen işletme sahiplerinin, organizmeye taşınma veya bir dükkân daha tutma gibi hedefleri olduğu saptanmıştır. Dükkânın yeterli genişlikte olmaması, alınabilecek iş sayısını doğrudan etkileyen bir unsur olarak ön plana çıkmakta ve esnaflar tarafından büyümeleri önünde bir engel teşkil ettiği dile getirilmektedir.

5.5.5. Esnaflar Arası Mesleki Dayanışma ve Yardımlaşma

Ahilik değerlerinden temelini alan Türk toplumunda rekabet üstünlüğüne dayanan piyasa ekonomisinin etkilerinin ve yansımalarının anlaşılması, iktisadi mücadelenin yönünün tesis edilebilmesi açısından önem arz etmektedir. Bu kapsamda, Akdeniz Sanayi Sitesi örneğinde rekabet ve dayanışma ilişkisinin görünümü keşfedilmeye çalışılmıştır. Bunlardan ilki, esnaflar arası mesleki dayanışmanın mevcudiyetine ilişkindir (bkz. Şekil 5.21).



Şekil 5.21 Katılımcılara Göre Akdeniz Sanayi Sitesinde Mesleki Dayanışma ve Yardımlaşmanın Olma Durumu

İşletme sahiplerinin %54,3'ü, Akdeniz Sanayi Sitesinde esnaflar arasında yardımlaşma ve dayanışma olduğunu ifade ederken %45,7'si, birliktelik bilincinden yoksun olduğunu dile

getirmiştir. Mesleki dayanışma olduğunu ifade eden katılımcıların ise bunun hangi kapsamlarda olduğuna ilişkin görüşleri Tablo 5.34’te verildiği gibidir.

Tablo 5.34 Akdeniz Sanayi Sitesinde Mesleki Dayanışma ve Yardımlaşmanın Kapsamı

Mesleki Dayanışma ve Yardımlaşmanın Kapsamı	N	%	Geçerli %
Bilgi ve tecrübe paylaşımı	40	11,4	21,1
Müşteri yönlendirme	20	5,7	10,5
Parça ve malzeme desteği	21	6,0	11,1
Mekân ve iş yükü paylaşımı	22	6,3	11,6
Eleman bulma desteği	3	,9	1,6
Maddi yardım ve destek	49	14,0	25,8
Her konuda yardımlaşma	35	10,0	18,4
Toplam	190	54,3	100

Akdeniz Sanayi Sitesinde dayanışma ve yardımlaşmanın olduğunu ifade eden katılımcıların %25,8’i, bunun kapsamının *maddi yardım ve destek* şeklinde gerçekleştiğini ifade etmişlerdir. İşletme sahipleri yangın ve hırsızlık gibi durumlarda esnafların bir araya geldiğini ve yardım etkinlikleri düzenlediklerini belirtmişlerdir. Zor zamanlarda ve ihtiyaç halinde destek olmak amacıyla birlik olmanın sanayi esnaflarının dayanışma kanallarından birisi olduğu görülmektedir:

“İş yeri, evi yansın tüm esnaf ona yardım eder. Apartmanda olmaz ama burada olur.”
(Anket 2)

“Bazen sohbet ederken yardıma ihtiyacı olanlara karşı birlik olunuyor.” (Anket 103)

Katılımcılar sadece kriz durumlarında değil aynı zamanda esnafların ekipmanlarını karşılama noktasında da maddi destek sağladıklarına dikkat çekmişlerdir:

“Bir ara toplanıp başka esnafa ihtiyacı olan makineyi almıştık.” (Anket 235)

Bilgi ve tecrübe paylaşımının %21,1 oranıyla esnaflar arasında dayanışma noktasında önemli bir unsur olarak ön plana çıktığı görülmektedir. Bu kapsamda katılımcılar tarafından emek yardımı, bilgi ve tecrübe paylaşımı dile getirilmektedir:

“Beş altı esnaf her sabah kahvaltı yaparız. İşlerin istişaresini yaparız. Piyasanın durumuna göre bilgi paylaşılır.” (Anket 74)

“Yeni parça çıktığında herkes birbirine gidip bilgi veriyor.” (Anket 59)

“Birbirimizle boş zamana göre eleman paylaşıyoruz.” (Anket 84)

“Birbirimizin işini tamamladığımız çok oldu.” (Anket 87)

“Herkes birbirinin tamirine yardım eder, para istemez.” (Anket 70)

“Fikir alıp veriyoruz aslında. Yani bunlarda piyasaya ayak uydurabilmek için sohbet ediyoruz, konuşuyoruz. O benden bir şeyler kapıyor ben ondan bir şeyler kapıyorum. Ya da aa ben bunu böyle düşünüyordum ama buradaki olay yanlışmış, asıl böyle yapmamız gerekiyormuş. Bu sefer, o kanaate varıyoruz. Biz ikimiz öyle başlıyoruz, başka kişiyle konuştuğumuzda abi biz böyle yapıyoruz böyle oldu böyle bitti derken bir bakıyorsun ki arkada o sistem oturmuş oluyor. (...) Yaptığımız işleri de sektördeki arkadaşlarla paylaştığımız zamanda aa ben bunun böyle doğru olduğunu düşünmüştüm, o öyle olması daha zormuş, diyebiliyoruz zaman zaman.” (G9)

“Aslında işi hakkaniyetli yapmak için dürüst olmak gerekiyor ve esnafa yardımcı olmak gerekiyor. Bizim bu sokaktaki düşüncemi söyleyeyim size. Yani bir şey eksik oldu, bir yardım istedin, destek istedin, kimse geri çevirmedi yani. Esnaf ilişkisi iyi burada, bizde keza öyle. Biz komşularımız mesela bir şey kesecek olsunlar veya internete ne bilim çocuklar internete vakıf olduğu için burada yaşı ilerlemiş esnaflar var. Mesela gelen projeyi bile açamıyorlar. Çocuklar gidip açıyorlar. Bu tür destek oluyor. Mail atmasını bilmeyenler var. Çocuklar gidip yapıyorlar. Bizim mesela projemiz geldi. Yan komşumuz da sakindi. ‘sen yapar mısın’ dedik, o kabul etti, destek verdi. Bana bu tür destek yani herkes böyle olsa herkes kalkınır. Böyle birbirine destek olursa ama hep de aynı şeyle karşılaşmıyorsunuz mesela.” (G4)

Esnaflar arasında maddi manevi her konuda yardımlaşma (%18,4) da vurgulanan bir diğer husustur. Katılımcılar, emek, bilgi ve para toplama gibi diğer temalar kapsamında değerlendirilebilecek tüm dayanışma ve yardımlaşma hususlarının gerçekleştirildiğini ifade etmişlerdir.

Katılımcıların %11,6’sı, mekân ve iş yükü paylaşımı konusunda dayanışma içerisinde olduklarını belirtmiştir. Esnaflar için masrafların bölüşülebilmesi temelinde mekân paylaşımı ve gelen işin diğer esnaflarla paylaşımı, bir diğer mesleki dayanışma noktasıdır. Bu kapsamda özellikle kirayı düşürmek için aynı dükkânın birden fazla (genellikle iki) işletme tarafından paylaşılması yaygın bir durum olarak gözlemlenmiştir. Görüşmeler sırasında aynı dükkânı paylaştıkları bireyi “ortak” olarak da atfettikleri dikkat çekmiştir. Aynı zamanda katılımcılardan biri, dükkânlarının, makinelerinin ve eleman sayılarının yetersiz kalması gibi sebeplerden ötürü esnafların aldıkları işi diğer esnaflarla paylaştığı ve böylelikle onların da kazanç sağlamasına katkıda bulunduklarını dile getirmiştir:

“Sonuçta onlar da esnaf olduğu için bu kanal aynı ihtiyaca dayalı bir şey. Bir esnafın yapması gereken karşılığını vermektir. Arz neyse talebe göre kâr etmek zorundayız. Hani krom ağırlıklı bir iş isteniyorsa sürekli diyalog halindeyiz ki zaten şey yani bu sürekli güncelleniyor. Bir iş sonbaharda, bu iş döşeme ağırlıklı oluyor. Mutlaka bir şey oluyor yani kontak halinde kalıyoruz ister istemez. Bu imalat ve imalat kolları birbirine bağlantılı. Şöyle bir olay, yapma ihtimali, her işi kendin yapma gibi bir şansın yok.” (G3)

“Valla sektörde dikkatli adım atmak lazım. Şimdi şahit olduğumuz bazı olaylar da projeden yanlış maliyet hesapları yapılıyor zaman zaman. İşte karşılaşıyoruz, öyle şeyler görüyoruz. (...) Bakıyoruz hızlı bir büyüme, hızlı bir düşüş. Düşerken de sağındaki solundakine de zarar veriyorsun. Oysa yıllarca hep hareket ettik, adımlarımızı dikkatli attık. Yani ufak yatırımlarımızı başka yöne yönlendirdik. O şekilde bir

şeyler yaptık. (...) İşimizi tabi ki büyütmek istiyoruz ama şu anda böyle küçük bir atölye görüyorsunuz. Buraya bağlanan şey şu anda bile beş altı tane atölye var buraya çalışan, bize çalışan, şirketimize çalışan. Öyle taşeronlardan destek alıyoruz.” (G9)

Parça ve malzeme desteği (%11,1) esnaflar arası yardımlaşmada bir diğer ön plana çıkan durumdur. Hareketliliğin olduğu işletmelerde parça ve ürün akışının da sürekli gerçekleşmekte olması, bu konuda yardımlaşmayı adeta zorunlu kılmaktadır:

“Parça eksikse birbirine ücretsiz verir, tamire yardım eder.” (Anket 71)

“Ben küçük bir işletme olduğum için bazen ürün bulamıyorum. Komşu işletmeler bana veriyor.” (Anket 145)

İşletme sahipleri %10,5 oranıyla, *müşteri yönlendirmeyi* dayanışma kapsamında değerlendirmişlerdir. Ancak, bunun dayanışma ve yardımlaşma kapsamında değerlendirilme durumunun oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bu noktada dayanışmanın, esnafların dünyasında ne anlam ifade ettiği önemlidir. Benzer bir şekilde Tablo 5.28’de esnafların eleman bulma konusunda önemli bir aracı konumunda bulunuyor olmalarına rağmen dayanışma kapsamında değerlendirilmediği görülmektedir.

Tahakkümün yanı sıra direnişi de içerisinde barındıran alanlar, toplumsal dönüşümün gerçekleştiği bir mücadele mekânı olmaktan ziyade mevcut olanın üretiminin gerçekleştiği ilişkiler olarak ön plana çıkmaktadır (Swartz, 2011: 172). Bourdieu sosyolojisinde habitus, sermaye ve alan kavramları kadar önemli olan ancak geri planda kalan bir diğer kavram da “çıkar”dır. Bu, aktörlerin alana katılmak istemelerini tetikleyen unsura karşılık gelmektedir (Smelser ve Swedberg, 2005: 18). Bu bağlamda bireyler, ortak çıkarlar etrafında bir araya gelmektedirler. Ekonomik alan bir firma, endüstri, ülke veya tüm dünya olabilir ve her biri çeşitli kombinasyonlardaki sermayeler aracılığıyla yürütülen güç ilişkilerinden oluşur (Swedberg, 2005: 248). Bireyler sermayenin eşitsiz bir biçimde dağıldığı alanda hem ellerinde olanı korumak hem de hâkim olan sermaye biçimini elde edebilmek adına mücadele etmektedirler (Jourdain ve Naulin, 2020: 122, 125). Oyunun kuralları doğrultusunda oyuncular sahip oldukları sermayeyi korumaya ve arttırmaya yönelik çeşitli hamlelerde bulunabilecekleri gibi oyunun kurallarını dönüştürmeye yönelik girişimlerde de bulunabilirler (Bourdieu ve Wacquant, 2012: 83-84). Elde edilen bulgular ışığında değerlendirildiğinde, esnafların iktisadi alanda ekonomik sermayeyi elde edebilmek ve alanda varlıklarını sürdürebilmek adına ellerinde bulundurdıkları sosyal sermaye kapsamında gruplaşma eğilimleri gösterdikleri saptanmıştır. Tez çalışmasında kuramsal çerçeve içerisinde 2.2 *İktisadi Alanın Sosyal, İlişkisel ve Bağlantısal Yönü* başlığı altında ayrıntılarıyla irdelendiği üzere sosyal sermayenin üzerinde uzlaşa sağlanmış net bir tanımı bulunmamakta olup bu kapsamda ön plana çıkan bazı kavramlar söz konusudur: “[G]üven (trust), karşılıklılık (reciprocity), ağlar (networks), birlikler

(associations), birlik veya grup üyeliği, normlar ve ortak (collective) faaliyet” (Tüylüoğlu, 2006: 16). İşlerin kolaylaşmasında gereken güvenceyi sağlaması, belirli ortak kimlikler üzerinden “çalışma grupları” oluşturulması, gözetleme ve kollamanın gerçekleşmesi, birbirine müşteri götürmek gibi bazı örgütlenmelerin mevcudiyeti sosyal sermayenin görünümüleri arasındadır (Coleman, 2010: 83-86). Esnaflar arasındaki dayanışma ve yardımlaşmanın genel itibarıyla gruplaşmalar üzerinden ilerlediği ifade edilebilir:

“Gruplaşma var, çünkü bir grubun olmak zorunda.(...) Çalıştığım insanlar yaptığım işlerin arkasında durabilmeli. Mesela ben bir esnafın işi pahalı yaptığı umrumda değildir. Bir şeyi düzgün yapıp arkasında durduğu önemlidir. Her esnafla çalışılmaz, her esnafa iş gönderilmez. Yani o esnafın mesela şöyle söyleyim bizim grup Alman grup, Japon grubundan anlayan bir esnafa iş gönderilmez mesela. Çünkü o Alman grubunda değil. Yani bunu bu şekilde gruplaşma olarak düşün. İş anlaması bağlamında. Yoksa kimsenin ekmeğine mani olacak bir şeyi asla yapmayız. Herkes bildiği işi yapsın yani, onu demek istiyorum.” (G8)

Gruplaşma, esnafların değişen ekonomik sistem karşısında ayakta kalabilmek ve var olabilmek adına izledikleri stratejilerden birisi olarak ön plana çıkmaktadır:

“Şöyle gruplaşma var diyelim. Herkes kendi çevresinde iş yapar. Mesela dibimde boyacı var. Servisi, adamlar kaportasını boyasını yapıyorlar. Ne yapıyorlar, kendi anlaştığı boyacıya gidiyor, boyasını oradan alıyor. Kaportayı nereden alıyor, kendi kaportacısından alıyor. Başka yerle çalışmıyor.” (G2)

“Bu bölgede böyle bir olay var, kendi hemşerisi tarafından gruplaşma olayı oluyor. (...) Tanıdık ilişkileri de var.” (G3)

Bu noktada, esnafların gruplarını nasıl oluşturduğu ve ilişkilerine nasıl yatırım yaptıkları önem kazanmaktadır. Bu durum iktisadi olana gömülü olan ilişkilerin tespitini gerektirmekte ve Granovetter’in gömülülük sorunsalına işaret etmektedir. Ekonomik yaşam, sosyal ağ ve yapılara gömülüdür ve bunlar tarafından kısıtlanmakta veya kolaylaştırılmaktadır (Zhongqi ve Shuiying, 2005: 102). Esnaflar, ortak çıkarlar noktasında gruplaşma üzerinden ağlarını oluştururken hemşehricilik gibi bazı cemaat tipi toplulukçu unsurları dikkate almanın yanı sıra dürüstlük ve güvenilirlik gibi tesis edilen ve çaba ile geliştirilen sosyal ağlardan da bahsetmektedirler:

“Biz dışarıya iş yapmıyoruz. Müşterilerimiz hep sanayi esnafı. Sanayi esnaflarımız da iş varsa zaten bizde de iş oluyor. Bunların kendi çalıştığı mimarları ya da mimarlık firmaları alıyor. Genelde mobilyacıların birçoğu mimarlarla çalışır. Mimarlar işi alır, o mimarların da çalıştığı mobilya firmaları işleri yapar. Mimarlar sadece çizim teknik boyutta ilerler. Atölyelerde de bu işler yapılır. Aslında bizim çok bir iş derdimiz olmuyor. Sanayide iş varsa bizde iş var. Sanayide iş yoksa bizde de iş yok. Bizim atıyorum mesele Bodrum’a gidelim şu oteli alalım İstanbul’a gidelim şu villayı alalım diye iş derdimiz olmuyor. Bizim daha çok sanayide esnaf kazanmak gibi bir derdimiz oluyor. Ne kadar çevren olursa o kadar derdin oluyor. Çünkü sektörel bazda rakibimiz çok fazla gerçekten. 50 kadar belki 60 tane CNC var.” (G5)

“Gruplaşma bir yandan iyi. Şöyle iyi, öndeki yapılacak olan iş büyük bir iş, onu birkaç kişiyle paylaşmadığın sürece bitiremezsin.” (G6)

“Ticaret odasında geçmişte bir takım çalışmalar yapmak istedik. Ben de o zaman işte meclis üyeliği yaptım, bir iki dönem komite başkanlığı yaptım. Onunla alakalı yapmış olduğumuz çalışmalar var. Yani birileri öncül olur hadi bir şeyler yapalım. Talepler de oldu ya talepler de oldu ama yetersiz kaldı. Birkaç firma birleşebildi böyle hatta dört firma birleşti ve ortaklığını devam ettirebiliyorlar. Birkaç proje var şu anda bildiğim. Mesela Ahlat'ta gene bizim memleketimiz tabi ki o yapılan Cumhurbaşkanlığı Sarayında da bakanlıklar yapılıyor şu anda da onların mobilya işlerini İstanbul firması almış. O da burada sanayide bir firmaya vermiş. O firma da dağıtmış, paylaşmışlar. Yani aşağıya yukarıya 30-40 milyon liralık bir iş, rakamlar da size bilgi olur, paylaşmışlar ve sıkıştıkları zaman bile ya ben bu projenin bu kısmını yetiştiremiyorum bunu sen yap, bunu bana ver gibi şeylerle de götürüyor işleri.” (G9)

Katılımcıların gruplaşma sürecine ilişkin aktarımları, sosyal sermayenin ekonomik sermayeye dönüşüm sürecine işaret etmektedir. Gruplaşmanın işgücü, emek, maddi kaynakları temin etmek, yardımlaşmak ve dayanışma içinde olabilmek gibi pek çok konuda kaynak sağladığı gibi müşteri potansiyeli konusunda da oldukça önemli bir kanal olduğu görülmektedir. İş bölümü neticesinde farklılaşan ve çeşitlenen iş kolları, esnafların birbirlerine olan ihtiyacını arttırmıştır. Küçük esnafa iş akışlarının daha küçük ve parçalı olması ve söz üzerinden ilerlemesi ve prosedürel süreçlere girilmemesi nedeniyle bunu ikame edebilme noktasında dayanışma ağlarının daha fazla önem kazanmasına neden olmuştur. Bu noktada güven esaslı ve informal kanalların daha görünür ve güçlü olduğu esnaflarda sosyal sermayenin gruplaşma üzerinden ön plana çıktığı görülmektedir.

Tablo 5.34'te Akdeniz Sanayi Sitesinde yardımlaşma ve dayanışma olduğunu ifade edenlerin, bu kapsamdaki görüşleri ele alınmış olup Tablo 5.35'te de dayanışma ve yardımlaşma olmadığını söyleyenlerin, eksikliğini hissettiği hususlara ilişkin düşünceleri irdelenmiştir.

Tablo 5.35 Akdeniz Sanayi Sitesinde Dayanışma ve Yardımlaşma Konusunda Eksikliği Hissedilen Durumlar

Mesleki Dayanışma Konusunda Eksikliği Hissedilen Durumlar	N	Yüzde	Geçerli %
Ortak menfaat bilinci	88	25,1	55,0
Mesleki dayanışma	68	19,4	42,5
Diğer	4	1,1	2,5
Toplam	160	45,7	100

Esnaflar arasında dayanışma ve yardımlaşma olmadığını ifade eden katılımcıların %55'i ortak menfaat bilincinin eksikliğinden yakınmaktadır. Buna göre esnaflar, rekabetin arttığını ve bunun esnafların birbirine zarar verme noktasına ulaştığını dile getirmişlerdir. Bu kapsamda işletme sahipleri tarafından fiyatlardaki derin farklılaşmalar, ürün kalitesinin yeterli düzeyde

olmaması ve teslimat zamanında gecikmeler dile getirilmektedir. Bu durumun, müşteriler ve esnafların mağdur olmasına sebebiyet vermesinin yanı sıra sanayi sitesinin güvenilirliğini sarsarak olumsuz bir algıyı beraberinde getirdiği ifade edilmektedir. Ekonomik çıkarların, iş ahlakının önüne geçmesi eleştirilmekte ve iş ahlakı bağlamında bir ortaklık ve dayanışmanın kurulamamış olması, eksikliği hissedilen durumlar arasında yer almaktadır:

“Piyasada herkes birbirini sadece rakip olarak görüyor.” (Anket 82)

“Destek olmuyorlar. Şu işin bir değeri vardır. Ben üç lira diyorum diğeri beş lira. Bu işin bir değeri olması lazım ama bunu ne piyasa ne de oda belirleyebiliyor.” (Anket 1)

“Rekabet, dostluğun önüne geçti.” (Anket 90)

“İşsizlikten dolayı o onun elinden işi almaya çalışır. Kimisi çok düşük veriyor işi.” (Anket 183)

“Piyasa rekabeti olarak etik dışı davranışlar sergileniyor. Menfaatler çatışıyor.” (Anket 209)

“Genel olarak olsaydı şu an bu halde olmazdık. Fiyatları kimisi artırıyor kimisi düşürüyor. Ama tek fiyat olsa, yardımlaşma olurdu ama yok.” (Anket 39)

Benzer bulgulara rastlanan Kırıkkale’de esnaf işletme sahipleriyle gerçekleştirilen bir nicel çalışmada, kriz dönemlerinde rekabet ile baş edebilmek adına işletme sahiplerinin yaklaşık yarısının fiyatları düşürme yönünde bir eğilim gösterdikleri saptanmıştır (Öneren vd., 2014: 68). Yaşanan rekabet, iş ahlakında aşınmalar şeklinde görünür olmaktadır. İş alabilmek, esnaflar arasında bir statü göstergesi olarak yorumlanmaktadır. Bu bağlamda iş hacminin sembolik sermaye biçimine karşılık geldiği ifade edilebilir. Ancak rekabetin nasıl, ne şekilde gerçekleştirildiği ve uzun vadeli sonuçlarının daha da önemli olduğu tartışılmazdır. Buna göre kaliteye dayalı olan bir rekabetten ziyade fiyatların düşürülmesi yönünde görülen bu rekabet anlayışı beraberinde niteliksizleşmeyi getirebilmektedir. Bunların yanı sıra kâr-zarar maliyetinin de tutarsız olması, işletmelerin iflası ve birlikte çalıştığı diğer işletmelere de zarar vermesi gibi durumlarla sonuçlanabildiği görülmektedir. Bu bağlamda, tecrübe ve bilgi paylaşımının yapılmaması da yakınılan durumlar arasındadır:

“Çokta deneyim paylaşımı yapılmıyor. Neden yapılmıyor? Çünkü herkes öncelik kendisinin olsun istiyor.

Yok ilk önce başkasına gitsinler yapamasın, sonra bana gelsin. Basit bir şeydir, ben yapayım ve ben bu işten çok güzel paralar kazanıyorum. İnsanlar benim çok iyi bir usta olduğumu düşünsünler. Onların ise kötü bir usta olduğumu düşünsünler deyip bilgi paylaşımı yapmıyorlar. Herkes kendine saklıyor bazı şeyleri. (...) Yani bazı esnaflarla çok iyi bir dayanışma içerisinde bulunabiliyorsun, bazı esnaflarla da hiçbir şekilde bazı şeyleri konuşamıyorsun ve yardımcı olabilecekleri halde yardımcı olmuyorlar.”(G1)

“Ben kimseyi rakip görmüyorum. Herkesi meslektaş olarak görüyordum. Ben bir işi aldığım zaman yetişemiyorsam mutlaka bir meslektaşına o işi paslarım. ‘Şu işi beraber yapalım makinen müsaitse tertemiz kes, beraber bitirip teslim edelim’. Mesela birçok müşteri var işi bana getiriyor. Ben

yetişemeyeceksem o işi alıyorum, ona yaptırıyorum, yine o işi ben müşteriye teslim ediyorum. Gruplaşmadan ziyade bir destek olsa birlik olsa daha güzel ilerleyecek. Herkes böyle rekabet içerisinde hani sen o işi yapma da ben yapayım da ben para kazanayım derdinde herkes. (...) İnsanın içgüdüsi ya biraz hırs diyelim ona. Hırsın ziyade iş alabilme arzusu var herkeste. Ondan dolayı kaynaklanıyor. (...) Biraz saçma aslında. Bu yüzden birçok firma battı. İş alabilmek için çok alt rakamlar veriyorlar. Zaten bütçeleri yetmediğinden işi tamamlayamıyorlar. Ondan sonra batıyorlar. Çok firma battı.” (G5)

“20 yıllık bir atölye sahibi olan bir iş yerine gidip proje işi aldım. Proje de bir detay var onu kullanmakta zorlanıyoruz. Bundan bir bilgi almak istiyoruz dediğimiz zaman bu dayanışmayı görmeyebilirsiniz. Çünkü herkes seninle rekabet içinde.” (G3)

“Burada üç dört tane komşu var iyi anlaştığımız diğerlerini tanımıyoruz. Dört dükkân ötedekini tanımıyoruz. Mesela dolayısıyla nasıl olduğunu da bilmiyoruz. Yani komşu ilişkilerini ama çok şey değil ha şöyle bir şey var yalnız biz mobilya işine girmedik için mobilyacıların birbirlerine inat olsun diye fiyat düşürüp işi alma hevesi olduğunu onu duyuyoruz ama biz yaşamadık. Yani biri beş liraya çıkartırım öbürü diyor ki dört buçuğa yaparım diyor. Gelen müşteri de dolayısıyla ona veriyor. Dolayısıyla öbür adamın işi kalıyor, bu işi alıyor. İşte yani o tür şeyi çok duyuyoruz. Başımıza gelmedi ama niye başımıza gelmedi? Biz onlardan farklı iş yaptığımız için başımıza gelmedi. Biz de mobilya yapsaydık aynı şey bizim de başımıza gelebilirdi.” (G4)

Sanayi sitesinde esnaflar arasında dayanışmanın yeterli olmadığını dile getiren katılımcılar, iş ahlakına uygun olmayan keyfiette tutum ve davranışlardan yakınmaktadırlar. Bu kapsamda katılımcılar doğruluk ve dürüstlük ekseninde iş ahlakı düsturunun benimsenmediğini ve bunun sanayi esnafı algısını olumsuz yönde etkilediğini dile getirmektedirler:

“İş etiğine uyulmuyor, keyfi davranışlar.” (Anket 124)

“Bizim eski dükkân sahibimiz bize anlattı da hala aklıma geldikçe gülüyorum. Bu adam bir düğüne gitmiş. Bu adam 30-40 yıldır mobilyacı artık çat pat iyi kötü işler yapıyor. Gidiyor düğüne, işte bir sürü kalabalık falan var. Bir ilde hani düğün ya tanımadığın birçok insanın olduğu yer. Biri denk geliyor konuşuyorlar tabi hoş sohbet bayağı sosyal olarak güzel bir arkadaşlık yapıyorlar. Adam diyor ki yav ‘sen ne iş yapıyordun’, (...) işte ‘Antalya’da mobilya atölyem var. Mobilyacıyım ben’ diyor. Aynen böyle hareket [elini sallar] ‘bana beş metre uzak dur kardeşim’ diyor. ‘Ben mobilyacılarımdan çektiğim kadar hiçbir şeyden çekmedim’ diyor. Düşünsene öncesinde hiç bir şey yok diyor ki ‘ben mobilyacıyım’, adam diyor ki ‘bana beş metre uzak dur kardeşim. Ben bu sektördeki adamlardan çok çektim’. Yani adamın sohbeti, bilmem neyini, bütün her şeyini ezdi geçti görüyor musun! Yani işte böyle bir sektördeyiz. Bak ben mobilyacıyım ben kendim dahi diyorum mobilyacılar profesyonel yapmadığı için prosedür üstünden alıyoruz ya hani sözleşme yok, yapılacak işin detayı yok, süre yok, miktar yok. Yani bu anlamda iyi bir şey vermiyoruz halkımıza ve bu halkta bunu söylüyor ister istemez. (...) Biz esnaf olabilmek için halkın gözünde ölçümüzü onlar belirlemiyor mu? Onlar belirliyor, bence sosyal ilişkiler çok önemli, söz vermek çok önemli, yapamayacağın işi yapıyorum demek çok önemli.” (G3)

“Bizde tahsilattır, işimizin en zor yanı tahsilattır. Çünkü düşünsene geliyor, bir de kurnazlardır da, bir iki üç dört beş satış yaparsın, altıncı satışta gitmiştir adam. Ya güvenirsin ailesinin içine sokar seni, işte

çocuğuyla tanıştırır, eşıyle tanıştırır, mangala gidersin hani. Bir bakarsın bir gün, bir kamyon malzeme gitmiş. Şu an bir kamyon malzeme bir buçuk milyon. Bizim işin en zor yanı tahsilatı.” (G7)

Katılımcıların %42,5’i *mesleki dayanışmanın* eksikliğinden yakınmaktadır. Bu kapsamda, komşu esnaflar arasında iletişim ve etkileşimin zayıf olduğu, haklarının savunulması noktasında organize olma ve örgütlenme hususlarında yetersizliğin olduğu dile getirilmektedir. Bu durum, hakların savunulması ve ihtiyaçların dile getirilmesini olumsuz yönde etkilemektedir. Esnaflar tarafından yetersiz sosyalleşme ve iletişimsizliğin ve birlik duygusunun oluşamamasının, geniş pazarlara açılma ve işletmelerin büyümesi önünde engel teşkil ettiği dile getirilmektedir:

“Komşuluk ilişkisinde zayıflık. İletişimsizlik var.” (Anket 23)

“Esnaflar arasında iletişim zayıflığı var. Sadece maddiyata dayalı ilişkiler var. Bir iş yapalım herkesin işine yarasın düşüncesi yok.” (Anket 30)

“Herkes kendi işinde gücünde. Kimsenin kimseye faydası yok. Vicdan eksikliği var.” (Anket 60)

“Organize olalım, dükkân kiralari şu olsun, kooperatif organize olamıyor, biz esnaflar nasıl organize olalım.” (Anket 185)

“Eskiden mesela ustalar haftada bir de olsa, en kötü ihtimal ay da bir de olsa bir yerlerde toplanıp mangal falan yakarlardı. Bir şeyler yaparlardı. Şu an öyle bir şey, hiç bir şekilde kalmadı. (...) Çünkü hiç kimse kimseyle artık samimiyet kurmak istemiyor. Hani eskiden çalıştığın iş yerindeki insanlar senin aileden bir parçaydı ve ailedeki o güzel insanlığı işte diğer aile mensuplarıyla bir araya getirmek isterdin. Şimdi ise sanayideki hiç kimse çalışanlarıyla ne aile olarak görüşmek istiyor ne de onları bir parçası olarak görüyor. Kesinlikle aileden bir parçaymış gibi bakmıyor. Sadece benim yanımda çalışan bir elaman, ben parasını veririm, o da hafta sonu çıkar, ne yaparsa yapar düşüncesiyle.” (G1)

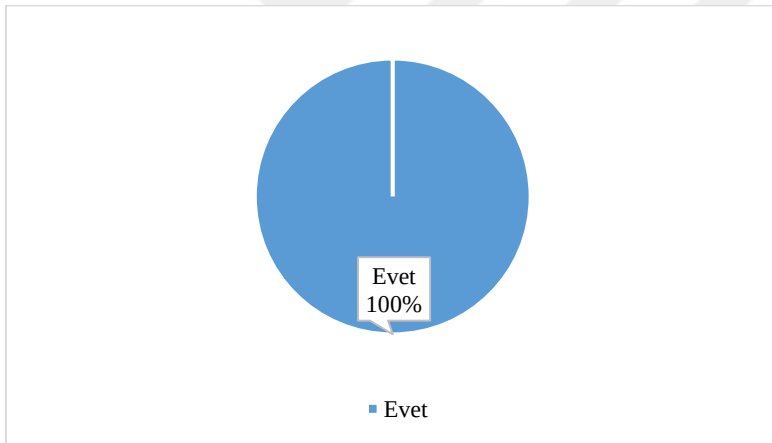
Benzer bir bulguya da Bilecik’te küçük sanayi sitesinde gerçekleştirilen bir başka çalışmada rastlanmış olup, esnafların mesleki konularda bütüncül bir şekilde hareket edemedikleri saptanmıştır (Aydemir ve Ateş, 2011: 177). Isparta örneğinde gerçekleştirilen bir başka çalışmada, kurum ve kuruluşların destek sağlayacak işletme bulamamaktan, esnafların ise onlara destek sağlayacak kuruluşun olmamasından yakındığı saptanmış olup bu durumun desteğe ihtiyaç duyanlar ile destek sağlayıcılar arasındaki koordinasyon eksikliğinden kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır (Baykul, 2009: 138-139). Esnafları tek çatı altında toplayan, katı ve sıkı kurallara sahip ahilik ve lonca teşkilatı gibi örgütler günümüzde mevcut değildir. Bunun yanı sıra küreselleşme ve artan rekabet, mikro ve küçük işletmelerin büyük işletmeler karşısında daha da kırılgan hale gelmesini beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda hem esnafların ortak hareket etme bilinci ve kuvvetinden yoksun oldukları hem de mesleki kurum ve kuruluşların güçlü bir hareketlilik sağlama noktasında esnafların beklentilerini

karşılayamadığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, mesleki organizasyonlar ile esnaflar arasında bir kopukluğun olduğu ifade edilebilir.

Günümüz ekonomik sisteminde artan rekabet, işletmeler arası ilişkilerde köklü dönüşümlere yol açmış ve ön plana çıkarılan kârın maksimizasyonu söylemi beraberinde ahlaki değerlerde aşınmaları getirmiştir. Oysa alan yazınında, iş ahlakının sürdürülebilir bir iktisadi büyüme ve girişimcilik için vazgeçilmez bir unsur olduğu ve önemi giderek daha fazla vurgulanmaktadır.

5.5.6. Müşterilerle İlişkiler

Katılımcılara müşterilerinin kendilerinden memnuniyet durumları sorulmuş olup örneklemin tamamı müşterilerinin kendilerinden memnun olduklarını dile getirmişlerdir (bkz. Şekil 5.22). Soruyu yanıtlarken kimi zaman “*müşteriye sormak lazım*” diyerek o an dükkânda bulunan müşterilere işaret edilmiş ve kimi zaman da “*memnun olmasaydılar ayakta kalamazdık herhalde*” şeklinde dönüşler yapılmıştır.



Şekil 5.22 Katılımcılara Göre Müşterilerin Memnuniyet Durumu

Görüşmeler sırasında müşteri seçme durumu da önemli bir unsur olarak ön plana çıkmıştır. Katılımcılar tarafından müşteri seçebilmek, önemli bir başarı noktası olarak tasvir edilmektedir. Buna göre yeterli iş potansiyeline sahip olan işletmeler, sonrasında sorun yaşamamak adına kendi çalışma düzenlerini ve tarzlarını bilen ve hâlihazırda bir güven ilişkisinin kurulu olduğu müşterilerle çalışmak istediklerini ifade etmişlerdir:

“Eğer bir müşteri seçme olayına gelebilirsek bence bu başarıdır. Müşteri seçebilmek bir ayrıcalıktır.” (G3)

“Sıkıntı yaşayacağımız müşterilerle iş yapmıyoruz. Müşterilerin konuşmasına baktığımız zaman konuşmasından zaten artık bu işin içerisinde yıllardır olduğumuzdan dolayı işini yapmadığımız müşterilerimiz var zaten veya yüksek fiyat çekip yaptırmaması için yüksek fiyat çekip gönderdiğimiz

müşteriler var. Ama normal şartlarda müşterilerin seçili olduğu için sorun yaşamıyoruz onlarla. Onlar da bizden bir sorun yaşatmıyor. Müşteri seçmek zorundasın. Çünkü her insanla iş yapılmıyor.” (G8)

“Bugün benim telefonumda beş bin tane adamın telefon numarası var. Hepsi güncel. Hepsi ararlar konuşuruz yılda bir defa bile olsa o beş bin kişiyle görüşürüm. Onun için çok böyle yol üstü müşteriye ihtiyacımız yok. (...) Dikkatini çekti mi bilmem ama bizim tabelamız yok. Hiç dış cepheye baktın mı? (...) Telefonum gece gündüz 24 saat durmuyor. Bana yetiyor zaten bu müşteriler. Benim bir daha hani reklam orada. Tabelam olsa yoldan geçen adam görecekti. Bizim 5009’da ana sokakta çok başımızı ağrıttılar. Adam geziyor, bütün servisleri dolaşmış, ayarı gitmiş. Wolkswagenciye girmiş çıkmış, hepsi üzmüş adamı. Adam normalde şeker gibi bir adam ama başına bunlar geldiği için adam bıkmış artık. En son bize geliyor yol üstündeyiz ya usta arabada bir ses var. ‘Bin abi bir bakalım. Sen kime baktırdın?’ bizim ilk sorumuz bu olmaya başladı artık, ‘kim gönderdi seni? Kim tavsiye etti bizi sana? Yoldan geçerken gördüm girdim derse son dönemde çok ilgilenmiyorduk artık ve artık hiç almıyoruz. Ana yol üstünde de olmadığımızdan rahatız.” (G10)

Sosyal sermaye, diğer esnaf, işletme ve şirketlerle kurulan ilişkilerden çok daha fazlasına işaret etmektedir. Buna göre müşteriler bu ağın önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Esnaflar yalnızca gruplaşma ile değil işlerin devamlılığı noktasında müşteri kitlesini arttırmak ve memnuniyetini sağlamaya yönelik de etkin gayret içerisindeyler. Çünkü müşterinin gözünde yönlendirilen esnaf, yönlendiren esnafın güvenilirliğine ilişkin bir referans kaynağı olmaktadır. Düzenli müşteri bu noktada önem kazanmakta olup belirli bir müşteri potansiyeline erişebilmenin bir hedef olarak belirlediği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda esnafların, iktisadi alanda iktisadi ve sosyal sermaye kaynağı olan müşterilerin memnuniyetini sağlamak amacıyla geliştirdikleri stratejilerin neler olduğu tespit edilmelidir. Bu temelden hareketle tez çalışması kapsamında da esnafların müşteriye yönelik yaklaşımları ve memnuniyet sağlama stratejileri Tablo 5.36’da yer almaktadır.

Tablo 5.36 Müşteri Memnuniyetini Sağlayan Unsurlar

Müşteri Memnuniyetini Sağlama Stratejileri	N	%
Cömertlik ve misafirperverlik	106	30,3
Mesleki uzmanlaşma ve kaliteli üretim	170	48,6
Doğru sözlülük ve güvenilirlik	21	6,0
Hızlılık ve pratiklik	47	13,4
Müşteri odaklılık	6	1,7
Toplam	350	100

Katılımcıların %48,6’sı *mesleki uzmanlaşma ve kaliteli üretimin*, müşteri memnuniyetinde temel kıstas olduğunu belirtmişlerdir. Bu çerçevede, esnaflar tarafından

kaliteli parça ve ürün, tertipli ve özenli hizmet, işin sağlamlığı, işçilik ve ustalığı ön plana çıkarılmıştır. İşletmenin ayakta kalmasını sağlayan temel unsur müşteri memnuniyeti olarak görülmektedir. Mevcut müşteriler, potansiyel müşteriler için oldukça önemli bir araç olarak görülmekte, aynı zamanda iş ahlakında doğru yolda olduklarını gözetmenin bir parçası olarak değerlendirilmektedir:

“Ahilik esnaflığındaki kurallar gereği müşteri memnuniyeti ön planda tutulduğu için önemli olan kalite, zaman ve onun istediğini yapmak, verilen sözde durmak.” (Anket 1)

“Fiyat performans açısından en verimli hizmeti sunuyorum.” (Anket 23)

“Müşteri kaybedince para kaybediyoruz.” (Anket 76)

“Ürün teslimatında bir hata varsa sorgusuz sualsiz geri alıp tekrar yapıyoruz.” (Anket 124)

“Yeni jenerasyonun ayakta durabilmesi için tek sebep bu, kaliteli üretim.” (Anket 199)

“Müşteri memnun olmaz ise küçük esnafta kolay yayılır, ayakta kalmaz.” (Anket 217)

“Müşteri memnun olana kadar uğraşıyoruz. Müşteri bize müşteriyi getiriyor. Referansımız bu.” (Anket 315)

“Müşteriler birbirine tavsiye ediyor. Bir müşteriden beş altı müşteri elde ettiğimiz oldu.” (Anket 184)

“Benim Antalya’da ortalama beş yıllık bir mazim var. İkinci yıla giriyorum şu an sekiz ay daha iki yıl bitti dükkânın kirası. Şimdi üçüncü yılının kirasını ödeyeceğim dükkânın. Kirayı kimseye muhtaç olmadan ödüyorum. Kredi çekmeden ödüyorum, başarabildik yani. Eski gidişat çok değişti. Çünkü ben duruşumu gidişatımı hiç bozmadım, o duruşta gidiyorum. Yani dürüst, doğru iş yapmak pahalı yap ama dürüst doğru yap şeffaf ol. Müşteriler iş yerinde oturup aracın başında durabilirler, soru sorabilirler. Ben öyle şey değilim yani nasıl diyeyim diğer iş yerleri gibi araç başında duramazsınız, ustanın yanında duramazsınız diye böyle bir şey yok. Benim işim şeffaf.” (G8)

İşletme sahiplerinin %30,3’ü müşteri memnuniyetini cömertlik ve misafirperverlik ile sağladıklarını ifade etmişlerdir. Bu kapsamda müşteri memnuniyetini ön plana çıkaran işletme sahipleri, müşterinin değerli hissettirilmesi, özen gösterilmesi, karşılanma, güler yüz, samimiyet ve olumlu diyalogu vurgulamışlardır:

“Müşteriye ilgi gösterirsiniz. Müşteri ilgi gördü mü küçük hataları bile görmezden gelir.” (Anket 179)

“Müşterinin her zaman haklı olduğunu unutmamak lazım.” (Anket 251)

Esnaflar tarafından fiyat indirimi yapılması ve maddi konularda esneklik sağlanması da bu tema kapsamında dile getirilmiştir. Aynı zamanda, promosyonlu ürün veya hizmetler, ikram ve ekstralar da müşterilerle olumlu ilişki ve iletişim kurmada katılımcıların ön plana çıkardığı durumlar arasındadır:

“Elimizden geldiği kadar ucuz, sağlam yapmaya çalışıyoruz. İnsanları kurtarma yönüne gidiyoruz.” (Anket 3)

“Fahiş fiyat vermeden ürünü zamanında teslim ediyorum.” (Anket 10)

“Müşteriye karşı maddi konularda esneklik sağlıyorum.” (Anket 58)

“Ufak tefek işler isteyince hesaba katmam. Bu onun hoşuna gider. Hediye veririz. Hediyeğimiz olsun deriz bu müşteriyi kazandırır.” (Anket 213)

Girişim sahiplerinin %13,4’ü, *hızlılık ve pratikliğin* müşteri memnuniyetinde önemli bir kıstas olduğunu dile getirmiştir. Buna göre, katılımcılar tarafından kısa sürede işin veya ürünün teslim edilmesi ve verilen sözde durulması müşteriler için önemli bir ölçüt olarak değerlendirilmektedir. Zamanında teslimat ve verilen sözde durma noktasında iş düzeni ve disiplininin de belirleyici bir öneme sahip olduğu ifade edilmektedir:

“Sanayiye giren projeleri bilmeniz gerekiyor. Neden? Geçenlerde yakın zamanda bir proje girdi. Sanırım bu Bitlis ’teydi (...) O iş daha sanayiye gelmeden, kimse almadan ben Antalya ’ya geldiğini ve Antalya ’daki firmaların alacağını ben duydum. Teklif veren firmaları tanıyordum. Teklif veren firmaların zaten yarısı benim müşterilerimdi ama fiyat olarak anlaşılmadı. Çünkü çok külfetli bu işin bütçesi. Sadece CNC bazında bir buçuk milyon. Toplam iş bütçesi de 30 milyonu geçiyor. Rakamları duyanlar hep aşağı rakam verdiler. Çünkü piyasada iş piyasası zayıf olduğu için herkes işi almak için çok düşük rakam verdi. Benim eski ortağım bile fiyatın yarısını vermiş. Hani bunun gibi şeylere dikkat etmeniz gerekiyor. Sanayiye yılda bir veya iki kez çok yüklü işler girer. Sanayi de onu da dört beş firma alır. Dört beş firma da sektöre dağıtır bunu. Kendi yapabildiğini yapar yapamadığını dağıtır. (...) İkinci bir olay, işi aldınız diyelim, işi bitirdiniz, işi teslim ettiniz diyelim müşteri ödemenin karşılığını aldı mı? O ödeme aldığı zaman size ödeme yapacak ya bunu takip etmeniz gerekiyor. Proje bitti mi? Projenin montajı yapıldı mı? Ne aşamada? Boyandı mı? Yerine takıldı mı? Ne aşamada? Bunları takip etmeniz gerekiyor ki kendi ödemenizi alabilmelisiniz. Yani piyasayı iş olarak sürekli takip etmemiz gerekiyor. Diğer bir olay da nasıl? Rakip demeyelim de meslektaşımız ne boyutta iş çıkarıyor yani sizin kadar temiz çıkarıyor mu yoksa sizin işiniz daha mı temiz, daha seri mi çıkarıyorsunuz, neden farklısınız. Bunu araştırmanız gerekiyor sürekli. Bir tane iş vardı boyacı oteldi sanırım. Sanayide sadece üç tane firma vardı. O üç firma almıştı o işi. Biz öbür atölyede başladığımız da serilik olarak en önde gittik, temizlik olarak da en önde gittik. Biz o işi bitirip teslim ettik. Diğer firmalar yetişemedikleri için bir kısmını da bize yaptırdılar. Aslında biz kendi işimizi bitirdik. Diğer firma CNC’de işi çözemediği için bir kısmını da bize yaptırdı. Öyle şeyler de çok yaşıyoruz.” (G5)

Doğru sözlülük ve güvenilirlik (%6) girişim sahipleri tarafından vurgulanan bir diğer unsurdur. Bu noktada esnaflar müşteriye fazla fiyat vermediklerini, haklarından fazlasını almadıklarını, ekstra işler ve gereksiz masraflar çıkarmadıklarını belirterek dürüstlüğü müşteri memnuniyetinde temel unsur olduğunu iletmişlerdir:

“Yalan dolan iş yapmıyorum. Neyse onu söylüyorum.” (Anket 17)

“Benimle tanışan müşteri beni bırakmaz kolay kolay. Neden bırakmaz? Ben müşteriyi yarı yolda bırakmayı sevmem, yani yüzüne kapıyı kapatmam. (...) Ben müşteri kaybedeceğime para kaybetmeyi

tercih ederim. Neden? Hemen kendi yerime koyarım ben hiçbir şey bilmiyordum ve arabam vardı ben arabamı servise bıraktım ve karşımda ben varım. Çünkü ikili diyalog halindesin. (...) O adamın içini rahatlatıyorum aslında ve onun hoşuna gidiyor. Bu neden hoşuna gidiyor? Hem adam arabası hakkında bilgi alıyor hem içine sınıyor hem de kafasında çözüyor mantığına oturtuyor ve benim yanımdan çıkarken rahat bir şekilde çıkıyor. Çünkü bütün sorularına cevabını alıyor.” (G10)

Katılımcıların %1,7'si tarafından ise *müşteri odaklılık* vurgulanmıştır. Bu kapsamda ürün ve hizmet çeşitliliğinin, isteğe göre üretim sağlayabilmenin ve bu konuda esnek tutum göstermelerinin önemli olduğunu belirten işletme sahipleri müşterilerini kapı kapı gezdirmeyi istemeyerek başka yere göndermediklerini ve bu durumun müşteri memnuniyetini sağlayan temel husus olduğunu ifade etmişlerdir.

Nicel bulgular, esnafların müşteri memnuniyetini sağlama stratejilerini, nitel bulgular ise ürün ve hizmet tesliminde yaşanan aksaklıkların mevcudiyetini görünür kılmaktadır.

“Yazılı prosedürümüz bu anlamda profesyonel değil. Çok amatör. Bu anlamda bu da güvene dayalı olması gerekiyor ister istemez. Yani şöyle düşünün, iş ahlakınızda hani biraz da inancımızla alakalı geldiği için hani diyoruz ya Allah'tan bir mâni gelmezse geleceğim o gün. Şimdi Allah'tan bir mâni gelip gelmediğini müşteriye bazen anlatamıyorsun. Bir kaza oluyor, bir şey oluyor. (...) Şöyle basit bir yalan var makinadaydım, duymadım. Yani bizim çok fazla şeyimiz sektörde fazla yalan var. Ben bunu yapmamaya çalışıyorum elimden geldiği kadar anlatırım. (...) Dediğim gibi en önemli problemlerden birisi şey profesyonel yapmaya çalışma. Sözleşmemizi, süremizi, yapılacak işlerin detayını hiçbir şey konuşulmamış. Şöyle diyebilirsek, müşteriyle esnaf arasındaki iletişimin biraz şey üzerinden bahsederek duygusal anlamda olması, prosedür, evrak değil de onun sözüyle. Sözleşme değil de itibar olayı. Biraz şeyle alakalı aslında yazılı bir şey olması lazım. (...) Biz bunun eğitimini almadık. Birde kültürel olarak böyle bir yapıya sahip değiliz.” (G3)

“Ahilikte mesela yalan çok önemlidir. Yalan söylemeyeceksin. Karşıdaki insana hiçbir zaman yalan söylemeyeceksin. Bizim burada tozpembe yalanlarımız oluyor. Ne gibi yalanlar ya adamın hayatına müdahale edecek yalanlar söylenmiyor. Ne gibi yani daha arabanın balatası sökülmedi ama işte adam arıyor bir şey istiyor senden. O an o doneyi veriyorsun. Ona diyorsun ki abi balatayı söktük, kötü gözüküyor ama ben sana haber veririm. Bu bir yalan. Söylenmemesi gereken bir şey ama adamlar çok hızlı iş istedikleri için senden biraz tozpembe yalanlar atıyorsun ama mesela adam usta benim arabam yarın çıkar mı motor inecek binecek veya motor revize edilecek. Bu adama yarın çıkar deyip almıyorum mesela. Ben onun vebaline varmıyorum. Belki 24 saat çalışsam bitirebilirim ama gerek yok. O yalan o adamın hayatını etkileyebilecek bir yerdeyse ben o yalanda yokum. Zaten parasal maddesel hiç konuşulmaz.” (G10)

Bürokratik işlemlerde yaşanan sıkıntılar, esnaf ve sanatkarların yaşadığı sorunların kaynakları arasında yer almaktadır (Darıcı vd., 2012: 3). Yoğun iş akışına sahip sanayilerde alınan işlerin daha çok sözel bir zeminde kalması ve işin içeriği teslimatı ve izlenecek aşamaların prosedürel bir zeminde temellendirilmemesinin müşterilerle esnaflar arasında bazı gerilimleri beraberinde getirdiği anlaşılmaktadır. İtibarın ve sözün senet olduğu sosyal yapının aşınmasına rağmen işleyişin sözel bir temelde ilerlemesi beraberinde bazı aksaklıklara yol

açmaktadır. Çalışan sayısı ve mekânları itibarıyla belirli bir sınırlılığa sahip küçük sanayilerde, bürokratik süreçleri aşabilmek ve bunlarda zaman kaybını önleyebilmek adına bürokratik işlemlerden uzak durulmaktadır. Ancak, iş akışında yaşanan keyfi tutum, müşterilerin zarar görmesine sebep olabilmekte ve esnaflara ilişkin beliren olumsuz algının kaynağını oluşturabilmektedir:

“Mobilyacılar genelde geç veriyor. İş çok ama o işi kaçırmak istemediği için gecikiyor.”
(Anket 180)

“Çocukken babam anlatıyor. Bir ajandaları varmış. Pazartesi, salı şu şu gelecek gidip gidiyordu. Şimdi ise herkesin acelesi var.” (Anket 218)

“İnsanlar diyor ki yav sanayiye niye gideyim, niye gideyim diyor. Beş yüz lira fazla veririm servise giderim diyor. Biz bunu son zamanlarda daha çok duymaya başladık. Ne dedim bu insanlara müşteri gibi davranmıyor. Bir yaptırım yapacak kimse yok. Hani Ahmet böyle davrandı yaptırım yapacak kimse yok, kanunda böyle bir şey yok. (...) Gittiğin zaman seni bir tane servis danışmanın karşılar, muhatabın o olur. Senin adına bütün o işleri o yönetir. Sen aradığın zaman servisi benim aracım ne durumda dediğin zaman servis sahibiyle görüşmezsın, direk servis danışmanıyla görüşürsün. Bu kurumsallık senin de önüne geçiyor. Yani ben oraya gidip cazgırlık çıkarmaya çalıştığım zaman karşımda ciddi birilerini görebilirim. Burada öyle bir şey yok. (...) Kayıtlı kurumsal muhatap bulabiliyorlar karşılarında yapılan işte bir sıkıntı olduğu zaman direk ben serviste garantili yaptırdım. Garanti arıyor müşteri garanti. Sanayide kim verir, kimse vermez. (...) Ben servise götürürüm arabayı, sanayide beş bin lira vereceğime on bin lira veririm karşımda muhatap var. Bir problem oldu mu (...) serviste mecbur yapmak zorunda olduğu için insanlar yetkili servisi daha çok tercih ediyorlar.” (G10)

Giddens’in (2018) modernliğin sonuçları kapsamında da ifade ettiği üzere güven günümüzde soyut sistemler üzerinden inşa edilmeye başlanmıştır. Bu durum değişen müşteri eğilimlerinde de kendisini göstermektedir. Müşterilerin sanayide yaşadıkları sorunların bir sonucu olarak garantili, kurumsal ve haklarını savunabilecekleri bir sisteme yönelim gösterdikleri anlaşılmaktadır:

“Ben mobilyada kısa bir dalım. Yarı mamul bir üretim yapıyoruz, biz fason çalışıyoruz. Fason çalışmanın zorluğunu anlatayım ben size. Müşterilerin birçoğu yine sanayi esnafı ve gelen her iş acil sanki acil serviste çalışıyormuş gibi bir olay var burada. On, on beş dakikaya biri gelir benim işim ne oldu diye sorar. Bende yapamadım diyeceğim gelen her iş acil olduğu için ve ben karşılık veremiyorum verebildiğim kadarıyla başta da bahsettim süre olarak vermeye çalışıyorum yüzde doksan da bu süreyi kabul etmiyorlar. Sen elinden geleni yapta almaya çalışalım. Tamam abi, yardımcı olurum dediğiniz anda sen sanki adamın istediği zamanda vermek zorunda kalıyorsunuz. Bu sürede müşteri geliyor gidiyor arıyor. (...) Az önce on beş, yirmi dakika kestirdim. O sürede sekiz tane cevapsız arama vardı. Benim için en zor olan kısmı süre. Süreye cevap veremiyorum. Dediğim gibi üçüncü makineyi de alma sebebim bu olacak, süreye cevap verebilmek için. Ben her zaman şunu istedim gelen bir iş beklemesin hemen bitsin çıksın. Bu yüzden ikinciye aldım, bu yüzden üçüncüyü alacağım. Benim işimin sevmediğim tek yanı bu yetişmemek, zaman olarak yetişemiyorum.” (G5)

Modernleşme ile birlikte sözün senet olarak görüldüğü ve güven esaslı ilişkilerin ön planda olduğu geleneksel toplum yapısının izleri her ne kadar aşınmaya başlasa da pek çok alanda geleneksel örüntülerin beklentiler ve eylemler bağlamında varlığını koruduğu anlaşılmaktadır. Mevcut örneklerde de görüldüğü üzere, güven temelli ilişkiler üzerine tesis edilen esnafılıkta söz üzerinden yürüyen ilişkilerin mevcudiyeti, iktisadi alanın sosyal olana gömülülüğüne işaret etmektedir. Bu noktada, her ne kadar ilişkiler söz üzerinden ilerleme eğilimi gösterse de günümüzde iktisadi işleyişin buna uyum sağlayamadığı anlaşılmaktadır. Ogburn (1923: 200-203), modern zamanlarda yaşanan hızlı değişimlerin bazı toplumsal sorunlara yol açacağından bahseder. Bunlardan birisi de tüm kültürel öğelerin aynı hızda değişmemesine ilişkindir. Kültürün maddi ve manevi unsurlarının karşılıklı bağımlılık ilişkisi içerisinde olduğuna değinerek bir icat veya keşif yoluyla gerçekleşen maddi bir değişime hızla uyum sağlanırken, maddi olmayan unsurlar yani kültür aynı hızda değişim geçirmeyebilir. Bu uyumsuzluğu Ogburn, “kültürel gecikme” kavramı üzerinden ifade eder. Çünkü günümüzde iş akışı ve rekabet, geleneksel olanı aşındırmaya zorlamış, böylelikle yatkın ve aşına olunan ile mevcut olan arasındaki ayrım açılmıştır.

Tez kapsamında esnafların müşteri memnuniyetini sağlama konusunda çeşitli stratejiler benimsedikleri ortaya çıkarılmış olup bununla ilişkili olan faktörlerin de tespit edilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu temelden hareketle çok kategorili lojistik regresyon analizi yapılarak müşteri memnuniyeti için yapılanları açıklamaya yardımcı olan unsurlar tespit edilmek istenmiştir. Tablo 5.37’de de görüldüğü üzere Pearson testi sonucuna göre p değerinin 0,05’ten büyük olduğu tespit edilmiş ve tahmin edilen modelin anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır (Pearson $\chi^2 = 1387.472$, sd = 1328 ve p = 0.125 > 0.05). Nagelkerke R^2 testi sonucuna göre de modelde bağımlı değişkenlerin esnafların müşteri memnuniyetini sağlama stratejilerindeki değişimleri %32 oranında açıkladığı ifade edilebilir (bkz. Tablo 5.37).

Tablo 5.37 Müşteri Memnuniyetine İlişkin Uyum İyiliği ve R^2 Testi Sonuçları

Model Uyum İyiliği					Uyum İyiliği				Pseudo R ²	
Model	-2 LL	χ^2	sd	p.	χ^2 sdp.				Cox and Snell	,296
Sabit Terimli	854,448				Pearson	1387,472	1328	,125	Nagelkerke	,324
Doymuş	731,649	122,798	68	,000	Sapma	731,649	1328	1,000	McFadden	,144

İşletmelerin müşteri memnuniyetini sağlama durumları ile ilişkili etkenlerin incelendiği Tablo 5.38’de görülen regresyon modelinde, katılımcıların müşteri memnuniyetini sağlama

stratejilerinin yıllık ciro, çalışan sayısı, mesleki deneyim süresi, eğitim, kalite standart belgesine sahiplik, göç ve iş yeri mülkiyet durumu ile istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki içerisinde olduğu saptanmıştır. Tablo 5.38’de yer alan çok kategorili lojistik regresyon analizinde p değeri 0,05 ve daha düşük olanlar istatistiki olarak anlamlı ilişkiyi göstermekte olup p değeri 0,10 ve altında olanlar da yorumlama sürecinde dikkate alınmıştır.

Tablo 5.38 Müşteri Memnuniyetine İlişkin Çok Kategorili Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

Evet ise Memnuniyet İçin Neler Yapıyorsunuz? ^a		B	Std. hata	Wald	p.	Exp(B)	Exp(B) için 95% güven aralığı	
							Alt sınır	Alt sınır
Mesleki uzmanlaşma ve kaliteli üretim	Sabit	-,113	,798	,020	,887			
	Yıllık ciro	,000	,000	9,167	,002	1,000	1,000	1,000
	Çalışan sayısı	,092	,049	3,575	,059	1,096	,997	1,205
	Mesleki deneyim süresi karesi	-,002	,001	4,511	,034	,998	,996	1,000
	Mesleki deneyim süresi	,108	,052	4,243	,039	1,114	1,005	1,235
	İşletme faaliyet süresi	,012	,016	,553	,457	1,012	,981	1,044
	[Antalya’ya göç etmiş=1]	-,093	,272	,118	,731	,911	,535	1,551
	[Antalya doğumlu=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Otomotiv=1]	-,204	,393	,270	,603	,815	,378	1,760
	[Mobilya=2]	,015	,440	,001	,974	1,015	,429	2,402
	[Makine ve Metal=3]	-,309	,414	,556	,456	,734	,326	1,654
	[Çeşitli İşler=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki tutarlılık var=1]	,408	,358	1,295	,255	1,504	,745	3,035
	[Mesleki tutarlılık yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[İşyeri mülk sahibi=1]	-,509	,397	1,645	,200	,601	,276	1,309
	[İşyeri kiracı=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Kalite standart belgesi var =1]	,152	,289	,279	,597	1,165	,662	2,050
	[Kalite standart belgesi yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Evli=1]	,470	,386	1,484	,223	1,601	,751	3,412
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Okur-yazar ve ilkokul mezunu=1]	-1,137	,575	3,908	,048	,321	,104	,990
	[Ortaokul=2]	-1,254	,570	4,841	,028	,285	,093	,872
	[Lise=3]	-1,154	,507	5,181	,023	,315	,117	,852
	[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki eğitim var=1]	,204	,277	,541	,462	1,226	,712	2,110
	[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
Doğru sözlülük ve güvenilirlik	Sabit	-3,131	1,786	3,073	,080			
	Yıllık ciro	,000	,000	4,892	,027	1,000	1,000	1,000
	Çalışan sayısı	-,361	,167	4,696	,030	,697	,502	,966
	Mesleki deneyim süresi karesi	-,002	,002	,510	,475	,998	,994	1,003
	Mesleki deneyim süresi	,128	,122	1,095	,295	1,136	,895	1,443
	İşletme faaliyet süresi	,028	,033	,698	,403	1,028	,963	1,098
	[Antalya’ya göç etmiş=1]	,318	,552	,332	,565	1,374	,466	4,052
	[Antalya doğumlu=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Otomotiv=1]	,301	,776	,151	,698	1,351	,295	6,188
	[Mobilya=2]	-1,596	1,089	2,149	,143	,203	,024	1,712
	[Makine ve Metal=3]	-,022	,818	,001	,979	,979	,197	4,867
	[Çeşitli İşler=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki tutarlılık var=1]	,895	,847	1,116	,291	2,447	,465	12,875
	[Mesleki tutarlılık yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[İşyeri mülk sahibi=1]	,283	,898	,099	,753	1,327	,228	7,717
	[İşyeri kiracı=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Kalite standart belgesi var =1]	-,966	,583	2,742	,098	,381	,121	1,194

	[Kalite standart belgesi yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Evli=1]	-,969	,702	1,906	,167	,379	,096	1,502
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Okur-yazar ve ilkokul mezunu=1]	-1,750	1,431	1,494	,222	,174	,011	2,874
	[Ortaokul=2]	-,228	1,287	,031	,859	,796	,064	9,910
	[Lise=3]	,574	1,182	,236	,627	1,776	,175	18,016
	[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki eğitim var=1]	,562	,583	,930	,335	1,754	,560	5,496
	[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
Hızlılık ve pratiklik	Sabit	-,463	1,103	,176	,675	.	.	.
	Yıllık ciro	,000	,000	5,228	,022	1,000	1,000	1,000
	Çalışan sayısı	,092	,065	2,013	,156	1,096	,966	1,244
	Mesleki deneyim süresi karesi	,000	,001	,026	,871	1,000	,998	1,003
	Mesleki deneyim süresi	,027	,065	,173	,677	1,028	,904	1,168
	İşletme faaliyet süresi	-,016	,023	,506	,477	,984	,940	1,029
	[Antalya'ya göç etmiş=1]	-,086	,386	,049	,825	,918	,430	1,958
	[Antalya doğumlu=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Otomotiv=1]	,571	,664	,740	,390	1,770	,482	6,497
	[Mobilya=2]	1,310	,685	3,661	,056	3,708	,969	14,193
	[Makine ve Metal=3]	,382	,696	,302	,583	1,466	,375	5,732
	[Çeşitli İşler=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki tutarlılık var=1]	-,249	,499	,249	,618	,780	,293	2,073
	[Mesleki tutarlılık yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[İşyeri mülk sahibi=1]	,017	,576	,001	,976	1,017	,329	3,146
	[İşyeri kiracı=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Kalite standart belgesi var=1]	,674	,435	2,405	,121	1,962	,837	4,599
	[Kalite standart belgesi yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Evli=1]	-,265	,486	,298	,585	,767	,296	1,989
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Okur-yazar ve ilkokul mezunu=1]	-1,918	,735	6,811	,009	,147	,035	,620
	[Ortaokul=2]	-1,625	,691	5,520	,019	,197	,051	,764
	[Lise=3]	-1,851	,615	9,075	,003	,157	,047	,524
	[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki eğitim var=1]	-,095	,391	,059	,808	,909	,423	1,955
	[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
Müşteri odaklılık	Sabit	-34,344	4695,448	,000	,994	.	.	.
	Yıllık ciro	,000	,000	2,284	,131	1,000	1,000	1,000
	Çalışan sayısı	,218	,269	,655	,418	1,243	,734	2,106
	Mesleki deneyim süresi karesi	-,002	,004	,151	,697	,998	,991	1,006
	Mesleki deneyim süresi	,190	,235	,652	,420	1,209	,762	1,918
	İşletme faaliyet süresi	-,130	,094	1,917	,166	,878	,731	1,055
	[Antalya'ya göç etmiş=1]	-2,799	1,653	2,865	,091	,061	,002	1,556
	[Antalya doğumlu=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Otomotiv=1]	-19,739	4776,789	,000	,997	2,675E-9	,000	.
	[Mobilya=2]	1,005	1,892	,282	,595	2,732	,067	111,321
	[Makine ve Metal=3]	,660	1,478	,200	,655	1,935	,107	35,062
	[Çeşitli İşler=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki tutarlılık var=1]	20,086	,000	,	,5289748	528974831	528974831	528974831
	[Mesleki tutarlılık yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[İşyeri mülk sahibi=1]	-4,174	1,832	5,194	,023	,015	,000	,557
	[İşyeri kiracı=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Kalite standart belgesi var=1]	,243	1,296	,035	,851	1,275	,100	16,188
	[Kalite standart belgesi yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Evli=1]	-2,305	1,624	2,014	,156	,100	,004	2,407
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Okur-yazar ve ilkokul mezunu=1]	14,843	4695,448	,000	,997	2794700,960	,000	.

[Ortaokul=2]	16,225	4695,448	,000	,997	1112927 5,321	,000	.
[Lise=3]	17,933	4695,448	,000	,997	6138080 7,374	,000	.
[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
[Mesleki eğitim var=1]	-2,612	1,613	2,622	,105	,073	,003	1,732
[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.

a. Referans kategori: Cömertlik ve misafirperverlik.

b. Sabit değişken olarak ele alınması nedeniyle 0 olarak gösterilmiştir.

c. Sistem tarafından değer kayıp olarak kaydedilmiştir.

Tahmin edilen model sonucuna göre, müşteri memnuniyetini gerçekleştirmede cömertlik ve misafirperverlik referans kategori olarak dikkate alındığında mesleki uzmanlaşma ve kaliteli üretim stratejilerini kullanma olasılığı, yıllık ciro, çalışan sayısı ve mesleki deneyim süresi ile pozitif yönlü, üniversite ve lisansüstü mezunu olma durumuna kıyasla diğer tüm alt eğitim kategorileri ile negatif yönlü ilişkiye sahiptir. Bu bulgular, yüksek eğitim, deneyim ve büyük iş yeri sahipliğinin, müşteri memnuniyetini sağlamada geleneksel değerlere kıyasla profesyonel yaklaşımları daha fazla beraberinde getirdiğine işaret etmektedir. Aynı zamanda elde edilen bulgular, mesleki uzmanlaşma ve kaliteli üretim stratejisini tercih etme olasılığına mesleki deneyimin olumlu yönde etki yaptığını ancak bunun zamanla azaldığını göstermektedir.

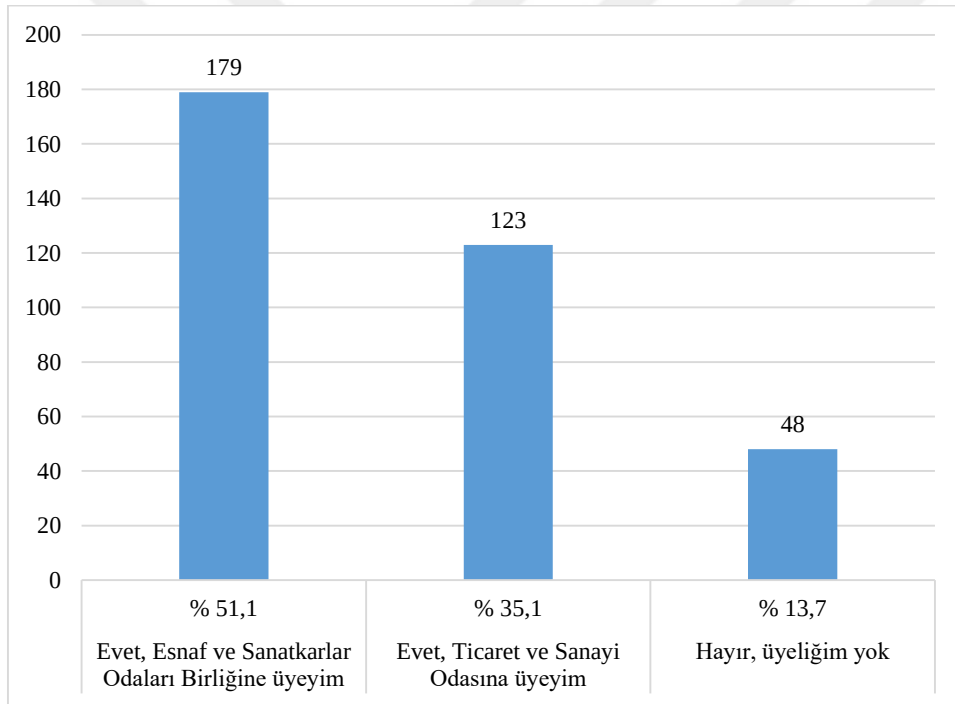
Müşteri memnuniyeti sağlamada cömertlik ve misafirperverliğe kıyasla doğru sözlülük ve güvenilirliğin öncelenmesi durumu yıllık ciro ile pozitif, çalışan sayısı ve kalite standart belgesine sahip olma durumu ile negatif yönlü ilişkiye sahiptir. Yıllık cironun yüksek olması, işletme sahibi ile müşteri samimiyetinden ziyade güven odaklı alışveriş sürecinin ön plana çıktığına işaret etmektedir.

Müşteri memnuniyeti sağlamada cömertlik ve misafirperverliğe kıyasla hızlılık ve pratikliği önceleme durumu, yıllık ciro, eğitim ve iş kolu ile istatistiksel açıdan anlamlı şekilde ilişkilidir. Buna göre, müşteri memnuniyeti sağlamada hızlılık ve pratikliğin cömertlik ve misafirperverliğe kıyasla tercih edilme olasılığı, yıllık ciro ile artmakta, çeşitli iş kollarına kıyaslandığında mobilya iş kolu ile pozitif, üniversite ve lisansüstü mezunu olanlarla kıyaslandığında diğer tüm alt eğitim durumları ile negatif yönlü ilişki içerisindedir. Elde edilen bulgular, yüksek eğitim seviyesinin ve büyük işletmelerin, müşteri memnuniyetini sağlamada geleneksel stratejilere kıyasla profesyonel stratejileri daha çok ön plana çıkardığına işaret etmektedir. Müşteri memnuniyeti sağlamada cömertlik ve misafirperverliğe kıyasla müşteri odaklılık, Antalya'ya göç edenler ve mülk sahibi olma durumu ile negatif yönde ilişkilidir. Bu durum, Antalya doğumlu olmanın beraberinde getirebileceği sosyal ilişkilerin yoğunluğu ve kiracıların giderlerinin mülk sahiplerine göre daha fazla olması sonucunda, işletmelerin belirli

bir uzmanlaşma alanına odaklanmaktan ziyade müşterilerin isteklerini odak noktası haline getirmiş olabileceğine işaret etmektedir. Oluşturulan model neticesinde mesleki tutarlılık ile müşteri memnuniyeti sağlama stratejileri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olmadığı saptanmıştır.

5.5.7. Kurumsal İlişkiler

Türk-Müslüman toplumlarının iktisadi yaşamına mesleki örgütlenmeler olarak ahilik teşkilatı ve ardından lonca sistemi önemli etkilerde bulunmuştur. Günümüzde ise tezin üçüncü bölümünde 3.4.4 *Türkiye’de Küçük İşletmeler ve Esnafın Konumu* başlığı altında işletmelerin üye olduğu meslek odaları ele alınmıştır. Bu kapsamda, örneklem grubunun bağlı olduğu meslek odaları Şekil 5.23’te görülmektedir.



Şekil 5.23 İşletmelerin Meslek Odalarına Üyelik Durumu

Katılımcıların %51,1’i Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliğine ve %35,1’i Ticaret ve Sanayi Odasına üye olduğunu belirtmiş olup %13,7’si hiçbir üyeliği bulunmadığını ifade etmişlerdir. Saha sohbetleri sırasında kredi çekme veya işletmeye ilişkin resmi işlemlerde gereklilik arz ettiği için odalara üye olduklarını belirten esnaflar da söz konuş olmuştur. Elde edilen bulgular ışığında, günümüzde meslek odalarının, ahilik ve lonca teşkilatı gibi devlet tarafından kontrolün sağlandığı, sıkı kuralların ve işleyiş yapısının olduğu bir mesleki örgüt olma özelliğini taşımadığı ifade edilebilir.

Katılımcıların iş kolları ile meslek odasına üye olma durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde ilişki saptanmıştır ($\chi^2 = 15,649$ p = 0,016 < 0,05). Buna göre çeşitli işler kategorisinde yer alan işletmelerin diğer iş kollarına kıyasla daha fazla Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliğine üye oldukları görülmektedir. Mobilya alanında yer alanların ise diğer faaliyet alanlarına kıyasla daha yüksek sıklıkla Ticaret ve Sanayi Odası'na üye oldukları saptanmıştır. Otomotiv iş kolunda yer alanların ise diğer iş kollarıyla karşılaştırıldığında daha yüksek oranda hiçbir odaya üyeliği bulunmamaktadır.

Meslek odasına üyelik durumu ile sanayi sitesinde dayanışma ve yardımlaşma olup olmadığını düşünme durumu arasında da istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($\chi^2 = 8,338$, p = 0,015 < 0,05). Buna göre Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliğine üye olanlar Ticaret ve Sanayi Odasına üye olanlara ve üyeliği bulunmayanlara kıyasla daha yüksek sıklıkla sanayi sitesinde dayanışma olduğunu düşünmektedirler. Ticaret ve Sanayi Odasına üye olanlar ise diğer iki duruma kıyasla daha yüksek düzeyde dayanışma ve yardımlaşma olmadığı fikrindedirler. Daha önce tartışıldığı üzere, Ticaret ve Sanayi Odasına üye olma ölçütleri dikkate alındığında, bu işletmelerin daha büyük olma durumları, dayanışma ve yardımlaşmanın yeterince olmamasına yol açabilir. Çünkü işletmeler küçüldükçe, esnaflar arası etkileşimin artması beklenmektedir.

Meslek odasına üye olma, işletmelerin iş hacimleri ve kapasiteleri ile son derece ilişkilidir. Aynı zamanda, çalışma kültürlerine ve mesleki deneyime ilişkin de önemli bir yaklaşım sağlamaktadır. Tablo 5.39'da bağlı bulunulan meslek odası ile işletmecilerin mesleki deneyim süreleri, işletme faaliyet süresi ve çalışan sayıları arasındaki ilişki irdelenmiştir.

Tablo 5.39 Mesleki Deneyim, İşletme Faaliyet Süresi ve Çalışan Sayısına Göre İşletmelerin Meslek Odalarına Üye Olma Durumları (Kruskal Wallis H Testi Sonuçları)

	Meslek Odalarına Üye misiniz?	N	Sıra Ort.	sd	χ^2	p.
Mesleki deneyim	Evet, Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliğine üyeyim	179	174,58	2	8,888	,012
	Evet, Ticaret ve Sanayi Odasına üyeyim	123	190,81			
	Hayır, üyeliğim yok	48	139,70			
	Toplam	350				
İşletme faaliyet süresi	Evet, Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliğine üyeyim	179	170,01	2	8,455	,015
	Evet, Ticaret ve Sanayi Odasına üyeyim	123	194,36			
	Hayır, üyeliğim yok	48	147,66			
	Toplam	350				
Çalışan Sayısı	Evet, Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliğine üyeyim	179	159,98	2	38,690	,000
	Evet, Ticaret ve Sanayi Odasına üyeyim	123	217,85			
	Hayır, üyeliğim yok	48	124,85			
	Toplam	350				

Meslek odasına üye olma durumuna göre işletmecilerin mesleki deneyimlerinin ortancaları bakımından istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır (bkz. Tablo 5.39). Buna göre, Ticaret ve Sanayi Odasına üyeliği bulunan katılımcıların mesleki deneyim süreleri, hiçbir odaya üyeliği bulunmayanlara kıyasla istatistiki bakımdan anlamlı derecede daha yüksektir. Aynı zamanda meslek odalarına üye olma durumlarına göre işletmelerin faaliyet yıllarının ortancaları bakımından anlamlı bir ilişkisi olduğu görülmektedir (bkz. Tablo 5.39). Ticaret ve Sanayi Odasına üyeliği bulunanların işletme faaliyet yılları, sıra ortalamasına göre herhangi bir odaya üyeliği bulunmayanlara kıyasla daha yüksektir. Bir diğer anlamlı ilişki de meslek odasına üye olma durumuna göre çalışan sayıları arasındadır (bkz. Tablo 5.39). Ortancalarına göre, Ticaret ve Sanayi Odasına üye olan işletmelerin çalışan sayısı üyeliği bulunmayanlar ve Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliğine üye olanlara kıyasla anlamlı derecede daha yüksektir. Görüldüğü üzere Akdeniz Sanayi Sitesinde, Ticaret ve Sanayi Odasına üye olan işletmeler mesleki deneyim, işletme faaliyet süresi ve çalışan sayısı bakımından diğer iki duruma kıyasla daha fazla ön plana çıkmaktadır. Yalnızca belirli düzeyde yıllık ciroya sahip olup tacir statüsüne girenlerin Ticaret ve Sanayi Odasına üye olması gerekliliği göz önünde bulundurulduğunda iş hacmi bakımından daha yoğun bir görünüme sahip olmaları beklenmektedir. Bu bağlamda, yıllık ciro ile mesleki deneyim, işletme faaliyet süresi ve çalışan sayısı arasında anlamlı ilişki olduğu ifade edilebilir. Yaş ise sorgu alanına dahil edilen bir diğer önemli değişken olup normal dağılım sergilemesi sebebiyle Tek Yönlü Varyans Analizi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 5.40'ta sunulmuştur.

Tablo 5.40 Katılımcıların Yaş Ortalamalarına Göre Meslek Odalarına Üye Olma Durumları (Tek Yönlü Varyans Analizi Test Sonuçları)

Esnaf Odalarına Üyelik Durumu	N	Ort.	S	Min.	Maks.		KT	sd	KO	F	p.	Fark
Evet, Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliğine üyeyim (1)	179	42,15	9,088	20	65	Gruplar- arası	1812,111	2	906,055	10,889	,000	3<1 3<2
Evet, Ticaret ve Sanayi Odasına üyeyim (2)	123	44,24	9,538	23	66	Gruplar- içi	28872,906	347	83,207			
Hayır, üyeliğim yok (3)	48	37,00	8,087	24	52	Toplam	30685,017	349				
Toplam	350	42,18	9,377	20	66							

KT: Kareler toplamı (Sum of square); KO: Kareler ortalaması (Mean square)

Esnaf odalarına üye olma durumu ile katılımcıların yaş ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır (bkz. Tablo 5.40). Buna göre, hiçbir odaya üyeliği olmayan katılımcıların yaş ortalaması Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliğine ve Ticaret ve

Sanayi Odalar Birliğine üye olanlara kıyasla daha düşüktür. Katılımcıların üyesi bulundukları meslek odasından memnun olma durumları da irdelenmiş olup Tablo 5.41’de verildiği gibidir.

Tablo 5.41 Üyesi Olunan Meslek Odasından Memnun Olma Durumu

Meslek Odasından Memnuniyet Durumu	N	%	Geçerli %
Evet, memnunum.	257	73,4	85,1
Hayır, memnun değilim.	45	12,9	14,9
Toplam	302	86,3	100

Meslek odalarına üyeliği bulunan esnafların %85,1’i, ilgili odanın çalışmalarından memnun olmadıklarını dile getirmişlerdir. Memnun olduklarını dile getirenler “*bir beklentimiz yok*” ve “*faydasını da zararını da görmedik*” şeklinde geri bildirimlere bulunmuşlardır. Katılımcıların üyesi bulundukları meslek odalarından memnun olmama sebepleri ise Tablo 5.42’de yer almaktadır.

Tablo 5.42 Üyesi Olunan Meslek Odasından Memnun Olmama Sebepleri

Meslek Odasından Memnun Olmama Sebepleri	N	%	Geçerli %
Menfaat birliği ve dayanışma bilincinin eksikliği	21	6,0	46,7
Mesleki gelişim ve denetimin yetersizliği	12	3,4	26,7
Herhangi bir faydası yok	12	3,4	26,7
Toplam	45	12,9	100

Esnaf/ticaret odasına üye olan esnaflar içerisinde, bu kurumların çalışmalarından memnun olmadıklarını ifade eden esnafların %46,7’si *menfaat birliği ve dayanışma bilincinin eksikliğinden* yakınmaktadır. Bu kapsamda esnaflar, özellikle ekonomik istikrarsızlık dönemlerinde sorunlarının dinlenilmediği ve yeteri kadar dile getirilmediğini ve bu kapsamda eylemde bulunulmadığından bahsetmektedirler.

Üyesi bulundukları meslek odasından memnun olmadığını ifade eden esnafların %26,7’si *mesleki gelişim ve denetimin yetersizliğinden* yakınmaktadır. Katılımcılar, iş kapasitesini, üretimi ve kaliteyi arttırmaya yönelik yapılacak iyileştirmelerin, sanayinin kalkınması adına oldukça faydalı olacağı görüşündedirler:

“*Sanayi denetlenmeli. Ustalık belgesi olmayan kişilerin çalışması kontrol edilmeli.*” (Anket 72)

“*Üç beş ayda sanayi esnafını toplamak, sanayinin iş kapasitesini artırmak için yurtdışı, makine gezileri, fuarlara götürmelerini isteriz.*” (Anket 5)

Üyesi oldukları odanın faaliyetlerinden memnun olmadığını dile getiren esnafların %26,7'si de meslek odalarının kendilerine hiçbir katkılarının olmadığını dile getirmiştir. Burada esnafların üyesi oldukları kurumlardan bir beklenti içerisinde bulundukları ve ilgili kurum ve merciler ile aralarında köprü vazifesi görmelerini bekledikleri anlaşılmaktadır.

Her ne kadar modernizm, toplulukçu ve cemaatçi bir toplumsal yaşam biçimini aşındırsa da bireylerin habituslarında alışkın oldukları yaşam biçimine bir yönelim ve arayış görülmektedir. Çalışma kapsamında meslek odaları ile olan bağlantılar derinlemesine ele alınmış olup, ilişkilerin kuvvetli olmadığı, prosedürel bir sürecin çıktısı olarak gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Benzer bir şekilde Gümüşhane ilinde bulunan esnaflarla gerçekleştirilen bir başka çalışmada, esnafların meslek odaları, belediye ve valilik gibi kurumlarla iletişim düzeylerinin düşük olduğu saptanmıştır (Çam ve Kabadayı, 2017: 107).

İşletmelerin kuruluş süreci, katılımcıların ekonomik sermayelerine işaret etmektedir. Bu sebeple katılımcıların işletmelerinin kuruluşu için gerekli olan maddi kaynağı nasıl sağladığı sorgulanmış olup elde edilen bulgular Tablo 5.43'te verildiği gibidir.

Tablo 5.43 İşletmelerin Kuruluş Süreci

İşletme Kuruluşunda Faydalanılan Maddi Kaynaklar	N	%
Banka Kredisi	61	17,4
Mal-mülk satışı	11	3,1
Borç	30	8,6
Miras	29	8,3
Ortaklık	65	18,6
Emek yoluyla birikim	104	29,7
Devlet teşviği/ödeneği	13	3,7
Aile desteği	34	9,7
Diğer	3	0,9
Toplam	350	100

Girişim sahiplerinin %29,7'si işletmelerini *emek yoluyla birikim* ile %18,6'sı *ortaklık* aracılığıyla kurduklarını belirtmişlerdir. Ortaklığın yeni bir işletmenin birden fazla bireyin katkısıyla açılmasının dışında mevcut bir işletmeye ortak olma ve yalnızca dükkânı mekânsal olarak ortak kullanma şeklinde de gerçekleşebildiği anlaşılmaktadır. *Banka kredisinin* de (%17,4) işletme kuruluşunda önemli bir paya sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların %9,7'sinin *aile desteği*, %8,6'sının tanıdıklardan *borç*, %8,3'ünün aileden *miras* yoluyla devir, %3,1'inin *mal-mülk satışı* aracılığıyla işletmelerinin kuruluşunu gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. *Devlet teşviği/ödeneğinin* (%3,7) işletmelerin kuruluşlarında payları olmakla

birlikte bunun daha yüksek olması beklenmektedir. Çünkü özellikle gelişmekte olan ülkelerde girişimciliğin oluşabilmesi noktasında devlet desteği gereklilik arz etmektedir (İrmiş vd., 2010: 1). Elde edilen veriler kapsamında, işletme kuruluşunda kişisel birikimin, ortaklığın, mülkün ve banka kredisinin en büyük paya sahip olduğunu ardından aile ve borç gibi informal bağların geldiği görülmektedir. Bulgular, bireylerin iktisadi alanda kişisel kaynak ve imkânlarından daha fazla faydalanma eğilimi gösterdiklerine işaret etmektedir. Günümüzde kişisel çaba ve mücadelenin daha önemli hale geldiği, aileden gelen ekonomik sermaye mevcut olmakla birlikte iktisadi alandaki payının geri planda kaldığı anlaşılmaktadır. İktisadi sermayenin mevcuttaki görünümü ise Tablo 5.44'teki gibidir.

Tablo 5.44 İşletmelerin Finansal İhtiyaçlarının Temin Edilme Yöntemleri

İhtiyaç Durumunda Faydalanılan Maddi Kaynaklar	N	%
Banka Kredisi	162	46,3
Mal-mülk satışı	8	2,3
Tanıdıklardan borç	30	8,6
Birikimlerimi kullanırım	122	34,9
Çek-senet kullanıyorum	15	4,3
Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği destek kredisi	9	2,6
Aile desteği	2	0,6
Diğer	2	0,6
Toplam	350	100

Katılımcılar, işletmeleri için gerekli olan finansal ihtiyaçlarını nasıl karşıladıkları sorusuna %46,3 oranı ile *banka kredisi* ve %34,9 oranı ile *birikimlerimi kullanırım* şeklinde yanıt vermişlerdir. Birikim, sadece işletme kuruluşunda değil (bkz. Tablo 5.43) ihtiyaçları karşılama hususunda da esnaflar için önemli bir finans aracı olduğu anlaşılmaktadır. Ancak, banka kredisi neredeyse katılımcıların yarısı tarafından faydalanılan araçlardan birisidir. Bu durum, banka kredisinin işletmenin kuruluşunda kullanım oranının %17,4 olduğu (bkz. Tablo 5.43) göz önünde bulundurulduğunda, finansal ihtiyaçların giderek formel ağlara doğru kaydığının bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Esnafların ihtiyaç duyduklarında faydalandıkları kaynaklar sırasıyla *tanıdıklardan borç* (%8,6), *çek-senet* (%4,3), *Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği destek kredisi* (%2,6), *mal-mülk satışı* (%2,3), *aile desteği* (%0,6) ve *diğer* (%0,6) şeklindedir. *Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği destek kredisi*, başvuru sırasına göre desteğin sağlanması ve belirli bir süre beklemeyi gerektirmesi nedeniyle acil ihtiyaçlar için yetersiz kalabilmektedir. Aile desteğinin payının ise oldukça düşük olduğu görülmektedir. İşletme kuruluşunda bu payın daha yüksek olup işletme

kuruluşundan sonra bu oranın düşmesi, ilk işin kurulması ve edinilmesi sürecinde aile desteğinin önemli paya sahip olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda aile desteğinin işletme ihtiyaçları kapsamında daha az görünür olması, yaşamların giderek daha fazla modern görünüme kavuşması ve bireyselleşmenin bir sonucu olarak yorumlanabilir:

“İmece usulü. Eskiden bir arkadaş takım satıyorsa sana veriyordu. Sen de kazanıp azar azar veriyordun. Bugünün koşullarında bu olmaz.” (Anket 3)

“Tanıdıklar vasıtasıyla. Bir malzemeyi bu aldı [dükkânda bulunan birine işaret ederek], diğerini öbürü getirdi.” (Anket 35)

“Maddi engeller oldu sermaye yetersizliği. Yoksa yapacağım çok şey var. Sermaye yetersiz. Bir de sıfırdan başlayınca gerçekten çok zor oluyor. Kredi şartları çok ağır. Faizler çok yüksek. Eskiden aldığımız yirmi liraya otuz liraya aldığımız bıçaklar şu an dört yüz lira, beş yüz lirayken şimdi en ucuzu normal işinizi göreceğ bir bıçak bin liradan iki bin liradan başlıyor, kesim yaptığımız makinenin ağızlarına taktığımız bıçaklar. Ben burayı açtım açalı sadece 300 bin lira bıçaklara para yatırdım. Bir makine parası kadar bıçaklara para gidiyor. Birçok şey düşünüyorum ama maddi imkânsızlıktan yapamıyorum. Girişimci olmak güzel bir şey ama biraz destek olsa. Mesela yaklaşık bu dükkânı açmak iki milyonu buldu şu an. İki milyonluk bir işletmede KOSGEB 100 bin lira destek verdi bana. Onu da daha alamadık. Altı ay oldu halen daha alacağız. 100 bin liraya bıçak alamıyorum ben. 100 bin lira, çok gülünç rakamlar.” (G5)

Bireylerin resmi kanallara yönelmesi sosyal kaynaklarının az olmasının bir sonucu olarak da gerçekleşebilir (Akçakaya ve Bağrıyanık, 2019: 321). Bireylerin yeterli ve zamanında devlet teşvikine erişim sağlayamaması beraberinde birikimlerin kullanılması ve banka kredisi çekme yönünde yönelimleri getirebilmektedir:

“Kredi çektim annemin üstüne babamın üstüne kendi üzerime. Ortalama 120 bin lira kredi çektim. Girdim işime çocuğum oldu. O arada dükkânı açtıktan sonra çok sıkıntılı bir süreç başlamış oldu benim için. Ödemeler, yeni doğmuş çocuk ve devletin hiçbir kurumundan yardım almadım. Hiçbir çevrem yoktu Gaziantep’ten buraya geldik.” (G8)

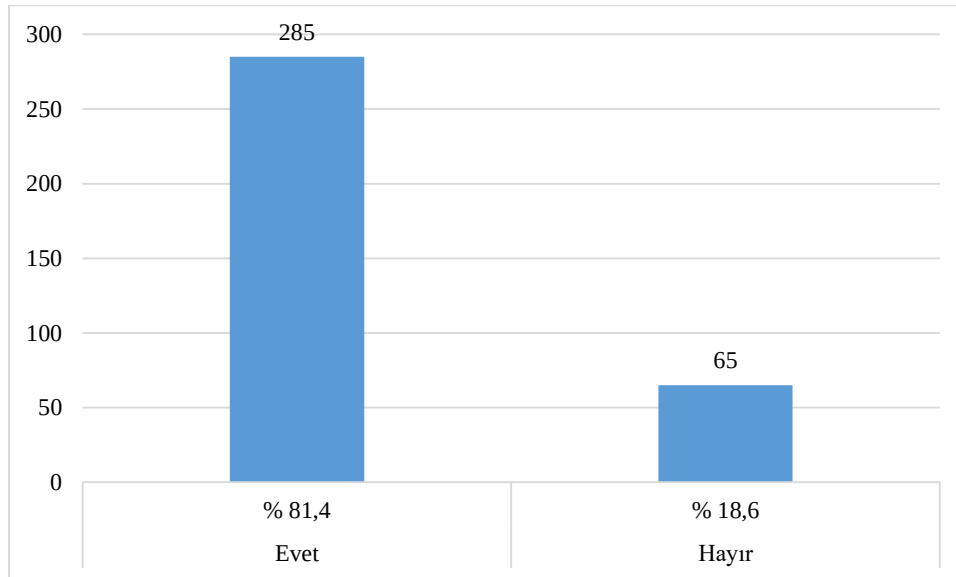
Aile emek, işgücü ve dayanışma noktalarında önemli bir sosyal sermaye kaynağıdır. Ancak Tablo 5.44’teki veriler, ekonomik sermaye kaynağı olarak ailenin giderek işlev kaybettiğini göstermektedir. Katılımcıların yaklaşık üçte biri, emek yoluyla birikim ile ekonomik sermayelerini temin etmektedirler. Bu durum, Giddens’in toplumsal düşüngüsellik olarak ifade ettiği yaşam biçimi çerçevesinde değerlendirilebilir. Ona göre küreselleşmeyle birlikte geleneksel güven mekanizmaları yerini soyut sistemlere bırakmıştır. Toplumsal düşüngüsellik içerisinde bulunan bireylerin kurulu bir düzenin içerisinde doğduğu toplum yapısı aşınmış, bireylerin sorumluluk sahası ve bireysel çabaları ön plana çıkmıştır (Giddens, 2012: 159-160). Görüldüğü üzere zayıflayan informal ağlar, bireyleri modern yaşamın kurumsal yapılarına dâhil olma yönünde sürükleyebilmektedir (Akçakaya ve Bağrıyanık, 2019: 321).

5.6. Girişimcilik Eğilimleri

Bu bölümde, tez çalışmasının temel parametrelerinden birisi olan girişimcilik eğilimleri ele alınarak, esnafların yatırım eğilimleri ve tasarruf biçimleri, pazar sahasında var olma biçimleri, sektörel fırsatları ve yenilikleri takip etme, girişimcilik ve gelecek algıları ve mesleki sorunlara yaklaşım biçimleri irdelenmiştir.

5.6.1. Yatırım Eğilimleri ve Tasarruf Kültürü

Kapitalizmde sermayenin kullanım amaçları ve değerlendirilme yöntemlerinin merkezi bir konuma sahip olduğu çalışmanın kuramsal çerçevesinde irdelenmiştir. Kapitalizmin ortaya çıkış sürecinde tüketimin kısıtlanması ve kazancın çoğaltılması yönündeki telkinler, servet birikimini beraberinde getirmiş ve onun üretim için kullanılmasını teşvik etmiştir (Weber, 2018: 129). Kapitalizmin ortaya çıkış sürecinde ticaret, keşif ve kâr elde etme isteği önemli olmakla birlikte günümüzde girişimcilik ekseninde yatırım eğilimleri farklı bir görünüme kavuşmuştur. Sermaye sahibi olmak temel bir unsur olmaktan çıkarak yenilikçi fikirler, bunların örgütlenmesi ve hayata geçirilmesi önem kazanmıştır. Bu bağlamda doğru yatırım, sermaye sahibi olmayı öncelemiş ve girişimcilik ne kadar paraya sahip olunduğu meselesi olmaktan çıkmıştır. Katılımcıların para ve birikime ilişkin tutumlarını saptayabilmek adına ilk olarak kendilerini tutumlu olarak tanımlama durumları sorgulanmıştır (bkz. Şekil 5.24).



Şekil 5.24 Katılımcıların Kendilerini Tutumlu Olarak Tanımlama Durumları

Katılımcıların %81,4'ü kendisini tutumlu olarak tanımlamış %18,6'sı tutumlu olmadığını ifade etmiştir. Bu bağlamda birikim yapma eğiliminin yaygın olduğu görülmektedir. Tablo 5.45'te katılımcıların yaşlarının ortalaması ile kendilerini tutumlu birisi olarak tanımlama

durumlarına bakıldığında ikisi arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Buna göre, kendilerini tutumlu olarak görenlerin yaş ortalaması, tutumlu olmadığını ifade edenlere kıyasla daha yüksektir.

Tablo 5.45 Katılımcıların Yaşlarına Göre Kendilerini Tutumlu Olarak Tanımlama Durumları (Bağımsız Örneklemeler İçin t Testi Sonuçları)

Kendinizi Tutumlu Bir Olarak Tanımlar Mısınız?	N	Ort.	S	sd	t	p.
Evet	285	42,75	9,365	348	2,413	,016
Hayır	65	39,66	9,078			

Katılımcılar, birikim yapma yönünde yüksek eğilim göstermekle birlikte iktisadi büyümeyi sağlayan esas unsur, birikim ve tasarrufların hangi amaçlarla ve nasıl kullanıldığı ile ilişkilidir. Çünkü servet birikimi, kapitalist ruhun bir sonucu olarak ortaya çıkar (Weber, 2018: 54-55). Katılımcılarda rasyonel aklın esintilerinin mi yoksa kaderci ve kabullenici bir anlayışın mevcudiyetinin mi olduğunun saptanması iktisadi gelecek, tasarruf ve yatırım eğilimlerinin irdelenebilmesi açısından önem arz etmektedir.

Kapitalizmde artı değer yaratma ve bunun yeniden kullanımı, kapitalist sistem için işlevseldir. Kazanç fazlasının değerlendirilme biçimi zihniyet yapısının yansımalarını büyük oranda içermekte ve iktisadi öznenin eğilimlerine dair büyük ipuçları vermektedir. Esnafın tasarruf eğilimleri Tablo 5.46’da yer almaktadır.

Tablo 5.46 Katılımcıların Tasarruflarını Değerlendirme Yöntemleri

Tasarrufları Değerlendirme Yöntemleri	N	%
Arsa/daire satın alıyorum	64	18,3
Değerli para-maden alıyorum	39	11,1
İşlerimi büyütmek için kullanıyorum	110	31,4
Bankaya yatırıyorum	66	18,9
Elimde hiç para kalmıyor	48	13,7
Araç alım satım	20	5,7
Diğer	1	0,3
Malzeme alım satım	2	0,6
Toplam	350	100

Katılımcıların %31,4'ü, tasarruflarını *işlerini büyütmek için kullandığını* ifade etmiştir. Tasarrufun iktisadi yatırıma dönüştürülmesi, işleri ileriye taşıma ve büyütmeye amacıyla kullanılması, gelişme odaklı bir girişimcilik ruhunun yansıması olarak değerlendirilebilir. Böylelikle kazanç fazlası, yeniden üretime dönüştürülmekte ve emek yoluyla birikimin yeniden emek sahasına aktarımı sağlanmaktadır. Bu kapsamda katılımcılar, yeni makine alma, yeni eleman alma ve ikinci bir dükkân açma gibi teşebbüslerde bulunduklarından bahsetmişlerdir. Katılımcıların %18,9'u birikimlerini bankaya yatırdığını ve bunu bireysel, zorunlu ve iş ile ilgili ihtiyaç durumlarında kullanmak üzere sakladığını ifade etmiştir. İşletme sahiplerinin %18,3'ü, tasarruflarını *arsa/daire satın almak* için kullandığını dile getirmiştir. Böylelikle esnaflar yatırımlarını kira geliri sağlama ve ileriye dönük değerlendirmek üzere kullanmaktadır. Benzer bir eğilimle katılımcıların %11,1'i de tasarruflarını *değerli para-maden almak* amacıyla kullandıklarını ifade etmiştir. Esnaflar, küçük sanayilerde yaygın olduğu üzere %5,7 oranıyla *araç alım satım*, %0,6 oranıyla da *malzeme alım satım* yaptıklarını belirtmişlerdir. Üretimden veya yeni alanlara yatırımdan ziyade alıp sonrasında kârla sat üzerine kurulu bir zihniyet yapısının ve tasarruf eğiliminin baskın olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların %13,7'si ise elinde tasarruf yapabilecek *hiç para kalmadığını*, bu sebeple değerlendiremediğini belirtmiştir.

Kazancın değerlendirilme biçimleri ve yatırım eğilimleri, zihniyet dünyasının yansımalarını içermektedir (Erkal, 1992: 43; Ülgener, 1981). Birer tasarruf örneği olarak düğünde hediye verme, ihtiyaç sahiplerine yardım etme, altın ve gayrimenkul satın alma gibi tutumlar, toplumların kültürel anlayışlarıyla yakından ilgilidir (Baloğlu, 2004: 117). Bu noktada iktisadın sadece kazanç sağlayan bir alan olmaktan öteye bunun nasıl değerlendirildiğiyle ilgili olduğu ve bunun da bireyin içinde bulunduğu habitus ile oldukça iç içe geçtiği ifade edilebilir. Bir katılımcı, tasarrufları değerlendirmeyi şu şekilde ifade etmektedir:

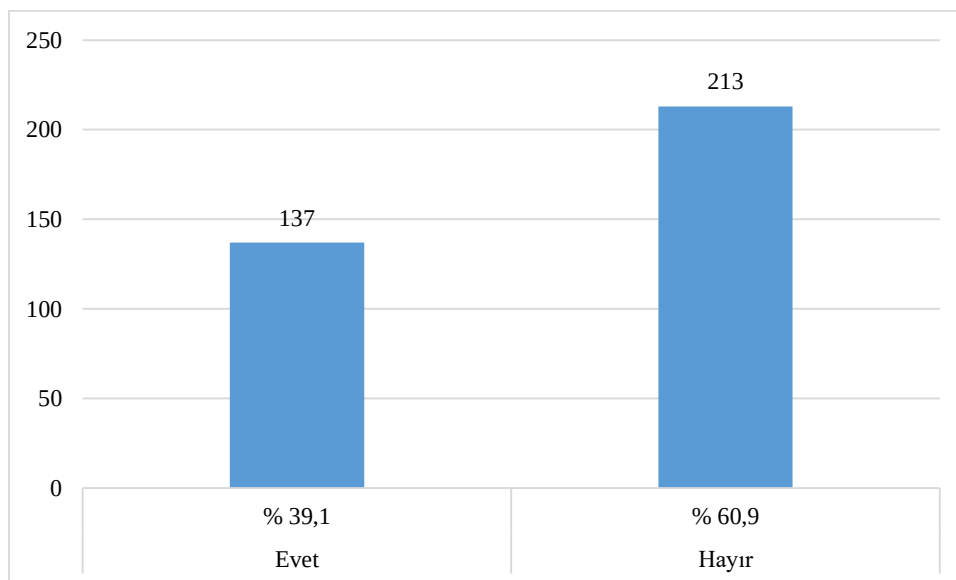
“Para kazanıyoruz ama yönlendiremediğimizi düşünüyorum ben.” (Anket 38)

Girişimcilik çok kazançtan ziyade kültürel, ekonomik ve sosyal sermayenin nasıl değerlendirildiği ile ilgilidir. Bu da toplumsal zihniyetin ve ahlaki yapının izlerine göre şekillenme eğilimine sahiptir. Tasarrufun yeniden üretime dönüştürülmesinin %31,4 oranıyla sınırlı kaldığı, diğer katılımcıların malzeme alım-satım, araç alım-satım, bankaya yatırım, değerli maden alım satım gibi üretim dışı yatırım kanallarına yöneldikleri anlaşılmaktadır. Katılımcıların çalışan sayıları ile tasarruf yapma eğilimleri arasındaki ilişki de Tablo 5.47'de yer aldığı gibidir.

Tablo 5.47 İşletmelerin Çalışan Sayılarına Göre Tasarruflarını Değerlendirme Biçimleri (Kruskal-Wallis H Testi)

Tasarruflarınızı Nasıl Değerlendiriyorsunuz?	N	Sıra Ort.	sd	χ^2	p.
Arsa/daire satın alıyorum	64	197,80	7	22,322	,002
Değerli para-maden alıyorum	39	160,19			
İşlerimi büyütmek için kullanıyorum	110	192,25			
Bankaya yatırıyorum	66	176,20			
Elimde hiç para kalmıyor	48	126,92			
Araç alım satım	20	172,90			
Diğer	1	46,50			
Malzeme alım satım	2	72,50			
Toplam	350				

Katılımcıların tasarruflarını değerlendirme biçimleri ile çalışan sayılarının ortancaları bakımından aralarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Buna göre, tasarruflarını işlerini büyütmek için kullanan katılımcıların çalışan sayısı, elinde hiç para kalmadığını ifade edenlere kıyasla anlamlı derecede daha yüksektir. Çalışan sayısının aynı zamanda işletmenin büyüklüğüne de işaret ettiği göz önünde bulundurulduğunda, işletmesini sürekli büyütmeye eğiliminde bulunanların yüksek kapasiteli iş niteliğine sahip olması beklenmektedir. Katılımcıların yatırım eğilimleri kapsamında irdelenmesi gereken bir diğer husus ise ek kazanç sağlama durumları ve alanlarıdır (bkz. Şekil 5.25 ve Tablo 5.48).



Şekil 5.25 Katılımcıların İşletme Dışında Kazanç Sağlama Durumları

Katılımcıların %60,9'u ek kazanç sağladığı başka bir alanın olmadığını ifade ederken %39,1'i ek kazanç sağladıklarını dile getirmiştir. İş kolu ile işletme dışında kazanç sağlama

durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır ($\chi^2 = 14,489$, $p = 0,002 < 0,05$). Buna göre otomotiv faaliyet alanında bulunanların diğer sektördeki işletme sahiplerine kıyasla daha fazla işletme dışında kazanç sağladığı görülmektedir. Mobilya iş kolu ise diğerlerine kıyasla en fazla işletme dışında kazancın bulunmadığı faaliyet alanıdır. Ek kazançla sahip olduğunu belirten katılımcıların ek kazanç alanları da Tablo 5.48’de yer almaktadır.

Tablo 5.48 Katılımcıların Ek Kazanç Sağladıkları Alanlar

Ek Kazanç Alanları	N	%	Geçerli %
Tarım ve hayvancılık	15	4,3	10,9
Araç ve emlak alım satım	68	19,4	49,6
Kira getirisi	12	3,4	8,8
Bir başka işletme sahipliği/ortaklığı	21	6,0	15,3
Finans araçları (borsa, kripto para vb.)	13	3,7	9,5
Diğer	8	2,3	5,8
Toplam	137	39,1	100

Ek kazanç sağlayan işletme sahiplerinin yaklaşık yarısı (%49,6) *araç ve emlak alım satım* işini gerçekleştirmektedir. Bu durum, örneklemde en büyük paya otomotiv iş kolunun sahip olmasının bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Katılımcıların %15,3’ü bir *başka işletme sahipliği/ortaklığı* ile, %10,9’u *tarım ve hayvancılık* ile meşgul olduklarını, %9,5’i borsa ve kripto para gibi *finans araçları* ile kazanç sağladığını ve %8,8’i *kira getirisine* sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Saha sohbetleri sırasında katılımcılar, işletme dışı kazanç alanlarının aynı zamanda değişkenlik arz edebildiğini, genel eğilimlere göre yatırım araçlarının farklılaşabildiğini ifade etmişlerdir:

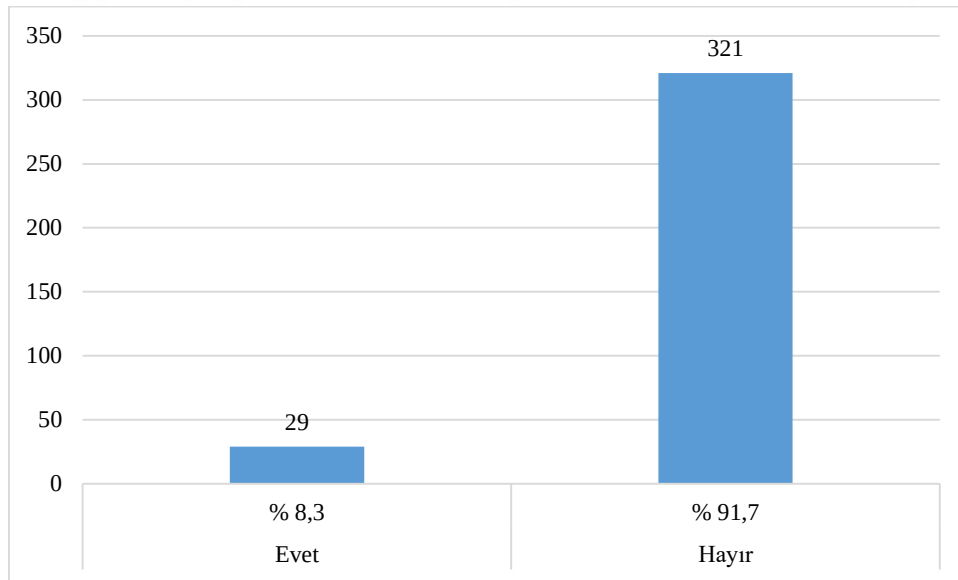
“Değişiyor duruma göre. Mesela genelde işte dükkânın içerisine parça takım ne bileyim işte ileride lazım olacak araç ve gereçler için yapıyorum ama aynı zamanda araba alım ve satım da yapıyorum. Ne bileyim ufaktan ev alıp satıyorum hani değişiyor. Tamamen sadece sanayi üzerine değil.” (G9)

“Mesela kendi sektörümüzle alakalı malzeme olayı toplu alım şeklinde değerlendirebiliyoruz ya da araba alıp satıyoruz, arsa olabiliyor bazen. Yani şeyin nereden geleceği hiç belli olmuyor. Sabit bir yatırım kanalımız yok.” (G3)

Görüldüğü üzere katılımcılar, ek kazanç alanlarının zamansal bir düzlemde değişkenlik arz edebileceğini ifade etmişlerdir. Elde edilen bulgulardan hareketle sabit yatırım kanallarının mevcut olmadığı ve geniş bir yelpazede istikrarsız bir nitelik arz ettiği anlaşılmaktadır. Hem tasarrufu değerlendirme hem de ek işlere bakıldığında yoğunluklu olarak alıp karla satmak üzerine kurulu bir ticaret anlayışının mevcudiyeti dikkat çekmektedir. *Türkiye’de İktisadi Faaliyetin Toplumsal ve Tarihi Kökenleri* (bkz. Üçüncü bölüm) başlığı altında irdelendiği üzere

Türkiye iktisat tarihinde yaşanan sermaye kıtlığı, ticarete yani kısa vadeli yüksek kazanç sağlayıcı alanlara yönelmeyi beraberinde getirmiş ve sanayiye yatırım yapanlar dahi yan sanayi alanında yer alarak fabrika işleten tüccarlar olmuştur (Kerwin, 1951: 34-35). Uzun vadeli yatırımlar yerine kısa dönemli getirilerin yaygın olması ve sanayi sektörü yerine hizmet sektörünün ön plana çıkması, iktisadi alanda yaşanan daralmanın önemli sebepleri arasındadır (Akçomak, 2018).

Katılımcıların sektörel yönelim ve eğilimleri, girişimcilğe bakış açılarını da yansıtmaları bakımından kayda değerdir. Bu noktada işletme sahiplerinin %91,7'si başka bir sektöre geçmeyi düşünmediğini, %8,3'ü ise böyle bir düşünceye sahip olduğunu ifade etmiştir (bkz. Şekil 5.26).



Şekil 5.26 Katılımcıların Başka Bir Sektöre Geçmeyi Düşünme Durumları

Meslek odasına üye olma durumu ile başka bir sektöre geçmeyi düşünme durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($\chi^2 = 8,148$, $p = 0,017 < 0,05$). Buna göre herhangi bir meslek odasına üyeliği bulunmayanların, diğer iki odaya üyeliği bulunanlara kıyasla daha yüksek düzeyde sektör değiştirmeyi düşündükleri sonucu ortaya çıkmıştır. Bir odaya üyelik, belirli bir meslek dalına mensup olmaya ilişkin bir dizi süreci içermektedir. Bu bağlamda sektör değişikliğinde bulunmak isteyenlerin daha yüksek sıklıkla herhangi bir odaya üye bulunmama durumları anlaşılabilir. Saha sohbetlerinde sektör değiştirmeyi düşünmeyenlerin bir kısmı bunu alışkanlıkları ve ailevi mirasları üzerinden açıklamıştır:

“Aileden gelen bir meslek bu.” (Anket 314)

“Ezelden beri yaptığım tek iş bu. Bu saatten sonra başka mesleğe alışamam.” (Anket 22)

“Bilinmeyen sularda boğuluruz.” (Anket 24)

“Risk almak bu devirde çok mantıksız. Elindekine odaklanman lazım.” (Anket 132)

“Alışkanlıklardan vazgeçilmiyor.” (Anket 59)

“İşi çok iyi biliyorum. Bu yaştan sonra başka iş yapamam.” (Anket 261)

Katılımcıların yenilik ve farklı alanlara atılım yapmaktan ziyade kendilerini güvende hissettikleri hatta kimi zaman aile mesleği olan işlerini sürdürme yönünde ciddi bir eğilime sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, sektörel değişiklik risk olarak görülmekte ve zorunluluk arz etmedikçe değişikliklerden kaçınılmaktadır. İş ahlakını ve göreneğini muhafaza etmek, zorunlu haller dışında iş değişikliği yapmamak ve ihtiyaç sahiplerine sahip çıkmak gibi ortak iktisadi anlayışların hepsi “topluluk ve tenasüd zihniyetinin” ürünleridir (Ülgener, 1981: 33-35). Kültürel mirasın yanı sıra kurumsal teşvik, destekler ve alt yapı imkânları gibi unsurların da yeterli düzeyde olmamasının, istikrarsız bir ekonomik yapıda işletmelerin risk almama ve kendilerini korumaya yönelik bir eğilim sergilemelerinde önemli bir paya sahip olduğu belirtilmelidir.

Katılımcıların mesleki deneyim süreleri ile başka bir sektöre geçmeyi düşünme durumları arasındaki ilişki çalışma kültürleri, alışkanlıkları ve mesleki tutarlılıklarına ilişkin derin izlenimleri barındırmaktadır. Bu ilişkinin ele alındığı test sonuçları Tablo 5.49’daki gibidir.

Tablo 5.49 Katılımcıların Mesleki Deneyim Sürelerine Göre Başka Bir Sektöre Geçmeyi Düşünme Durumları (Mann-Whitney U Testi Sonucu)

Başka Bir İş Yapmayı (Sektöre Geçmeyi) Düşünüyor musunuz?	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	Mann-Whitney U	p.
Evet	29	101,02	2929,50	2494,500	,000
Hayır	321	182,23	58495,50		

Başka bir sektöre geçmeyi düşünme durumu ile mesleki deneyim süresinin ortancası bakımından istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır (bkz. Tablo 5.49). Buna göre ortanca değerleri bakımından başka bir sektöre geçmeyi düşünmeyenlerin mesleki deneyim sürelerinin başka bir sektöre geçmeyi düşünenlere kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Buna göre mesleki deneyimin artması, dolayısıyla o işte geçirilen sürenin artması, meslek değiştirme düşüncesinin azalmasını da beraberinde getirmektedir. Bu durum bireyin mesleki tecrübe ile birlikte iktisadi alanda mücadele etmesini kolaylaştıracak stratejik

yatkınlıklar geliştirmesi ve sermaye türlerini edinmiş olması ile ilişkilendirilebilir. Aynı zamanda mesleğin bir alışkanlık alanına dönüşmesi ve daha az bilgisine sahip olunan diğerk alanlara geçmenin bir risk unsuru olarak değerklendirilmesi de bu kapsamda ele alınabilir. şekil 5.26’da da görüldüğü üzere katılımcıların sektör değışikliğınden ziyade ek işlerle uğraşma yönünde daha güçlü bir eğilime sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bu noktada geçilmek istenilen alanlar (bkz. Tablo 5.50) ve bunun sebeplerinin (bkz. Tablo 5.51) girişimcilik eğilimlerinin göstergeleri arasında olduğı söylenebilir.

Tablo 5.50 Başka Sektöre Geçmeyi Düşünenlerin Yönelmek İstekleri Alanlar

Yönelmek İstenilen Sektörler	N	%	Geçerli %
Mobilya	3	0,9	10,3
Ticaret	4	1,1	13,8
Spor	1	0,3	3,4
Tarım ve hayvancılık	3	0,9	10,3
İnşaat	4	1,1	13,8
Gıda	4	1,1	13,8
Otomotiv	2	0,6	6,9
Otelcilik	2	0,6	6,9
Herhangi bir meslek	6	1,7	20,7
Toplam	29	8,3	100

Örneklem kapsamında yer alan toplam 350 katılımcının yalnızca 29’u farklı bir sektöre geçmeyi düşündüklerini belirtmişlerdir. Bunların %20,7’si yapmakta olduğı mesleğin dışında *herhangi bir mesleğı* icra edebileceğini ifade etmiştir. Katılımcılar %13,8 oranıyla *ticaret*, %13,8 oranıyla *inşaat* ve %13,8 oranıyla *gıda* sektörünü tercih edeceklerini dile getirmişlerdir. *Mobilya* %10,3, *tarım ve hayvancılık* %10,3, *otelcilik* %6,9, *otomotiv* %6,9 ve *spor* % 3,4 katılımcıların yönelmek istedikleri alanlar arasında yer almaktadır.

Tablo 5.51 Başka Sektöre Geçmeyi Düşünme Sebepleri

Sektör Değıışikliğı Sebepleri	N	%	Geçerli %
Bilgi sahibi olduğum ve sevdiğim iş	9	2,6	31,0
Teknolojiye ve değışime uyum sağlama	4	1,1	13,8
Daha fazla kazanç sağlama	6	1,7	20,7
Stresli ve yorucu olmayan bir iş	10	2,9	34,5
Toplam	29	8,3	100

Başka sektöre geçmek istediğini belirten işletme sahiplerinin %34,5'i, daha az emek sarf etmeyi gerektiren ve daha sakin olması sebebiyle *stresli ve yorucu olmayan bir işe* yönelmeyi istemektedirler:

“Yukarılarda bir yerden yer alıp, böyle özgür hayat, bungalov yedi sekiz tane, her şeyin içinde bulunduğunu. Öyle ne diyeyim sana her şeyin bulunabileceği ama doğal yaşanılacak. Öyle bir turizm yeri açıp kendi kafamı dinlemek istiyorum.” (G7)

İlgili tema kapsamında yanıt veren katılımcıların gerçekleştirmekte oldukları mesleklerine karşı tükenmişlik yaşadıkları ve mesleki motivasyonsuzluğa sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bu bağlamda sektör değişimi, planlı bir hedef olmaktan ziyade mevcut işten bir kaçış süreci olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha az emek sarf etmeyi gerektiren bir sektöre geçme düşüncesi, mesleki yorgunluk ve motivasyonsuzluk sonucu olabileceği gibi yaştan ilerlemesiyle birlikte gücün yetmemesi kapsamında da değerlendirilebilir.

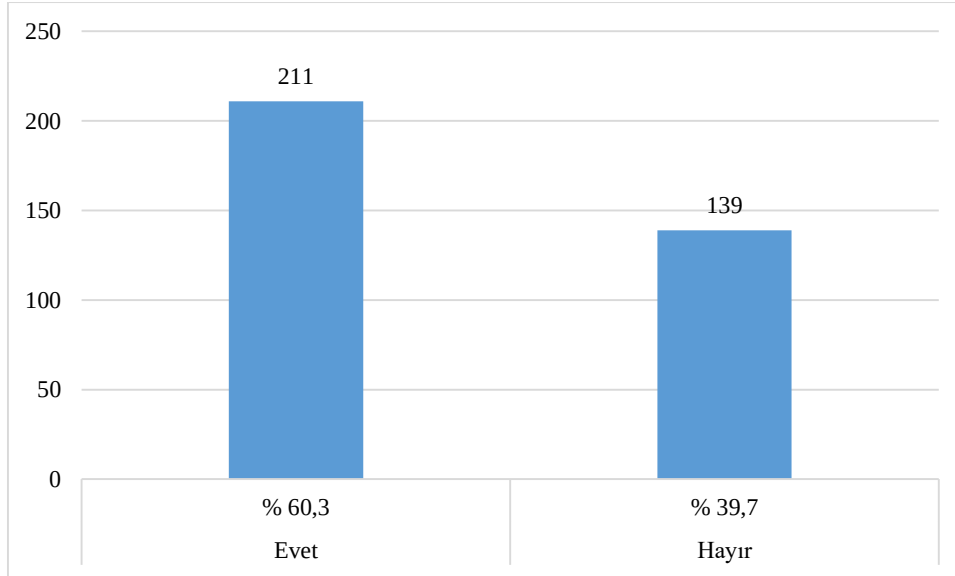
İşletme sahiplerinin %31'i ise sektör değişikliklerini, *bilgi sahibi olduğu ve sevdiği iş* olması nedeniyle istediklerini belirtmişlerdir. Bu kapsamda, yapmakta oldukları iş ile alakalı veya mevcut işlerini genişletme amacıyla veya eğitimini aldıkları, ilgi duydukları veya sevdikleri ikinci bir sektör olması nedeniyle sektör değişiminde bulunmak istediklerini dile getirmişlerdir. Katılımcılardan %20,7'si ise *daha fazla kazanç sağlamak* ve itibarlı işler yapmak amacıyla sektör değişikliğinde bulunmak istemektedir. Esnafların %13,8'i ise *teknolojiye ve değişime uyum sağlamak* amacına sahiptir. Bu kapsamda ilgili işi, çağın mesleği ve geleceğe açılan kapı olarak değerlendirmişler veya çalışan sıkıntısından dolayı otomasyona yönelmek istediklerini ifade etmişlerdir:

“Elemansız çalışılabilecek her iş olur. Makine gücüyle veya vasıfsız elemanla.” (Anket 5)

Görüldüğü üzere sektör değişiminin, esnafların zihniyet dünyasında belirleyici bir yere sahip olmadığı, böyle bir yönelime sahip olanların ise yaklaşık yarısının mesleki zorluklardan kaçınmak, daha fazla kazanç ve itibar sağlamak (toplam 16 katılımcı) amacıyla bunu istediği ön plana çıkmaktadır. Esnafların yaklaşık diğer yarısı tarafından ifade edilen (toplam 13 katılımcı) girişimcilik kapsamında değerlendirilebilecek olan *bilgi sahibi olduğum ve sevdiğim iş ve teknolojiye ve değişime uyum sağlama* temaları ise daha düşük düzeyde kalmıştır.

1970'lerden bu yana ilerleme ve işletmelerin gelecekleri belirsizleşmekte, ekonomik sistem giderek rekabet ortamı ve yarış yolculuğuna dönüşmektedir (Gibson, 1997: 1-4). Oldukça hareketli, yenilik ve değişimi gerektiren yapısı itibarıyla belirsizlik, piyasa ekonomisini büyük oranda içermektedir. Bu sebeple iktisadi ajanların belirsizliğe yönelik yaklaşımları önem kazanmaktadır. Girişimcilerin belirsizliğe ilişkin algıları ve bunu aşılabilmesi noktasındaki kararlılıkları, harekete geçebilme süreçlerinde belirleyici

olabilmektedir (Hisrich vd., 2017: 6). Bu bağlamda, işletme sahiplerinin belirsizlik karşısındaki tutumlarının saptanabilmesi, belirsizlik karşısındaki algılarını da ortaya çıkarması açısından önemlidir (bkz. Şekil 5.27).



Şekil 5.27 Katılımcıların Belirsizlik Dönemlerinde Risk İçeren İşler Yapma Durumları

Katılımcıların %60,3'ü belirsizlik dönemlerinde risk içeren işler yaptıklarını, fırsatlar ve ihtiyaçlar noktasında girişken davrandıklarını belirtmiştir. Özellikle riskin ticareti içeren bir faaliyet olduğu görüşüne sahiptirler. Katılımcıların %39,7'si de ekonomik belirsizlik ve istikrarsızlık dönemlerinde sabit kalmayı tercih ettikleri ve önünü göremedikleri işlere girme konusunda çekimser davrandıklarını beyan etmişlerdir. Bu noktada, iktisadi faaliyetlerde garantili ilerleme ve mevcut olanı koruma ve sürdürme eğilimi söz konusudur. Ancak katılımcıların çoğunluğu, iktisadi faaliyetlerde atılımcı bir tutum sergilediklerini dile getirmiştir. Bu noktada risk olarak tanımlanan eylemin içeriği ve kapsamı da önem arz etmektedir. Denizli örneğinde gerçekleştirilen bir çalışmada, esnafların risk alma düzeyleri ortalama seviyede iken belirsizlik karşısındaki toleranslarının düşük düzeyde olduğu saptanmıştır (Yılmaz, 2021: 90).

İş kolu ile belirsizlik döneminde risk içeren işler yapma durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde bir ilişki saptanmıştır ($\chi^2 = 11,984$, $p = 0,007 < 0,05$). Buna göre, otomotiv alanında yer alanlar diğer faaliyet alanlarına kıyasla belirsizlik dönemlerinde daha yüksek sıklıkla risk içeren işler yapmaktadırlar. Mobilya faaliyet alanında yer alanların ise diğerlerine kıyasla daha fazla belirsizlik dönemlerinde risk içeren işler yapmadıkları görülmektedir. Benzer bir eğilim, iş kolları ile işletme dışı kazanç sağlama durumuna ilişkin ki-kare testi sonuçlarında da görülmektedir ($\chi^2 = 14,489$, $p=0,002 < 0,05$). Otomotiv iş kolunda

yer alanlar en fazla işletme dışı kazanca sahip iken mobilya iş kolundakiler en düşük düzeyde işletme dışı kazanca sahiptirler. Elde edilen verilerden hareketle, otomotiv alanında risk almak ve kazancını işletme dışı alanlara yönlendirme konusunda daha belirgin bir eğilim olduğu saptanırken mobilyanın tam tersi bir şekilde en az risk alınan faaliyet alanı olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum, risk alma eğilimi ve ek kazanç arasındaki ikili ilişkiyi de incelemeyi gerektirmektedir. İşletme dışı kazanç sağlama durumu ile belirsizlik dönemlerinde risk içeren işler yapma durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır ($\chi^2 = 15,182$, $p = 0,000 < 0,05$). Buna göre işletme dışında kazanca sahip olanların, olmayanlara kıyasla daha yüksek sıklıkla belirsizlik döneminde risk içeren işler yaptıkları saptanmıştır. Buradan hareketle, işletme dışı ek kazanca sahip olmanın işletmelerin risk içeren işler yapma konusunda daha cesur davranabilmelerine imkân sağladığı ifade edilebilir. Aynı zamanda, ek kazanç alanların beraberinde getirdiği birikimin, esnaflara daha özgür ve güvenle hareket etme imkânı sağladığı söylenebilir.

Meslek odasına üye olma durumu ile belirsizlik döneminde riskli işler yapma arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($\chi^2 = 6,460$, $p = 0,040 < 0,05$). Buna göre, Ticaret ve Sanayi Odasına üye olanların, Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliğine üye olan ve üyeliği bulunmayanlara kıyasla daha yüksek düzeyde risk aldıkları ortaya çıkmıştır. Öte yandan hiçbir odaya üyeliği bulunmayanlar diğerlerine kıyasla daha büyük oranda risk içeren faaliyetlerde bulunmamaktadır. Bulgular, büyük işletmelerin risk alma eğilimlerinin daha fazla olduğuna işaret etmektedir. Katılımcıların belirsizlik dönemlerinde iş yapma durumlarını etkileyen bağımsız değişkenler incelenmiş olup bulgular Tablo 5.52 ve Tablo 5.53'te verilmiştir.

Tablo 5.52 Katılımcıların Yaşlarına Göre Belirsizlik Dönemlerinde İş Yapma Durumları (Bağımsız Örneklemeler için t Testi Sonuçları)

Belirsizlik Dönemlerinde Risk İçeren İşler Yapar mısınız?	N	Ort.	S	sd	t	p.
Evet	211	40,63	9,020	348	3,890	,000
Hayır	139	44,53	9,448			

Belirsizlik dönemlerinde risk içeren iş yapma durumuna göre işletmecilerin yaş ortalamalarının istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği saptanmıştır (bkz. Tablo 5.52). Buna göre belirsizlik döneminde iş yapanların yaş ortalamasının riskli iş yapmayanlara kıyasla daha düşük olduğu saptanmıştır. Benzer bir şekilde, başka bir çalışmada da esnafların yaşları

yükseldikçe risk alma eğilimlerinin azaldığı saptanmıştır (Yılmaz, 2021: 58). Alan yazınında yapılan pek çok çalışmadan hareketle genel kabul yaş yükseldikçe riski tolere etme düzeyinin düştüğü yönündedir (Gündoğdu ve Çelik, 2018: 49).

Tablo 5.53 Katılımcıların Mesleki Deneyim, Çalışan Sayısı ve İşletme Faaliyet Süresine Göre Belirsizlik Dönemlerinde İş Yapma Durumları (Mann-Whitney U Testi Sonuçları)

	Belirsizlik Dönemlerinde Risk İçeren İşler Yapar Mısınız?	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	Mann-Whitney U	p.
Mesleki deneyim süresi	Evet	211	158,85	33518,00	11152,000	,000
	Hayır	139	200,77	27907,00		
Çalışan sayısı	Evet	211	185,32	39103,00	12592,000	,024
	Hayır	139	160,59	22322,00		
Faaliyet süresi	Evet	211	155,71	32854,00	10488,000	,000
	Hayır	139	205,55	28571,00		

Katılımcıların belirsizlik dönemlerinde risk içeren işler yapma durumları ile mesleki deneyim sürelerinin ortancaları arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır (bkz. Tablo 5.53). Buna göre, belirsizlik dönemlerinde risk içeren işler yapmayanların mesleki deneyim sürelerinin riskli işler yapan esnaflara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda, ortanca değerleri bakımından belirsizlik dönemlerinde risk içeren işler yapan işletmelerin çalışan sayıları riskli iş yapmayanlara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksektir (bkz. Tablo 5.53). Belirsizlik dönemlerinde risk içeren işler yapan işletmelerin faaliyet sürelerinin ortanca değerlerinin risk içeren işler yapmayanlara kıyasla anlamlı düzeyde daha düşük olduğu saptanmıştır (bkz. Tablo 5.53). Elde edilen bulgulardan hareketle, deneyim ve işletme faaliyet süresinin artmasıyla işletme sahiplerinin daha korumacı ve risksiz bir iş yaşamını, genç işletmelerin ise daha cesur ve atılgan bir performans sergilemeyi tercih ettikleri anlaşılmaktadır. Aynı zamanda, çalışan sayısının yüksek olma durumu, işletmelerin daha yüksek kapasiteli iş akışına sahip olduklarına ilişkin yorum yapmaya imkân sağlamaktadır. Bu ihtimal göz önünde bulundurulduğunda, belirsizlik dönemlerinde büyük işletmelerin aktif rol aldıkları ifade edilebilir.

Bireylerin risk karşısındaki tutumlarını etkileyen pek çok değişkenin bulunabileceği varsayılarak ikili lojistik regresyon analizi yapılmıştır. Geriye doğru adımsal yöntem ile gerçekleştirilen analiz sonucunda Tablo 5.54'te de görüldüğü üzere, risk alma eylemi ile istatistiksel olarak anlamlı ilişkiye sahip olan değişkenler sekiz adımda tespit edilmiştir.

Tablo 5.54 Model Katsayılarının Omnibus Test Sonuçları

		χ^2	sd	p.
Adım 1	Adım	80,904	17	,000
	Block	80,904	17	,000
	Model	80,904	17	,000
Adım 2 ^a	Adım	-,012	1	,911
	Block	80,892	16	,000
	Model	80,892	16	,000
Adım 3 ^a	Adım	-,024	1	,876
	Block	80,867	15	,000
	Model	80,867	15	,000
Adım 4 ^a	Adım	-,545	1	,460
	Block	80,323	14	,000
	Model	80,323	14	,000
Adım 5 ^a	Adım	-,892	1	,345
	Block	79,431	13	,000
	Model	79,431	13	,000
Adım 6 ^a	Adım	-4,953	3	,175
	Block	74,478	10	,000
	Model	74,478	12	,000
Adım 7 ^a	Adım	-1,938	1	,164
	Block	72,540	9	,000
	Model	72,540	9	,000
Adım 8 ^a	Adım	-2,623	1	,105
	Block	69,918	8	,000
	Model	69,918	8	,000

a. Negatif ki-kare (χ^2) değeri, önceki adıma göre ki-kare (χ^2) değerinin azalmasına karşılık gelmektedir.

Tahmin edilen modelin uyum iyiliği tablosuna göre (bkz. Tablo 5.55) bağımlı değişkenlerin risk alma eğilimindeki değişimleri açıklama gücünün Nagelkerke R^2 testine göre %24 olduğu görülmektedir. Hosmer ve Lemeshow testi sonuçlarına göre de modelin anlamlı olduğu anlaşılmaktadır ($p = 0,222 > 0,05$, bkz. Tablo 5.55).

Tablo 5.55 Model Uyumu ve R² Tablosu

Model Özeti				Hosmer ve Lemeshow Testi		
Adı m	-2 Log likelihood	Cox & Snell R ²	Nagelkerke R ²	χ^2	sd	p.
1	389,381 ^a	,206	,279	9,636	8	,292
2	389,394 ^a	,206	,279	7,146	8	,521
3	389,418 ^a	,206	,279	9,368	8	,312
4	389,963 ^a	,205	,277	8,954	8	,346
5	390,855 ^a	,203	,275	6,434	8	,599
6	395,807 ^a	,192	,259	8,675	8	,370
7	397,745 ^a	,187	,253	17,072	8	,029
8	400,368 ^a	,181	,245	10,657	8	,222

a. Parametre tahminlerinin ,001'den daha az değişmesi sebebiyle tahmin 4 numaralı tekrarlamada sonlandırılmıştır.

İkili lojistik regresyon analizi ile incelendiği üzere belirsizlik döneminde risk içeren işler yapma durumu ile işletme faaliyet süresi, mesleki eğitim, kalite standart belgesine sahip olma durumu, göç, mesleki deneyim süresinin karesi ve eğitim durumu arasında istatistiki olarak anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır. Tablo 5.56'te yer alan lojistik regresyon analizi sonuçlarına göre p değeri 0,05 ve altında olanlar anlamlı ilişkiyi göstermektedir. Yorumlama süresinde p değeri 0,10 ve altında olanlar da dikkate alınmıştır.

Regresyon analizi sonuçlarına göre mesleki eğitimin olmama durumu ile risk almama eğiliminin pozitif yönde; kalite standart belgesine sahip olmama durumu ile de risk alma eğiliminin pozitif yönde ilişkili oldukları görülmektedir. Aynı zamanda işletme faaliyet süresi arttıkça risk içeren işler yapma eğiliminin azaldığı anlaşılmaktadır. İşletme sahiplerinin mesleki eğitime sahip olmalarının o alanda bilgi ve yetkinlik konusunda hareket edebilmeleri için önemli bir alt yapı sağladığı ifade edilebilir. Aynı zamanda, genç işletmelerin daha çok risk alma eğilimi göstermesi de işletmelerin kuruluşunun ardından kendilerini geliştirme ve büyütme sürecindeki aktifliğini içerebilir. Antalya'nın yerlisi olma durumu ile belirsizlik döneminde risk içeren işler yapmama eğilimi arasında pozitif yönlü ilişki söz konusudur. Okuryazar/ilkokul mezunlarını ile kıyaslandığında ortaokul mezunlarının daha yüksek düzeyde risk içeren işlerden kaçındıkları anlaşılmaktadır.

Tablo 5.56 Belirsizlik Döneminde Risk İçeren İşler Yapma Durumuna İlişkin İkili Lojistik Regresyon Analiz Sonuçları ^b

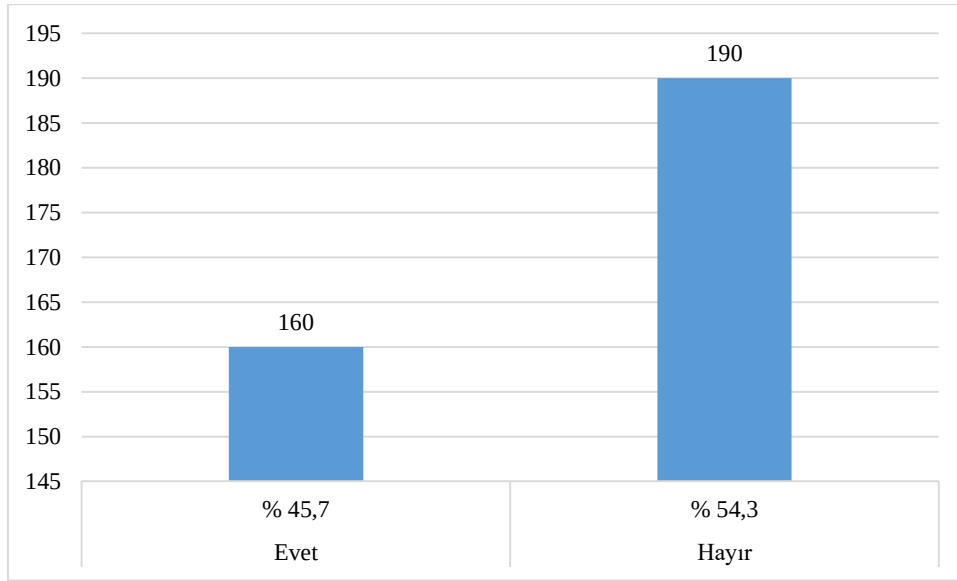
		B	Std. Hata	Wald	sd	p.	Exp(B)	Exp(B) için 95% güven aralığı	
								Alt	Üst
Adım 8 ^a	Antalya doğumlu(1)	,461	,250	3,401	1	,065	1,586	,971	2,588
	Mesleki eğitim yok(1)	,593	,250	5,611	1	,018	1,810	1,108	2,956
	Kalite standart belgesi yok(1)	-1,311	,249	27,772	1	,000	,270	,166	,439
	İşletme faaliyet süresi	,030	,012	5,997	1	,014	1,031	1,006	1,056
	Okur-yazar ve ilkokul mezunu			6,355	3	,096			
	Ortaokul (1)	,796	,434	3,357	1	,067	2,216	,946	5,190
	Lise(2)	-,043	,433	,010	1	,920	,957	,410	2,236
	Üniversite ve lisansüstü(3)	,199	,387	,264	1	,608	1,220	,571	2,606
	Mesleki deneyim süresi karesi	,000	,000	2,899	1	,089	1,000	1,000	1,001
	Sabit terim	-1,247	,425	8,601	1	,003	,287		

- a. 1. Adımda girilen değişkenler: Antalya'ya göç etmiş olma durumu, iş kolu, mesleki eğitimin varlığı, mesleki tutarlılık, mesleki deneyim süresi, iş yeri mülkiyet durumu, yıllık ciro, kalite standart belgesine sahiplik, çalışan sayısı, işletme faaliyet süresi, medeni durum, eğitim durumu, mesleki deneyim süresi karesi.
- b. Belirsizlik döneminde risk içeren iş yapma durumuna yönelik “evet” yanıtı referans kategori olarak dikkate alınmıştır.

Geriye doğru adımsal yönteme göre risk içeren işler yapma bağımlı değişkeni ile iş kolu, mesleki tutarlılık, iş yeri mülkiyet durumu, yıllık ciro, çalışan sayısı ve medeni durum bağımlı değişkenleri arasında istatistiki bakımdan anlamlı ilişki saptanamamıştır. Elde edilen verilerden hareketle tüm bağımlı değişkenler bir arada değerlendirildiğinde, işletme sahiplerinin mesleki eğitim ve deneyimleri ile sosyo-ekonomik özelliklerinin önemli belirleyiciler olduğu anlaşılmaktadır.

5.6.2. Pazar Sahasında Var Olma Biçimleri

Katılımcıların pazar sahasında var olma süreçleri çeşitli biçimlerde irdelenmiştir. Bu kapsamda, yeni bir teçhizat veya makine almaya ihtiyacı olma durumu, ürün/hizmet yelpazesini genişletme, pazar alanına genişletme planı olma durumu, işletmenin tanıtım ve reklamını yapma durumları ele alınmıştır. İlk olarak Şekil 5.28'de yer aldığı üzere işletmelerin teçhizat veya makine almaya ihtiyaç durumları irdelenmiştir.



Şekil 5.28 İşletmelerin Yeni Bir Teçhizat veya Makine Almaya İhtiyacı Olma Durumları

Katılımcıların %45,7'si yeni bir teçhizat veya makineye ihtiyacı olduğunu iletirken %54,3'ü ihtiyacı olmadığını belirtmiştir. İş kolu ile işletmeleri için yeni bir teçhizat/makine almaya ihtiyaç duyma durumları arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($\chi^2 = 21,192$, $p = 0,000 < 0,05$). Buna göre, otomotiv iş kolunda yer alanların diğerlerine kıyasla daha yüksek sıklıkla yeni bir makine veya teçhizata ihtiyacı bulunmaktadır. Diğer sektörler arasında çeşitli işlerin ise en yüksek düzeyde yeni bir makine/teçhizat almaya ihtiyacı bulunmadığı sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda, işletmesi kira olanların işletme sahiplerine kıyasla daha yüksek sıklıkla yeni teçhizat veya makineye ihtiyaçları bulunmaktadır ($\chi^2 = 9,346$, $p = 0,002 < 0,05$). İşletmesi için yeni bir teçhizat veya makine almaya ihtiyacı olanlar ile olmayanların işletmelerinin faaliyet yıllarının ortanca değerleri açısından istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır (bkz. Tablo 5.57). Buna göre, işletmesi için yeni bir makine/teçhizat almaya ihtiyacı bulunmayanların faaliyet sürelerinin ihtiyacı bulunanlara kıyasla daha yüksek olduğu saptanmıştır. Elde edilen bulgulardan hareketle, sektörde uzun yıllar bulunma ve tecrübe edinmiş olma durumunun, ihtiyaçların temin edilmesinde yeterli bir doygunluğa ulaşılmayı da beraberinde getirdiği ifade edilebilir.

Tablo 5.57 Katılımcıların İşletme Faaliyet Sürelerine Göre Makine veya Teçhizat İhtiyacı Olma Durumları (Mann-Whitney U Testi Sonuçları)

İşletmeniz İçin Yeni Bir Teçhizat veya Makine Almaya İhtiyacınız Var mı?	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	Mann-Whitney U	p.
Evet	160	155,77	24923,50	12043,500	,001
Hayır	190	192,11	36501,50		
Toplam	350				

Yapılan çalışmalar, esnaf ve küçük işletmelerin yaşadığı ortak sorunlardan birisinin teknolojiye uyum sağlama olduğunu ortaya koymaktadır (Bkz. Demirel vd., 2007; Çelebi, 2019). Yenidünya düzeninin beraberinde getirdiği ortam, değişken ve isteklere hızla cevap verebilen yeni yöntemleri ve araçları gerektirmektedir (Gibson, 1997: 7). Şekil 5.28’de görüldüğü üzere bulgular, esnafların önemli bir oranda makine veya teçhizat almaya ihtiyacı olduğunu göstermektedir. Şekil 5.33’de katılımcıların yoğunluklu olarak sektördeki gelişmeleri ve yenilikleri takip ettikleri anlaşılmaktadır. Bu durum ihtiyaç kaynaklı bir ilginin mevcudiyetini gösterebileceği gibi ilginin olduğunu ancak faaliyete geçme konusunda yetersizlik olduğu şeklinde de yorumlanabilir. Aynı zamanda, ihtiyaçların edinilme ve tahsis edilme süreçlerinde sorunların varlığına işaret edebilir. Bunun sebepleri arasında finansal veya alt yapı yetersizlikleri olabilmekle birlikte, yatırım alanlarının işletme dışı alanlara yönelmesi veya alternatif ya da basit teknolojik araçlarla işin sürdürülmesinin tercih edilmesi olabilir. Konya örneğinde gerçekleştirilen bir başka çalışmada işletmelerin, teknolojik gelişmelerin yakından takip edilmesine karşın bu alanlara yatırım yapmadıkları ve daha çok basit iş makinaları kullanma eğilimi gösterdikleri saptanmıştır (Çağlak, 2020a: 52-53).

Hızla değişen teknoloji ve gelişen iş kapasitesi teknolojik yeniliklere daha hızlı bir şekilde uyum sağlamayı ve takip etmeyi gerektirmektedir:

“Üç yılı doldurduk, dört yıldayız, dört yıl oldu. Dolayısıyla teknolojide geliştiği için makinelerde çok gelişti. Daha gelişmişini biz işte şey yapacağımız için mobilya aksesuar yapacağımızı düşündüğümüz için makinemizin boyutunu biraz küçük aldık. (...) Dolayısıyla bu tür parçaları yapacağımız için makinemizin boyutunu biraz küçük tutuk. Hani zaten biz büyük parça kesmeyeceğiz dedik, kesimci olmayacağız dedik. Sanayide böyle şey var ya CNC kesimci. Biz kesimci olmayacağız dedik, CNC işlemeci olmayacağız. Dolayısıyla makineyi küçük almıştık ama şimdi işte bu şeye girince büyük makine ihtiyacı doğdu. Önümüzdeki zamanda hedefimiz makinemizi büyütmek. Nasıl yaparız bilmiyorum. Hani şu anda kesim işimizi yapan bir makinemiz olduğu için acil aramıyoruz ama en kısa sürede bütçemizi ayarlayıp bir büyük makine almayı düşünüyoruz.” (G4)

Katılımcılar, sürekli gelişen teknolojinin el emeğine olan ihtiyacı azalttığını ve zamandan büyük tasarruf sağladığını ve dolayısıyla değişimi de kaçınılmaz ve cezbedici kıldığını belirtmişlerdir. Fason kesim yapan bir CNC işletmecisi durumu şu şekilde betimlemiştir:

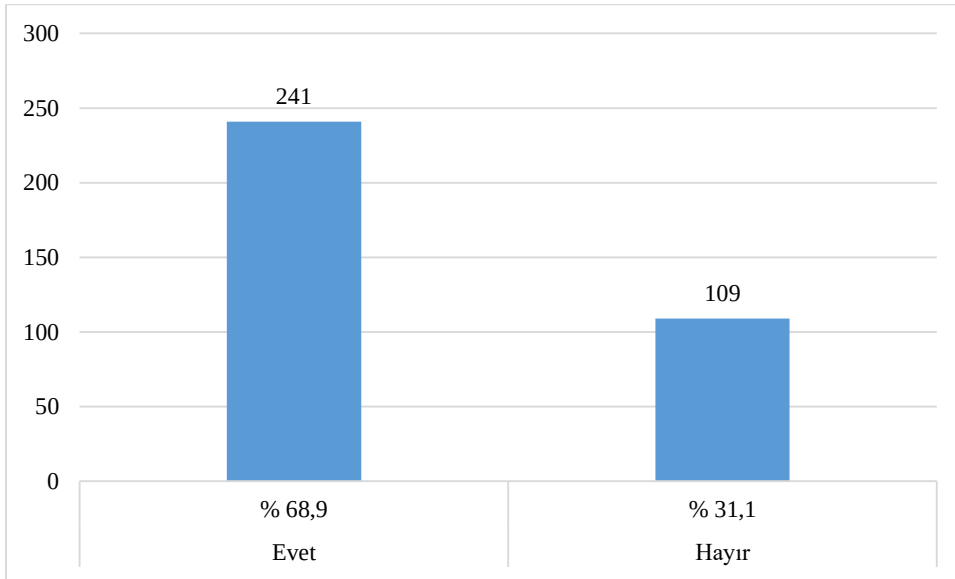
“Bundan sonraki ilk planım üçüncü makineyi almak. Neden? Bizim sektörde CNC bazında çalışan firmalarda bir ya da iki makine var üçüncü makine yok. Bu nedenden dolayı da dediğim olay oluyor hani zaman. İstedğin işi istediğin zamanda teslim edemiyorsun. Yüklü bir iş girdiği zaman diğer parça işleri çıkaramıyorsunuz. Yetişemiyorsunuz, geri çeviriyorsunuz. Hani iki makine aslında yeterli oluyor ama benim nezdimde yeterli olmadığı için üçüncü CNC makineyi düşünüyorum. Diğer ilerleyen zamanda

üçüncüde eğer yeterli imkânı bulursam. CNC'de bizim en büyük sıkıntımız, CNC'den çıkan mamul zımpara, el zımparası, elle zımparalanıyor. (...) Zımpara bazında bunun makinası var. Makinenin tablosuna yatırılırsınız, sizin bir günde zımparladığınızı o on saniyede zımparalayıp veriyor size. Bunun makinesini almayı düşünüyorum. Çünkü bu sanayide yok.” (G5)

Yeni makineler almanın maliyet ve mekânsal imkânlar açısından sorun teşkil ettiği durumlarda ise işletme sahipleri için fason iş yapan işletmeler ile bu eksikliği giderme yoluna gitmeleri daha cazip gelebilmektedir:

“Teknolojiyi takip ediyorum yani ama var mı deseniz yok ama kapasiteme cevap veriyor. Şu anda mesela Alman malı bantlama makinesi var. O kenarları bantlama işi yapıyor. Kesimler dışarıda. Endüstriyel kesimciler var artık. (...) Bir usta akşama kadar iki plaka malzemeyi makinede keser. Ustanın yevmiyesi 400 lira olarak düşünün. Plakadaki kesim maliyeti 200 lira olur. Ama 60 liraya kesiyorlar endüstriyel kesimciler ve daha hızlı kesiyorlar. Ya getirip 50 plaka malzemeyi koyuyorsunuz. Ertesi gün projenize göre kestirip gidiyorsunuz. Malzemenizi alıyorsunuz ölçülerinize göre. Öyle şeyler olduğu için artık buraya makine yığını yapmaya gerek kalmıyor. CNC dersek sadece CNC işlemi yapan birkaç tane atölye var. Projeler operatörler de ona göre. Projenle gidiyorsun, yüklüyorsun orada bilgisayara. Sen geliyorsun iki saat, üç saat, beş saat sonra arıyorlar ürünleriniz hazır gelip alabilirsiniz diye. O yüzden de CNC'yi de buraya koymaya gerek kalmıyor. (...) Buraya toparlanmış kesilmiş kenarı bantlanmış vaziyette geliyor. CNC'de kesilmiş delikleri açılmış geliyor. Burada ufak tefek toplaması vesairesi bant takması, yok boyanacaksa boyahaneye götürülmesi sonra montaja götürülmesi gibi şeyler kalıyor. (...) Şimdi şeyi biliyorsunuz Frederick Taylor. Onun o sistemlerini biliyorsunuz Henry Ford'la beraber otomasyon sistemi (...) Asıl hocası, onun hocası dediğim yani Taylor, tetikleyen(...) bizim onu, şu anda, burada, o imkânımız yok, geliştirme şansımız yok. Dolayısıyla o bandı atölyelere yayararak yapıyoruz. Hani kesimi oraya veriyoruz, CNC'yi oraya veriyoruz. Sonra oradan gidiyor bantlanıyor. Başka bir yere gidiyor geliyor toplanıyor.” (G9)

Katılımcı tarafından işleri büyütmenin önemli bir yolunun da yeni makine ve teknoloji ürünleri almak yerine onlara sahip taşeron firmalarla çalışmak olduğu dile getirilmiştir. Sanayilerin pek çok işletmenin toplama ve kümelenme mekânı olması nedeniyle zamansal ve mekânsal tasarruf sağlayarak bu sürecin tamamlanabildiği görülmektedir. Bu bağlamda iş bölümünün, işletmecilerin birbirine olan bağlılığını arttırmakla birlikte aynı zamanda üretim sürecinde de işlevsel olduğu görülmektedir. Bu durum, küreselleşmeyle birlikte esnek üretim, iş bölümü, pratiklik ve hızla değişen teknolojik gelişmelere karşı bir uyum sağlama sürecinin sonucu olarak da değerlendirilebilir. Katılımcıların pazar sahasında var olma biçimleri kapsamında ürün ve hizmet yelpazesini genişletme planına sahip olma durumları irdelenmiş olup elde edilen bulgular Şekil 5.29'da sunulmuştur.



Şekil 5.29 Katılımcıların Ürün/Hizmet Yelpazesini Genişletme Planı Olma Durumları

Katılımcıların %68,9'u ürün veya hizmetlerini genişletme planına sahip olduklarını dile getirirken %31,1'i böyle bir ihtiyaçları bulunmadığı gibi böyle bir planlarının da olmadığını belirtmişlerdir. İş kolu ile ürün/hizmet yelpazesini genişletme planı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($\chi^2 = 24,118$, $p = 0,000 < 0,05$). Buna göre, otomotiv faaliyet alanında bulunanların diğer sektörlerle kıyasla daha yüksek sıklıkla ürün/hizmet yelpazesini genişletme gibi bir planı olduğu görülmektedir. Mobilyada ise diğer faaliyet alanlarına kıyasla daha yüksek düzeyde ürün/hizmet yelpazesini artırma planının olmadığı ortaya çıkmıştır. Otomotivin mobilyaya kıyasla daha hızlı gelişen ve güncellenen bir alan olması, beraberinde hızlı değişimi ve yenilenen ihtiyaç listesini sürekli hale getirebilmektedir. Aynı zamanda, araçların çeşitliliği de göz önünde bulundurulduğunda ekipman çeşitliliğinin sınırlı kalabileceği ifade edilebilir. Mobilyada ise gelişen teknoloji ile işlemleri yapmaya yarayan yeni teknolojilerin hız ve zaman yönünden katkı sağlamakla birlikte zorunluluk arz etmediği, alternatif ve geleneksel yöntem ve araçlarla süreçlerin tamamlanabildiği saha verilerinden anlaşılmaktadır.

İşletme dışı kazanç sağlanan sektörün olma durumu ile ürün/hizmet yelpazesini geliştirme planı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($\chi^2 = 13,727$, $p = 0,000 < 0,05$). Buna göre, işletme dışında kazanca sahip olanların olmayanlara kıyasla daha fazla ürün/hizmet yelpazesini genişletme planı bulunduğu ortaya çıkmıştır. İşletme dışı kazanç durumu, ek gelir alanı yaratması bakımından işletme sahiplerine çeşitli imkânlar sunabilir. Katılımcıların, ürün hizmet yelpazelerini genişletme planına sahip olma durumları ile mesleki deneyim süreleri ve çalışan sayıları arasındaki ilişki Tablo 5.58'de görüldüğü gibidir.

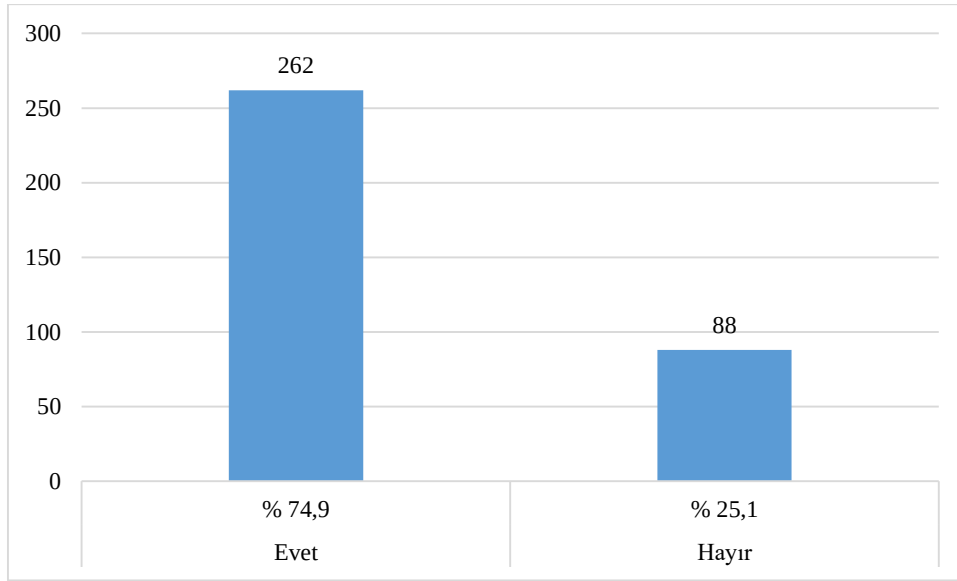
Tablo 5.58 Katılımcıların Mesleki Deneyim Süresine ve Çalışan Sayılarına Göre Ürün/Hizmet Yelpazesini Genişletme Planına Sahip Olma Durumları (Mann-Whitney U Testi Sonucu)

	Ürün/hizmet Yelpazenizi Genişletmek Gibi Bir Planınız Var mı?	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	Mann-Whitney U	p.
Mesleki deneyim süresi	Evet	241	163,28	39349,50	10188,500	,001
	Hayır	109	202,53	22075,50		
Çalışan sayısı	Evet	241	188,62	45457,50	9972,500	,000
	Hayır	109	146,49	15967,50		

Ürün/hizmet yelpazesini genişletmeyi düşünme durumu ile mesleki deneyim süresinin ortancası bakımından istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (bkz. Tablo 5.58). Buna göre hizmet yelpazesini genişletmeyi düşünmeyenlerin mesleki deneyim süreleri hizmet yelpazesini genişletmeyi düşünenlere kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksektir. Mesleki deneyimin artmasının, bireylerin mevcut olanı koruma ve sürdürme yönünde daha tutumlu ve istikrarlı bir duruş sergileme yönünde bir eğilim göstermelerini beraberinde getirdiği düşünülebilir.

İşletmecilerin ürün/hizmet yelpazesini genişletme planları ile çalışan sayıları ortanca değerleri bakımından istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (bkz. Tablo 5.58). Buna göre hizmet yelpazesini genişletmeyi düşünenlerin çalışan sayıları hizmet yelpazesini genişletmeyi düşünmeyenlere kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksektir. İş kapasitesinin fazlalığı ve/veya büyük işletme olunması, ürün/hizmet çeşitliliği konusunda daha pozitif bir tutum içerisinde bulunmak ve bu anlamda gelişmeye açık olmak ile ilişkilendirilebilir.

Katılımcıların %74,9'u, pazar alanını ve tüketici kitlesini genişletme planına sahip olduklarını belirtmişlerdir (bkz. Şekil 5.30). Bu durum, istikrarsızlaşan ve giderek daralan piyasada hayatta kalabilmek adına tüketici kitlesinin genişletilmesinin bir gereklilik olarak görülmesinin sonucu olarak yorumlanabilir.



Şekil 5.30 Katılımcıların Pazar Alanını Genişletme Planına Sahip Olma Durumları

İş kolu ile pazar alanını genişletme planına sahip olma durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($\chi^2 = 8,830$, $p = 0,032 < 0,05$). Buna göre, otomotiv iş kolunda yer alan işletme sahiplerinin diğerlerine kıyasla daha yüksek sıklıkla pazar alanını genişletme planına sahip olduğu görülmektedir. Mobilya ise en yüksek düzeyde pazar sahasını genişletme planına sahip olmayan iş kolu olarak belirginlik kazanmaktadır. Daha önce elde edilen bulgularla birlikte değerlendirildiğinde, otomotiv faaliyet alanının hem ürün hizmet yelpazesi hem de pazar sahasını genişletme konusunda diğerlerine kıyasla daha çok ön plana çıktığı, mobilya faaliyet alanının ise en geri planda kalan iş kolu olduğu görülmektedir. Bu durum dolayısıyla ürün çeşitliliği ile pazar sahasını genişletme planı arasında anlamlı bir ilişki olabileceği sorunsalını açığa çıkarmaktadır. Ürün/hizmet yelpazesini genişletme planı olma durumu ile pazar alanını genişletme planı olma durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($\chi^2 = 116,656$, $p = 0,000 < 0,05$). Buna göre, ürün/hizmet yelpazesini genişletme planı olanların olmayanlara kıyasla daha yüksek sıklıkla pazar alanını genişletme planı olduğu saptanmıştır. Ürün/hizmet yelpazesini genişletme planının, pazar sahasını genişletme sürecini içermesi beklenmiş olup, elde edilen bulgular beklentiye karşılar bir tutarlılığa işaret etmiştir.

Ortanca değerleri bakımından işletme çalışan sayıları ile pazar alanını genişletme durumları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (bkz. Tablo 5.59). Buna göre, pazar sahasını genişletmeyi düşünenlerin çalışan sayıları pazarını genişletmeyi düşünmeyenlere kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Tablo 5.59 İşletmelerin Çalışan Sayısına ve Faaliyet Süresine Göre Pazar Alanını Genişletme Planına Sahip Olma Durumu (Mann-Whitney U Testi Sonucu)

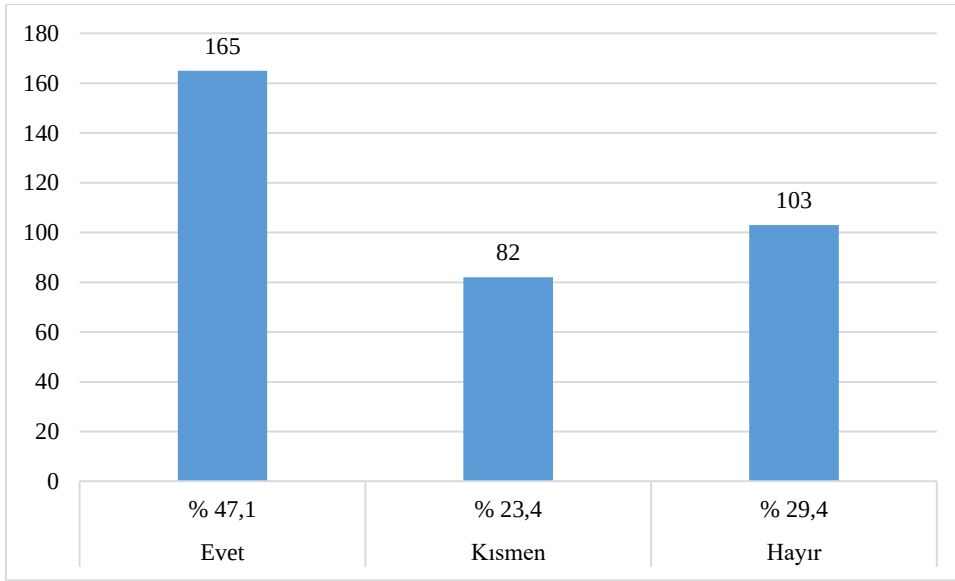
	Pazar Alanınızı Genişletmek Gibi Bir Planınız Var mı?	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	Mann-Whitney U	p.
Çalışan Sayısı	Evet	262	188,09	49280,00	8229,000	,000
	Hayır	88	138,01	12145,00		
Faaliyet Süresi	Evet	262	168,80	44224,50	9771,500	,032
	Hayır	88	195,46	17200,50		

Aynı zamanda, pazar sahasını genişletme planına sahip olanların işletmelerinin faaliyet süresi ortanca değerleri bakımından böyle bir plana sahip olmayanlara kıyasla anlamlı düzeyde daha düşüktür (bkz. Tablo 5.59). Elde edilen bulgular, işletme büyüklüğünün pazar sahasını genişletme sürecini olumlu yönde etkilediğine ve işletme yaşının artmasının ise işletme sahiplerinin daha kanaatkâr ve tutucu bir tutum sergilemelerini beraberinde getirdiğine işaret etmektedir. İlişkisi incelenen bir diğer durum ise katılımcıların yaşlarına göre pazar sahasını genişletme planına sahip olma durumlarıdır (bkz. Tablo 5.60).

Tablo 5.60 Katılımcıların Yaşlarına Göre Pazara Sahasını Genişletme Planına Sahip Olma Durumu (Bağımsız Örneklem için t Testi Sonuçları)

Pazar Alanınızı Genişletmek Gibi Bir Planınız Var mı?	N	Ort.	S	sd	t	p.
Evet	262	41,49	9,343	348	2,386	,018
Hayır	88	44,23	9,226			

Pazar alanını genişletme planına sahip olup olmama durumu ile esnafların yaş ortalaması arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (bkz. Tablo 5.60). Buna göre pazar sahasını genişletme planına sahip olanların yaş ortalaması böyle bir plana sahip olmayanlara kıyasla daha düşüktür. Benzer şekilde Muğla’da sanayi esnaflarının ele alındığı bir çalışmada, genç işletme sahiplerinin eski nesille kıyaslandığında pazarlamaya daha fazla önem verdikleri saptanmıştır (Acar Altaş, 2019: 51, 69). Yaş ve faaliyet yılı düşük olan işletme sahiplerinin, bir diğer ifadeyle sektörde görece daha yeni olanların, pazar sahasını genişletmeye daha yatkın oldukları anlaşılmaktadır.



Şekil 5.31 İşletmelerin Tanıtım ve Reklamının Yapılma Durumu

Esnafların %47,1'i işletmelerinin tanıtım ve reklamına yönelik faaliyetlerde bulunduklarını, %23,4'ü bunu kısmen gerçekleştirdiklerini ve %29,4'ü de hiç reklam yapmadıklarını ifade etmiştir. Saha sohbetleri sırasında anlaşıldığı üzere “evet” diyen katılımcıların da genel itibarıyla Google reklamları, Instagram ve Facebook gibi sosyal medya kanalları ile kısıtlı kaldığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda katılımcılar, tanıtım ve reklamı bir gereklilik olarak görmemektedirler. Bunun yanı sıra, reklama bütçe ayırmaya yanaşmadıkları ve bunu gereksiz gördükleri veya yeterli imkânları olmadıkları için bunu gerçekleştiremedikleri anlaşılmaktadır:

“En büyük reklam, işini iyi yapman.” (Anket 180)

“Dilden birinin birine göndermesi 10 tane reklamdan iyidir.” (Anket 322)

“Müşteri çekme sürecim işte esnaflarla müşterilerimin bana iş getirmesiyle. İşimi beğendikten sonra başka müşterilerle başka insanlarla tanıştıracak yani. Benim bir reklamım da yok. Yani benim ismim, benim reklamım, müşterilerim yani.” (G8)

Esnafta reklam, kaliteli iş ve üretimin kendisine karşılık gelmektedir. Bu bakımdan esnaflar arasında reklamın değil işlerin kalitesinin müşteri çekmek için yeterli olduğu görüşü hâkimdir. Kaliteli iş vasıtasıyla yaratılan tanınmışlığın kendisi bizzat yeterli ve sürdürülebilir görülerek reklama ayrı bir bütçe ayırma eğilimi gösterilmemektedir. Saha çalışması sırasında da her işletmenin tabelasının olmadığı da dikkat çekmiştir. Bu durum, alışagelmiş oldukları iş akışını sürdürme istemleriyle ilgili olabilir. Muğla’da esnafların e-ticarete yönelik algı ve tutumlarının incelendiği bir çalışmada, yeterli finansmana ve altyapı olanaklarına sahip olamamalarının esnafların e-ticarete geçme konusunda çekimser kalma sebepleri arasında olduğu saptanmıştır (Arıtkan, 2016: 76). Esnafların yaşadığı ortak sorunlardan birisi de modern

pazarlama tekniklerini ve reklamcılığı yeterli düzeyde kullanamamalarıdır (Demirel vd., 2007; Darıcı vd., 2012: 3).

İşletmenin mülkiyet durumu ile işletmenin tanıtım ve reklamına yönelik faaliyetlerde bulunma arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır ($\chi^2 = 6,568$, $p = 0,037 < 0,05$). Buna göre, kiracı olanlar mülk sahiplerine kıyasla daha yüksek düzeyde tanıtım ve reklam faaliyetlerinde bulunduklarını dile getirmişlerdir. İşletme sahipliği mekânsal olarak uzun süre belirli bir konumda bulunmayı beraberinde getirmekte olup bilinirlik ve sabitlik açısından avantaj sağlayabilir. Ancak, kiracılar için mekânsal tanınmışlığın daha az olması durumu, marka bilinirliğini önemli hale getirebilir ve sosyal medya gibi kanallar müşteriler ile temasta kalabilme konusunda avantaj sağlayabilir. Kira giderleri de göz önünde bulundurulduğunda aynı zamanda reklam yapmak, pazar sahasını ve müşteri kitlesini büyütmek açısından kazanç arttırma ihtiyacının da bir sonucu olarak yorumlanabilir.

Bu bağlamda, pazar sahasını genişletme planı ile reklam faaliyetleri arasında bir ilişki olup olmadığı sorusu ön plana çıkmaktadır. Pazar sahasını genişletme durumu ile işletmenin tanıtımını yapma durumu arasında istatistiksel açıdan yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($\chi^2 = 45,132$, $p = 0,000 < 0,05$). Buna göre, pazar sahasını genişletme planına sahip olanlar, böyle bir plana sahip olmayanlara kıyasla daha fazla işletmelerinin tanıtımını yapmaktadırlar. Çünkü reklam ve tanıtım, daha geniş tüketici kitlelerine ulaşabilmenin önemli kanallarından birisidir. Bu bağlamda, pazar sahasını genişletme planına sahip işletme sahiplerinin reklam yapması beklenen bir durumdur.

İşletme dışı kazanç sağlama durumu ile işletmenin tanıtımını yapma durumu arasında da istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır ($\chi^2 = 8,535$, $p = 0,014 < 0,05$). Buna göre, işletme dışında kazanca sahip olanlar, olmayanlara kıyasla daha yüksek sıklıkla işletmelerinin reklamını yapmaktadırlar. Bir diğer ifadeyle, işletme dışı kazanca sahip olma durumunun, reklama bütçe ayırma ve bu konuda aktif olma durumunu olumlu yönde etkilemesi beklenebilir.

İşletmenin tanıtım ve reklamını yapma durumlarına göre işletmelerin faaliyet süreleri ortanca değerleri bakımından anlamlı bir farklılık göstermektedir (bkz. Tablo 5.61). Buna göre, işletmesinin tanıtım ve reklamını yapmayanların faaliyet süresi, tanıtım ve reklam yapanlara kıyasla istatistiki bakımdan anlamlı derecede daha yüksektir.

Tablo 5.61 İşletmelerin Faaliyet Süresine Göre İşletmelerinin Tanıtım ve Reklamını Yapma Durumları (Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları)

İşletmenizin Tanıtım ve Reklamına Yönelik Faaliyetlerde Bulunuyor musunuz?	N	Sıra Ort.	sd	χ^2	p.
Evet	165	164,49	2	6,406	,041
Kısmen	82	171,63			
Hayır	103	196,22			
Toplam	350				

İşletme yaşının artmasıyla birlikte işletme tanıtımının da azaldığı anlaşılmaktadır. Benzer eğilimler, pazar sahasını ve ürün hizmet yelpazesini genişletme planları kapsamında da görülmüştür. İşletme faaliyet süresinin artması, sanayi sitesinde zamanla yeterli çevreye ulaşmış olmayı beraberinde getirmesi ve ek bir reklama ihtiyaç duyulmaması ile açıklanabileceği gibi işletmeyi genişletmek ve büyütmek kapsamında planların giderek azalması, mevcut olanı korumaya yönelik bir seyrin mevcudiyet göstermesi ile de açıklanabilir.

İşletmenin tanıtım ve reklamını yapma durumu, işletme sahiplerinin girişimcilik eğilimlerinin önemli göstergelerinden birisi sayılabilir. Bu noktada işletmenin tanıtım ve reklamını yapma durumu ile hangi faktörlerin istatistiki olarak ilişkili olduğunun saptanabilmesi adına çok kategorili lojistik regresyon analizi yapılmıştır (bkz. Tablo 5.62 ve Tablo 5.63).

Tablo 5.62 İşletmenin Reklam ve Tanıtım Faaliyetinin Yapılması Durumuna İlişkin Uyum İyiliği ve R² Testi Sonuçları

Model Uyum İyiliği					Uyum İyiliği			Pseudo R ²	
Model	-2 LL	χ^2	sd	p.	χ^2	sd	p.	Cox and Snell	
Sabit Terimli	733,976				Pearson	692,428	662	,200	Nagelkerke
Doymuş	608,460	125,516	26	,000	Sapma	604,301	662	,947	McFadden

Tablo 5.62’de görüldüğü üzere Pearson χ^2 değerinin 0,05’ten büyük olması sonucunda modelin anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda Pseudo R² testi Nagelkerke sonucuna göre modelde yer alan bağımsız değişkenlerin, işletmelerin reklam faaliyetine yönelik tutumundaki değişimleri %34 oranında açıkladığı söylenebilir.

Gerçekleştirilen çok kategorili lojistik regresyon analizi sonucunda, esnafların işletmelerin tanıtım ve reklamına yönelik faaliyette bulunma durumlarının, çalışan sayısı, iş kolu, mesleki tutarlılık, kalite standart belgesine sahip olma durumu, eğitim ve işletme faaliyet

süresi ile istatistiki bakımdan anlamlı ilişkiye sahip olduğu saptanmıştır. Tablo 5.63'te yer alan çok kategorili lojistik regresyon analizine göre p değeri 0,05 ve altında olan değişkenler istatistiki bakımdan anlamlı ilişki olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda yorumlama sürecinde, p değeri 0,10 ve altında olan değerler de dikkate alınmıştır.

Tablo 5.63 İşletmenin Reklam ve Tanıtım Faaliyetinin Yapılması Durumuna İlişkin Çok Kategorili Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

İşletmenizin Tanıtım ve Reklamına Yönelik Faaliyetlerde Bulunuyor musunuz? ^a		B	Std. hata	Wald	p.	Exp(B)	Exp(B) için 95% güven aralığı	
							Alt sınır	Upper Bound
Evet	Sabit	-,239	,749	,102	,750			
	Çalışan sayısı	,118	,043	7,470	,006	1,125	1,034	1,224
	İşletme faaliyet süresi	-,030	,016	3,670	,055	,970	,941	1,001
	[Otomotiv=1]	,204	,455	,201	,654	1,226	,502	2,992
	[Mobilya=2]	-,969	,468	4,280	,039	,379	,152	,950
	[Makine ve Metal=3]	-,024	,454	,003	,957	,976	,401	2,376
	[Çeşitli İşler=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki eğitim var=1]	,234	,316	,548	,459	1,264	,680	2,350
	[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki tutarlılık var=1]	,916	,366	6,261	,012	2,500	1,220	5,125
	[Mesleki tutarlılık yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Kalite standart belgesi var=1]	1,829	,322	32,278	,000	6,225	3,313	11,697
	[Kalite standart belgesi yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Evli=1]	-,604	,436	1,921	,166	,547	,233	1,284
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Okur-yazar ve ilkokul mezunu=1]	-1,334	,529	6,360	,012	,263	,093	,743
	[Ortaokul=2]	-,226	,536	,177	,674	,798	,279	2,283
	[Lise=3]	-,414	,470	,776	,378	,661	,263	1,661
	[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[İşyeri mülk sahibi=1]	,332	,410	,654	,419	1,393	,624	3,112
	[İşyeri kiracı=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
Kısmen	Sabit	-1,049	,863	1,478	,224			
	Çalışan sayısı	,007	,057	,015	,903	1,007	,900	1,127
	İşletme faaliyet süresi	-,025	,018	2,002	,157	,975	,942	1,010
	[Otomotiv=1]	,726	,498	2,132	,144	2,068	,780	5,483
	[Mobilya=2]	-,444	,526	,712	,399	,641	,229	1,800
	[Makine ve Metal=3]	,042	,526	,006	,936	1,043	,372	2,924
	[Çeşitli İşler=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki eğitim var=1]	,259	,344	,565	,452	1,295	,660	2,542
	[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki tutarlılık var=1]	,909	,426	4,555	,033	2,483	1,077	5,723
	[Mesleki tutarlılık yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Kalite standart belgesi var=1]	1,346	,359	14,070	,000	3,841	1,901	7,759
	[Kalite standart belgesi yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Evli=1]	-,735	,471	2,434	,119	,480	,191	1,207
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Okur-yazar ve ilkokul mezunu=1]	-,288	,582	,244	,621	,750	,240	2,347

[Ortaokul=2]	,048	,611	,006	,937	1,049	,317	3,475
[Lise=3]	-,504	,559	,813	,367	,604	,202	1,806
[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
[İşyeri mülk sahibi=1]	,688	,475	2,101	,147	1,990	,785	5,045
[İşyeri kiracı=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.

a Referans kategori: Hayır.

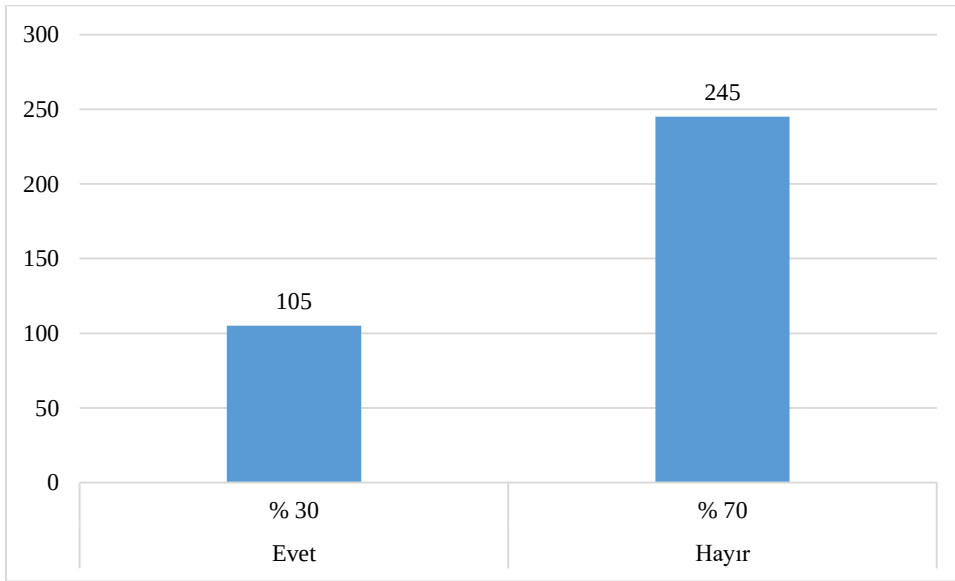
b Sabit değişken olarak ele alınması nedeniyle 0 olarak gösterilmektedir

Tahmin edilen modele göre, işletmesinin tanıtım ve reklamını yapmama durumu referans kategori olarak dikkate alındığında; iş kolu, çalışan sayısı, eğitim, işletme faaliyet süresi, mesleki tutarlılık ve kalite standart belgesine sahiplik durumlarının işletmenin tanıtımını yapma durumları ile istatistiksel açıdan anlamlı ilişkiye sahip olduğu saptanmıştır. Buna göre, tanıtım ve reklam yapmayanlar referans kategori olarak dikkate alındığında; çalışan sayısı, mesleki tutarlılık ve kalite standart belgesine sahip olma durumu ile işletmenin tanıtımını yapma durumu arasında pozitif yönde; işletme faaliyet süresi, üniversite ve lisansüstü mezunu olmaya kıyasla okuryazar ve ilkökul mezunu olma durumu, çeşitli işlere kıyasla mobilya iş kolunda bulunma durumları ile işletmenin tanıtımını yapma durumu arasında negatif yönde ilişki vardır.

Benzer şekilde, işletmelerinin tanıtım ve reklamını yapmayanlar referans kategori olarak dikkate alındığında; mesleki tutarlılığa ve kalite standart belgesine sahip olma durumu, işletmelerin reklamına yönelik kısmen faaliyette bulunma durumu ile pozitif yönlü ilişkiye sahiptir. Elde edilen bulgular, hep aynı mesleği gerçekleştirenlerin, iş hacmi ve kapasitesi yüksek olanların, genç işletmelerin ve ürün ve hizmet kalitesini önemseyen işletmelerin reklam ve tanıtım faaliyetlerine daha fazla dâhil olduklarına ve daha fazla talep gösterdiklerine işaret etmektedir. Aynı zamanda, tanıtımın önemine yönelik farkındalık ve reklamcılık faaliyetlerine ilişkin bilgi altyapısı bakımından eğitimin olumlu etkiye sahip olduğu ifade edilebilir.

5.6.3. Sektörel Fırsatları ve Yenilikleri Takip Etme

Katılımcıların sektörel farkındalıkları, ilgileri ve yönelimleri çeşitli anket soruları kapsamında irdelenmiştir. Bunlardan ilki Şekil 5.32’de ele alındığı üzere örnek aldıkları veya rakip gördükleri firmaların veya işletmelerin mevcudiyetine ilişkindir.



Şekil 5.32 Örnek Alınan ya da Rakip Görülen İşletmelerin Olma Durumu

Katılımcıların sadece %30'u, kendilerine rakip veya örnek aldıkları bir işletme olduğunu ifade etmişlerdir. Bu yüzdeler dilimin içerisinde yer alan katılımcıların anket esnasında bu soruyu cevaplarken rakipten ziyade örnek aldıkları işletmelerin olduğuna vurgu yaparak yanıt verme eğilimi gösterdikleri dikkate değerdir. Girişimcilik, yapısı itibarıyla iyi bir gözlemi ve piyasa takibini gerektirmektedir. İşletmeler genel itibarıyla piyasayı takip etmekle birlikte bunun sanayi ortamıyla kısıtlı kaldığı ifade edilebilir. Görüşmecilerin ağırlıklı olarak mikro ve küçük esnaf niteliği gösterdiği göz önünde bulundurulduğunda; gelişmek, farklılaşmak ve büyüebilmek için beklenen piyasa farkındalığının yeterli düzeyde olmadığı ifade edilebilir. Mesleki eğitim ile kendisine örnek veya rakip aldıkları işletmenin var olması durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($\chi^2 = 6,634$, $p = 0,010 < 0,05$). Mesleki eğitim alanlar, almayanlara kıyasla daha yüksek sıklıkla örnek veya rakip olarak gördükleri işletmelerin olduğunu belirtmişlerdir. Aynı zamanda kalite belgesine sahip olanların olmayanlara kıyasla daha yüksek sıklıkta kendilerine örnek aldıkları veya rakip olarak gördükleri işletmelerin olduğu bulgulanmıştır ($\chi^2 = 5,942$, $p = 0,015 < 0,05$). Bu verilerden hareketle, mesleki eğitimin ve dolayısıyla kalite süreçlerine ilişkin farkındalığın, diğer işletmelerdeki gelişmeleri takip etme, gözlemlleme ve hedefler oluşturma konusu ile ilişkili olduğu ifade edilebilir. Bu temelde, diğer işletmeleri gözlemlleme ve piyasayı takip etme yönündeki bu eğilimin, ürün çeşitliliği ve pazar sahasını genişletme planlarını çeşitli boyutlarda etkileyebileceği düşünülebilir. Gerçekleştirilen ki-kare testi sonuçlarına göre, kendilerine rakip gördükleri veya örnek aldıkları bir işletmenin bulunduğunu söyleyenler, bulunmadığını söyleyenlere kıyasla daha yüksek sıklıkla hizmet yelpazesini genişletme planına sahiptir ($\chi^2 =$

5,970, $p = 0,015 < 0,05$). Aynı zamanda, kendilerine rakip gördükleri veya örnek aldıkları bir işletmenin bulunduğunu söyleyen katılımcılar bulunmadığını söyleyenlere kıyasla daha yüksek sıklıkla pazar sahasını genişletme planına sahiptirler ($\chi^2 = 3,958$ $p = 0,047 < 0,05$). Elde edilen bulgulardan hareketle, diğer işletmelere yönelik farkındalık ve takibin, işletmelerin hedeflerini etkileyebileceği ve piyasaya daha fazla dâhil olabilme yönünde ürün çeşitliliği ve pazar sahasını genişletme yönündeki eğilimleri beraberinde getirebileceği ifade edilebilir.

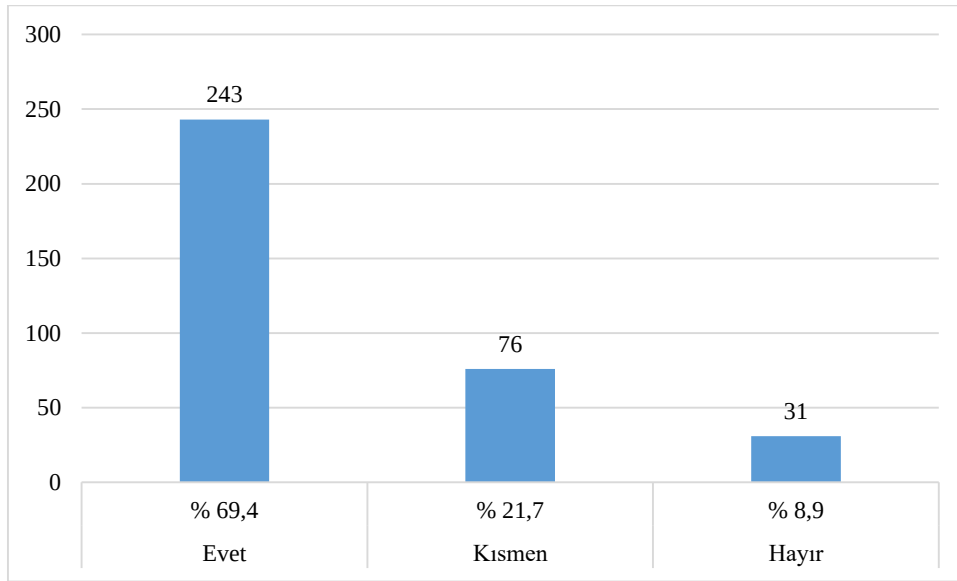
İşletmelerin yıllık ciroları ve çalışan sayılarına göre örnek veya rakip olarak gördükleri işletme olma durumu arasındaki ilişki irdelenmiş olup Tablo 5.64'te sunulmuştur. Örnek alınan veya rakip olarak görülen işletmelerin var olma durumu ile işletmelerin yıllık cirolarının ortancası bakımından istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır (bkz. Tablo 5.64). Kendisine rakip gördüğü veya örnek aldığı işletmelerin bulunduğunu söyleyenlerin yıllık ciroları, örnek veya rakip gördükleri bir işletme olmadığını söyleyenlere kıyasla istatistiki olarak anlamlı düzeyde daha yüksektir. Bunun yanı sıra ortanca değerleri bakımından kendisine örnek veya rakip olarak gördüğü işletme bulunanların çalışan sayıları, örnek veya rakip aldığı işletme bulunmayanlara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksektir (bkz. Tablo 5.64).

Tablo 5.64 İşletmelerin Yıllık Cirolarına ve Çalışan Sayılarına Göre Örnek Alınan ya da Rakip Görülen İşletmelerin Olma Durumu (Mann-Whitney U Testi Sonuçları)

	Kendinize Örnek Aldığınız ya da Rakip Olarak Gördüğünüz İşletmeler Var mı?	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	Mann-Whitney U	p.
Yıllık ciro	Evet	105	191,92	20152,00	11138,000	,047
	Hayır	245	168,46	41273,00		
Çalışan sayısı	Evet	105	199,04	20899,00	10391,000	,004
	Hayır	245	165,41	40526,00		

Elde edilen bulgular, hem çalışan sayısı hem de yıllık ciro bakımından katılımcıların işletmelerinin büyüklüklerinin piyasayı takip etme süreçleri ile yakından ilişki içerisinde olduğuna işaret etmektedir. İşletmenin büyük olması, sektördeki gelişmelere yönelik farkındalığın artmasını beraberinde getirebileceği gibi işletmenin kapasitesinin büyümesinde de bu farkındalık önemli bir paya sahip olabilir. Bu bağlamda, girişimciliğin önemli unsurlarından birisinin de gelişmeleri ve yenilikleri yakından takip etmek, uygulamak ve ihtiyaçları doğru analiz etmekten geçtiğinin altı çizilmelidir.

Katılımcıların sektördeki fırsatları ve yenilikçi fikirleri yakından takip etme durumları Şekil 5.33'te verilmiştir. Buna göre, katılımcıların %69,4'ü sektörlerini yakinen ve %21,7'si kısmen takip ettiklerini, %8,9'u ise takip etmediğini dile getirmiştir.



Şekil 5.33 Katılımcıların Sektördeki Fırsatları ve Yenilikçi Fikirleri Yakından Takip Etme Durumları

Elde edilen bulgular, katılımcıların genel olarak yenilikleri takip ettikleri ve bu konuda istekli olduklarına işaret etmektedir. Ancak esnafın bunları uygulama ve bu kapsamda çalışmalar gerçekleştirme gibi durumlarda yetersiz kaldıkları ifade edilebilir. Bilgi, alt yapı ve finansman eksikliği gibi unsurlar, işletme sahiplerinin yeni teknolojik ürünlere geçmeleri konusunda bir engel teşkil edebilir. İş kolu ile fırsatları ve yenilikçi fikirleri takip etme arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($\chi^2 = 24,798$, $p = 0,000 < 0,05$). Buna göre, diğerlerine kıyasla mobilya iş kolunda olanların daha yüksek sıklıkla sektördeki yenilikçi fikirleri ve gelişmeleri takip ettikleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Çeşitli işlerde yer alanlar ise diğerlerine kıyasla daha yüksek düzede sektördeki yenilikçi fikirleri takip etmemektedirler. Önceki bölümlerde pazar sahasını genişletme, ürün çeşitliliği planı ve risk içeren işler yapma konusunda otomotivin en aktif, mobilyanın ise en geri planda kalan iş kolu olduğu bulunmuştur. Ancak buradaki bulgular, mobilya faaliyet alanındaki işletmelerin diğerlerine kıyasla daha yüksek oranda sektördeki yenilikleri takip ettiklerine işaret etmektedir. Birbiriyle tutarlılık arz etmesi beklenen bu eğilimler çelişiyor gibi görünse de sektördeki yenilikleri takip etmenin neye işaret ettiğinin irdelenmesi önemlidir. Mobilya faaliyet alanında gerçekleştirilen fuarların önemli olduğu ve bu alandaki katılımcıların bu sergilere yoğun bir katılım gösterdiği ve bunun da sektördeki gelişmeleri yakinen takip etme imkânını beraberinde getirdiği ifade edilebilir. Bu sergiler, mobilya iş kolunun piyasayı takip etme konusunda diğer faaliyet alanlarına kıyasla daha fazla ön plana çıkmasına olanak sağlamaktadır.

Katılımcıların sektördeki fırsatları takip etme eğilimleri ile mesleki eğitimlerinin, ek kazanç durumlarının, risk alma eğilimlerinin, hizmet çeşitliliği ve pazar sahasını genişletme

planlarının ve diğer sektörlerle yönelik farkındalıklarının ilişkili olması beklenmektedir. Buna göre, mesleki eğitim sahibi olma ile sektördeki yenilikleri takip etme arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($\chi^2 = 13,552$, $p = 0,001 < 0,05$). Mesleki eğitime sahip olanların olmayanlara kıyasla daha yüksek düzeyde sektörlerindeki yenilikçi fikir ve fırsatları takip ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. İşletme dışında kazanca sahip olanlar, olmayanlarla karşılaştırıldığında daha yüksek sıklıkla sektördeki fırsat ve yenilikleri takip etmektedirler ($\chi^2 = 8,997$, $p = 0,011 < 0,05$). Aynı zamanda ürün/hizmet yelpazesini genişletme planı olanların olmayanlara kıyasla daha yüksek sıklıkla sektördeki fırsat ve yenilikleri takip ettikleri görülmektedirler ($\chi^2 = 29,575$, $p = 0,000 < 0,05$). Benzer şekilde pazar sahasını genişletme planına sahip olanlar, böyle bir plana sahip olmayanlara kıyasla daha fazla sektördeki gelişmeleri takip etmektedirler ($\chi^2 = 20,600$, $p = 0,000 < 0,05$). Aynı zamanda sektöründeki fırsatları takip etmeyenler takip edenlerle karşılaştırıldığında daha yüksek düzeyde risk içeren işler yapmaktan kaçınmaktadırlar ($\chi^2 = 16,918$, $p = 0,000 < 0,05$). Kendilerine rakip gördükleri veya örnek aldıkları bir işletmenin bulunduğunu söyleyenler, bulunmadığını söyleyenlere kıyasla daha yüksek sıklıkla sektörlerindeki fırsat ve yenilikleri takip ettiklerini dile getirmişlerdir ($\chi^2 = 37,252$, $p = 0,000 < 0,05$). Analiz sonuçları, birbiriyle paralel ilişkilere işaret etmektedir. Bulgulardan hareketle, mesleki eğitimin varlığı, piyasada daha uzun süredir var olma, ürün hizmet yelpazesi genişletme planına sahip olma, diğer işletmeleri yakinen takip etme, ek kazanç alanları yaratma ve risk içeren işlerde bulunma durumlarında bireylerin sektördeki yenilikleri ve fırsatları daha fazla takip ettikleri anlaşılmaktadır.

Dini eğilimler ve sektörel yenilikleri takip etme arasındaki ilişkinin aydınlatılması da dikkate değerdir. Çalışmanın dini bir görev olduğunu düşünme durumu ile sektördeki fırsatları takip etme durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($\chi^2 = 7,510$, $p = 0,023 < 0,05$). Buna göre, çalışmanın dini bir görev olmadığını düşünenlerin dini bir görev olarak görenlere kıyasla sektördeki yenilikleri daha fazla takip ettikleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu eğilim, kazancın rızık meselesi olarak görülmesi, iktisadi gelişme yönünde kanaatkâr bir tutumun benimsemesinin bir sonucu olarak yorumlanabilir.

Sektörel farkındalık, girişimcilik eğiliminin önemli unsurlarından birisi olarak ifade edilebilir. Sektöre ve yeniliklere karşı duyarlılık ile hangi faktörlerin ilişkili olduğunun tespit edilebilmesi amacıyla çok kategorili lojistik regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 5.65'te görüldüğü üzere gerçekleştirilen analizde Pearson R^2 değerinin 0,05'ten büyük olduğu saptanmış ve modelin uyumlu olduğu sonucuna varılmıştır ($p = 0,079 > 0,05$). Nagelkerke R^2 testi sonucuna göre de bağımlı değişkenlerin esnafların sektörel farkındalık düzeylerindeki değişimlerin %34'ünü açıkladığı anlaşılmaktadır.

Tablo 5.65 Sektördeki Gelişmeleri Takip Etme Durumuna İlişkin Model Uyum İyiliği ve R² Testi Sonuçları

Model Uyum İyiliği					Uyum İyiliği			Pseudo R ²	
Model	-2 LL	χ^2	sd	p.	χ^2	sd	p.	Cox and Snell	
Sabit	559,747				Pearson	718,261	666	,079	,277
Terimli								Nagelkerke	,347
Doymuş	446,275	113,472	32	,000	Sapma	446,275	666	1,000	,203

Katılımcıların sektördeki fırsatları ve yenilikçi fikirleri yakından takip etme durumu ile ilişkili değişkenleri tespit edebilmek adına gerçekleştirilen çok kategorili lojistik regresyon analizinde bu durum ile çalışan sayısı, mesleki eğitim, mesleki tutarlılık, kalite standart belgesine sahiplik, mesleki deneyim süresinin karesi, iş kolu, göç ve medeni durum değişkenleri arasında istatistiki bakımdan anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Tablo 5.66’da yer aldığı üzere, p değeri 0,05 ve küçük olan değişkenler istatistiki bakımdan bağımlı değişken ile anlamlı ilişkiye sahip olup yorumlama sürecine 0,10 ve daha küçük p değeri olan değişkenler de dâhil edilmiştir.

Tablo 5.66 Sektördeki Gelişmeleri Takip Etme Durumuna İlişkin Çok Kategorili Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

Sektörünüzdeki Fırsatları ve Yenilikçi Fikirleri Yakından Takip Eder misiniz? ^a		B	Std. hata	Wald	p.	Exp(B)	Exp(B) için 95% güven aralığı	
Evet	Sabit	,425	1,157	,135	,713		Alt sınır	Alt sınır
	Çalışan sayısı	,249	,100	6,247	,012	1,283	1,055	1,559
	İşletme faaliyet süresi	,001	,023	,001	,971	1,001	,956	1,048
	Yıllık ciro	,000	,000	1,514	,219	1,000	1,000	1,000
	Mesleki deneyim süresi	,038	,068	,313	,576	1,039	,910	1,186
	Mesleki deneyim süresi karesi	-,002	,001	2,882	,090	,998	,995	1,000
	[Otomotiv=1]	,460	,636	,521	,470	1,583	,455	5,512
	[Mobilya=2]	1,263	,665	3,601	,058	3,535	,959	13,027
	[Makine ve Metal=3]	,322	,602	,286	,592	1,381	,424	4,496
	[Çeşitli İşler=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki eğitim var=1]	1,189	,528	5,064	,024	3,285	1,166	9,254
	[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki tutarlılık var=1]	1,805	,580	9,679	,002	6,079	1,950	18,954
	[Mesleki tutarlılık yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Kalite standart belgesi var =1]	,807	,502	2,586	,108	2,240	,838	5,989
	[Kalite standart belgesi yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Evli=1]	-1,246	,868	2,059	,151	,288	,052	1,577
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Okur-yazar ve ilkokul mezunu=1]	-,592	,824	,516	,473	,553	,110	2,782
	[Ortaokul=2]	,234	,875	,072	,789	1,264	,227	7,028
	[Lise=3]	-,396	,736	,290	,590	,673	,159	2,848
	[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Antalya’ya göç etmiş=1]	,883	,457	3,736	,053	2,418	,988	5,921
	[Antalya doğumlu=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.

Kısme	Sabit	-,770	1,372	,315	,575			
n	Çalışan sayısı	,175	,109	2,549	,110	1,191	,961	1,476
	İşletme faaliyet süresi	-,006	,026	,057	,811	,994	,945	1,046
	Yıllık ciro	,000	,000	1,930	,165	1,000	1,000	1,000
	Mesleki deneyim süresi	,061	,081	,565	,452	1,063	,906	1,247
	Mesleki deneyim süresi karesi	-,002	,001	1,108	,293	,998	,996	1,001
	[Otomotiv=1]	,299	,675	,196	,658	1,348	,359	5,059
	[Mobilya=2]	-,251	,786	,102	,750	,778	,167	3,632
	[Makine ve Metal=3]	,025	,663	,001	,970	1,025	,280	3,756
	[Çeşitli İşler=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki eğitim var=1]	,453	,568	,635	,425	1,573	,516	4,790
	[Mesleki eğitim yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Mesleki tutarlılık var=1]	1,834	,657	7,782	,005	6,257	1,725	22,696
	[Mesleki tutarlılık yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Kalite standart belgesi var =1]	1,295	,548	5,589	,018	3,651	1,248	10,684
	[Kalite standart belgesi yok=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Evli=1]	-1,617	,927	3,044	,081	,199	,032	1,221
	[Bekar=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Okur-yazar ve ilkokul mezunu=1]	,102	,987	,011	,917	1,108	,160	7,664
	[Ortaokul=2]	1,011	1,021	,981	,322	2,749	,372	20,344
	[Lise=3]	-,554	,918	,364	,546	,575	,095	3,476
	[Üniversite ve lisansüstü=4]	0 ^b	.	.	.	.	.	.
	[Antalya'ya göç etmiş=1]	,635	,497	1,633	,201	1,886	,713	4,992
	[Antalya doğumlu=2]	0 ^b	.	.	.	.	.	.

a. Referans kategorisi: Hayır.

b. Sabit değişken olarak ele alınması nedeniyle 0 olarak gösterilmiştir.

Tahmin edilen modele göre çalışan sayısı, mesleki eğitim, mesleki tutarlılık, göç ve iş kolunun sektördeki fırsatları ve yenilikçi fikirleri yakından takip etme durumu ile pozitif yönlü ilişkisi vardır. Fırsatları ve yenilikçi fikirleri takip etmeme durumu referans kategorisi olarak dikkate alındığında mesleki tutarlılığa ve mesleki eğitime sahip olanların, Antalya'ya göç yoluyla sonradan yerleşenlerin, çalışan sayısının ve çeşitli işlerle kıyaslandığında mobilya iş kolunda bulunanların gelişmeleri daha fazla yakından takip ettikleri görülmektedir. Elde edilen bulgulardan hareketle, çalışan sayısı ile birlikte iş hacmi ve sorumluluğunun artmasının gelişmeleri yakından takip etme konusunda işletme sahiplerini etkileyici bir işleve sahip olduğu ifade edilebilir. Esnafı açısından tüm iş hayatı boyunca hem mesleki tecrübe hem de eğitim anlamında aynı iktisadi alanın içinde bulunmanın belirli bir kültürel ve sosyal sermaye sağladığı ve sektörel farkındalık düzeyinin yükselebileceği ifade edilebilir. Aynı zamanda, göç deneyiminin yeni bir iktisadi alanda hayatta kalabilmek adına yeni mücadele ve strateji biçimlerini gerektirmesi, işletmecilerin sektörel gelişmeleri takip etmesini beraberinde getiriyor olabilir.

Tahmin edilen modele göre, sektördeki fırsatları ve yenilikçi fikirleri yakından takip etmeme durumu ile kıyaslandığında mesleki tutarlılık, kalite standart belgesine sahiplik ve medeni durum ile sektördeki gelişmeleri kısmen takip etme durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki saptanmıştır. Bulgular, mesleki tutarlılığa ve kalite standart belgesine sahip

olanlar ile bekarların sektördeki gelişmeleri daha fazla kısmen de olsa takip ettiklerine işaret etmektedir. Veriler, mesleki tutarlılığa sahip ve kalite süreçlerine dâhil olanların, sektördeki gelişmelere karşı farkındalık ve takip düzeylerinin daha fazla olduğuna işaret etmektedir. Model sonucunda sektördeki gelişmeleri takip etme durumu ile eğitim, yıllık ciro ve işletme faaliyet süresi arasında istatistiki bakımdan anlamlı ilişki saptanamamıştır.

Sektördeki fırsatları takip ettiğini ifade eden katılımcıların faydalandıkları kanallar Tablo 5.67’de verilmiştir. İşletme sahiplerinin %60,9’u *medya kanalları* aracılığıyla yenilik ve fırsatları takip ettiklerini dile getirmiştir. Burada televizyon, gazete, ürün katalogları, sosyal medya araçları ve internet arama motoru sıklıkla dile getirilen ögeler arasındadır.

Tablo 5.67 Katılımcıların Sektördeki Fırsatları Takip Etme Kanalları

Faydalanılan Kanallar	N	%	Geçerli %
Sosyal çevre	41	11,7	16,9
Medya kanalları	148	42,3	60,9
Fuarlar	48	13,7	19,8
Ürünlerden	3	0,9	1,2
Dergi ve broşürlerden	3	0,9	1,2
Toplam	243	69,4	100

Medya kanallarını %19,8 oranı ile *fuvarlar* takip etmektedir. Bir önceki bölümde de belirtildiği üzere, mobilya alanındaki işletme sahipleri bu konuda aktif katılım göstermektedir. Bu kapsamda bir katılımcı, çeşitli etkinlikleri ve sergileri takip ettiklerini ve ziyaret ettiklerini şu şekilde dile getirmiştir:

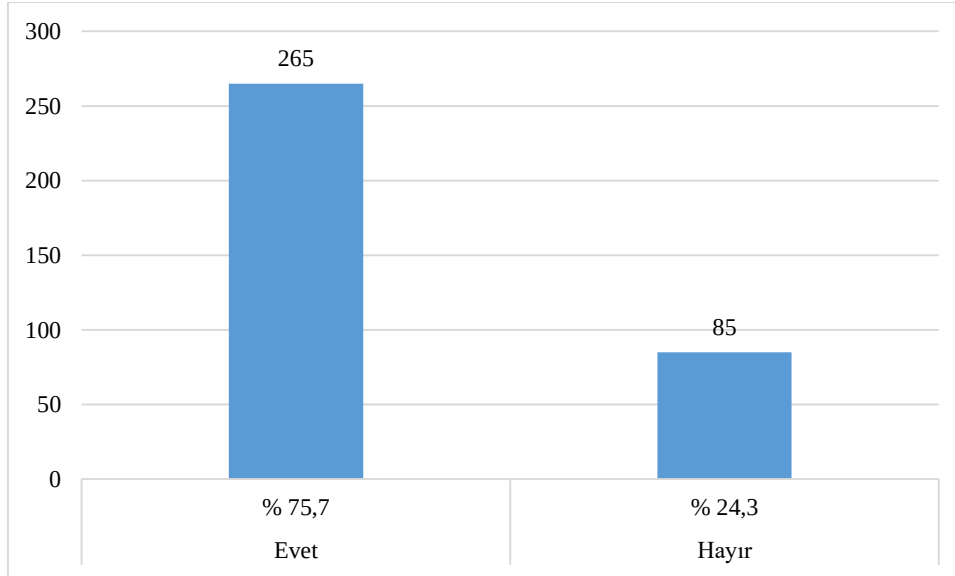
“Genelde fuarlardan, katalog ya da internet üzerinden. Yine de fuar daha etkili oluyor. Çünkü yeni bir ürün geliştirenlerin birçoğu fuarlara katılıyor. Fuarlara katılan firmalar da kaliteli firmalar oluyor. İşte bıçak olsun, makine yağı olsun, yani bir donanım olsun, ek bir donanım olsun o tarz şeyleri de fuarlardan takip ediyoruz genelde. Bütün fuarlara katılıyorum.” (G5)

İşletmeciler tarafından *sosyal çevre* %16,9 oranıyla yeniliklerin takip edildiği bir diğer mecradır. Sosyal çevreden kasıt esnaf, müşteri talepleri, elemanlar, pazarlamacılar, malzemeciler, tedarikçiler ve hırdavatçılardır. %1,2 oranı ile esnaf, *dergiler ve broşürler* aracılığıyla sektördeki gelişmeleri takip ettikleri yanıtını vermiştir. Bu kapsamda katılımcılar meslek odalarının çıkardığı dergileri de takip ettiklerini belirtmişlerdir.

5.6.4. Girişimcilik Algısı

Gelecek, geçmişten farklılaşmış ve süreksiz bir görünüme erişmiş ve yeni bir zihniyet ve bakış açısı edinmeyi gerekli kılmıştır (Gibson, 1997; Handy, 1997). Bu bağlamda, yeni

örüntüler, teknoloji, değişim, yenilik ve girişimcilik temelinde yükselmeye başlamıştır. Katılımcıların %75,7'si kendisini girişimci olarak tanımlarken, %24,3'ü girişimci olmadığını ifade etmiştir (bkz. Şekil 5.34).



Şekil 5.34 İşletmecilerin Kendilerini Girişimci Olarak Görme Durumu

Sektör ile kendini girişimci olarak görme arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($\chi^2 = 8,638$, $p = 0,035 < 0,05$). Buna göre diğerine kıyasla mobilya iş kolunda yer alanlar kendilerini daha yüksek düzeyde girişimci olarak görmektedirler. Makine ve metal iş kolundakilerin ise daha yüksek sıklıkla kendilerini girişimci olarak görmedikleri sonucuna varılmıştır. Daha öncesinde değinildiği üzere, mobilya iş kolundaki katılımcılar pazar sahasını genişletme, ürün çeşitliliği sağlama ve risk içeren işler yapma konusunda geri planda kalırken sektördeki gelişmeleri takip etme konusunda ön plana çıkmaktadırlar. Bulgular tezatlık içeriyor izlenimi verseler dahi saha gözlemlerinden hareketle mobilya iş kolunda hizmet veren işletmelerin hizmetten ziyade üretim, yaratım ve zanaatkarlık sürecine daha fazla dâhil oldukları gözlemlenmiştir. Bu sonuç, katılımcılar tarafından girişimcilik algısının, üretim ve yaratım etkinliği ile özdeşleştirilmesinin bir sonucu olarak ele alınabilir.

İşletme büyüklüğü ile girişimcilik algısı arasındaki ilişki sorgulandığında, kendini girişimci olarak görme durumu ile çalışan sayısı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (bkz. Tablo 5.68). Buna göre, ortanca değerleri bakımından, kendisini girişimci olarak tanımlayanların çalışan sayılarının girişimci olarak tanımlamayanlara kıyasla istatistiki olarak anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bulgular, girişimcilik algısının görece büyük firmalarda daha yaygın olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 5.68 İşletmelerin Çalışan Sayısına Göre Kendilerini Girişimci Olarak Görme Durumları

Kendinizi Girişimci Olarak Görüyor musunuz?	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	U	p.
Evet	265	184,50	48892,50	8877,500	,003
Hayır	85	147,44	12532,50		

Kendini girişimci olarak görme durumu ile belirsizlik döneminde iş yapma durumu arasında ($\chi^2 = 35,061$, $p = 0,000 < 0,05$) ve ürün/hizmet yelpazesini genişletme durumu arasında ($\chi^2 = 6,579$, $p = 0,010 < 0,05$) istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Buna göre, kendini girişimci olarak görenlerin görmeyenlere kıyasla belirsizlik dönemlerinde daha fazla risk içeren işler yaptıkları ve daha yüksek düzeyde ürün hizmet yelpazelerini genişletme planına sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, girişimcilik algısı ile ürün/hizmet yelpazesini genişletme ve belirsizlik döneminde iş yapma durumları arasında sıkı bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır.

Bireylerin kendilerini girişimci olarak görme durumları ile ilişkili bağımlı değişkenleri tespit edebilmek adına geriye doğru adımsal yöntemle göre ikili lojistik regresyon analizi yapılmış olup 11. adımda uyumlu ve anlamlı hale gelen modelin Omnibus testi sonuçları Tablo 5.69'da verilmiştir.

Tablo 5.69 Katılımcıların Kendini Girişimci Olarak Görme Durumuna İlişkin Model Katsayılarının Omnibus Test Sonuçları

		χ^2	sd	p.
Adım 1	Adım	30,790	17	,021
	Block	30,790	17	,021
	Model	30,790	17	,021
Adım 2 ^a	Adım	,000	1	,997
	Block	30,790	16	,014
	Model	30,790	16	,014
Adım 3 ^a	Adım	,000	1	,996
	Block	30,790	15	,009
	Model	30,790	15	,009
Adım 4 ^a	Adım	-,039	1	,844
	Block	30,751	14	,006
	Model	30,751	14	,006
Adım 5 ^a	Adım	-,186	1	,666
	Block	30,566	13	,004
	Model	30,566	13	,004

Adım 6 ^a	Adım	-,243	1	,622
	Block	30,322	12	,002
	Model	30,322	12	,002
Adım 7 ^a	Adım	-2,316	3	,509
	Block	28,006	9	,001
	Model	28,006	11	,003
Adım 8 ^a	Adım	-,538	1	,463
	Block	27,468	8	,001
	Model	27,468	8	,001
Adım 9 ^a	Adım	-1,040	1	,308
	Block	26,428	7	,000
	Model	26,428	7	,000
Adım 10 ^a	Adım	-1,206	1	,272
	Block	25,222	6	,000
	Model	25,222	6	,000
Adım 11 ^a	Adım	-2,642	1	,104
	Block	22,580	5	,000
	Model	22,580	5	,000

a. Negatif ki-kare (χ^2) değeri, önceki adıma göre ki-kare (χ^2) değerinin azalmasına karşılık gelmektedir.

Tablo 5.70’te yer alan Hosmer ve Lemeshow testi sonuçlarına göre, p değerinin 0,05’ten büyük olması neticesinde ($p = 0,631 < 0,05$) modelin uyumlu olduğu saptanmış ve modelde bağımsız değişkenlerin bireylerin kendini girişimci olarak görme durumlarındaki değişimleri açıklama düzeylerinin ise çok düşük bir seviyede %0,9 olarak gerçekleştiği anlaşılmıştır.

Tablo 5.70 Katılımcıların Kendini Girişimci Olarak Görme Durumuna İlişkin Model Uyumu ve R² Tablosu

Model Özeti				Hosmer ve Lemeshow Testi		
Adı m	-2 Log likelihood	Cox & Snell R ²	Nagelkerke R ²	χ^2	sd	p.
1	357,255 ^a	,084	,126	5,360	8	,719
2	357,255 ^a	,084	,126	7,024	8	,534
3	357,255 ^a	,084	,126	6,932	8	,544
4	357,294 ^a	,084	,126	10,925	8	,206
5	357,480 ^a	,084	,125	7,389	8	,495
6	357,723 ^a	,083	,124	4,977	8	,760
7	360,039 ^a	,077	,115	4,972	8	,761
8	360,578 ^a	,075	,113	5,115	8	,745

9	361,618 ^a	,073	,109	9,147	8	,330
10	362,824 ^a	,070	,104	4,871	8	,771
11	365,466 ^a	,062	,093	6,141	8	,631

a. Parametre tahminlerinin ,001'den daha az değişmesi sebebiyle tahmin 5 numaralı tekrarlama sonlandırılmıştır.

Kendini girişimci olarak görme durumu ile ilişkili olan faktörleri tespit edebilmek adına yapılmış olan ikili lojistik regresyon analizinde bu durum ile çalışan sayısı, işletme faaliyet süresi ve iş kolu arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır (bkz. Tablo 5.71).

Tablo 5.71 Katılımcıların Kendini Girişimci Olarak Görme Durumuna İlişkin İkili Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları^b

		B	Std. Hata	Wald	sd	p.	Exp(B)	Exp(B) için 95% güven aralığı	
								Alt	Üst
Adım 11 ^a	Otomotiv			8,916	3	,030			
	Mobilya(1)	,238	,378	,397	1	,529	1,269	,605	2,665
	Makine ve Metal(2)	-,286	,445	,415	1	,520	,751	,314	1,795
	Çeşitli İşler(3)	,812	,397	4,188	1	,041	2,252	1,035	4,899
	Çalışan sayısı	-,131	,047	7,765	1	,005	,877	,800	,962
	İşletme faaliyet süresi	,031	,012	7,133	1	,008	1,032	1,008	1,056
	Sabit terim	-1,337	,366	13,346	1	,000	,263		

a. 1. Adımda girilen değişkenler: Antalya'ya göç etmiş olma durumu, iş kolu, mesleki eğitimin varlığı, mesleki tutarlılık, mesleki deneyim süresi, iş yeri mülkiyet durumu, yıllık ciro, kalite standart belgesine sahiplik, çalışan sayısı, işletme faaliyet süresi, medeni durum, eğitim durumu, mesleki deneyim süresi karesi.

b. Kendini girişimci olarak görme durumunda "evet" yanıtı referans kategori olarak dikkate alınmıştır.

Tahmin edilen modele göre, kendini girişimci olarak görmeme durumu çalışan sayısı ile negatif yönlü ve işletme faaliyet süresi ile de pozitif yönlü bir ilişkiye sahiptir. Otomotiv iş kolu ile kıyaslandığında çeşitli işlerde bulunma durumu ile kendini girişimci olarak görmeme durumu arasında pozitif ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Elde edilen veriler, görece büyük işletmelerin kendilerini girişimci olarak görme durumlarının ön plana çıktığına, işletme yaşının artmasıyla da bu algının tam tersi bir seyir izlediğine dikkat çekmektedir. Analiz sonuçlarına göre kendini girişimci olarak görme bağımlı değişkeni ile göç, mesleki eğitimin var olma durumu, mesleki tutarlılık, mesleki deneyim süresi, iş yeri mülkiyet durumu, yıllık ciro, kalite standart belgesine sahip olma durumu, medeni durum ve deneyim arasında istatistiki açıdan anlamlı ilişki saptanamamıştır.

Türkiye'de yenilik ve girişimcilik kavramları, işletmeler ve kamu kurumları tarafından sıklıkla kullanılmakla birlikte yeteri kadar temellendirilmemiş, özgün değeri olmayan, yapıcı

ve yol gösterici öneriler geliştirmeyen, para kazanmak veya ön plana çıkabilmek gibi farklı amaçlarla kullanılan bir alan haline dönüşmüştür (Akçomak, 2018: 98-100). Bu bölümde, girişimcilik algısının esnaflar özelinde tespit edilerek irdelenmesi amaçlanmaktadır (bkz. Tablo 5.72).

Tablo 5.72 Katılımcıların Girişimci Algısı ve Tanımları

Girişimcilik Algısı	N	%
Hayalleri ve hedeflerinin peşinden giden	65	18,6
Gelişmeleri takip eden ve yenilik getiren	76	21,7
Mesleki adanmışlık ve işine bağlılık	24	6,9
Doğru yatırım yapabilen	43	12,3
Pazar ve iş sahası yaratabilen	30	8,6
Cesaretli ve risk alabilen	110	31,4
Diğer	2	0,6
Toplam	350	100

Katılımcılar tarafından girişimci kimdir sorusuna verilen yanıtlar, altı farklı tema kapsamında değerlendirilmiştir. Katılımcılar %31,4 oranı ile girişimciyi *cesaretli ve risk alabilen* özelliği ile tanımlama eğilimi göstermişlerdir. Buna göre girişimciyi gerçekleştirdikleri eylemin belirsizliklerini, risklerini ve olumsuz sonuçlanabilme ihtimalini göze alarak cesaretle ve korkusuzca atılım yapabilen bireyler olarak tanımlamaktadırlar. Bu tema kapsamında katılımcılar tarafından cesaret, özgüven, risk, korkusuz, kaybetmeyi göze almak, pes etmeyen, belirsizlik ve gözü kara gibi ifadeler sıklıkla kullanılmıştır:

“Okyanusta yüzmekten korkmayan insandır.” (Anket 62)

“Korkusuz olandır. Yarını düşünmeyerek girdim işe. Risk alabilendir. Kaybetme riski olandır.” (Anket 39)

“Gözü kara, sonuçlarıyla ilgilenmeden zoru göze alıp atılan kişi.” (Anket 152)

“İş ne kadar büyük olursa olsun girer. İşin büyüklüğünden korkusuz olandır.” (Anket 183)

“Elindeki tüm varlığı daha fazla kazanç için riske atan kişi girişimcidir.” (Anket 77)

Katılımcılar girişimcilerin aldığı riskin doğru zamanda ve planlı şekilde gerçekleştirilen bir eylem olduğuna ilişkin bir görüşe de sahiptirler:

“Herkes risk alır. Girişimci doğru zamanda risk alır.” (Anket 253)

Elde edilen bulgular, girişimciliğin başarısızlık olasılığını göze alma durumu ile özdeşleştirildiğini göstermektedir. Bu bağlamda risk almak, katılımcıların bir kısmı tarafından güvenli olan, bilinen, aşına olunan ve tecrübeye dayalı olandan bir sapma göstergesi olarak

değerlendirilmektedir. Bulgulara karşın Drucker, girişimciliğin yüksek oranlı riskle özdeşleştirildiği genel kabulünü sorgular. Girişimcilik başarısız olma riskini barındırmakla birlikte kendisine içkin özellikleri itibarıyla düşük verimlilik alanlarını yüksek verimlilik alanlarına kaydırır. Bu nedenle orta düzey başarı durumunda dahi risk dengelenir. Yeniliği içeren yapısı itibarıyla girişimcilik aslında en riskli olmaktan ziyade en az riski içeren bir süreçtir (Drucker, 2015: 33). Kuramsal çerçevede tartışıldığı üzere, belirli bir dizi sistematik aşamadan oluşan girişimcilik eyleminin daha emin ve istikrarlı bir büyüme sürecini içerdiği ön plana çıkmaktadır. Ancak bulgular, katılımcıların girişimciliği risk alabilmek ile de özdeşleştirdiğine işaret etmektedir.

İşletme sahiplerinin %21,7'si girişimciyi *gelişmeleri takip eden ve yenilik getiren* olarak tanımlamışlardır. Bu açıdan katılımcılar ileri görüşlü, teknolojiyi, yenilikleri ve piyasa koşullarını ve ihtiyaçları yakından takip eden, krizi fırsata dönüştürebilen, gelecek odaklı ve doğru yatırımlarda bulunabilen bireyleri girişimci olarak tanımlamaktadırlar:

“Yeni alanları takip eder. Herkesin kriz gördüğünü fırsata çevirir.” (Anket 220)

“Teknolojiyi takip edip yenilikçi fikirlere açık olan kişi.” (Anket 209)

“İleriye dönük vizyonu kuvvetli olan kişi.” (Anket 69)

“Kendi imkânlarına göre eksik olan bir ürünün imalatını veya yeniden yapma. Yenilikçi fikirleri olan. Kimsenin yapmadığını veya yapmak istediğini yapan.” (Anket 30)

“Kafası çalışan girişimci olur. Kendi branşında yeniliklere ve değişime açık kişidir.” (Anket 38)

“Yaşama göre mecburen ayak uydurmak gerekir. Gereklilikler doğrultusunda kendini geliştirebilen kişidir.” (Anket 72)

“Risk seven ama araştırma geliştirmesini iyi yapıp işe giren kişidir. Bodoslama işe giren değildir. Yatırım yapandır. Yeni bir üretim yapan adamdır.” (Anket 76)

“Atık olup, ileri görüşlü, mesleğini güzel yapan, yenilikleri takip eden kişi.” (Anket 115)

“Girişimci piyasada tek tip adamlardan olmayan insandır. Kendine özgüdür.” (Anket 244)

Tez çalışmasının kavramsal çerçevesinde girişimcilik kavramı kapsamında irdelenmiş olduğu üzere yeni gelecek anlayışı yeni liderleri gerektirmekte olup bunların da keşfedici, macera sever ve yeni fırsatları takip eden bireyler olması gerekmektedir (Gibson, 1997: 8-10). İşletme sahipleri, yeni iktisadi düzenin gelişmeye ve değişime uyum sağlamayı adeta zorunlu kıldığı, ürünlerin ve tüketici taleplerinin değişkenliği karşısında esnek bir tutum içerisinde bulunmaları gerekliliğinin farkındadırlar. Bu bağlamda, katılımcılar girişimciyi piyasada yaşanan değişim, yenilik ve gelişim süreçlerine uyum sağlayabilenler olarak tanımlamışlardır.

Yeni dünya düzeninde başarılı olmak, bir vizyon ve amaç sahibi olmayı gerektirmektedir (Gibson, 1997: 8-10). İşletme sahiplerinin de bir bölümü, bu duruma temas etmişlerdir. Katılımcıların %18,6'sı girişimciyi *hayalleri ve hedeflerinin peşinden giden* bireyler olarak tanımlamışlardır. Bu çerçevede katılımcılar tarafından idealist, hayal ve hedeflere odaklanma, bu yolda fedakârlık yapma ve mücadele etme gibi özellikleri dile getirilmiştir:

“Çılgın fikirlere sahip, elindeki parasını sermayeyi iş dışında fikirlere ayıran kişi.”
(Anket 178)

“Odağını kaybetmeden yolunda yürüyendir.” (Anket 140)

“Yılmadan kafasına koyduğu iş için sonuna kadar giden kişi.” (Anket 204)

“Hedefler koyup o hedefler doğrultusunda ilerlemeye çalışan.” (Anket 279)

“Girişimci, hedeflerine doğru yürümekten korkmayan kişidir.” (Anket 25)

“Fikrine inanmış kişi.” (Anket 51)

“Girişimci odağını koruyabilen, yanlış yola sapsa da vazgeçmeyen kişidir.” (Anket 92)

“Dışarıya kulağını tıkayıp mantığını dinleyen insan.” (Anket 165)

“Aklındaki fikri tam zamanlı işe dönüştürmeyi başaran.” (Anket 238)

Girişimcilik kavramı, yoğunluklu olarak risk, atılım, yenilik, hayal ve hedefler gibi kavramlar ile özdeşleştirilmektedir. Girişimciliğin yetenek, kişisel karar ve becerilerle ön plana çıkarıldığı anlaşılmaktadır. Burada başarı, katılımcılar tarafından daha çok bireysel sorumluluk sahası içerisinde değerlendirilme eğilimindedir. Bu eğilim, girişimciliği ön plana çıkaran ve dayatan toplumsal koşulların kendisi ile ilişkilidir.

Çevreye ve insani değerlere duyarlı olmayan iktisadi girişimlerin, başarıdan ziyade zarar getireceği ve uzun vadede öngörülemezlik yaratacak yıkımlara sebebiyet verebileceği ifade edilebilir. Bu noktada girişimciliğin bahsedilmiş bir yetenek algısı, cesurca gösterilen bir tutumdan ve maddi olanaklarla sınırlandırılan bir davranış örüntüsü olmaktan ziyade toplumsal katkı ve duyarlılık ekseninde gelişen bir unsur olduğu da vurgulanmalıdır. Risk, yenilik ve hedef gibi temalar, toplumsal faydanın gözetilerek gerçekleştirilen iktisadi atılımlar ile bütünleştğinde girişimcilik olgusuna işaret etmektedir.

Katılımcıların %8,6'sı *pazar ve iş sahası yaratabilen* birey olarak girişimciyi açıklamaktadır. Bu noktada iyi iletişim becerileri, pazar sahasına girebilme, ürün ve hizmetin reklamını yapabilme gibi unsurları vurgulamışlardır. Burada toplumsal ve ekonomik katkı ekseninde değerlendirmeler yapılmıştır:

“Sanayici aklıma gelir. Yerli ve milli olan bir şey geliştirmek, istihdam sağlamak, üretmek. Katma değer sağlayan kişidir.” (Anket 1)

“Topluma faydalı iş yapmaya niyetlenen.” (Anket 257)

“Vatan sevgisiyle vergisini veren, doğru işler yapan, kendi bilgi birikimini paylaşmak.” (Anket 57)

İşletme sahiplerinin %6,9’u da girişimciliği *mesleki adanmışlık ve işine bağlılık* temelinde açıklamaktadır. Bu tema kapsamında katılımcılar tarafından mevcut işini geliştirmek için çok ve sıkı çalışan, azmeden, vazgeçmeyen ve bu uğurda emek ve alın teri döken bireyler betimlenmektedir:

“İşe daha çok asılmak, daha çok çalışmak.” (Anket 29)

“Akıllı olan herkes girişimcidir. Kendi işinden başka işe yönelmeyen herkes başarılı olur.” (Anket 73)

“Kendi mesleğini iyi yapmak için daha iyi hizmet vermek için çalışan.” (Anket 179)

İşletme sahiplerinin %12,3’ü girişimciyi *doğru yatırım yapabilen* bireyler olarak tanımlamıştır. Bu duruma göre, sermaye sahibi olmak önemli bir gereklilik olarak ele alınmakta ve bu, sermayenin doğru yatırım alanlarına aktarılabilmesi ve değerlendirilebilmesini içermektedir. Buna göre sermayesi ile çeşitli sektörlere yatırım yapan bireyler girişimci olarak tanımlanmaktadır:

“Parası olan insan.” (Anket 70)

“Sermayesini doğru değerlendirip geleceği görebilen.” (Anket 6)

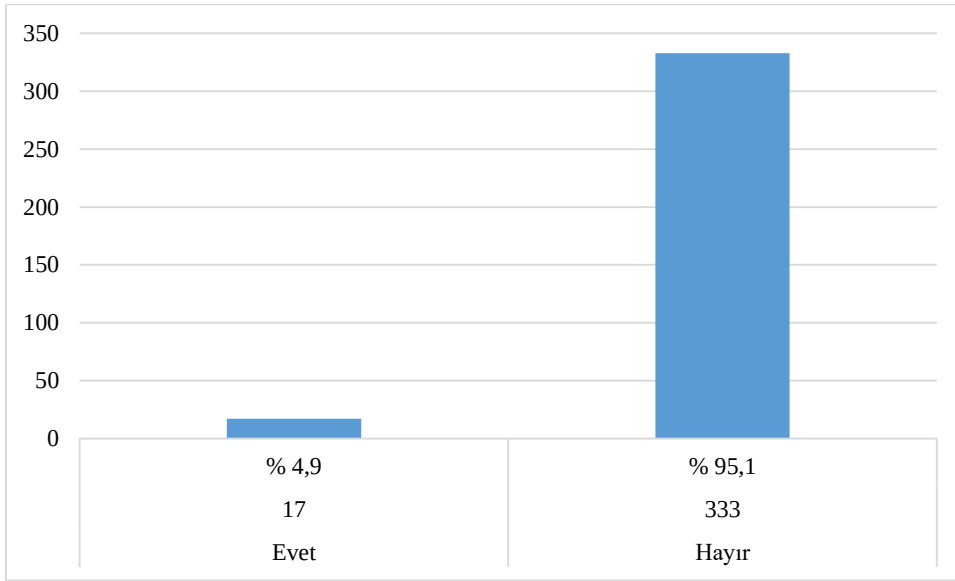
“Yatırım yapacak sermayesi olan ve bunu doğru sektöre yatıran kişi.” (Anket 11)

“Tüm alt yapısını oluşturduktan sonra riski en aza indirerek yatırım yapan.” (Anket 44)

“Karlı olan her işi yapmaktan çekinmeyen insandır.” (Anket 59)

“Ütopik bir kavram, insana verilmiş bir meziyet, ödüldür. Sermayen olacak ve yatırımcı bulacaksınız.” (Anket 106)

Girişimcilik eylemini gerçekleştirebilmek adına emek ve finansal kaynaklara erişim önemlidir. Ancak, girişimcilik bunlara sahip olmak ile değil, bunları organize edilebilme yeteneklerine karşılık gelir. Girişimciler aynı zamanda sermayedar olmak zorunda değildir. Bu bağlamda girişimci, tüm sermaye kaynaklarını iyi yönetebilme, erişebilme ve kullanabilme becerisine sahip olabilir. Araştırmanın örneklemi kapsamında yer alan katılımcıların patente sahip olma durumları Şekil 5.35’te görüldüğü gibidir.



Şekil 5.35 Katılımcıların Patent ya da Bir Buluş veya Buna Yönelik Bir Girişimi Olma Durumları

Yenilik, bir teknik veya şey olmak zorunda değildir (Drucker, 2015: 38). Bu bağlamda bir fikri, çabayı ve ilişkiyi de içerebilir. Yenilikçi fikirlere sahip olmak, girişimcilik yönündeki çabaların ilk ve en önemli basamaklarından birisi olarak ifade edilebilir. Bu kapsamda katılımcıların %4,9'u bir buluşu veya bu yolda bir girişimi olduğunu iletmiştir. Görüşmeler sırasında katılımcılardan biri, buluşunu hayata geçirme sürecine ilişkin deneyimlerini şu şekilde aktarmıştır:

“Çok projem vardı. (...) Sıfırdan bir şey yapmak gibi. Bir araba yapalım mesela değil de olan bir arabanın üstünde elektriğe çevirelim diye uğraştığımız bir arabamız oldu mesela. Değişik bir stil yapalım. Hani bunu geliştirebilir miyiz diye ama tabi bunların hepsi dediğim gibi finansman. Türkiye’de finansman, ancak karnımızı doyurabiliyoruz. Çünkü şu an tek yapabildiğimiz bu. Ben yıl sonunda baktığım zaman cebime eskiden 2008’de mesela kuruluş dönemimizde bizim yıllık üç milyon TL’lik hareketimiz oluyordu. Düşün yani yılda, 12 ayda üç milyon TL’lik girdisi çıktısı olan bir firmaydı. Yeni kurulan bir firmaydı o zaman. Bizim baktığımız zaman en aşağıya nereden baksan yüzde 33, yüzde 40 kâr marjımız vardı. (...) Yani şimdi öyle bir kârın yok artık. Üç milyonluk hesap hareketim 30 milyon hesap hareketin oluyor ama bunun belki bir milyonu kalırsa sana kalıyor. Onun da zaten işte kirası, elektriği, suyu, malzemesi, osu, busu. Bir bakmışsın elinde bir şey kalmamış. Öyle oluyor genelde yani çok bir finansmanda bir şey yapamıyoruz yani.” (G10)

Gerçekleştirilen görüşmelerde ve saha sohbetlerinde, girişimleri fikir düzeyinde kalan katılımcıların olduğu görülmüştür. Bireyler, yola çıkmak için yeterli finansal aşamaya gelemediklerini, bu sebeple fikirlerini gerçekleştirmenin gelecek planları arasında yer aldığını ifade etmişlerdir. Katılımcıların patent veya buluş içerikleri Tablo 5.73’teki gibidir.

Tablo 5.73 Patent veya Buluş İçerikleri

İçerik	N	%	Geçerli %
Yağ filtresi	1	0,3	5,9
İplik kartela sarma makinası	1	0,3	5,9
Arı kovanı	1	0,3	5,9
Mobilya tasarımı veya takımı	4	1,1	23,5
Yerli forklift	1	0,3	5,9
Ahşap çocuk oyuncağı	1	0,3	5,9
İlaçlama pompası	1	0,3	5,9
Otomasyon ecza dolabı	2	0,6	11,8
Enerji üreten tribün	1	0,3	5,9
Karbüratör sistemi	1	0,3	5,9
Dizel araç sistemi	1	0,3	5,9
Plastik makinesi	1	0,3	5,9
Baskı makinesi	1	0,3	5,9
Toplam	17	4,9	100

Tablo 5.73'te patent ve girişimlerin çeşitlendiği görülmektedir. Bu kapsamda tasarımlardan makine üretimine kadar çeşitli üretim biçimlerinin mevcut olduğu görülmektedir. Türkiye'de 2021 yılı TÜİK verilerine bakıldığında (bkz. Tablo 5.74) mikro ölçekli işletmelerin patent başvuru sayısı küçük ve orta ölçekli işletmelerden daha fazla iken tescil edilen patent sayılarının diğer işletme türlerine kıyasla en düşük düzeyde kaldığı görülmektedir. Bu bağlamda atılımın ve bu yöndeki girişimciliğin yoğun olduğu ve ancak teknik destek, bilgi, altyapı veya eğitim gibi unsurlar nedeniyle kabul oranının düşük kaldığı ifade edilebilir.

Tablo 5.74 Büyüklük Gruplarına Göre Patent Başvuru ve Tescil Sayılarının Dağılımı, 2021

Ölçeğine Göre İşletme Türü	Patent Başvuru Sayısı	Patent Tescil Sayısı
Mikro	454	113
Küçük	383	162
Orta	426	238
KOBİ	1263	513
Büyük	3255	2027

Kaynak: TÜİK, 2021³⁴

³⁴ Tablo 5.74, TÜİK (2021) verilerinden hareketle yazar tarafından oluşturulmuştur.

5.6.5. Gelecek Algısı ve Mesleki Sorunlara Yaklaşım

Toffler (2008) bugüne kadar dünyanın, kültür ve yaşam biçiminde köklü dönüşümleri ve yıkımları beraberinde getiren iki büyük dalgayı deneyimlediğini ifade eder: Tarım ile yaşanan birinci dalga ve endüstri devrimiyle başlayan ikinci dalga. Şimdi de bilgi ve teknoloji devrimiyle toplumsal ve ekonomik yaşamın köklü bir dönüşüme uğrayacağı üçüncü dalga'nın bizleri beklediğini belirtir. İşletmecilerin işletmeleri ve mesleki geleceklerine ilişkin sorun gördükleri durumların tespit edilmesi, onların gelecek planları ve yönelimlerini de etkileyebilmesi sebebiyle önemli bir açılım sağlamaktadır. Anket sonucunda elde edilen veriler Tablo 5.75'teki gibidir.

Tablo 5.75 Katılımcılara Göre İşletmelerinin Geleceğini Bekleyen En Büyük Sorun

İşletmenin Geleceğini Bekleyen En Büyük Sorun	N	%
Talepte daralma	31	8,9
Değişen teknoloji	37	10,6
Artan rekabet	31	8,9
Kalifiye personel ihtiyacı	141	40,3
Piyasada yaşanan istikrarsızlıklar	100	28,6
Politik kargaşa	10	2,9
Toplam	350	100

Katılımcıların %40,3'ü *kalifiye personel ihtiyacını*, mesleki geleceklerini bekleyen bir sorun olarak gördüklerini ifade etmişlerdir. Gerçekleştirilen çalışmalarda günümüzde esnaf ve küçük işletmelerin alanında uzman ve nitelikli personele erişme, yetiştirme ve istihdam etme konusunda da çeşitli sorunlar yaşadığına işaret etmektedir (Demirel vd., 2007; Aydemir ve Ateş, 2011; Çam ve Kabadayı, 2017; Darıcı vd., 2012: 3). Mevcuttaki durumun, gelecekte işçi bulma sorununu daha da artacağına sinyallerini vermesi ve esnafın mesleklerini bekleyen bir tehlike olarak görülmesi söz konusudur:

“Bu ülkenin iş değil, işsizlik sorunu var.” (Anket 189)

“Ben daha altı aydır burayı işletiyorum. Şubatın dördünde geldi benim makinem. Yirmi, yirmi beş kişi oldu girip çıkan bu kadar bir kısa sürede. Eleman bulmak gerçekten büyük bir güç. Mesela şu abimiz benim eski dükkânımdaki elemanım. Onun sayesinde duruyor. Yoksa o da olmasa bir tane de Suriyeli çalışmamız var. Yok, yani bulamıyoruz bir ara altı kişiye çıktık. Geleni işe aldım, geleni işe aldım, adam dayanamıyor. İkinci gün var, üçüncü gün yok, gelmiyor, çalışmıyor. Ağır geliyor insanlara, bu iş bile ağır geliyor. Mobilya bundan daha ağır elle yapılıyor her şey. Burada yaptıkları şey makinenin üstüne yarıyorlar, temizliyorlar, başka bir şey yok.” (G5)

Esnaflar eleman bulmada sorun yaşarken aynı zamanda ülkede işsizliğin de bir sorun olarak yükselmesi, iş yaşamı ile eğitim politikaları arasındaki kopukluktan kaynaklanmaktadır (Darıcı vd., 2012: 5). Bu bağlamda görüşlerini ifade eden katılımcıların deneyimleri şu şekildedir:

“Yani tek sebebimiz bu ekonomik daralma ve rekabet. Önüne gelen sektörün içinde eline bir tornavida alan ben ustayım deyip dolaşıyor. İnternet denilen şeyi işte açıyor adam, yağ kaçağı neden olur bana akıl veriyor. Keşke o kadar kolay olsaydı da bizde burada elimizi ayağımızı çürütmeseydik. Hani o internetten yapılabildiğin gibi bir şey olsaydı. Bu iş biraz daha teknik iş ama herkes bu işin içinde. İllaki şimdi şurada dolaşsam diyeyim beş bin dükkân varsa bunun üç bini tamirci. O kadar tamirci var ki! Var ama herkes bu işi üç bin tane tamirci düzgün yapamaz. Ne oluyor sanayiye işi düşüyor. İşte insanlar sana geldikleri zaman önyargılı geliyorlar. Bunların hepsini böyle topladığın zaman bu sektörde bir şeyin kalmadığının ifadesi aslında. (...) Usta yok aşağıdan yetişen kalfa da yok çırak da yok hani çekirdekten yetişen işe gerçekten gönül verip de başlayan da yok. Meslek yüksekokulunda okumuş abi geliyor daha tornavida tutmayı öğrenememiş. (...) Zorla seçilmiş olanlar var. Mesela anne baba baskısı olanlar (...) var çok sektörde. Yani şimdi bizim altımızda çırak yok, mesela kalfa da yok hani yetişmek isteyen. Para kazanmak isteyenlerden gelen oluyor. İşte onlar da çok kral usta olmuyorlar yani. (...) Öyle dolaşa dolaşa araba tamir ettiriyorsun. Bu hale geldi yani sanayi.” (G10)

Küçük sanayiler, yoğun emek ve kol gücü gerektiren iş sahalarının yoğunlaşma mekânlarıdır. Modernleşmeyle birlikte yaşam koşullarının dönüşmesi ve bireylerin teorik eğitim sistemine giderek daha fazla dâhil olması, dolaylı yollarla sanayinin bir iş sahası olarak tercih edilme potansiyelini hızla daraltmıştır. Katılımcılar tarafından bu durumun işçi bulma sıkıntısına sebebiyet vermesinin yanı sıra emeksiz ve hızlı para kazanmak amacıyla iş yeri açan pek çok işletme sahibinin sanayinin esnaf dokusunu bozmasını da beraberinde getirdiği aktarılmaktadır.

İşletmeciler, çırak bulma ve kalifiye personel bulma konusunda ciddi sıkıntı yaşadıklarını, İŞKUR gibi kurumlara ilan vermelerine rağmen başvurunun olmadığını dile getirmektedirler. Katılımcıların %28,6’sı *piyasada yaşanan istikrarsızlığı* mesleki geleceklerini bekleyen en önemli sorun olarak değerlendirmektedir:

“Müşterilere laf anlatmak o kadar zor ki artık. Kimse hiçbir şeyi anlamak istemiyor. Anladıkları şeye de inanmıyorlar. İnsanları ikna etmek gerçekten de çok zorlaştı. Çünkü biliyorsun para kazanmak artık eskisi kadar kolay değil. Paranın hiçbir değeri kalmadı. Eskiden cebinde yüz lira varken bin liraymış gibi harcayabiliyordun. Şimdi bin lira varken yüz lira gibi harcayamıyorsun ve insanlar kendisinden para çıkacağını düşündükçe kendilerini kötü hiss ediyorlar ve senin anlattığın şeyi çok iyi anladıkları halde anlamamazlığa vurup bir daha, bir daha şeyleri sorgulayıp bir çıkar yol aramaya çalışıyorlar.” (G1)

Değişen teknoloji, işletme sahiplerinin %10,6’sı tarafından mesleki geleceklerini bekleyen en büyük sorun olarak dile getirilmiştir. Bu bağlamda, gelişen teknolojinin yaptıkları işi elinden alacağı ve el emeğine ihtiyacın giderek azalacağını düşünmektedirler. Esnafların %8,9’u *artan rekabeti*, işletmelerinin geleceği için en büyük sorun olarak görmektedirler:

“İnsanlar birbirleriyle yardımlaşırsa, birbirlerinden destek bulursa o kadar çok daha ilerler ama çoğu insan öyle değil işte. Yani hani az önceki verdiğim örnek gibi, yani o adam beş yapıyormuş getir ben dört yapayım deme gibi. İş alması anladın mı? Ya bu kötü bir şey. (...) Benim komşum o da kalkınsın. Böyle şeyi yok, yüreği yok insanlarda anladın mı? Çünkü zaman öyle bir zaman ki üç liraya beş liraya şu an insanların ihtiyacı var bu pahalılıkta, bu şeyde, bu zamlardan dolayı. Yani insanlar üçünü beşini aramadan ne bilim 500 lira kazansa bir işten onu yanına kâr sayıyor. Ama öbür tarafta komşusunun işine engel olduğunu düşünmüyor yani.” (G4)

Katılımcıların %2,9'u, *politik kargaşayı* mesleki geleceklerine ilişkin bir sorun olarak değerlendirerek siyasi çalkantıların ülke ekonomisi ve gelişmesine ilişkin istikrarsızlık ortaya çıkardığını dile getirmişlerdir.

Her geçen gün kendisini yenileyen ekonomik ve toplumsal alanlarda hızla yaygınlık kazanan yapısal değişimlerin, yerel ölçekte farklılaşan etkilerinin olacağı ifade edilebilir. Özellikle de emek ağırlıklı, geleneksel ve orta düzeyde teknoloji kullanımını sürdürme konusunda yatkınlık gösteren küçük esnaflar, mevcut ekonomik sisteme uyum sağlamada çeşitli sorunlar yaşayabilirler. Elde edilen bulgular ışığında değerlendirildiğinde kalifiye personel ihtiyacı, mesleki geleceği bekleyen en büyük sorun olarak görülmektedir. Kalifiye personel ihtiyacının işlerin sürdürülebilirliği ve devam ettirilmesi konusunda önemli bir endişe kaynağı olduğu ve yaşanan işçi sıkıntısı ile birlikte göçmen grupların sanayide daha fazla görünür hale geldiği ortaya çıkmaktadır. Aynı zamanda, piyasadaki istikrarsızlığın ise hammadde temini, işletme giderleri ve müşteri tutumlarını olumsuz yönde etkilediği de dile getirilen durumlar arasındadır. Türkiye’de küçük işletmelerin geleceklerini olumsuz yönde etkileyeceği düşünülen unsurlar genel olarak üç grupta toplanmaktadır: Büyük aktörler karşısında küçük aktörlerin rekabet etme olanaklarının azalması; değişen tüketim kalıplarının bazı meslek kollarının daralmasına yol açması; değişime uyum sağlama konusunda yetersiz olmaları (Akyurt, 2020: 294). Mersin’de bulunan KOBİ’lerin başarı ve başarısızlık algılarının incelendiği bir çalışmada, işletmesini başarılı bulmayanların başarısızlığın sebepleri arasında yetersiz sermaye, pazarlama ve rekabetle ilgili güçlükler ve vasıflı eleman bulma sıkıntısı gibi işletme kaynaklı mikro ölçekli etkenleri, ülke ekonomisine ilişkin makro etkenlere kıyasla daha yüksek düzeyde ifade ettikleri görülmektedir (Akıncı, 2002: 124).

Katılımcıların yaşları ve mesleki tecrübeleri gibi değişkenlerin bireylerin mesleki geleceklerine yönelik algıları ile ilişkili olup olmadığını saptayabilmek amacıyla gerçekleştirilen testler Tablo 5.76 ile Tablo 5.77’de sunulmuştur.

Tablo 5.76 Mesleki Tecrübelerine Göre İşletmelerinin Geleceğini Bekleyen En Büyük Sorun (Kruskal Wallis H Testi Sonuçları)

Size Göre İşletmeniz ve Gelecek Planlarınızla İlgili En Büyük Sorun Nedir?	N	Sıra Ort.	sd	χ^2	p.
Talepte daralma	31	154,94	5	20,861	,001
Değişen teknoloji	37	155,58			
Artan rekabet	31	141,53			
Kalifiye personel ihtiyacı	141	202,41			
Piyasada yaşanan istikrarsızlıklar	100	157,87			
Politik kargaşa	10	215,05			
Toplam	350				

Katılımcıların, işletmelerinin geleceğini beklediklerini düşündükleri en büyük problem ile ortancaları bakımından mesleki tecrübeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır (bkz. Tablo 5.76). Gelecekte *kalifiye personel* ihtiyacının en büyük sorun olduğunu düşünenlerin mesleki deneyim süreleri, *artan rekabeti ve piyasada yaşanan istikrarsızlığı* en büyük sorun olarak görenlere kıyasla istatistiki olarak anlamlı derecede daha yüksektir. Mesleki deneyim süresinin, yaş ile yakın bir ilişkiye sahip olduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda, yaş ile mesleki gelecek ilişkisinin de saptanması bütüncül bir açıklamaya imkân sağlayabilir.

Tablo 5.77 Katılımcıların Yaşlarına Göre İşletmelerinin Geleceğini Bekleyen En Büyük Sorun (Tek Yönlü Varyans Analizi Test Sonuçları)

	N	Ort.	S	Min.	Maks.		KT	sd	KO	F	p.	Fark
Talepte daralma (1)	31	40,35	9,958	20	62	Gruplar-arası	1465,237	5	293,047	3,450	,005	2<4
Değişen teknoloji (2)	37	38,86	8,702	25	55	Gruplar-İçİ	29219,780	344	84,941			2<6
Artan rekabet (3)	31	41,65	7,441	25	56	Toplam	30685,017	349				
Kalifiye personel ihtiyacı (4)	141	43,85	9,361	23	66							
Piyasada yaşanan istikrarsızlıklar (5)	100	41,11	9,322	24	65							
Politik kargaşa (6)	10	48,80	10,465	30	65							
Toplam	350	42,18	9,377	20	66							

KT: Kareler toplamı (Sum of square); KO: Kareler ortalaması (Mean square)

İşletmenin gelecek planlarıyla ilgili en büyük sorun görülen durum ile katılımcıların yaşları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Buna göre, gelecekteki en büyük sorunun *değişen teknoloji* olduğunu düşünenlerin yaşlarının ortalamasının, en büyük

sorunun *kalifiye personel* olduğunu ve *politik kargaşa* olduğunu düşünenlere kıyasla daha düşük olduğu saptanmıştır. Tablo 5.76 ve Tablo 5.77’deki bulgular birlikte dikkate alındığında, kalifiye personel ihtiyacında hem mesleki tecrübe bağlamında daha yetkin hem de yaş olarak daha ileri olan bireylerin benzer bir eğilim sergiledikleri görülmektedir. Usta-çırak ilişkisi temelinde yetişen bireylerin, ustalık dönemlerinde yetiştirecek çırak bulamadıkları anlaşılmaktadır. Bu durum, iktisadi sistem ve toplumsal eğilimler arasında yeterli dengenin kurulamaması ve uygun projeksiyonların yapılamamasının bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Bu sebeple mesleki tecrübesi ve yaşı daha fazla olan bireylerde meslek tercihlerinde yaşanan dönüşüm daha fazla hissedilebilmektedir. Bunun yanı sıra, görece daha genç yaşta olan katılımcılarda değişen teknolojinin bir sorun olarak ön plana çıkarmasında görülen bu yoğunlaşma, teknolojiye daha fazla duyarlı olmalarının bir sonucu olarak yorumlanabilir. Bu çerçeveden hareketle, mesleki geleceğe ilişkin beklentilerin ve sorunlara ilişkin algıların, mesleki tecrübe ve yaşa duyarlı olduğu ifade edilebilir. Katılımcıların mesleklerini odağa alarak ilettikleri mesleki geleceklerine ilişkin görüşleri Tablo 5.78’de irdelenmiştir.

Tablo 5.78 Katılımcıların Mesleki Geleceklerine İlişkin Görüşleri

Mesleki Geleceğe İlişkin Düşünceler	N	%
Geleceği olan bir meslek	132	37,7
Piyasada yaşanan istikrarsızlık ve daralmadan olumsuz yönde etkilenecek	86	24,6
Vasıflı çalışan bulmak giderek zorlaşacak	79	22,6
Makineleşme ve otomasyon artacak	53	15,1
Toplam	350	100

Mesleki geleceklerine ilişkin görüşleri çerçevesinde bazı katılımcılar ortaya çıkabilecek sorunları odak noktasına alırken bazıları da mesleğin bürüneceği şekil ve aşamalardan bahsetmişlerdir. Katılımcıların %37,7’si *geleceği olan bir mesleğe* sahip olduklarını ve zamanla daha da kıymetleneneceğini ifade etmiştir:

“*Demir olmadan hiç bir iş kolu olmaz inşaat vesaire. O yüzden sonu gelemmez.*” (Anket 306)

“*Artık güneş sistemiyle elektrik üretimi yaygınlaştığı için önümüz iyice açılacak eğer işi genişletirsek.*” (Anket 290)

“*Meslek gelecek vaat ediyor. Sürekli bilgiyi güncelleştirmek gerekiyor.*” (Anket 283)

Katılımcılar, üretim ve yenilik kapsamında çeşitli fikirlere sahip olduklarını ve hem hedeflerine ulaşarak farklılık yaratma hem de ülke ekonomisine katkı sunma konusunda

eylemde bulunmak istediklerini ifade etmişlerdir. Ancak bu yöndeki girişimlerin, finansal yetersizlikler nedeniyle şu an için fikir düzeyinde kaldığı ve gelecekte gerçekleştirilmek üzere hayal olarak konumlandırıldığı anlaşılmaktadır:

“Çocukluğumdan hedeflerim çok yüksek. Yani hiç durmayacağım, sürekli ilerleyeceği, sürekli ilerletmek ömrümün yettiği kadar. (...) Kafamda bazı projelerim var mesela kendi kafamda. Şöyle söyleyeyim mesela otomotiv sektöründe ülkemizin gelişmesinde bende bir katkıda bulunmak isterim. Mesela kendi projelerimi üretip ben de sunmak istiyorum. Kafamdaki yapmak istediğim motorlar, farklı sistemli motorlar. Mesela elektrikli motorlar var ama ben daha farklı sistemde çalışan motor yapmak istiyorum. Mesela kafamda böyle bir projem var mesela ama bu şu an değil ilerleyen zamanlarda. (...) Üretim yapmak istiyorum, istihdam sağlamak istiyorum anlıyor musunuz? Aynı zamanda insanlara bir gelir kapısı açmak. Aynı zamanda ülkemize bir katkı. Çünkü milliyetçi duygulara sahibim. (...) Mesela elektrikli araçlar için eğitime gidecem. Ama ben kendi projemi de hayata geçirmek için uğraşıcam.(...) Finansal olarak yani kendimi düze çıkardığımda bu işlere başlayacağım.” (G8)

“Planlarımızı, işimizi büyütmek için daha büyük alana ihtiyacımız var. Dolayısıyla da bu alanı bölüm bölüm yerler olması gerekiyor. Nasıl diyeyim mesela kesim bir yerde yapılması gerekiyor. Hammaddenin bir yere depolanması gerekiyor. Sonra kesimin bir yerde yapılması gerekiyor. Sonra bu zımpara boyaya hazır hale gelecek şekilde bir yerde hazırlanması gerekiyor. O çünkü çok toz kaldırıyor. Boya bölümü ayrı olması gerekiyor. Paketleme bölümü ayrı olması gerekiyor. Dolayısıyla daha büyük bir işletme düşünüyoruz. (...) Allah ne gösterir bilmiyorum zaman içerisinde ama hedefimiz daha büyümek yani. Çünkü anladık ki oyuncak sektöründe çok büyük bir açık var. Bilmiyorduk biz bilinçsizce öylesine girdik ama içine girdikçe büyük bir açık olduğunu fark ettik. Hele yerli üretim hiç yok. Hep Çin’den geliyordu. Bu pandemiden dolayı Çin’de kapanınca dolayısıyla buradaki satıcılar iç piyasa üreticileri bu iş bizim işimize yaradı yani. Doğru bir şey yapmışız yani pandemi herkese kötüydü ama bizim işimiz için iyi oldu.” (G4)

Bu kapsamda katılımcılar, rekabetin artması nedeniyle farklılaşabilen ve kendisini geliştirebilen işletmelerin ön plana çıkacağını ve kazanacağını belirtmektedirler. Bu doğrultuda, ikinci bir şube açmak, aile şirketine dönüşmek, ihracata yönelmek, işi büyüterek organizeye taşınmak, çocuklarına mesleği öğretmek ve sergi açmak gibi planlarının olduklarını dile getirmişlerdir. Yerinde saymamak, çağa ve yeniliğe ayak uydurmak ve uyum sağlama yoluyla kendini geliştirmek, katılımcıların mesleki hedefleri arasında yer almaktadır.

Katılımcıların %24,6’sı mesleklerinin geleceğinin *piyasada yaşanan istikrarsızlık ve daralmadan olumsuz yönde etkileneceği* yönünde bir düşünceye sahip olduklarını belirtmiştir:

“Ekonomi, alım satım gücü, hizmet sektöründeki eksiklikler. Bunlar sektör için çok önemli. Kaygı yaratan olaylar.” (Anket 330)

“Piyasadaki istikrarsızlıktan dolayı parlak değil, gittiği yere kadar yaparız.”(Anket 312)

“Ürünlerin alım fiyatları, enflasyonla, vergiyle doğru orantılı artıyor. Bu belimizi baya büküyor.” (Anket 287)

“Hammadedeki fiyat artışı böyle giderse kepenk kapatırım.” (Anket 318)

Piyasada yaşanan istikrarsızlık yalnızca alım gücünde daralmayı beraberinde getirmemiş aynı zamanda tedarik, ürün kalitesi ve iş akışında da olumsuz etkilere sebep olmuştur:

“Türkiye’de parça çok pahalı. Türkiye’de parçaya ulaşman da çok zor. Bu yurt dışının parçaya ulaşmasıyla bizim parçaya ulaşmamız dağlar kadar fark var. Yani uçurumlar var. Yurt dışında çok kolay ulaşabiliyorsun malzemelere. Türkiye’de çok zor. Yan sanayi malzeme çok var. (...) Alıyorsun o malzemeyi takıyorsun yerine, malzeme hatalı. Oo işi bir daha sana yapmak o kadar zor geliyor ki yapasın gelmiyor. Türkiye de bu tarz malzeme çok. (...) Şimdi biz orijinal diye alıyoruz, gittiği yerde adam yolda kalıyor. (...) Bizim mesela sektörün şeylerinden bir yedek parça zorluğu.” (G10)

Piyasa istikrarsızlıklarının ödemeler, hatalı mal ve gecikmeler gibi unsurları meydana getirdiği ve risk unsuru teşkil ettiği anlaşılmaktadır. Bu kapsamda katılımcılar, fiyatlar ucuzlamazsa işlerin durma noktasına geleceğini, talepte daralmanın ve tedarikte sıkıntıların yaşanacağını, belirsizliğin giderek daha fazla artacağını dile getirmişlerdir. Bu kapsamda belirtilen planların ise günü kurtarma, mevcut durumu korumaya çalışma, farklı mesleklere yönelme, emekli olma ve dükkânı kapatmayı düşünme şeklinde olduğu görülmektedir.

Katılımcıların %22,6’sı mesleki geleceklerini *vasıflı çalışan bulmak* giderek zorlaşacak olarak değerlendirmişlerdir. Mesleki geleceğe ilişkin görüşler içerisinde mevcuttaki yetişen eleman sorununun işin geleceğini şekillendireceğini dile getirmektedirler:

“Gençlerimiz yönelmiyor, öğrenmek istemiyor. (...) Genelde kimse öğrenmek istemiyor. Bunu bilenlerde hep eskiler bizim gibi beş on yıllık kişiler. Onlar da zaten belli bir yerde çalışıyorlar, yerlerini bozmak istemiyorlar. Dışardan talep ettim başka şehirlerden gelenler olsun diye internetten talep ettim. Bu seferde insanlar maddi durumdan dolayı gelemiyorlar. Adama vereceksiniz yedi sekiz bin lira maaş. Ev kiralari dört bin lira olmuş nasıl gelsin. Genelde mobilya bölümüne öğrencileri tercih ediyoruz öğrenmeleri için. Oradan mezun olanlar da gerçekten o kadar yetersiz mezun oluyorlar ki birçoğu otoketi bilmiyor. Kendine bir şey katmadan mezun oluyorlar. Zaten kendine bir şey katanlar da sanayiye düşünmüyor. Daha çok organizeye, serbest bölgeye gidiyorlar. Bizi ayrı düşünüyorlar.” (G5)

Katılımcılardan biri, sanayiye çalışan çekebilmek adına çeşitli girişimlerde bulunduğu ancak bu çabasının başarısızlıkla sonuçlandığına yönelik deneyimini şu şekilde aktarmaktadır:

“Zor zor ama yetiştirmeye çalışıyoruz o da yeterli olmuyor. Birkaç firma belki birkaç arkadaş bir araya geliyoruz. Geçmişte belki geçen günkü görüşmemizde anlattım mı bilmiyorum da ilgili bakanlığın iş garantili meslek edinme kursları başlattı endüstri meslek liseleri bünyesinde ama şartı 18 ile 35 yaş arası ama hiç sigortası olmamış olacak bugüne kadar. 10 tane kursiyer bulun diyor bize endüstri meslek liselerinden. (...) Onların üç ay maaşlarını ve sigortalarını biz verelim devlet diyor. Daha sonra getirelim size sizin yanınızda staj görsün gene maaşını sigortasını biz ödeyelim diyor devlet. Siz 50 kuruş ödemeyin gönlünüzden ne koparsa harçlık çıkarırsanız diyor. Sonra biz size soracağız bu sizin işinize yarar mı, evet yarar dersiniz üç yıl gene sigortasını biz ödeyeceğiz. Siz sadece maaş vereceksiniz. 849 şirkete mail attım. Birçoğunu ziyaret ettim. 10 tane mesleğimizle alakalı kursiyer bulamadım, çıkmadı. (...) Biz yapamadık

onu onun için sadece elimizdekilerle yetinmeye çalıştık. Hatta önceki konuşmamızda yetiştirmeye çalışıyoruz ama ne kadar geldiyse aman işte gitmesin maaşı üç kuruşsa beş kuruş verelim, rahat olsun ki bu meslek yaşasın. Yani işte kaldık Suriyeli yabancı vatandaşlarla çalışıyoruz genel olarak Türkiye'nin birçok yerinde birçok sektörde varlar. (...) Yani geleceği nereye gidilecek ben üzülerek bunun mücadelesini veriyorum. Onun için bu konuyu sanki derin yaralarım varmış gibi her gittiğim yerdeki meslektaşlarımla konuyu buraya getiririm ki biraz ne yaparım ne şekle sokarız diye. Şimdi Yılmaz [aynı sanayide bulunan bir başka işletme sahibi] gelmişti onunla tanışmıştık. Dört kardeş, üçte evlatları var. Yabancılarla olmuyor, yapamıyorlar, yetiştiremiyorlar. Geçen işte iki tane üç tane personel çekti gitti. Ya sevmiyorlar ya bir şey mi oluyor. Bizim de aile şirketimiz olmasa belki biz de çok zorlanırdık.” (G9)

Endüstri Devrimi sonucunda hanelerin iktisadi birim olmaktan çıkması ve bireylerin evlerinden uzaklaşmasıyla birlikte iş bölümü yeni çalışma biçimi olarak görünürlik kazanmıştır (Toffler, 2008: 56-57). Durkheim'ın da ifade ettiği üzere organik toplumlarda iş bölümü, temel toplumsal dayanışma aracı olarak ön plana çıkmış ve uzmanlaşma ile birlikte birbirine bağımlılık ve ihtiyaç duyma giderek artmıştır. İşletmelerin fiziksel büyümek yerine taşeronlar ve diğer işletmeler aracılığıyla iş dağıtımını yaparak işlerini büyütme yoluna gittikleri görülmektedir. Bu durum bir işletmenin fiziksel olarak büyümesi önünde bir engel olarak görünebilmekle birlikte, sanayinin verdiği mekânsal imkânları fırsata çevirerek iş bölümü vasıtasıyla işlerin sürdürüldüğü anlaşılmaktadır. Üretim sürecinin parçalara ayrılması ve dağıtımının yapılması yöntemiyle işçi açığının kapatılmaya çalışıldığı anlaşılmaktadır. Ancak, proje bazlı ekipleşmelerin bir işletmede çalışmaktan daha fazla tercih edilmesinin de olumsuz sonuçları ele alınmaktadır:

“İki üç tane götürücü ekip var. (...) İş alıyorsun götürücülere veriyorsun.(...) Yani bizim de çalıştıklarımız o mantıkla. Birkaç çalıştığımız, birkaç atölyeler var. Verdiklerimize al bunu maaşlı yapın demiyoruz. Kendi atölyesinde bizim işimizi yapıyor projeye fiyat veriyor. Yani atıyorum bir tane mobilya yapıyorsunuz o projeye fiyat verip bitiriyor kendi atölyesinde. Birde böyle seyyar çalışanlar var kadro ekip olmuşlar beş kişilik 10 kişilik neyse ona gelir bakar senin projene detayına vesairesine atıyorum bu projeyi kaçta yaparsın şimdi bu fiyatta yaparız ya da metre kare birim fiyatta belirlenmiştir. Tamam, malzemesini veriyorsun, dediğim gibi kesimde kestiriyorsun CNC işleri varsa CNC işlerini yaptırıyor. Malzemeyi veriyorsun kendilerine, yapıyorlar, ediyorlar, topluyorlar, bitiriyorlar. Bu kadar. Bunlar o süreç içinde biz sadece sigortalarını yatırıyoruz. Yani şu an bu şekilde hareket ediyor. Dolayısıyla ben gideyim sigortamı yaptırayım bir yerde işte maaşla çalışayım diyen çok az. O da maalesef çok kötü oldu. Şimdi öyle zannediyorlar öyle değerlendiriyorlar ya ben şimdi işte maaşla çalışacağım aylık alacağım işte onu yapacağıma bir projeden işte 30 bin lira zaten kazanıyorum. Bu mantıkla bakıyorlar işe. Sonra işin içinde bocalayıp kalıyorlar o iş bir ay değil iki ay, üç ay, beş ay sürüyor. Eksiği kalıyor şusu kalıyor busu kalıyor en son. Böyle sorumluluklar da var. Dolayısıyla şu anda personel almada çok ciddi sıkıntılar yaşıyorlar.” (G9)

Katılımcılar el emeğinin giderek değerinin artacağını, azalan kalifiye personelle emek yoğunluklu işlerin seçkinleşeceğini ifade etmektedirler:

“El emeğinin her zaman değeri olur.” (Anket 340)

“Arkadan gelen kimse yok, meslek erbapları cevher gibi değerli olacak.” (Anket 274)

“Bitmez. Fakat ustası azaldığı için değerlendirilecek ama bir yandan da makineleşme artacak.” (Anket 273)

Saha sohbetlerinde katılımcıların planlarını, mesleki gelecekte beklenenleri çerçevesinde şekillendirdikleri anlaşılmaktadır. Bu kapsamda *vasıflı çalışan bulmak giderek zorlaşacak ve piyasada yaşanan istikrarsızlık ve daralmadan olumsuz yönde etkilenecek temaları kapsamında verilen yanıtlardan hareketle mevcut kaygıların gelecekte giderek artacağı yönünde bir öngörüye sahip oldukları görülmektedir.* Bu temalar kapsamında görüş bildirenler aynı zamanda, mesleklerine yönelik parlak bir gelecek beklentisinde olmaktan ziyade daha olumsuz bir çerçevede değerlendirme yapma eğilimindedirler.

Katılımcıların %15,1'i mesleklerinin geleceğinde *makineleşme ve otomasyona* yönelimin artacağını dile getirmişlerdir. Teknolojinin hızla ve giderek geliştiğini, bununla birlikte işin dağıldığı, mesleğin giderek makineleştiği ve otomasyona kaydığını, el işçiliğinin ve esnaflığın giderek önemini yitireceğini ifade etmişlerdir:

“Makineleşme artar ve küçük esnaf ölebilir.” (Anket 289)

“Fastfood zincirinin küçük esnafı bitireceğinden endişeliyim.” (Anket 345)

“Artık elektronik araçlar revaçta. Maalesef henüz onların spesifik bir arızalanma olayı henüz yok.” (Anket 39)

“Bizimki gibi ağır kas gücüyle ve karakter isteyen işler yok olur gider. Zaten asansör sistemi çalışan sayısının çok azalmasını sağladı.” (Anket 329)

“Hep yeni bir şey çıkar. Sen takip etmesen de onlar seni takibe zorlar.” (Anket 322)

“Elektrikli araçlarla meslek bitecek.” (Anket 320)

“Artık her şey dokunmatik, otomatik bu bizim iş için risk teşkil ediyor.” (Anket 319)

“Şimdi şöyle bir şey var, elektrikli arabaların gelişi nereden baksan 30 seneyi bulacak bizim sanayi piyasasına girmesi. Ben 30 sene zaten yaşamayacağım. Ee yaşarsam da 30 sene sonrası zaten altmışıma gelmiş olucam ya da yaklaşmış olucam. O yüzden o saatten sonra çalışmayacağım için çok bir önemi olmayacak benim için. (...) Düşünsene şu an 2018 model benzinli bir araba var. Bu arabanın yok olabilmesi için en az 50 yıla ihtiyacımız var ki şu an bile 70 model, 80 model arabalar piyasada geziyor. İşte doksan model arabalar piyasada geziyor. 2000 model arabalar böyle cayır cayır her yerde görünüyor. O yüzden 30 seneyi bulacaktır. 30 sene sonra ancak hayatımızdan çıkacak bunlar ki çıkmayacak da hayatımız da kalmaya devam edecek bunlar. Şu anki mesela Amerikan arabaları yapan bazı yerler var. Böyle işte 70 model Amerikan arabası yapıyor, bununla da övünüyor. Bizde ilerleyen süreçlerde işte 30 sene sonrası yani 2050 yılına geldiğimizde 2000 model araba yapıyoruz diye övüneceğiz.” (G1)

“Normalde şu masayı yaparken normalde bunu dört saatte yapıyorduk ama iş fabrikasyonlaşmaya başladığında fabrika bunu dört dakikada yapıyor. O zaman bunu yaparken eskiden birbirimizle konuşurduk. Sana birisi ustan şunu şöyle yap, eline bıçak batmasın, bunu böyle yap derdi ama şimdi şu anda makine giriyor. O makinenin dilinden kim anlıyorsa o Tanrı. Bu sefer sohbe falan gerek kalmıyor. Teknoloji geliştiği için esnaflık ve ticaretin değeri gün güne bitiyor. (...) Teknoloji geliştikçe bizim birbirimizle sohbetimiz çok kopuk. Tabii ki soru neye göre kime göre nasıl şimdi bir endüstriyel bir soru olarak gelirse tabi ki de konuşma tarzımı değiştirebilirim hani şey diyebilirim, teknolojinin bize sağlamış olduğu faydalar da var işte. Bir işletmenin büyümesi için hep teknolojiyi takip etmek lazım. Hani hep yeni makineler hep yeni makineler kendimizi geliştirmemiz lazım. İşte elemanlar için yabancı dil kursları aldırılmamız lazım excel programları için eğitim aldırılmamız lazım. Gelen teknoloji bununla ilgili. Bu da bana daha fazla para kazandırır, daha fazla zaman ortaya çıkartır. Bu da benim hani daha iyi hayat yaşamama sebep olabilir.” (G7)

“Şimdi şöyle bir şey şunu otomasyon düzeyine geçmediğimiz için birçok işi fiziki, kaliteli adam üzerinden yapılıyor. Aslında güç anlamında daha fazlası. Birçok adamın yapabileceği portatif üstünden cihazları bilen kalifiyeli eleman lazım. Artık dünya ona geçiyor. Otomasyona geçiyoruz artık, bilgisayarlı ortama geçiyoruz aslında buna ihtiyaç var. Aslında bulunamayan adam da var yani şeyi bahsettim ya size makine var ama makineyi kullanacak, otoketi kullanacak deneyimli bir adam yok. Bu çok şey oluyor biliyor musunuz, yani işin var, işini yapacak adam yok. Ama bu yapılabilir bir şey. Sen bunu konuşursun bundan yakınırsın bunun araştırmasına girersin ama şöyle bir durum var bir trilyonluk makineyi koymuşsun buraya makinenin boşta duruyor. Hani resmen kanayan bir yara gibi görüyorum ben bunu ve bir trilyonluk cihazı almışsın kullanabilecek adamın yok, otoketi kullanan adam yok. Bak aslında sana şunu da göstereyim otoketi yani otomasyon cihazları kullanan kaliteli adamlar yani teknikerler, teknisyenler, kalifiyeli adamların yerine geçiyor demek istemiştin. Yani şunu demek istiyorum. Bugün bir CNC tezgahında yapılan işleri belki de üç ustanın önüne geçen zaman olarak ve hatasız çıkaran işlerdir. Belki de önüne geçen işlerdir ve bunlar da ne oluyor kalifiyeli adamın önüne geçiyor. Aslında kaliteli adam değil otoketle otomasyonu kullanan teknisyenlerdir. Yani bilgisayar ortamında makineyi çalıştırabilen teknikerler kalifiyeli adamdır. Ama bunun üzerine eğitim verilmesi lazım. Biz buna tamamen geçmek istiyoruz. (...) Otomasyon boyutuna geçersen eğer çünkü çok yüksek verimli, çok hassas verimli işler çıkacak. İşin fiziki boyutu çok rahatlamış olacak. Süre olarak öne geçeceksin bu sorunlar ortadan kalktıktan sonra.” (G3)

Katılımcı tarafından, otomasyon sistemine yönelimin ihtiyaçlar çerçevesinde gereklilik arz ettiği ancak mevcut toplumsal ve iktisadi yapının bu dönüşüm için yetersiz kaldığı dile getirilmektedir. Bu bağlamda, sanayinin eski zihniyet yapısını içeren, emek ve el işçiliği yoğunluklu alanlar olarak yenilikçiliği besleme noktasında yeterli kanallara sahip olmadığı anlaşılmaktadır. Elde edilen verilerden hareketle küçük sanayilerin kalifiye işgücü için bir çekim noktası oluşturamadığı görülmektedir.

Katılımcıların mesleki geleceklerine ilişkin düşünceleri ile mesleki tecrübelerinin ortancaları bakımından aralarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık görülmektedir (bkz. Tablo 5.79). Gelecekte vasıflı eleman bulmanın giderek zorlaşacağını düşünenlerin mesleki

deneyim sürelerinin makineleşme ve otomasyonun artacağını düşünen ve piyasada yaşanan istikrarsızlık ve daralmadan olumsuz yönde etkileneceğini düşünenlere kıyasla anlamlı derecede daha yüksektir. Elde edilen bulgulardan, Tablo 5.76 ve Tablo 5.77'ye paralel olacak şekilde mesleki geleceğe ilişkin düşünceler ile mesleki gelecek ile ilgili sorunlara yönelik düşüncelerin yaşla ve dolayısıyla mesleki tecrübeyle ilişkili olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 5.79 Katılımcıların Mesleki Deneyim Sürelerine Göre Mesleki Geleceklerine İlişkin Düşünceleri (Kruskal Wallis H Testi Sonuçları)

Mesleki Geleceğinize İlişkin Düşünceleriniz Nelerdir?	N	Sıra Ort.	sd	χ^2	p.
Geleceği olan bir meslek	132	171,07	3	12,180	,007
Piyasada yaşanan istikrarsızlık ve daralmadan olumsuz yönde etkilenecek	86	164,58			
Vasıflı çalışan bulmak giderek zorlaşacak	79	208,85			
Makineleşme ve otomasyon artacak	53	154,54			
Toplam	350				

Saha gözlemlerinde, iş kolu bazında mesleki geleceğe ilişkin bazı unsurların ön plana çıktığı görülmektedir. Otomotiv iş kolunda elektronik araçların yaygınlık kazanacağı düşüncesi, mobilya iş kolunda eleman sıkıntısının el işçiliğine olan talebi arttıracığı ve makine demir sanayide piyasadaki istikrarsızlığın olumsuz yöndeki etkileri belirginlik kazanmaktadır.

Tüm temalar dikkate alındığında, katılımcıların piyasayı algılayış ve çevreleriyle olan ilişkileri çerçevesinde piyasaya eklemlenme stratejilerinin çeşitlendiği görülmektedir. Dünya pazarında rekabet gücü elde etme noktasında küresel ölçeğe uzanabilen stratejik iş birlikleri oluşabilmekte ve işletme grupları arasında yaşanan rekabetler, farklılaşmayı ve yeniliği gerektirmekte dolayısıyla girişimciliği perçinlemektedir (İrmiş vd., 2010: 1). Ancak, her rekabet girişimciliği de ortaya çıkarmamaktadır; girişimciliğin iş ahlakını esas alan bir anlayış üzerine kurgulanması önem arz etmektedir.

Piyasa günümüzde adeta kendi kendini yöneten bir mevcudiyete bürünmüştür. Toffler'a göre, Endüstri Devrimi ile birlikte üretici ve tüketicinin birbirinden ayrışması, yaşamlarını devam ettirmek için pazara bağlı kalmalarını gerektirmiştir. Üretici ve tüketici arasındaki bu ayrışma, pazarın yayılımcı bir güç haline gelmesine neden olmuş ve çıkarıcılığın, maddiyatın ve bireyselliğin ön plana çıktığı kültürel bir atmosferi beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda pazar, kapitalist sistemin bir sonucu olarak değerlendirilemez. Pazar, endüstrileşme ile birlikte üretici ve tüketici arasında yaşanan ayrışma sonucunda özerk bir güç haline gelmiştir (Toffler, 2008: 51-55). Mevcut ekonomik istikrarsızlığın esnafların yatırım yapmaları önünde bir engel teşkil

ettiği veya belirli bir birikim sonucunda girişimde bulunmak istedikleri görölmektedir. İktisadi alanda yaşanan istikrarsızlık, güvensizlik ve belirsizlik ortamının girişimcilik eğilimlerini sekteye uğrattığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, sanayi esnafı yalnızca vasıflı eleman eksikliğiyle değil, büyük şirketlerle ve piyasadaki istikrarsızlıklarla da derin mücadeleler içerisinde.



SONUÇ

Tez çalışmasında, esnafların kültürel, sosyal ve ekonomik sermayeleri dikkate alınarak mevcut iktisadi yapıya eklemelenme süreçlerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu temelden hareketle, çalışma kültürü/ahlakı, ilişkiler ağı/bağlantılar ve girişimcilik eğilimleri olmak üzere üç başlık altında esnafın iktisadi alanda mücadele etme biçimleri, eğilimleri ve stratejileri incelenmiştir. Tamamen karma, eş zamanlı ve eşit statülü araştırma desenine göre tasarlanmış olan tez çalışmasında anket verilerinden hareketle esnafların genel iktisadi eğilimleri tespit edilmeye çalışılmış, görüşme verilerinden hareketle ise yaygın eğilimlerin derinlemesine anlaşılması ve nicel verilerin yetersiz kaldığı noktalarda aydınlatıcı olabilmesi amacıyla faydalanılmıştır.

Sonuç ve değerlendirme bölümünde, çalışmanın sorgu alanı kapsamında açıklığa kavuşturulmak istenilen hususlar, bulgular bölümünün akışına sadık kalınarak özetlenmiş ve irdelenmiştir. Bu kapsamda sırasıyla, esnafların çalışma kültürü/ahlakı, ilişkiler ağı/bağlantıları ve girişimcilik eğilimleri irdelenerek iktisadi alanın çok boyutlu ve karmaşık doğasına ışık tutulmak istenmiştir.

Esnafların gözünde çalışma ve üretim faaliyeti, yoğunluklu olarak geçim meselesi ve kazanç uğraşısı olarak ön plana çıkmaktadır. Çalışma ve üretim etkinliği aidiyet, alışkanlık, toplumsal kabul ve kişisel tatmin sağlama gibi çeşitli anlamlara ve işlevlere sahip olmakla birlikte daha çok alışkanlığa dönüşmüş plansız bir uğraşı alanı olarak belirginlik kazanmaktadır. Bu bağlamda bireylerin dünyasında üretim etkinliği kazanç, kaygı ve sorumluluk sahasına indirgenmiştir. Pazar ekonomisinin dinamik ve değişken doğasının, gelecek belirsizliği olarak ön plana çıkması ve bu belirsizliği tolere edebilecek güçlü kurumsal, kültürel ve bireysel kaynakların mevcut olmayışı, üretim etkinliğinde temel kaygının geçim sağlama kaygısına sıkışmasını beraberinde getirmiştir.

Habitus kuramına göre bireylerin eylemleri, içinde bulundukları ve edindikleri kültürel atmosferden ve sosyal yapıdan bağımsız bir şekilde anlaşılamaz. Bu modelden hareketle, tez çalışmasında aktörlerin iktisadi faaliyetlerinin kökenleri kültürel bir zeminde irdelenmiştir. Bu kapsamda aile, eğitim, din ve mesleki değerlerin etkisi ve payı sorgulanmıştır. Katılımcıların çalışma ahlaklarının yoğunlukla mesleki eğitim, meslek ahlakı ve dini değerlere dayandığı görülmektedir. Örnekleme yer alan görüşmecilerin yaklaşık yarısının çıraklıktan yetişme olduğu göz önünde bulundurulduğunda çok küçük yaşlardan itibaren sosyalleşme süreçleriyle mesleki eğitimlerinin iç içe geçtiği ifade edilebilir. Bu çerçevede, dinin önemli bir etkisi olduğu, alışveriş sürecinde İslami değerlerin esnafların iktisadi tutumlarında bir referans, korku ve

vicdan muhasebesi olarak büyük etkilere sahip olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda, bürokratik kanallar ve rasyonel süreçlerle iç içe olan büyük ölçekli işletmelere kıyasla esnafılık, toplumun mevcut dinamiklerine ve zeminine daha yakın ve onunla daha fazla içli dışlıdır. Esnafın Türk toplum yapısı içindeki konumu ve işlevleri de göz önünde bulundurulduğunda, mevcut toplumsal yapıyı en iyi şekilde yansıtan, onu besleyen ve ondan beslenen bir müessese olarak da bu mesleki statünün manevi değerler ile iç içe geçmesi anlam kazanmaktadır. Esnafılık müessesine atfedilen anlam ve konum irdelendiğinde, Türk toplum yapısı içerisindeki tüketici yanlısı işlevini kısmen de olsa koruduğu görülmektedir. Bulgulardan hareketle hoşgörü, toplumsal faydayı gözetken, fedakâr, çevresine ve müşterilerine karşı duyarlı ve dürüst bir esnaf algısı ön plana çıkmaktadır. Her ne kadar mevcutta bu değerler yeterince sürdürülmesine de elde edilen bu bulgular, habitusun varlığını ve toplumsala gömülü olan değerleri sunması açısından değerlidir.

Mesleki başarı algısında kültürel sermaye bir diğer ifadeyle mesleki donanım, yetenek ve tecrübe ön plana çıkmaktadır. Burada esnafılık müessesinin kökenleri göz önünde bulundurulduğunda, toplum içerisinde doğal yollarla kurulan güven ilişkisinin izleri görünür hale gelmektedir. Eснаfların zihinlerindeki bu algının, esnafılığın temellerini aldığı ahilik değerlerinin günümüzde de mevcudiyetini koruduğu ve iktisadi öznelerin zihinlerinin yanı sıra toplumsal beklentiler üzerinden de esnafılar üzerinde baskı yarattığı ifade edilebilir. Araştırma sahasının küçük sanayi sitesi olduğu göz önünde bulundurulduğunda, işveren ve tüketicinin bire bir teması ve etkileşimine dayalı bir alışveriş süreci hâkimdir. Bu bağlamda, müşterinin velinimet olduğu düşüncesinin hâkim olduğu ve mesleki yetkinliğin aynı zamanda dürüst ve ahlaklı iş yapma, işlerin devamlılığı ve bereketi hususunda temel tesis ettiği anlaşılmaktadır. Nicel analiz bulguları, kaliteli ve dürüst hizmetin mesleki başarı, işin devamlılığı ve müşteri potansiyelini etkileyen en önemli unsurlardan birisi olduğuna işaret etmektedir. Bu durum, kültürel sermayenin ekonomik sermayeye dönüşüm süreci olarak nitelendirilebilir. Bunun yanı sıra nitel analiz bulguları, farklı bir akışın da mevcut olduğunu göstererek sosyal sermayenin ekonomik sermayeye dönüşümünü görünür kılmaktadır. Bu bağlamda samimiyetin, Garnovetter'in zayıf bağları ve Putnam'ın köprü kuran bağları kapsamında değerlendirilebilecek bir sosyal sermaye olduğu ve iktisadi kazanç üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Tüketici ile satıcı arasında doğrudan ilişki ve irtibatın yüksek olduğu esnaflarda sosyal sermayenin iktisadi alanda önemli bir mücadele aracı olduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda, sanayi esnafında doğrudan ekonomik sermayeden ziyade kültürel ve sosyal sermaye yoluyla elde edilen ekonomik sermaye ön plana çıkmaktadır. Bu durum, esnafılık

müessesinin genel toplumsal örüntülere içkin, ona gömülü, onu tarihi ve kültürel boyutlarıyla içeren yönlerinin açığa çıkarması bağlamında önem arz etmektedir.

Nicel sorgu alanı kapsamında çalışma faaliyetine atfedilen anlamın, çalışma ahlakının ve kültürünün bireylerin iktisadi etkinlikleri, tutumları ve yönelimlerini dolayısıyla elde ettikleri ekonomik sermayeyi etkileyebileceği öngörülmüştür. Bu bağlamda, çalışmanın bağımsız değişkenleri olan katılımcıların sosyo-demografik özellikleri, mesleki eğitim/yönelimleri ve işletmeye ilişkin özellikler ile çalışma kültürü/ahlakının belirli bir ilişki içerisinde olması beklenmiştir. Yapılan istatistiksel analizler ve regresyon analizi sonucunda genel olarak katılımcıların mesleki eğitim/yönelimleri ve işletmeye ilişkin özellikleri ile çalışma kültürleri arasında belirgin eğilimler olduğu saptanmıştır. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile çalışma kültürü arasında ise yaş değişkeni haricinde güçlü bir ilişki gözlemlenememiştir.

Esnafların sosyal sermaye kanalları dört çatı altında toplanabilir: Müşteriler, çalışanlar, resmi kurum/kuruluşlar ve diğer esnaflar/işletmeler. Bulgulardan hareketle, küçük sanayide ilişkilerin referans üzerinden ilerlediği, bilinirliği önemli ve güven odaklı bir sosyal örüntü üzerine kurulu olduğu anlaşılmaktadır. Bu temelde ön plana çıkan unsurlardan birisi, bireylerin birincil bağları bir diğer ifadeyle aile ve akrabalarıdır. Küçük sanayi esnafında aile ve akraba ilişkilerinin oldukça önemli olduğu ve bu ilişkilerin dayanışma ve yardımlaşma konusunda merkezi bir öneme sahip olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle kalifiye personel bulma konusunda yaşanan sıkıntı ve sorunların, aile ve akraba üyelerinin gerek dönemsel yardımları gerek personel olarak çalışması yoluyla aşmaya çalışıldığı görülmektedir. Ancak bulgular birincil bağların, ekonomik sermaye sağlamaktan ziyade sosyal ve kültürel sermaye kaynağı teşkil ettiğine işaret etmektedir. Emek gücü ve yardımlaşma yönündeki katkılar yoluyla bu güçlü bağların ekonomik sermayeye dönüşme sürecine dolaylı yollarla eşlik ettiği bulgulara yansımıştır. Ailevi bağların iktisadi alanda mücadelede kültürel ve sosyal sermaye sağlama hususunda çok daha fazla ön plana çıktığı ve önemli bir kültürel kalkan olarak varlığını koruduğu ve sürdürdüğü çıkarımı yapılabilir. Modernleşme ile birlikte aşınan toplumsal bağlar, kurumsal ve bireysel ilişkileri ve soyut sistemleri daha çok görünür kılmaktadır. Her ne kadar diğer esnaflar ve aile/akraba üyelerinden oluşan güçlü ağlar, çalışan bulma konusunda önemli bir besleme noktası işlevi görse de onların yetersiz kaldığı, kurumsal arayışların, bireysel başvuruların ve sosyal medya gibi kanalların da giderek önemli bir hacme ulaştığı ifade edilebilir.

İşletme içi ilişkilerde, ahilik döneminde keskin hiyerarşik ayrıma dayanan çırak-kalfa-usta ilişkisinin olmadığı gibi büyük ölçekli işletmelerdeki gibi patron-işçi ilişkisinin de yoğun bir

şekilde olmadığı gözlemlenmiştir. Katılımcıların yaklaşık yarısının çıraklıktan yetişme olmasına rağmen usta-çırak ilişkisinin sürdürülmediği veya sürdürülemediği görülmektedir. Bunun sebepleri arasında, işverenlerin eski usta-çırak ilişkisini oldukça katı bularak onaylamamaları, dolayısıyla devam ettirme eğilimi göstermemeleri, yeni kuşakların ve ailelerin beklentilerinin değişmesi sayılabilir. İşletmelerin yapısı itibarıyla daha çok mikro ölçekli olmaları neticesinde çalışan sayısı kısıtlı kalmakta ve emek yoğunluklu işler ön plana çıkmaktadır. Bu durumun işveren ile çalışanın yoğun etkileşimini gerektirmesi ve mesleki olarak eğitim verme sürecinin de daha çok işveren tarafından gerçekleştirilmesi çalışan ve işveren etkileşimini arttırmaktadır. Daha çok işletme içi ilişkilerin aile ortamı samimiyetinde ilerlediği dikkat çekmektedir.

Daha çok kurumsal ve büyük ölçekli işletmeler ile özdeşleşmiş olan ortaklık, farklı dinamiklerde de olsa küçük sanayi sitelerinde yoğun bir şekilde gözlenmektedir. Ortaklığa ilişkin düşünceler ve deneyimler farklılaşmakla birlikte ortaklığın iş bölümü, yardımlaşma ve dayanışma noktasındaki işlevi ön plana çıkmaktadır. Ortaklıkların daha çok resmi süreçlerle gerçekleşmeyen, anlaşma ve uzlaşmaya dayalı, güven esaslı bir düzlemde ilerlediği görülmektedir. Sanayi esnafı pek çok konuda bürokratik süreçlere katılımda çekimser kalmakta ve uzak durmaktadır. Bu tutum, ortaklığın yanı sıra müşteri ve tedarikçilerle gerçekleştirilen alışveriş sürecinde de mevcuttur. Sanayi esnafının gözünde bürokratik işlemler, iş akışlarını sekteye uğratan ve lüzumsuz bir süreç olarak değerlendirilmekte ve söz üzerine dayalı anlaşma kanalları tercih edilmektedir. Bu durumun beraberinde getirdiği aksaklıklar da müşteriler, esnaflar ve ortaklar arasında çekişmelerin yaşanmasına ve mağduriyetlerin oluşmasına sebebiyet verebilmektedir. Geleneksel toplum yapısının günümüzde çözülmüş olması ve güvenin söz üzerine kurulduğu kültürel atmosferin zayıflaması, soyut sistemlere yönelimin artmasını ve bürokratik kanalların ve teknolojinin giderek önemli ve tercih edilir hale gelmesini beraberinde getirmiştir. Elde edilen bulgular, sözün senet olduğu toplumsal düzenin ve kültürel mirasın aşınmış olmasına rağmen sanayi esnafının, söz üzerine kurulu ilişkileri sürdürmeye çalıştığına işaret etmektedir. Ancak, mevcut kurumsal sistem ve iktisadi yapı giderek bürokratik bir sürece bürünmüş olup bu farklılık, esnaflar ve müşteriler arasında sorunların ve çatışmaların yaşanmasına kaynaklık etmektedir. Tüm hukuk ve bürokrasi kanalları ve kurumları gelişmiş olmasına rağmen kültürel ilişkilerde bunu destekleyen bir mesleki eğitimin, zeminin ve alışkanlığın olmaması ve ilişkilerin geleneksel bir zeminde sürdürülmesi, iktisadi faaliyetlerin akışında aksaklıklara sebep olmaktadır. Kurumlar hızla değişirken bunlara uygun kültürel uyumun gerçekleşmemesi, Ogburn'un kültürel gecikme olarak ifade ettiği oluşumun en açık yansımalarından birisi olarak ele alınabilir. Bu aynı zamanda, habitusun değişime karşı direnç

gösteren doğasının bir yansıması olarak da değerlendirilebilir. Kültürel birikim ve alışa gelmişlik, mevcut eğilimleri sürdürme noktasında bir direnç mekanizması yaratmaktadır.

Durkheim'ın sosyal teorisine göre, toplumlar kalabalıklaştıkça uzmanlaşma ve iş bölümü artmış, mekanik toplumdan organik topluma doğru bir geçiş yaşanmıştır. Karmaşıklaşan toplum yapısında toplumsal dayanışmanın temel unsuru iş bölümü olmuştur. Doğası gereği uzmanlaşmanın beraberinde getirdiği iş bölümü, bireylerin birbirine olan ihtiyacını arttırmakta ve bu bağlamda dayanışma kanalları yaratmaktadır. İş bölümü, beraberinde ilişkileri ve ilişkiler üzerinden kurulan sosyal ağları ve bağlantıları önemli hale getirmektedir. Elde edilen bulgulardan hareketle esnaflar arasında bilgi, deneyim, malzeme, emek, iş yükü, eleman bulma ve müşteri yönlendirme gibi pek çok konuda yardımlaşma yapıldığı görülmektedir. İşletmeler için güçlü ağlar pek çok yönden önemli olmakla birlikte, ilişkilerin sürdürülebilirliği noktasında güvenilirlik, kaliteli iş ve dürüstlük gibi hususların önem arz ettiği ifade edilebilir. Esnaflar arasındaki mesleki yardımlaşma ve dayanışmanın da daha çok kendi ağları ve ilişkileri çevresinde belirginlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Alan yazınında her ne kadar ilişkiler, ağlar ve bağlantıların önemine değinilmiş olsa da bunların sürdürülebilirliği noktasında etkin olan faktörlerin neler olduğu geri planda kalmıştır. Araştırma bulguları ilişkilerin tanıdık sayısı ve onların yetkinlikleri ile eşdeğer unsurlar olmasının çok daha ötesine geçtiğine işaret etmektedir. Bu temelden hareketle sosyal sermaye, belirli güven ilişkileri temelinde tesis edilebilen unsurlara karşılık gelmektedir. Bu bağlamda iktisadi ilişkiler sözüne bağlılık, dürüstlük, kan bağları ve hemşehricilik gibi ortak temalar çerçevesinde gelişmektedir. Sosyal ilişki ve ağların, belirli gruplaşmaları beraberinde getirdiği ve sanayi esnafında bir bağlantı noktası olarak grupların önemli olduğu anlaşılmaktadır. Bunlar, rekabet üstünlüğü ve kazanç sağlayabilme noktasında birbirlerini karşılıklı besleyen ve güven üzerine kurulan gruplaşmalardır. Yoğunlukla sonradan güven esasına dayalı olarak kurulan bu bağlar, Granovetter'in zayıf bağları ve Putnam'ın köprü kuran bağları kapsamında değerlendirilebilir. Benzer iş kollarının çokluğu bir rekabet ortamı yaratmakla birlikte gruplaşma eğilimleri kazanç sağlama ve bilgi, malzeme ve hizmet temininde küçük sanayi esnafı için avantaj yaratmaktadır. Bu bağlamda küçük sanayi siteleri mekânsal zeminde, iktisadi ilişkiler yumağı oluşturmaya yönelik doğal bir potansiyele sahiptir. Ahilik dönemi itibarıyla Müslüman esnafın diğer esnaflar karşısında birleşmeleri söz konusu iken günümüz piyasa ekonomisinde esnaf ve sanatkârın sayısının da artmasıyla birlikte rekabet ortamının arttığı ve rekabet edebilirlik noktasında ortaklıklar oluşturulduğu görülmektedir. Esnafların ekonomik yapıya eklemlenme süreçlerinde en büyük stratejilerinin kurdukları sosyal sermayeleri olduğu görülmektedir.

Bulgulardan hareketle müşteri ve çalışanın, çalışan personel bulma konusunda önemli işlevi olduğu saptanmış olup, müşterilerle kurulan ilişkinin çok boyutlu olduğu ve yalnızca mevcuttaki işle sınırlı kalmayıp esnafların yaşamlarının pek çok alanına da yansıdığı anlaşılmaktadır. Aynı zamanda, müşteri memnuniyeti sağlamada çeşitli stratejilerin benimsendiği görülmüştür. Bunlar arasında kaliteli üretim, cömertlik ve misafirperverlik, hızlılık ve samimiyet ön plana çıkmaktadır.

Nicel veriler kapsamında çalışmanın bağımsız değişkenleri olan katılımcıların sosyo-demografik özellikleri, mesleki eğitim/yönelimleri ve işletmeye ilişkin özellikler ile ilişki ağları ve bağlantılarının istatistiksel olarak anlamlı ilişki içerisinde olması beklenmiştir. Elde edilen bulgular, işletmelere ilişkin özellikler ile ilişki ağları arasında belirgin eğilimler olduğuna işaret etmektedir. Bu bağlamda güçlü iktisadi ilişkilerin işletme iş akışı ve hacmi ile pek çok yönden etkileşim içerisinde olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum, ilişkiler ağının esnafların mevcut iktisadi sisteme eklemlenme süreçlerinde önemli bir kaynak işlevi gördüğüne işaret etmektedir. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ve mesleki eğitim/yönelimleri ile ilişki ağları arasında güçlü ve belirgin bir ilişki saptanamamıştır.

Antalya kentinin turizm ve tarım sahasında yarattığı iş gücü potansiyeli ve çekiminin, sanayi alanında işgücü daralması yaşanmasını dolaylı yollarla etkilediği ifade edilebilir. Aynı zamanda, kentin yoğunlukla farklı bölgelerden göç almış kozmopolit bir yapıya sahip olması, sanayi erbabına da yansımış olup özellikle sonradan gelişen güven esaslı ilişkilerin önem arz ettiği söylenebilir. Bu bağlamda, mekânsal periferin kozmopolit yapısı, cemiyet kökenli güven ilişkilerinin yerine sonradan inşa edilen, kişisel çabanın ve başarının belirleyici olduğu ağların ön plana çıkmasını beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda, iktisadi alanda mücadelede ilişki temelli kurulan grupların önem arz etmesi söz konusudur. Alan yazınında yapılan çalışmalar dikkate alındığında Konya, Kayseri, Bursa ve İstanbul gibi sanayileşme ile özdeşleşmiş şehirlerde kültürel sermayenin güçlü olduğu ve bu kentlerde kendisini besleyen ve yeniden üreten bir atmosferin varlığı dikkat çekmektedir. Aksine Antalya, yerel halkın yoğunlukla tarım ve özellikle seracılık faaliyetleriyle meşgul olduğu ve turizm odaklı hizmet sektörünün geliştiği bir ekonomik yapıya sahiptir. Bu bağlamda, kentte sanayi esnaflığı kendini üreten, aktarılan ve yenileyen yoğun bir kültürel sermayeyi barındırmaktan ziyade sonradan kente eklemlenen ve göç ile akışın sağlandığı bir emek hacmine sahiptir. Kentsel dokuda, gruplaşma eğilimleri sonradan güven esaslı kurulan ilişkiler üzerinden gelişen, kalifiye eleman bulmanın giderek zorlaştığı ve kişisel çabanın ön plana çıktığı bir görünüme sahiptir. Örneklemin genel profiline bakıldığında aile mesleğini sürdürenlerin oransal düşüklüğü ve katılımcıların yaklaşık yarısının

kente göç ile gelmiş olması ve bunun da oldukça heterojen bir görünüm sergilemesi, Antalya kenti küçük sanayi esnafı profili hakkında önemli ipuçları vermektedir.

Esnaflar modern yaşamla birlikte cemaat tipi bağları ve desteklerini kaybettikleri gibi kamusal imkânlarla da yeterli seviyede ulaşamamaktadırlar. Elde edilen bulgular, esnafların bireysel birikimlerinin hem işletme kuruluşunda hem de mevcut finansal ihtiyaçların giderilmesinde birincil kaynak işlevi gördüğüne işaret etmektedir. Aile ve akraba ilişkilerine karşılık gelen güçlü bağlar veya bağlayıcı bağların daha çok sosyal ve kültürel sermaye olarak esnaflara katkı sağladığı ifade edilebilir. Bu bağlar, esnaflara emek gücü yönünden önemli katkılar sağlasa da çırak ve kalifiye çalışan bulma sorununun ciddi bir sorun olarak yükselmesinin önüne geçememiştir. Göçmenlerin sanayide bu açığı kapatma konusunda önemli bir işleve sahip olduğu gözlenmiştir. İktisadi ihtiyaçlarla uyumlu eğitim politikalarının olmaması, istihdam olanakları ile emek gücü arasında yeterli koordinasyonun sağlanamaması ve kuşakların değişen talep ve eğilimleri, emek ağırlıklı sektörlerin geleceğini olumsuz yönde etkileme potansiyelini taşımaktadır. Esnaflar hızla değişen piyasa koşulları ve istikrarsızlıklar karşısında yeterli desteğe ve korumaya sahip olmayıp kendilerine ait sınırlı kaynaklar ile hareket etmektedirler. Bu şartlar, esnafların büyümesi, uzun dönemli varlıklarını koruyabilmeleri ve mevcut iktisadi yapıya güçlü bir şekilde eklemlenebilmeleri ve yeni üretim biçimlerine uyum sağlayabilmeleri önünde büyük engel teşkil etmektedir. Bu bağlamda, kredi ve maddi teşvik ve desteklerin yanı sıra eğitim alanının da iktisadi ihtiyaçlar göz önünde bulundurularak geliştirilmesi gerekmektedir. Bu durum, Türk toplum yapısındaki dönüşümün iktisadi yaşamda derinden hissedilmesinin ancak toplumun tüm kurumlarında aynı düzeyde bir değişimin gerçekleşmemesinin yarattığı iklimin bir sonucudur.

Elde edilen bulgulardan hareketle, Giddens'in toplumsal düşüngüsellik olarak ifade ettiği, güven ilişkilerinin bireysel alana ve soyut sistemlere indirgendiği bir toplumsal yapının izleri görünmektedir. Esnaflarda her ne kadar bireysel mücadele yoğun olarak görülse de iktisadi alandaki soyut sistemlerin, devlet teşvikleri ve bankacılık desteklerinin, mesleki kurum ve kuruluş desteklerinin görünürlüğünün yeterli seviyede olmadığı söylenebilir. Bulgular, esnafların geleneksel ile modern kurumlar arasında sıkışmış olduğuna işaret etmektedir. Bireyler yabancısı oldukları ve kültürel sermayesini zihinlerinde içermedikleri bir iktisadi sistemin içerisinde mücadele vermekte ve yüzeysel, geçici ve kısa dönemli stratejiler sergilemektedirler. Bu durum, beraberinde olumsuz ve birbirine zarar verme boyutuna varan rekabet ortamını beslemekte ve küçük esnafın piyasa ekonomisine başarılı bir şekilde eklemlenme sürecine zarar verebilmektedir.

Girişimcilik, basitçe ne yetenek ne de karakteristik özelliklerle ne de finansal kaynaklarla açıklanabilecek bir oluşumdur. Girişimcilik kültürel, bireysel ve resmi destekleri içeren çok boyutlu bir sürecin sentezidir. Yenilikçi bir fikir ile başlatılan bu süreç, tüketilene kadar bir dizi aşama, engel ve basamaktan geçmektedir. Her biri, bireyin sermaye biçimlerini kullanım becerileri ve kabiliyetiyle yakından ilişkilidir. Elde edilen bulgulara göre girişimcilik, esnaflar tarafından cesaret, yetenek, kabiliyet ve sermaye ile özdeşleştirilmektedir. Esnaflarda yenilikçi girişimlerin ve yeni üretim araçlarının kullanımının fikrî düzeyde olduğu ve sektördeki fırsatları takip etme ile sınırlı kaldığı saptanmıştır. Aynı zamanda girişimcilik kapsamında değerlendirilebilecek hedeflerin maddi imkânsızlıklar nedeniyle sonraya ertelendiği ve maddi problemlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Yatırım kanalları, gelecek anlayışı ve ileriye dönük eylemler, bireyin içinde bulunduğu habitusun derin bağlayıcılığını içermektedir. Çünkü yatırım eğilimleri kuramsal çerçevede de tartışıldığı üzere bireyin toplumsal periferine göre şekillenmektedir. Elde edilen bulgular, azımsanmayacak bir oranda tasarrufların işlerin büyütülmesinde kullanıldığını göstermekle birlikte katılımcıların yoğunlukla ticaret üzerine kurulu, ileriye dönük ve risksiz olarak değerlendirilebilecek ev, arsa ve araç alım satım kanallarına yöneldiklerini ortaya çıkarmaktadır. Ek kazanç alanlarının da benzer örüntülere sahip olduğu, üretim odaklı olmaktan ziyade daha çok ticaret yönelimli, kısa vadeli ve piyasada kazanç getirme durumuna göre değişkenlik arz ettiği tespit edilmiştir. Katılımcıların kendilerini daha çok güvende ve risksiz hissettikleri alanlarda var etmeye çalıştıkları, sektörel farklılaşmaya olumlu bakmadıkları, yalnızca al sat gibi küçük çaplı ek kazanç alanları yarattıkları saptanmıştır. Bu bağlamda, alışkanlıkların ön plana çıktığı, muhafazakâr ve bilinmeyene karşı önyargılı bir tutuma sahip oldukları belirginlik kazanmaktadır. Katılımcıların yatırım eğilimleri, yeni üretim biçimlerine yönelimi gerektiren köklü ve büyük ölçekli yatırımlardan ziyade, kısa vadeli ve mevcut olanı belirgin bir şekilde aşmayan ölçekte, belirsizlikleri ve riskleri içeren bir zihniyetin hâkimiyetini içermektedir.

Gerek bütçe kısıtı gerekse mekânsal yetersizlikler, işletme sahiplerinin son teknoloji ürünleri kullanmaktan ziyade alternatif alanlara yönelmelerini de beraberinde getirmektedir. Özellikle işletme sahiplerinin ihtiyaç duyulan tüm makineleri almaktan, daha çok birey istihdam etmekten ve daha büyük bir işyerine taşınmaktan ziyade taşeron firmalarla gerçekleştirilen iş bölümü üzerinden işlerin devamlılığını sağladıkları görülmektedir. Küçük sanayi sitelerinin buna imkân veren mekânsal yapısı, hem rekabet ortamını perçinlemekte hem de iş bölümü ile toplu kalkınmaya imkân vermektedir. Modern yaşamın bölen, parçalayan ve dağıtan doğası, kalabalıklaşan ve çeşitlilik kazanan hizmet ve ürün yelpazesinde iş bölümünü önemli hale getirmiş ve esnek üretime imkân sağlamıştır.

Kavramsal çerçevede tartışıldığı üzere Schumpeter, yeni teknoloji ve üretim biçimi gibi yenilikçi temelde gerçekleşen rekabet ortamının gerektirdiği yaratıcı yıkımdan bahsetmektedir. Ancak, elde edilen bulgulardan hareketle küçük sanayi esnafında ucuzlaştırma politikaları üzerinden ilerleyen bir rekabet anlayışının yaygınlığı dikkate çekmektedir. Gelişmek, farklılaşmak yoluyla yükselmek ve rekabet ortamı yaratmaktan ziyade, günü kurtarma telaşesiyle süregelen, müşterilere ve diğer esnaflara zarar verici nitelikte bir rekabet ortamının mevcudiyeti söz konusudur.

Sanayi esnafının gelişmelerin ve yeniliklerin farkında oldukları ancak bu farkındalığın gözlem ve takip etme düzeyinde kaldığı, uygulamaya geçme konusunda yetersiz oldukları anlaşılmaktadır. Özellikle geleneksel bakış açısının görünürlüğü dikkat çekmekte olup, reklam konusundaki tutumları ve mesleki geleceklerindeki sorunlara yönelik yaklaşımlarında da bu geleneksel bakış görünürlük kazanmaktadır. Esnafların mesleki geleceklerine yönelik endişeleri belirli konularda yoğunluk göstermektedir. Bireyler tarafından emek gerektiren işlerin daha az tercih edilmesi, emek yoğunluklu işlerin kümелendiği küçük sanayilerde çalışan bulmanın giderek zorlaşmasını beraberinde getirmiştir. Bu daralma neticesinde artan işçi ihtiyacı, göçmenlerin sanayilerde işgücü olarak yer edinmesini ve daha fazla görünür olmasını sağlamıştır. Ülkenin içinde bulunduğu istikrarsızlıklar da işletmelerinin geleceklerini bekleyen sorunlar arasında görülmektedir. Bu bağlamda esnaflar belirsizlik ortamını, kendi mesleki geleceklerini tehdit eden bir unsur olarak değerlendirmektedir. Yeterli bilgi, teknoloji, uzman desteği ve donanıma sahip olmayan işletmeler belirsizlik karşısında kırılgan bir yapıya sahip olabilmektedir.

Araştırmanın nicel sorgu alanı kapsamında, katılımcıların sosyo-demografik özellikleri, mesleki eğitim/yönelimleri ve işletmeye ilişkin özellikler ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı ilişki olması beklenmiştir. Gerçekleştirilen istatistiksel analizler, katılımcıların sosyo-demografik özellikleri, mesleki eğitim/yönelimleri ve işletmeye ilişkin özellikler ile girişimcilik eğilimleri arasında ilişki olduğuna işaret etmektedir. Bulguların, girişimcilik ile kültürel ve sosyal bağlamın ilişkisini görünür kılması önem arz etmektedir.

Elde edilen bulgular, piyasa rekabetinin girişimciliği teşvik edici bir yönde olmaktan ziyade diğerlerine zarar verici ve ahlaki unsurlardan uzaklaştırıcı nitelikte topluma tesir ettiğine işaret etmektedir. Halbuki esnaflığın Türk-Osmanlı toplumunun Ahilik izlerini taşıyan ve dinen ahlaklılığın öğütlendiği bir sosyal yapı içerisinde geldiği göz önünde bulundurulduğunda, bunun günümüzdeki sonuçları büyük bir kopuş ve çelişki arz etmektedir. 1980'lerden itibaren küresel ekonomik sisteme eklemlenme sürecinin Türkiye'deki yansıması, manevi ve maddi unsurlar ile toplumsal ihtiyaçlar ve alışkanlıklar arasında derin uçurumların oluşmasını

beraberinde getirmiştir. Türk toplum yapısının bir ürünü olmayan rekabetçi piyasa ekonomisi, uyum sağlanmaya çalışılan bir süreç şeklinde deneyimlenmiştir. Dolayısıyla, piyasa ekonomisine eklemlenme süreci hızlı ve hazırlıksız bir biçimde deneyimlenmiş ve nesiller arasındaki beklenti uçurum teşkil etmiştir. Çırak bulunamaması ve kalifiye elamanda yaşanan ani daralma, bu hızlı eklemlenme sürecinin bir çıktısı olarak görünürlük kazanmıştır. Küreselleşme ve gelişen teknolojiyle birlikte değişen ve kendini sürekli yenileyen görünümüyle modern yaşam biçimi ve anlayışı hızla gündelik yaşamlara sızarken, buna hazır bir alt yapının olmayışı, köklü manevi değerlere dayanan esnaflık anlayışını derinden sarsmıştır.

Tez çalışmasında esnafların habitusları kavramsal ve kuramsal düzeyde çeşitli boyutlarıyla irdelenmiş ve ele alınmış olmakla birlikte saha çalışması bulguları bu kapsamda aydınlatılması gereken başka konuların da keşfedilmesine bir zemin oluşturmaktadır. Bu kapsamda, esnafların ata meslekleri ile gelecek nesiller arasındaki mesleki ilişki derinlikli olarak ele alınması gereken hususlardan birisidir. Aynı zamanda esnaflar ile ilgili olan meslek kuruluşlarının derinlikli şekilde ele alınarak, mevcut durum analizi ile işletmeler açısından beklentiler ve ihtiyaçlar kapsamında işlevlerinin ve potansiyellerinin saptanması gerekmektedir. Çalışanlar ve müşteriler bağlamında da esnaf algısının ve ilişkilerinin irdelenmesi bir başka açıklığa çıkarılması gereken konudur. Tez çalışmasında bu durumlara ilişkin çeşitli ipuçları bulunmakla birlikte bunların çalışmanın sorgu alanı dışında kalması sebebiyle burada belirtilen hususlar başka çalışmalara öneri mahiyetindedir.

Tez çalışmasında esnafların çalışma kültürü, iktisadi ilişkileri ve girişimcilik eğilimleri sorgulanmıştır. Bugün yapı bozuma uğramasına rağmen Türk esnafında ahilik değerlerinin kalıntılarına rastlanılmaktadır. Bu kapsamda esnafların, Osmanlı ve Türk toplum yapısının zengin kültürel mirasının taşıyıcılığını sürdürmekle birlikte bu hususta bazı krizler yaşadığı ve küresel düzlemin sunduğu girişimcilik ruhuna da tam anlamıyla temas edemediği görülmektedir. Bu bağlamda gelecek nesillerin habituslarının ne yöne evrileceği, sorgu alanına dahil edilmelidir. İktisadi alanda yaşanan bu daralmanın, gelecek nesillerin değişen tercihleri ve mesleki yönelimleri kapsamında mı ele alınması gerektiği yoksa mevcut iktisat ve eğitim politikalarının bütüncül ihtiyaçlarının bir görünümü mü olduğu açıklığa kavuşturulmalıdır. Bu bağlamda yükselen kalifiye eleman sorununun, bazı mesleklerin kaybolması ile mi sonuçlanacağı yoksa yerelden küresele uzanan yeni bir modelin üretilebilmesi ile aşılabilecek bir sorun mu olarak görülmesi gerektiği çözümlenmesi gereken bir husustur. Bu sorunsal, yeni bir model üretilebilir mi sorusunu beraberinde getirmektedir. Zihinlerinde zengin bir kültürel mirasın taşıyıcılığını yapan ve derin yatkınlıklar taşıyan esnafların bu kültürel birikiminin hangi yönde yerel ölçekte hangi yönde küresel ölçekte iktisadi kalkınmaya katkı sunacağı

irdelenmelidir. Türk toplumunda yeni ve özgün bir iktisadi kalkınma modeli geliştirebilmenin mümkünlüğü üzerinde durulmalıdır.

Günümüzde küresel ekonomide yer edinebilmek, bölge ve ülke kalkınmasını sağlayabilmek için girişimcilik kültürünü aşılacak, esnek ve yenilikçi üretim biçimlerine yönelimi teşvik edecek ve yönlendirici kurumsal yapıların varlığına ihtiyaç duyulmaktadır. Ülke ekonomisi içerisindeki katkısı da göz önünde bulundurulduğunda esnafların yeni üretim biçimlerine yatkınlıklarını ve girişimcilik eğilimlerini geliştirmeye yönelik politikaların güçlendirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, özellikle küçük sanayi esnafının bürokratik süreçlere çok fazla müdahil olmamaları, bu konuda çekimser ve geri planda kalmaları, devlet desteklerinden yeterli düzeyde faydalanamama sebepleri arasında sayılabilir. Esnafların doğan acil ihtiyaçlarına hızla cevap verebilen bir sürecin de işlerlik kazanması önem arz etmektedir.

Elde edilen bulgulardan ve saha gözlemlerinden hareketle bazı politika önerilerinde bulunulabilir. Tarım ve turizm sektörleri ile özdeşleşmekte olan Antalya kenti, bu sektörler dolayısıyla küresel olaylar/ilişkiler ile hava/iklim koşullarından kaynaklanabilecek olumlu/olumsuz pek çok etkiye açıktır. İmalat sektöründeki gelişmeler, bölgesel ve ulus ötesi ölçekte kentin ekonomideki payının arttırılması açısından önem arz etmektedir. Giderek artan kent nüfusunun istihdam olanaklarının arttırılması ve işgücü potansiyelinin doğru kanallara yönlendirilebilmesi gerekmektedir. Küçük sanayi siteleri ile yakın ilişki içerisinde bulunan başta kooperatifler, Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği ve Ticaret ve Sanayi Odalar Birliği gibi kuruluşların, esnaflar, resmi ve özel kurumlar ve mesleki eğitim kurumları ile iş birliklerinin geliştirilmesi hususunda aktif rol almaları ve köprü vazifesi görmeleri önemlidir. Bu bağlamda, bu kurumların sahada esnafların sorunlarını, ihtiyaçlarını tespit etme ve ihtiyaçlarla olanakları ortak havuz içerisinde bir araya getirme kanalları yaratması önemlidir. Kalifiye personel ihtiyacının mesleki eğitim merkezleri ve meslek liseleri gibi kanallar yoluyla kurumsal düzlemde veya esnafların kendi imkânları kapsamında gerçekleştirildiği görülmektedir. Bunun işverenler ve çalışanlar açısından kapsamının arttırılması, eğitim ile istihdam olanaklarının eşgüdümlü bir şekilde gerçekleştirilmesi gereklilik arz etmektedir. Kurumlar ile iktisadi ajanlar arasında koordinasyonun arttırılması ve etkileşimlerin kurulması, Antalya küçük sanayi esnafının günümüz ekonomisine sağlıklı şekilde eklemlenmesi ve refahının arttırılmasını olumlu yönde etkileyecektir.

KAYNAKÇA

- Acar Altaş, N. (2019). *Muğla İl Merkezindeki Sanayi Esnafının Sorunlarının İstatistikî Yöntemlerle Araştırılması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Adiyia, B., De Rademaeker, S., Vanneste, D. ve Ahebwa, W. M. (2017). “Understanding Local Entrepreneurship and Small Enterprises in The Tourism–Development Nexus: The Case of Western Uganda”. *Development Southern Africa*, 34(1): 105-120. Doi: 10.1080/0376835X.2016.1259991
- Aerni, P. (2017). “ ‘Principled Embeddedness’: How Foreign Direct Investment May Contribute to Inclusive and Sustainable Growth in Developing Economies?”. *African Technology Development Forum Journal*, 9(1): 3-19.
- Ağca, V. ve Yumuşakipek, H. D. (2015). “Günümüzde Girişimcilik Trendini Yükselten Güçler”. E. Kaygın ve B. Güven (Ed.). *Girişimcilik: Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular*. Siyahinci Akademi, İstanbul, 11-33.
- Akçakaya, N. ve Bağrıyanık M. F. (2019). “Esnaflara Dair Çalışmaların Kayıp Halkası: Sosyal Sermaye”. *SEFAD*, (41): 313-342. Doi: 10.21497/sefad.586621
- Akçomak, İ. S. (2018). *Ahlaksız Büyüme*. Efil Yayınevi, Ankara.
- Akıncı, A. (2002). “Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Başarı ve Başarısızlık Nedenleri Üzerine Bir Araştırma”. *Öneri Dergisi*, 5(17): 121-125. Doi: 10.14783/Marüneri.683432
- Aktürk, O. (2021). “Kapitalist Ekonomiden İnsani Bir Ekonomiye Referans: Ahilik İktisadi Düşüncesi”. *Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(Fütüvvet, Ahilik ve İktisadi Hayat Özel Sayısı): 171-184.
- Akyurt, M. A. (2020). “Sosyo-Ekonomik Değişmeyle Başa Çıkmak: Küçük Esnafın Taktikleri”. *Journal of Economy Culture and Society*, (Özel Sayı): 291-314. Doi: 10.26650/JECS2019-0093
- Albeni, M. ve Ongun, U. (2005). “Antalya Turizminin Türk Turizmi İçerisindeki Yeri ve Krizlerin Antalya Turizmi Üzerindeki Etkisi”. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 10(2): 93-112.
- Alpar, R. (2017). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*. (Güncellenmiş 5. Baskı). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Alptekin, M. Y. (2015). “Kapitalizmin Ortaya Çıkış Süreci: Jeo-Kültürel Yaklaşım”. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, (10): 231-241.
- Altınırnak, S., Ergün, M., Karamaşa, Ç., Şen, O., Aytekin, A. ve Okoth, B. O. (2019). “Birikim Değerlendirme Tercihi ile Banka Seçimi Arasındaki İlişkinin Multinomial Lojistik

- Regresyon ile Analiz Edilmesi: Eskişehir Örneği”. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(41): 197-218.
- Anadol, C. (2001). *Türk - İslâm Medeniyetinde Ahilik Kültürü ve Fütüvvetnâmeler*. (II. Baskı). TC. Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Anievas, A. ve Nişancıoğlu, K. (2020). *Batı'nın Egemenliği Nasıl Kuruldu? Kapitalizmin Jeopolitik Kökenleri*. (çev. Ç. Sümer). Yordam Kitap, İstanbul.
- Antalya Valiliği (2018). *Sanayi ve Ticaret*. <http://www.antalya.gov.tr/sanayi-ve-ticaret#> (erişim tarihi: 13.12.2022).
- Aritkan, A. (2016). *Muğla Esnafının Elektronik Ticarete Bakış Açısının İstatistik Yöntemlerle Araştırılması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Arlı, A. (2010). “Klasik Sosyolojide Derin Revizyon: Pierre Bourdieu Sosyolojisi”. G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı, Ü. Tatlıcan (drl.) *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*. İletişim Yayınları, İstanbul, 131-160).
- Arslan, M. (2012). *İş ve Meslek Ahlakı: Dünya ve Türkiye Örnekleri*. (Gözden Geçirilmiş 3. Baskı). Siyasal kitabevi, Ankara.
- Aslander, M. (2016). *Esnaf ve Sanatkarların Ahilik Değerlerine Sahiplik Düzeylerinin Değerlendirilmesi (Kırşehir Örneği)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırşehir.
- Aşkın, A., Nehir, S. ve Vural, S. Ö. (2011). “Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi”. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2): 55-72.
- Ateljevic, I. ve Doorne, S. (2003). “Unpacking The Local: A Cultural Analysis Of Tourism Entrepreneurship in Murter, Croatia.”. *Tourism Geographies*, 5(2): 123-150. Doi: 10.1080/1461668032000068270
- ATSO (2020). *Rakamlarla Antalya Ekonomisi 2020*. <https://www.atso.org.tr/tr/hizmetler/arastirma-ve-rapor-hizmetleri/ekonomikrapor> (erişim tarihi: 18.03.2022)
- Aydemir, M. A. ve Tecim, E. (2012). “Türk Toplumunda Aile ve Dinin Sosyal Sermaye Potansiyeli”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (28): 43-59.
- Aydemir, M. ve Ateş, M. (2011). “Küçük Sanayi Sitelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Olgusu: Bilecik Küçük Sanayi Sitesi Örneği”. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30): 169-180.
- Aygül, H. H. (2014). *Zihniyet, Din ve İktisat: Osmanlı'dan Günümüze Türk Toplumunun İktisadi Dönüşümü ve Tipolojik Analizi*. Açılım kitap. İstanbul.

- Aytaç, Ö. (2006). “Girişimcilik Sosyo-kültürel Bir Perspektif”. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15): 139-160.
- Aytaç, Ö. ve Fırat, M. (2021). “Rüşvet: Sosyo-kültürel Bir Perspektif”. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(3): 1548-1565.
- Bahçe, S ve Eres, B. (2019). “İktisadî Yapılar, Türkiye ve Değişim”. F. Alpkaya ve B. Duru (drl.), *1920’den Günümüze Türkiye’de Toplumsal Yapı ve Değişim*. Phoenix, Ankara, 17-68.
- Bakan, H. (2019). *Örgüt Kültürü ve İş Ahlakı Temelinde Ahilik Kültürünün Günümüz Örgütlerinde Uygulanma Düzeyinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Baloğlu, B. (2004). “İktisadın Sosyal Boyutu”. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, (29): 99-119.
- Baş Dinar, G. (2013). “Kurum, İçgüdü ve Alışkanlık Kavramları Temelinde Veblen’in Kurumsal Evrim Teorisi”. *Amme İdaresi Dergisi*, 46(4): 45-65.
- Baş Dinar, G. (2015). “İktisadi Sosyolojiden Yeni İktisat Sosyolojisine: İktisat ve Sosyoloji İlişkisinin Değişen Yüzü”. *Sosyoekonomi*, 23(26): 25-44.
- Baykul, A. (2009). *Isparta İl Merkezindeki Esnaf Sorunları ve Esnafın Yerel Ekonomi İle İlişkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Bayrak Kök, S. ve Sarıkaya, M. (2013). “Yeni Zirve: Girişimcilikte Ahlakın Artan Değeri”. *International Conference on Eurasian Economies*, 657-665.
- Baysal, M. (2017). *Alanya İçerisindeki Esnafın Turizm Ve Turist İle İlgili Tutumları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Bektaş, Ç. (2015). “İşletmelerde İş Ahlakı”. *Business & Management Studies: An International Journal*, 3(3): 327-363. Doi: 10.15295/bmij.v3i3.128
- Berg, B. L ve Lune, H. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (çev. ed. H. Aydın). Eğitim Yayınevi, Konya.
- Berkes, N. (1972). *100 Soruda Türkiye İktisat Tarihi*. 1. Cilt. 2. Baskı. Gerçek Yayınevi, İstanbul.
- Bilgin, V. (2002). “21. Yüzyılda Türk Modernleşmesinde Paradigma Değişimi”. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (2): 65-81.
- Boratav, K. (2019). *Türkiye İktisat tarihi 1908-2015*. 24. Baskı. İmge Kitabevi, Ankara.

- Bourdieu, P. (1979). *Algeria 1960: The Disenchantment of the World, The Sense of Honour, The Kabyle House or the World*. (çev. R. Nice). Cambridge University Press, Cambridge.
- Bourdieu, P. (1993). *Sociology in Question*. (çev. R. Nice). Sage, California.
- Bourdieu, P. (1999). *Sanatın Kuralları: Yazınsal Alanın Oluşumu ve Yapısı*. (çev. N. K. Sevil). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Bourdieu, P. (2005a). “Principles of an Economic Anthropology”, N. J. Smelser ve R. Swedberg (Ed.), *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton University Press, New Jersey, 75–89.
- Bourdieu, P. (2005b). *The Social Structures of the Economy*. (çev. C. Turner). Polity Press, Cambridge.
- Bourdieu, P. (2010). “Sermaye Biçimleri”. M. M. Şahin ve A. Z. Ünal (drl.), *Sosyal Sermaye: Kuram-Uygulama-Eleştiri*. Değişim Yayınları, İstanbul, 45-75.
- Bourdieu, P. (2015). *Pratik Nedenler: Eylem Kuramı Üzerine* (çev. H. Uğur Tanrıöver). (2. Baskı). Hil Yayın, İstanbul.
- Bourdieu, P. (2018). *Bir Pratik Teorisi İçin Taslak: Kabiliye Üzerine Üç Etnoloji Çalışması*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Bourdieu, P. ve Wacquant, L. (2012). *Düşünsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Bozkurt, V. ve Dolgun, U. (2020). “Çalışmanın Tarihi, Evrimi ve Çalışma Kültürü”. M. Y. Alptekin (Ed.), *İktisat Sosyolojisi*. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, 175-205.
- Brailly, J., Favre, G., Chatellet, J. ve Lazega, E. (2016). “Embeddedness as a Multilevel Problem: A Case Study in Economic Sociology”. *Social Networks*, 44: 319-333. Doi: 10.1016/j.socnet.2015.03.005
- Bridge, S., O'Neill, K. ve Cromie, S. (1998). *Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business*. Macmillan Business, London.
- Bryman, A. (1988). *Quantity and Quality in Social Research*. Routledge, London.
- Budd, J. W. (2016). *Çalışma Düşüncesi*. (çev. F. Man). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Buğra, A. (2013). *Devlet ve İş Adamları*. (çev. F. Adaman). İletişim Yayınları, İstanbul.
- Büyüköztürk, Ş. (2021). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum*. (29. Baskı). Pegem Akademi, Ankara.
- Cahn, M. (2008). “Indigenous Entrepreneurship, Culture And Micro-Enterprise in the Pacific Islands: Case Studies from Samoa”. *Entrepreneurship & Regional Development*, 20(1): 1-18. Doi: 10.1080/08985620701552413

- Calhoun, C. (2006). "Pierre Bourdieu and Social Transformation: Lessons from Algeria". *Development and Change*, 37(6), 1403-1415. Doi: 10.1111/j.1467-7660.2006.00535.x
- Calhoun, C. (2010). "Bourdieu Sosyolojisinin Ana Hatları". G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı ve Ü. Tatlıcan (drl.), *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*. İletişim Yayınları, İstanbul, 77-129.
- Candan, H. (2011). "Osmanlı'dan Günümüze Türk Topraklarında Girişimcilik Serüvenine Dair Bir Değerlendirme". *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2): 157-174.
- Cansız, M. (2010). *Türkiye'de Organize Sanayi Bölgeleri Politikaları ve Uygulamaları*. Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara.
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R. ve Carland, J. A. C. (1984). "Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization". *The Academy of Management Review*, 9(2), 354-359. Doi: 10.2307/258448
- Chavance, B. (2019). *Kurumsal İktisat*. (çev. T. Akıncılar Onmuş) (Önsöz E. Özveren). İletişim Yayınları, İstanbul.
- Coleman, J. S. (2010). "Beşeri Sermayenin Yaratımında Sosyal Sermaye". M. M. Şahin ve A. Z. Ünal (drl.), *Sosyal Sermaye: Kuram-Uygulama-Eleştiri*. İstanbul: Değişim Yayınları, 77-119.
- Coleman, J. S. (2018). *Equality and Achievement in Education*. Routledge, New York, NY.
- Convert, B. ve Heilbron, J. (2007). "Where did the new economic sociology come from?" *Theory and Society*, 36: 31-54. Doi: 10.1007/s11186-006-9020-y
- Creswell, J. W. (2017). *Araştırma Deseni: Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları*. (çev. Ed. S. B. Demir). (3. Baskı). Eğiten Kitap, Ankara.
- Creswell, J. W. (2021). *Karma Yöntem Araştırmalarına Giriş*. (çev. ed. M. Sözbilir). (3. Baskı). Pegem Akademi, Ankara.
- Cunningham, A. B., Ingram, W., Kadati, W. ve Maduarta, I. M. (2017). "Opportunities, Barriers and Support Needs: Micro-Enterprise and Small Enterprise Development Based on Non-Timber Products in Eastern Indonesia". *Australian Forestry*, 80(3): 161-177. Doi: 10.1080/00049158.2017.1329614
- Çağatay, N. (1981). *Bir Türk Kurumu Olarak Ahilik*. (2. Baskı). Selçuk Üniversitesi Yayınları, Konya.
- Çağlak, U. (2020a). *Kobilerde Yatırım Eğilimleri: 2005 Yılında Konya İli Örneği*. Çizgi Kitabevi, e-kitap

- Çağlak, U. (2020b). *Küçük ve Orta Ölçekli Aile Şirketlerinde Ortaklık Kültürü*. Çizgi kitabevi, e-Kitap.
- Çam, A. V. ve Kabadayı, T. (2017). “Esnafların Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri: Gümüşhane İlinde Bir Uygulama”. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 6(11): 98-108.
- Çelebi, Ö. F. (2019). *Küreselleşmenin Esnaf ve Sanatkarların Rekabet Gücüne Etkileri: Yeni Fırsatlar ve Tehditler Açısından Manisa Esnaf ve Sanatkarlarının Mevcut Durum Analizi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Çetinkaya Bozkurt, Ö. ve Tunç, H. (2018). “Kobilerde Dış Ticaret Sorunları: Antalya İli Örneği”. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(2): 381-398.
- Çoban, S. (2018). “Türkiye’de Ekonomi”. N. Güngör Baran (Ed.), *Türkiye’nin Toplumsal Yapısı*. Ankara, Siyasal Kitabevi, 223-261.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları*. (2. Baskı). Pegem Akademi, Ankara.
- Çolak, M. (2018). *Çalışma Kültürü, Kültürlerarası Bir Karşılaştırma: Türkiye-Polonya*. (2. Basım). Kitapana, İzmir.
- Çoruk, F. J. G. (2009). Kayseri Esnafının Kent Kimliği Oluşumuna Etkisi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Darıcı, B., Coşkun, D. ve Balık, Z. S. (2012). *Modern Ekonominin Gölge Aktörü: Esnaf. Şırnak Esnaf ve Sanatkârların Sorunlarının Ortaya Çıkarılmasına Yönelik Bir Araştırma*. Çizgi Kitabevi, Konya.
- De Vaus, D. A. (2002). *Surveys in Social Research*. Allen & Unwin, Australia.
- Demirel, E. T., Çalığülü, U., Ölmez, M. ve Düşükcan, M. (2007). “Elazığ İlinde Varlığını Sürdüren Küçük İşletmelerin Öncelikli İhtiyaçları ve Beklentileri”. *SÜ İİBF Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 7(14): 125-146.
- Dikeçligil, F. B. (2012). “Aileye Dair Kabullerin Ezber Bozumu”. *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, 8(31): 21-52.
- Dobbin, F. (2013). “İktisat Sosyolojisine Karşılaştırmalı ve Tarihsel Yaklaşımlar”. *İktisat Sosyolojisi*, N. J. Smelser ve R. Swedberg (Ed.). (Çev. Ed. E. G. Gür Omay). Sentez Yayıncılık, Bursa, 9-55.
- Drucker, P. F. (2015) *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Routledge, Abingdon, Oxon.

- Ebner, A. (2006). "Institutions, Entrepreneurship, and The Rationale of Government: An Outline of The Schumpeterian Theory of The State". *Journal of Economic Behavior & Organization*, 59(4): 497-515. Doi: 10.1016/j.jebo.2005.06.003
- Eğilmez, M. (2018). *Değişim Sürecinde Türkiye: Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Sosyo-Ekonomik Bir Değerlendirme*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Eğri, T. ve Sunar, L. (2010). "Türkiye'de İş Ahlakı Çalışmaları: Mevcut Durum ve Yönelimler". *İş Ahlakı Dergisi*, 3(5): 41-67.
- Ekinci, Y. (2016). *Ahi Evran'ın İnsan Yetiştirme Modeli: Ahilik*. (13. Baskı) Mihrabad Yayınları, İstanbul.
- Emirbayer, M. ve Goodwin, J. (1994). "Network Analysis, Culture, and the Problem of Agency". *American Journal of Sociology*, 99(6): 1411-1454.
- England, L. (2022). "Crafting Professionals: Entrepreneurial Strategies for Making a Living Through Passionate Work". *Innovation: Organization & management*, 1-19. Doi: 10.1080/14479338.2021.2019043
- Erdem, R., İzgüden, D. ve Gökkaya, D. (2020). "Yöneticilerde İş Ahlâkı: Kavramsal Bir İnceleme". *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi (PIAR)*, 7(2): 59-78.
- Erdoğan, N. ve Tuncer, G. (2016). "Kamu Sağlık Hizmetlerinde Koniklik Etkisi: İkili Lojistik Regresyon Analizi". *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 6(2): 67-72.
- Erkal, M. E. (1992). *İktisadi Kalkınmanın Kültür Temelleri*. (İlaveli 3. Baskı). Kuşak Ofset, İstanbul.
- Eröz, M. (2014). *İktisat Sosyolojisine Başlangıç*. Ötüken, İstanbul.
- Esmer, Y. (2020). "Etik Girişimcilik". *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(1): 35-55.
- Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu (2005). Kanun Numarası: 5362, Kabul Tarihi: 7/6/2005, Yayımlandığı Resmî Gazete: Tarih: 21/6/2005 Sayı: 25852
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. (çev. M. Küçük). (2. Basım) Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Field, A. (2005). *Discovering Statistics Using SPSS*. (Second Edition). Sage Publications, London.
- Field, J. (2008). *Sosyal Sermaye*. (2. Baskı) İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Fukuyama, F. (1997). *Social Capital: The Tanner Lectures On Human Values*. Brasenose College, Oxford. https://tannerlectures.utah.edu/_resources/documents/a-to-z/f/Fukuyama98.psd (erişim tarihi: 02.12.2021).

- Fukuyama, F. (2010). “Sosyal Sermaye ve Sivil Toplum”. M. M. Şahin ve A. Z. Ünal (drl.), *Sosyal Sermaye: Kuram-Uygulama-Eleştiri*. Değişim Yayınları, İstanbul, 143-170.
- Gebrehiwot, B. A. (2022). “Job Quality in The Micro and Small Enterprise Sector in Ethiopia: Evidence from Firm-Level Data”. *Cogent Economics & Finance*, 10(1): 1-26 Doi: 10.1080/23322039.2022.2151703
- Genç, M. (2014). *Osmanlı İmparatorluğunda Devlet ve Ekonomi*. İstanbul: Ötüken.
- Gibson, R. (1997). “İşi Yeniden Düşünmek”. R. Gibson (drl.), *Geleceği Yeniden Düşünmek: İş Yönetimi, Rekabet, Kontrol, Liderlik, Pazarlar ve Dünya*, (Çev. S. Gül). Sabah Kitapları, İstanbul, 1-12.
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*. (Yay. Haz. C. Güzel). Kırmızı Yayınları, İstanbul.
- Giddens, A. (2018). *Modernliğin Sonuçları*. (Çev. E. Kuşdil). (8. Basım). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Glaser, B. G. ve Strauss, A. L. (2006). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. AldineTransaction, New Brunswick, NJ and London.
- Goitein, S. D. (2010). *Studies in Islamic History and Institutions*. With an introduction by Norman A. Stillman. Brill, The Netherlands.
- Gökçen, A. M. (2020). “Cumhuriyetten Günümüze Türkiye’de İktisat Politikaları ve Ekonomik Gelişme”. *Dünden Bugüne Türkiye’nin Toplumsal Yapısı*. M. Zencirkıran (Ed.). (Yenilenmiş 7. Baskı). Dora, Bursa, 191-220.
- Göker, E. (2010). ““Ekonomik indirgemeci” mi dediniz?” (ss. 277-302). G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı, Ü. Tatlıcan (drl.), *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Göle, N. (2017). *Melez Desenler: İslam ve Modernlik Üzerine*. Metis Yayıncılık, İstanbul.
- Granovetter, M. (1985). “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness”. *American Journal of Sociology*, 91(3): 481-510.
- Granovetter, M. (1992). “Economic Institutions as Social Constructions: A Framework for Analysis”. *Acta Sociologica*, 35: 3–11.
- Granovetter, M. S. (1973). “The Strength of Weak Ties”. *The American Journal of Sociology*, 78(6): 1360-1380.
- Greene, J. C., Caracelli, V. J. ve Graham, W. F. (1989). “Toward a Conceptual Framework for Mixed-Method Evaluation Designs”. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 11(3), 255–274. Doi: 10.3102/01623737011003255
- Grooteart, C. (2010). “Sosyal Sermaye: Kayıp Halka”. M. M. Şahin ve A. Z. Ünal (drl.). *Sosyal Sermaye: Kuram-Uygulama-Eleştiri*. Değişim Yayınları, İstanbul, 221-264.

- Guidetti, G. ve Rehbein, B. (2014). "Theoretical Approaches to Inequality in Economics and Sociology. A Preliminary Assessment". *Transcience*, 5(1): 1-15.
- Gujarati, D. N. ve Porter, D.C. (2020). Temel Ekonometri. İstanbul: Literatür.
- Güldiken, N. (2020). *Çalışma Sosyolojisi*. (2. Basım). Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Güler, K. (2020). *Esnaf Odaklı İlişki ve Etkileşimlerin Etnografik Analizi: Tunceli-Pertek Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Güler, Y. B., Bozacı, İ. ve Karakaya, E. (2016). "Kültür İle Girişimcilik Eğilimi ve Ortaklık Kültürü İlişkilerinin İncelenmesi: Kırıkkale İli Üniversite Öğrencileri Örneği". *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2): 23-33. Doi: 10.5578/jeas.27909
- Günay, D. ve Çalık, A. (2019). "İnovasyon, İcat, Teknoloji ve Bilim Kavramları Üzerine". *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 2(1): 1-11.
- Günay, Ü. (1986). "İktisadî Ahlâk ve Din". *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (7): 109-128.
- Gündoğdu, A. ve Çelik, A. (2018). "Türk Sermaye Piyasasında Kuşaklar Arasında Yatırımcı ve Portföy Farklılıkları". *Istanbul Business Research*, 47(1): 46-63. Doi: 10.26650/ibr.2018.47.1.0003
- Güney, S. ve Çetin, A. (2003). "Kültürün Girişimciliğe Etkisi ve Türkiye’de Girişimcilik Kültürü". *H. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1): 189-210.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Felsefe-Yöntem-Analiz*. (5. Baskı). Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Hadimli, H. ve Bulut, İ. (2004). "Antalya’da Sebze-Meyve Ticareti ve Antalya Toptancı Hali’ne Coğrafi Bir Yaklaşım". *Doğu Coğrafya Dergisi*, 9(11): 261-282.
- Handy, C. (1997). "Belirsizlikte Anlam Bulmak". R. Gibson (drl.), *Geleceği Yeniden Düşünmek: İş Yönetimi, Rekabet, Kontrol, Liderlik, Pazarlar ve Dünya*. (Çev. S. Gül). Sabah Kitapları, İstanbul, 15-31.
- Harriss, J. ve De Renzio, P. (2010). "Sosyal Sermaye Kavramı: ‘Kayıp Halka’ mı Yoksa Analitik Olarak mı Kayıp? Bibliyografik Bir Giriş Denemesi". M. M. Şahin ve A. Z. Ünal (drl.), *Sosyal Sermaye: Kuram-Uygulama-Eleştiri*. Değişim Yayınları, İstanbul, 7-44.
- Hess, M. (2004). "‘Spatial’ Relationships? Towards a Reconceptualization of Embeddedness". *Progress in Human Geography*, 28(2): 165-186.

- Hızlı, M. (2011). “Ahiliğin Anadolu’daki Gelişim Süreci”. B. Çakır ve İ. Gümüş (Ed.), *Ahilik Kırklareli Üniversitesi, Kırklareli*, 17-40.
- Hiç, M. ve Manisalı, E. (1980). “Sanayide Kaydedilen Gelişmeler”. M. Yaşa (Ed.), *Cumhuriyet dönemi Türkiye ekonomisi 1923-1978*. Apa Ofset Basımevi, İstanbul, 177-266.
- Hirschman, A. O. (1958). *The Strategy of Economic Development*. Yale University Press, Binghamton, N.Y.: New Haven.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P. ve Shepherd D.A. (2017). *Entrepreneurship*. (Tenth Edition). McGraw-Hill Education, New York, NY.
- Huberman, L. (2013). *Feodal Toplumdan Yirminci Yüzyıla*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Işık Erol, S. (2017). Osmanlı Devleti’nde Çalışma Hayatı ve Sosyal Güvenlik Açısından Ahilik teşkilatı. Bursa: Ekin basım yayın dağıtım.
- Işık, O. ve Pınarcıoğlu, M. M. (2011). *Nöbetleşe Yoksulluk: Sultanbeyli Örneği*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- İlhan, S. (2005a). “Bazı Değişkenler Açısından Elazığ’da Girişimci Profili”. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1): 217-248.
- İlhan, S. (2005b). “İş Ahlakı: Kurumsal Bir Yaklaşım”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (2): 258-275.
- İlhan, S. (2006). “KOBİ’ler: Sosyo-Ekonomik Bir Perspektif”. *Fırat Üniversitesi sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2): 269-289.
- İrmiş, A., Durak, İ. ve Özdemir, L. (2010). *Girişimcilik Kültürü: Anadolu Girişimciliğinden Örnekler*. Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- Jourdain, A. ve Naulin S. (2020). *Pierre Bourdieu’nun Kuramı ve Sosyolojik Kullanımları*. (çev. Ö. Elitez). İletişim Yayınları, İstanbul.
- Karpat, K. H. (1996). *Türk Demokrasi Tarihi: Sosyal, Ekonomik, Kültürel Temeller*. Afa Yayıncılık, İstanbul.
- Kaya, A. (2010). “Pierre Bourdieu’nün Pratik Kuramının Kilidi: Alan Kavramı”. G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı ve Ü. Tatlıcan (drl.). *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*. İletişim Yayınları, İstanbul, 397-419.
- Kaya, G. ve Çalışkan A. (2021). “Antalya İli Nüfus ve Göç Dinamiklerinin Tarihsel ve Toplumsal Açılardan Analizi”. S. Kolukırmık ve G. Dinç. (Ed). *Antalya Göç Kitabı*. Konya: Palet yayınları, 109-135.
- Kaya, M. E. (2020). *Ahilik Değerlerinin Günümüz Esnaf Ve Sanatkarları Tarafından Benimsenme Düzeylerinin Sosyolojik Açidan Değerlendirilmesi (İstanbul Kapalıçarşı*

- Örneği*). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Kayaalp, G. T., Çelik Güney, M. ve Cebeci, Z. (2015). “Çoklu Doğrusal Regresyon Modelinde Değişken Seçiminin Zoote kniye Uygulanışı”. *Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 30(1): 1-8.
- Kazgan, G. (2006). *Tanzimat’tan 21. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi: Birincil Küreselleşmeden İkincil Küreselleşmeye*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Kepenek, Y. ve Yentürk, N. (2001). *Türkiye Ekonomisi*. 12. Basım. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Kerwin, R. W. (1951). “Private Enterprise in Turkish Industrial Development”. *Middle East Journal*, 5(1): 21–38.
- Keyder, Ç. (2003). *Türkiye’de Devlet ve Sınıflar*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- KHK/641. Kalkınma Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname. Kararname. 03.09.2011 Tarih: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/06/20110608M1-9.pdf>
- KHK/703. Anayasada Yapılan Değişikliklere Uyum Sağlanması Amacıyla Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname. Tarih: 02.07.2018 <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/07/20180709M3-1.pdf>
- Kılınç, Z. A. (2010). “Yurttaşlık Ahlakı Olarak Sosyal Sermaye”. *Bilgi*, (21): 1-37.
- Kirsten, M. ve Rogerson, C. M. (2002). “Tourism, Business Linkages and Small Enterprise Development in South Africa”. *Development Southern Africa*, 19(1), 29-59. Doi: 10.1080/03768350220123882
- Kitapcı, İ. (2015). “Motivasyonel Bir Güç Olarak Sosyal Sermaye Kavramı ve Rasyonalitesi”. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 7(1-2): 11-36.
- Kitapcı, İ. (2017). *Sosyal Sermaye: Sosyal, Ekonomik ve Bilişsel Bir Perspektif*. Beta, İstanbul.
- Kitapcı, İ. (2019a). *İktisat Sosyolojisi: İktisatta ve Toplumda Kaybolan Ruhu Bulma Arayışı*. Nobel, Ankara.
- Kitapcı, İ. (2019b). *İktisatta Rasyonalite ve İrrasyonalite: ‘Değişen İktisadi Paradigma, Bilişsel Önyargılar ve Mutluluk Arayışları’*. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Köklü, N., Büyüköztürk, Ş. ve Çokluk Ö. (2022). *Sosyal Bilimler İçin İstatistik*. (26. Baskı). Pegem akademi, Ankara.
- Kubar, Y. ve Kıral, G. (2019). “Lise Öğrencilerinin Şiddet algısı Üzerine Bir Araştırma: Elazığ Merkez İlçe Örneği”. *Ç.Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(2): 354-374.

- Kurtoğlu, R. (2019). *Türkiye Ekonomisi (1838-2010): Mali Bağımlılık, Büyüme, Krizler Ve Siyasi Sonuçları, Zihniyet-Borç-Büyüme-İstihdam 1838-1914 Dönemi İle 1980 Sonrası Benzerlikleri (Her Ekonominin Bir Siyaseti Her Siyasetin Bir Ekonomisi Vardır)*. (3. Baskı). Destek Yayınları, İstanbul.
- Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik. 18 Mart 2022 tarihli, 31782 sayılı, 5315 karar sayılı
- Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik. 18.11.2005 tarihli resmi gazete. No: 25997
- Lamaison, P. (1986). "From Rules to Strategies: An Interview with Pierre Bourdieu". *Cultural Anthropology*, 1(1): 110-120.
- Lavoie, D. ve Chamlee-Wright E. (2001). *Culture and Enterprise: The Development, Representation and Morality of Business*. CATO Institute, Routledge, New York, NY.
- Leech, N. L. ve Onwuegbuzie, A. J. (2009). "A Typology of Mixed Methods Research Designs". *Quality & Quantity* 43: 265–275. Doi: 10.1007/s11135-007-9105-3
- Lin, N. (2010). "Sosyal Sermaye: Network Kuramının İnşası". M. M. Şahin ve A. Z. Ünal, (drl.), *Sosyal Sermaye: Kuram-Uygulama-Eleştiri*. Değişim Yayınları, İstanbul, 171-220.
- Luckman, S. (2018). "Craft Entrepreneurialism and Sustainable Scale: Resistance to and Disavowal of The Creative Industries as Champions of Capitalist Growth". *Cultural Trends*, 27(5): 313-326. Doi: 10.1080/09548963.2018.1534574
- Marshall, G. (2005). *Sosyoloji Sözlüğü*. (çev. O. Akınhay ve D. Kömürcü). Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Mazzarol, T. (2015). "SMEs Engagement With E-Commerce, E-Business And E-Marketing". *Small Enterprise Research*, 22(1): 79-90. Doi: 10.1080/13215906.2015.1018400
- McHugh, F. P. (1992). *İş Ahlakı*. TÜSİAD Yayınları, İstanbul.
- Mertler, C. A. ve Reinhart, R. V. (2017). *Advanced and Multivariate Statistical Methods: Practical Application and Interpretation*. (Sixth Edition). Routledge, New York, NY.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. (Second Edition). Sage Publication: Thousand Oaks, California.
- Morris, M. H. (1998). *Entrepreneurial Insensivity: Sustainable Advantages for Individuals, Organizations, and Society*. Westport, Quorum Book.

- Mouzelis, N. (2010). “Katılımcı-Toplumsal Bütün Sorunu: Parsons, Bourdieu, Giddens”. G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı ve Ü. Tatlıcan (drl.). *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*. İletişim Yayınları, İstanbul, 187-226.
- Moyi, E. D. (2003). “Networks, Information and Small Enterprises: New Technologies and The Ambiguity of Empowerment”. *Information Technology for Development*, 10(4): 221-232. Doi: 10.1002/itdj.1590100402
- Nee, V. (2005). “The New Institutionalisms in Economics and Sociology”. N. J. Smerser ve R. Swedberg (Ed.). *The Handbook of Economic Sociology* (2. Edition). Princeton University Press, New Jersey, 49-74.
- Nelson, J. A. (2018). *Hayatımızdaki Ekonomi*. (çev. D. Kizen) (3. Baskı). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. (Seventh Edition). Pearson Education Limited, Harlow.
- Ogburn, W. F. (1923). *Social Change With Respect to Culture and Original Nature*. B.W. Huebsch, Inc., New York.
- Onwuegbuzie, A. J. ve Leech, N. L. (2007). “A Call For Qualitative Power Analyses”. *Quality & Quantity*, 41: 105-21. Doi: 10.1007/s11135-005-1098-1
- Öktem, M. K., Aydın, M. D. ve Ekinci, S. (2007). “Türkiye’de Girişimciliğin Geliştirilmesinde KOSGEB’in Rolü ve Önemi: Uygulamalı Bir Çalışma”. *Sosyoekonomi*, 5(5): 47-76.
- Ökten Gülsoy, N. (2012). “Cezayir Deneyiminin Pierre Bourdieu'nün Sosyolojik Tahayyülüne Etkileri: Bilimsel Bir Habitusun Doğuşu”. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3(25): 1-30.
- Öneren, M., Bulut, E. ve Çiftçi, G. E. (2014). “Kriz Sürecinde Esnaf İşletmeleri Kırıkkale İli Örneği”. *Gümrük ve Ticaret Dergisi*, (4): 60-71.
- Öz, S. (2013). “Kapitalizmin Ruhu Problemi: Werner Sombart”. *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 18(29): 142-169.
- Özatalay, C. (2012). “Ekonomi Teorisi ile İlişkisi İçinde Bourdieu: Bir Komprador mu, Bir Eleştirmen mi?”. *Sosyoloji Dergisi*, 3(25): 57-83.
- Özdemir, M. Ç. ve Salt, A. M. (2019). “Esnaf Kültüründeki Değişim: Sakarya Esnafları Üzerine Bir Araştırma”. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2): 364-398.
- Özdemir, R. (1986). “Ankara Esnaf Teşkilatı”. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1): 156-181.

- Özdemir, S. (2009). “Günümüz Türkiye’inde Akademik İş Ahlâkı Çalışmalarına Genel Bakış”. S. Orman ve Z. Parlak (Ed.), *İşletmelerde İş Etiği*. İstanbul, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, 302-336.
- Özdemir, S., Ersöz, H. Y. ve Sarıoğlu, H. İ. (2007). “Küçük Girişimciliğin Artan Önemi ve Kobi’lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri”. *Journal of Social Policy Conferences*, (53): 173-230.
- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu. *KKEFD/OKKEF*, (15): 394-422.
- Özgener, Ş. (2008). “İş Ahlakının Kurumsallaşmasında Üst Yönetim Kademesinin Rolü”. *İş Ahlakı Dergisi*, 1(1): 31-54.
- Özkul, G. (2007). “Kapitalist Sistemin Sürükleyici Aktörleri: Ekonomik Teoride Girişimciler”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3): 343-366.
- Özkul, G. ve Dulupçu, M. A. (2007). “Kişisel Gelişimin Girişimci Tipleri Üzerine Etkisi: Antalya-Isparta İllerinde Bir İnceleme”. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2(2): 67-92.
- Öztürk, A. (2019). “Doğu-İslam Dünyasında Ailenin Sosyo-Politik Temelleri ve Sosyolojik Dönüşümü Üzerine”. *Çeşm-i Cihan: Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları E – Dergisi*, 6(1): 2-18.
- Özveren, E. (2007). “Kurumsal İktisat: Aralanan Karakutu”. *Kurumsal İktisat*. E. Özveren (drl.). İmge Kitabevi, Ankara, 15-43.
- Pamuk, Ş. (2007). *Osmanlı-Türkiye İktisadî Tarihi 1500-1914*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Parsons, T. (1940). “The Motivation of Economic Activities”. *The Canadian Journal of Economics and Political Science*, 6(2): 187-202.
- Polanyi, K. (2009). *Büyük Dönüşüm: Çağımızın Siyasal ve Ekonomik Kökenleri*. (çev. A. Buğra). İletişim Yayınları, İstanbul.
- Punch, K. F. (2014). Sosyal Araştırmalara Giriş: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar (çev. D. Bayrak, H. B. Arslan ve Z. Akyüz). Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Putnam, R. (2010). “Tek Başına Bowling: Amerika’nın Azalan Sosyal Sermayesi”. M. M. Şahin ve A. Z. Ünal (drl.). *Sosyal Sermaye: Kuram-Uygulama-Eleştiri*. Değişim Yayınları, İstanbul, 121-142.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse And Revival of American Community*. Simon & Schuster, New York, NY.

- Rogerson, C. M. (2005). "Unpacking Tourism SMMEs in South Africa: Structure, Support Needs and Policy Response". *Development Southern Africa*, 22(5): 623-642, Doi: 10.1080/03768350500364224
- Salkind, N. (2019). *İstatistikten Nefret Edenler İçin İstatistik*. (çev. ed. A. Çuhadaroglu). (2. Baskı) Pegem Akademi, Ankara.
- Sarc, Ö. C. (1980). "Cumhuriyetin Kuruluşu Sırasında Türkiye Ekonomisi". M. Yaşa (Ed.) *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ekonomisi 1923-1978*. Apa Ofset Basımevi, İstanbul, 1-22.
- Sayar, A. G. (2000). *Osmanlı İktisat Düşüncesinin Çağdaşlaşması (Klasik Dönem'den II. Abdülhamid'e)*. Ötüken, İstanbul.
- Schumpeter, J. A. (1947). "The Creative Response in Economic History". *The Journal of Economic History*, 7(2): 149-159.
- Schumpeter, J. A. (1949). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. (çev. R. Opie). Harvard University Pres, Cambridge, Massachusetts.
- Schumpeter, J. A. (2003). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Routledge, London and New York.
- Sée, H. E. (2021). *Modern Kapitalizmin Doğuşu*. (çev. T. Erim). Vadi Yayınları, İstanbul.
- Sezer, R. E. ve Geçgin, E. (2019). "Yerel Esnaf Zincirinden Kırtasiyelerin Sosyolojik Değerlendirilmesi (Niğde Örneği)". *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2): 42-51.
- Shen, C. ve Zhou X. (2022). "How Does Industry Association Impact Micro And Small Enterprises' Innovation Decisions? Evidence From China". *Applied Economics Letters*, 1-11. Doi: 10.1080/13504851.2022.2139800
- Shitaye, A. M. (2022). "Micro and Small Scale Enterprises Growth and Ownership Structure in Hawassa City, Sidama Region, Ethiopia". *Cogent Economics & Finance*, 10(1). Doi: 10.1080/23322039.2022.2071012
- Silva, M. E., Ashby, A. ve Nascimento, C. M. (2023). "Social Sustainability in Micro and Small Enterprise Supply Chains: Empirical Insights from the Clothing Industry". *Latin American Business Review*, 24(1): 1-30. Doi: 10.1080/10978526.2021.1992597
- Skipton, M. (1987) Management Development in Small and Medium-Sized Enterprises in Newfoundland and Labrador. *International Journal of Manpower*, 8(1): 19-31. Doi: 10.1108/eb045106

- Slattery, M. (2018). *Sosyolojide Temel Fikirler*. (yay. haz. Ü. Tatlıcan ve G. Demiriz). (10. Baskı). Sentez Yayıncılık, Bursa.
- Šledzik, K. (2013). “Schumpeter’s View on Innovation and Entrepreneurship”. S. Hittmar (Ed.), *Management Trends in Theory and Practice*, (ed.), Faculty of Management Science and Informatics, University of Zilina & Institute of Management by University of Zilina, 89-95.
- Smelser, N. J. ve Swedberg, R. (2005). “Introducing Economic Sociology”. N. J. Smelser ve R. Swedberg (Ed.), *The Handbook of Economic Sociology* (2. Edition). Princeton University Press, New Jersey, 3-25.
- Sombart, W. (2019). *Yahudiler ve Modern Kapitalizm*. (2. Baskı). (çev. S. Gürses). Küre Yayınları, İstanbul.
- Sombart, W. (2020). *Burjuva: Modern Ekonomi Dönemine Ait İnsanın Ahlâki ve Entelektüel Tarihine Katkı*. (çev. O. Adanır). Doğubatı, Ankara.
- Soysal, A. ve Tan, M. (2013). “Ahilik İlkelerinin Günümüz İşletmelerine Yansıması: Kilis Küçük Sanayi Sitesi İşletmeleri Örneği”. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1): 186-202.
- Sparsam, J. (2016). “Understanding the ‘Economic’ in New Economic Sociology, 18(1): 6-17.
- Strateji ve Bütçe Başkanlığı Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi. 24.07.2018 tarihli resmi gazete. No: 30488 <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/19.5.13.pdf>
- Sungur, O., Koç, R. ve Dulupçu, M. A. (2014). “Antalya’da Tarım ve Tarımla İlişkili Firmaların İnovasyon ve Yerel Aktörlerle İşbirliği Faaliyetlerinin Analizi”. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 20(1): 1-15.
- Swartz, D. (2011). *Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu’nün Sosyolojisi* (çev. E. Gen) İletişim Yayıncılık, İstanbul.
- Swedberg, R. (1997). “New Economic Sociology: What Has Been Accomplished, What is Ahead?”. *Acta sociologica*, 40: 161-182.
- Swedberg, R. (2003). *Principles of Economic Sociology*. Princeton University Press, New Jersey.
- Swedberg, R. (2005). “Markets in society”. N. J. Smelser ve R. Swedberg (Ed.). *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton University Press, New Jersey, 233-253.
- Swedberg, R. (2011). “The Economic Sociologies of Pierre Bourdieu”. *Cultural Sociology*, 5(1): 67-82. Doi:10.1177/17499755103897120
- Swedberg, R. (2019). *Max Weber ve İktisat Sosyolojisi Düşüncesi*. (çev. C. B. Aydın). Dergâh Yayınları, İstanbul.

- Şahin, A. ve Demir, M. H. (2000). “Yönetici İkilemi, İş Ahlakı”. *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*, 1(1): 203-213.
- Şahin, L. ve Yıldırım, K. (2008). “İşletmelerde İş Ahlakı Uygulamaları İçin Genel Çerçeve”. *İş Ahlakı Dergisi*, 1(1): 55-66.
- Şahin, M. M. ve Ünal, A. Z. (2010) (drl.). *Sosyal Sermaye: Kuram – Uygulama - Eleştiri*. Değişim Yayınları, İstanbul.
- Şahin, O. (2017). “Lojistik Regresyon Yöntemi ile Ayvalığı Turizm Amaçlı Tercih Etmede Önemli Risk Faktörlerinin Belirlenmesi”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(61): 647-660.
- Şan, M. K. ve Şimşek, R. (2011). “Sosyal Sermaye Kavramının Tarihsel – Sosyolojik Arkapları”. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(1): 88-110.
- Şeker, C. (2011). “Ortaçağ Batı Avrupa Esnaf Loncaları ve Ahi Teşkilatı –kökenler ve Özerklik-”. B. Çakır ve İ. Gümüş (Ed.). *Ahilik*. Kırklareli Üniversitesi, Kırklareli, 1-16.
- Şenalp, M. G. (2007). “Dünden Bugüne Kurumsal İktisat”. E. Özveren (drl.), *Kurumsal İktisat*. İmge kitabevi, Ankara, 45-92.
- Şimşek, O. (2008). *Zihniyet Açısından Türk Girişimciliğinin Sosyolojisi*. Otorite yayınları, Ankara.
- Taeschner, F. (1953). “İslam Ortaçağında Futuvva (Fütüvvet Teşkilatı)”. (Çev. F. Işıltan). *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 15(1-4): 3-32.
- Tanrıverdi, S. (2017). “Lise Öğrencilerinin Depresyon Düzeylerini Yordayan Değişkenlerin Belirlenmesi: Multinomial Lojistik Regresyon Analizi”. *YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(1): 1517-1543.
- Taşkıran, E. (2022). *Türk Yönetim Tarihinde İş Ahlakı ve Ahilik Geleneği: Lonca Teşkilatının Günümüz Esnaf Örgütlenmesine Etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Tekbaş, M. F. (2020). *Esnaflaşmanın Hatay’da Geçici Koruma Statüsü Altındaki Suriyelilerin Uyum Süreçlerine Etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Tekin, M., Soba, M. ve İlter B. (2018). “Girişimcilikte İş Ahlâkı ve Sosyal Sorumluluk Algısı: Afikad Örneği”. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 18(36): 131-146.
- Tezel, Y. S. (2002). *Cumhuriyet Döneminin İktisadi Tarihi (1923-1950)*. (5. Baskı). Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Toffler, A. (2008). *Üçüncü Dalga: Bir Fütürist Ekonomi Analizi Klasığı*. (çev. S. Yeniçeri). Koridor Yayıncılık, İstanbul.

- Tokgöz, E. (2018). *Türkiye'nin iktisadi Gelişme Tarihi (1914-2018)*. 11. Baskı İmaj Yayınevi, Ankara.
- Torlak, Ö., Özdemir, Ş. ve Erdemir, E. (2008). *İĞİAD İş Ahlakı Raporu*. İĞİAD Yayınları, İstanbul.
- Trigilia, C. (2002). *Economic Sociology: State, Market, and Society in Modern Capitalism*. Blackwell Publishers, Massachusetts, USA.
- Turner, B. S. (2014). *Klasik Sosyoloji*. (çev. İ. Çetin). İletişim Yayıncılık, İstanbul.
- Turner, J. H., Beeghley, L. ve Powers, C. H. (2010). *Sosyolojik Teorinin Oluşumu*. (çev. Ü. Tatlıcan). Sentez Yayıncılık, Bursa.
- TÜİK (2019). “Kobi İstatistikleri Raporu (2009-2019)” <https://www.tuik.gov.tr/indir/duyuru/kobi-istatistikleri-raporu.pdf> (erişim tarihi: 17.11.2022).
- TÜİK (2020a). “Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri, Girişimlerin hayatta kalma göstergeleri, 2015-2019”. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=sanayi-114> (erişim tarihi: 17.11.2022).
- TÜİK (2020b). “Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri, Büyüklük gruplarına göre ölüm göstergeleri, 2009-2018” <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kucuk-ve-Orta-Buyuklukteki-Girisim-Istatistikleri-2019-37548> (erişim tarihi: 12.10.2022).
- TÜİK (2021). “Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri, 2021”. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kucuk-ve-Orta-Buyuklukteki-Girisim-Istatistikleri-2021-45685#:~:text=KOB%C4%B0'ler%202021%20y%C4%B1%C4%B1nda%20toplam,35%2C5'ini%20olu%C5%9Fturdu> (Erişim tarihi: 05.03.2023).
- TÜİK (2022a). “Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları”. <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr> (Erişim tarihi: 13.12.2022)
- TÜİK (2022b). “Evlenme ve Boşanma İstatistikleri, 2022”. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Evlenme-ve-Bosanma-Istatistikleri-2022-49437> (erişim tarihi: 21.06.2023).
- TÜİK (2023). “Faaliyet Sınıflamaları”. <https://biruni.tuik.gov.tr/DIESS/SiniflamaSurumListeAction.do?turId=1&turAdi=%201.%20Faaliyet%20S%C4%B1n%C4%B1flamalar%C4%B1&guncel=Y> (erişim tarihi: 14.07.2023).
- Türk Ticaret Kanunu. Kanun No: 6102. Yayımlandığı Resmî Gazete: Tarih: 14/2/2011 Sayı: 27846 <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6102.pdf>

- Tüylüoğlu, Ş. (2006). “Sosyal Sermaye, İktisadi Performans ve Kalkınma: Bir Yazın Taraması”. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 6(12): 14-60.
- Tüysüz, N. (2011). *Sosyal Sermayenin Ekonomik Gelişme Açısından Önemi ve Sosyal Sermaye Endeksinin Hesaplanması*. Uzmanlık Tezi. T.C. Kalkınma Bakanlığı, Yayın no: 2827
- Uysal, M. (2016). *Esnaflarda Meslek Ahlakı Ve Dindarlık (Isparta Örneği)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Ülgener, S. F. (1981). *İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası: Fikir ve Sanat Tarihi Boyu Akisleri İle Bir Portre Denemesi*. (Gözden Geçirilmiş İkinci Baskı). Der Yayınları, İstanbul.
- Ülgener, S. F. (1983). *Zihniyet Aydınlar ve İzm’ler*. Mayaş Yayınları, Ankara.
- Ülgener, S. F. (2006). *Makaleler*. Derin Yayınları, İstanbul.
- Ünal, A. (2011). “Çalışma Ahlakı Kavramına Kültürel Bir Bakış ve Türkiye’de Çalışma Ahlakı”. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (44): 125-145.
- Ünsür, A. (2017). “Ahilik Sisteminde Ahlak Temelli Çalışma İlişkileri ve Günümüz Bakış Açısından Değerlendirilmesi”. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13): 90-98.
- Varol, Ö. (2020). *İslami Çalışma Ahlakının Küçük İşletme Sahiplerinin Finansal Yatırım Davranışlarına Etkisi Ostim Örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Veblen, T. (2005). *Aylak Sınıfın Teorisi*. (Çev. Z. Gültekin ve C. Atay). Babil yayınları, İstanbul.
- Weber, M. (2018). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu* (çev. L. Boyacı). Yarın yayınları, İstanbul.
- White H. C. (1981). “Where Do Markets Come From?”. *American Journal of Sociology*, 87(3): 517-547.
- Wilkinson, J. (1997). “A New Paradigm For Economic Analysis?”. *International Journal of Human Resource Management*, 26(3): 335-339. Doi: 10.1080/03085149700000017
- Xin, L. ve Qin, K. (2011). “Embeddedness, Social Network Theory and Social Capital Theory: Antecedents and Consequence”. *2011 International Conference on Management and Service Science*, Wuhan, China, 1-5. Doi: 10.1109/ICMSS.2011.5997958.
- Yaman, A. (2019). *Mersin İli Kadın Esnaf ve Sanatkarlarının Sosyal-Ekonomik Profillerinin ve Sorunlarını Analizi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

- Yayar, T. ve Tekgün, B. (2022). “Türkiye’de Özel Sağlık Sigortası Talebinin İkili Lojistik Regresyon Yöntemiyle Analizi”. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(2): 595-618.
- Yaz, M. ve Bozkurt, T. (2018). “CNC Tezgahlarında Üretim Süreci”. *Electronic Letters on Science & Engineering*, 14(3): 1-9.
- Yazıcı, N. (1996). “Lonca Sisteminin İşsizlik Sigortasıyla İlgisi Üzerine Bazı Düşünceler”. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, XXXV: 155-165.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2011). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Yeldan, E. (2001). *Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisi: Bölüşüm, Birikim ve Büyüme*. İletişim Yayınlar, İstanbul.
- Yıldırım, O. (1999/2000). “Osmanlı Esnafında Uyum ve Dönüşüm: 1650-1826”. *Toplum ve Bilim*. (83): 146-177.
- Yıldız, Emrah. (2021). “Sosyolojinin Piyasayı Keşfi: Ekonomi Sosyolojisi”. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 41(1): 127-152. Doi: 10.26650/SJ.2021.41.1.0007
- Yıldız, Kemal. (2021). “Müslümanların Günümüz İş Dünyasındaki Yeri ve İslam Kültürünün İş Ahlakına İlişkin Temel İlkeleri”. E. Perktas ve A. Ertaş (Ed.). *İş Ahlakı, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Ekseninde İş Dünyası Çalışmaları*. İksad Yayınevi, Ankara, 5-26.
- Yılmaz, E. (2021). *Denizli Esnaflarının Girişimcilik Özelliklerini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Zaim, H. (2013). “İş Hayatında Erdemli İnsanın Yetkinlikleri İle Performans Arasındaki İlişki”. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi*, 12(23):181-196.
- Zainul, N., Osman, F. ve Mazlan, S. H. (2004). “E-Commerce from an Islamic Perspective”. *Electronic Commerce Research and Applications*, 3(3): 280-293. Doi:10.1016/j.elerap.2004.01.002.
- Zencirkıran, M. ve Baştürk, Ş. (2019). *Çalışma ve Endüstri Sosyolojisi*. Dora, Bursa.
- Zhongqi, L. ve Shuiying W. (2005). “The Strength of Weak Ties and Issues of Embeddedness: A Review of Granovetter’s Theories on Social Network and Organization”. *Canadian Social Science*, 1(3): 101-104.

EKLER

EK 1- Anket Formu

ANKET FORMU

Değerli katılımcı, sizi Elif GÜN tarafından yürütülen Akdeniz Üniversitesi Sosyoloji Anabilim Dalı doktora tezi kapsamında hazırlanmış olan “Çalışma Kültürü, Girişimcilik ve Yeni Üretim Biçimleri: Antalya Küçük Sanayi Esnafı Üzerine Bir Araştırma” başlıklı çalışmanın anketine davet ediyoruz. Araştırma, Küçük Sanayi Esnafının çalışma kültürü ve girişimcilik eğilimlerinin saptanması amacıyla gerçekleştirilmekte olup yaklaşık 40 dakika sürmektedir. Ankete katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Ankete katılmama veya katıldıktan sonra istediğiniz zaman ve herhangi bir nedenle bırakma hakkına sahipsiniz. Çalışmayı yanıtlamanız, araştırmaya katılım için onam verdiğiniz biçiminde yorumlanacaktır. Size verilen formdaki soruları yanıtlarken kimsenin baskısı veya yönlendirmesi altında olmayın. Toplanacak bilgiler tamamen gizli tutulacak olup yalnızca araştırma amacıyla kullanılacaktır.

(1) Cinsiyet	[1] Kadın	[2] Erkek		
(2) Yaş				
(3) Medeni durum	[1] Evli	[2] Bekâr	[3]Boşanmış	[4] Eşi vefat etmiş
(4) Eğitim Durumu	[1] Okur-Yazar	[2] İlkokul	[3] Ortaokul	[4] Lise
	[5] Lisans	[6] Önlisans	[7] Lisansüstü	[8] Diğer
(5) Doğum Yeriniz? İl/ilçe	 /			
(6) Antalya'ya başka bir şehirden mi geldiniz?	[1] Evet		[2] Hayır	
(6.1) Evet ise hangi il ve ilçe?	 /			
(6.2) Evet ise ne kadar süredir Antalya'dasınız?				
(7) İşiniz/mesleğiniz nedir?				
(8) Mesleğinizi nasıl seçtiniz?	[1] Aile mesleği	[2] Çıraklıktan yetişme	[3] İlgi alanım	[4] Kazancının iyi olması
	[5] İş sahasının geniş olması	[6] Diğer...		
(9) Yaptığınız iş ve meslekle ilgili eğitim aldınız mı?	[1]Evet		[2]Hayır	
(10) Bugüne kadar hep aynı işi/mesleği mi yaptınız?	[1]Evet		[2]Hayır	
(11) Kaç yıldır bu işi/mesleği yapıyorsunuz?				
(12) İşletmeniz kaç yılında kuruldu?				
(13) İş yeri olarak Akdeniz Sanayi Sitesini tercih etme sebebiniz nedir? (1 seçenek işaretleyiniz)	[1] Tanıdık ilişkilerin mevcudiyeti	[2] Müşteriye yakınlık	[3] İşletme maliyetlerinin düşük olması	[4] Benzer iş kollarının yoğunlaşması
	[5] İşgücüne kolay erişim	[6] Antalya'da doğmuş/yaşıyor olmak	[7] Diğer.....	
(14) İşletmeniz Nace rev 2 kodu nedir?				
(15) İşletmenizin mülkiyet durumu nedir?	[1]Kira		[2] Sahibi	
(16) İşletmenizin yıllık net cirosu ne kadardır?	TL			

(17) Ürün/hizmetlerinizin kalite standart belgesi var mı?	[1] Evet	[2] Hayır
(18) İşletmenizde kaç çalışanınız var?		
(19) İşyerinizde aile veya akrabalarınız çalışıyor mu?	[1] Evet	[2] Hayır
(20) İşe alacağınız kişilere nasıl ulaşıyorsunuz?	[1] Esnaf lar aracılığıyla	[2] Esnaf ve sanatkarlar odaları, İŞKUR gibi kurumlar aracılığıyla
	[4] Bireysel başvuru	[5] Medya araçları
		[3] Mesleki eğitim okulları (Çıraklık okulu)
		[6] Diğer.....
(21) İstihdam edeceğiniz kişilerde olmasına önem verdiğiniz 3 özelliği söyler misiniz?		
(22) İşletme içi ilişkilerinizi nasıl tanımlarsınız?		
(23) Çalışma hayatında ortaklığa nasıl bakıyorsunuz?		
(24) Size göre müşterileriniz sizden memnun mu?	[1] Evet	[2] Hayır
(24.1) Evet ise memnuniyet için neler yapıyorsunuz?		
(25) Boş zamanlarınızı nasıl değerlendirirsiniz?	[1] Aile ve arkadaşlarımla vakit geçiririm	[2] Ek işlerle uğraşırım
	[3] Sportif aktiviteler yaparım	[4] Eğlence mekanlarına giderim
	[5] Mesleki nitelik kazandırabilecek eğitim ve faaliyetlere katılırım	[6] Diğer.....
(26) Akdeniz Sanayi Sitesi deyince aklınıza ne geliyor?		
(27) Çalışma kavramı sizin için ne anlam ifade ediyor?		
(28) Yeterince zengin olsaydınız yine de çalışır mıydınız?	[1] Evet	[2] Hayır
(29) Sizce bir işletmecinin başarılı olabilmesi için gerekli olan temel hususlar nelerdir?		
(30) Sizce çalışmak dini bir görev midir?	[1] Evet	[2] Hayır
(31) Çalışma ahlakınızı hangi değerlere dayandırılıyorsunuz?		
(32) Size göre esnaf kimdir?		
(33) Size göre Akdeniz sanayi sitesinde mesleki dayanışma ve yardımlaşma var mı?	[1] Evet	[2] Hayır
(33.1) Evet ise dayanışma ve yardımlaşma için neler yapıyor?		
(33.2) Hayır ise eksikliğini hissettiğiniz hususlar nelerdir?		
(34) İşletmenizin kuruluşu nasıl gerçekleşti?	[1] Banka Kredisi	[2] Mal-mülk satışı
		[3] Borç

	[4] Miras	[5] Ortaklık	[6] Emek yoluyla birikim
	[7] Devlet teşviği/ödeneği	[8] Aile desteği	[10] Esnaf ve Sanaatkarlar Odalar Birliği destek kredisi
	[10] Diğer;		
(35) İşletmenizin finansal ihtiyaçlarını nasıl temin ediyorsunuz?	[1] Banka Kredisi	[2] Mal-mülk satışı	[3] Tanıdıklardan borç
	[4] Birikimlerimi kullanırım	[5] Çek-senet kullanıyorum	[6] Esnaf ve Sanaatkarlar Odalar Birliği destek kredisi
	[7] Diğer;		
(36) Meslek odalarına üye misiniz?	[1] Evet, Esnaf ve Sanaatkarlar Odaları Birliğine üyeyim	[2] Evet, Ticaret ve Sanayi Odasına üyeyim	[3] Hayır, üyeliğim yok
(36.1) Evet ise üyesi olduğunuz esnaf/ticaret odasının çalışmalarından memnun musunuz?	[1] Evet, memnunum.		[2] Hayır, memnun değilim.
(36.2) Memnun değil iseniz neden?			
(37) İşletmeniz dışında kazanç sağladığınız sektörler var mı?	[1] Evet		[2] Hayır
(37.1) Evet ise bunlar nelerdir?	[1] Tarım ve hayvancılık	[2] Araç ve emlak alım satım	[3] Kira getirisi
	[4] Bir başka işletme sahipliği/ortaklığı	[5] Finans araçları (borsa, kripto para vb.)	[6] Diğer.....
(38) Kendinizi tutumlu biri olarak tanımlar mısınız?	[1] Evet		[2] Hayır
(39) Tasarruflarınızı nasıl değerlendiriyorsunuz?	[1] Arsa/daire satın alıyorum		[2] Değerli para-maden alıyorum
	[3] İşlerimi büyütme için kullanıyorum		[4] Bankaya yatırıyorum
	[5] Elimde hiç para kalmıyor		[6] Diğer;.....
(40) Başka bir iş yapmayı (sektöre geçmeyi) düşünüyor musunuz?	[1]Evet		[2]Hayır
(40.1) Evet ise hangi işe geçmeyi düşünüyorsunuz?			
(40.2) Neden?			
(41) Ürün/hizmet yelpazenizi genişletmek gibi bir planınız var mı?	[1] Evet		[2] Hayır
(42) İşletmeniz için yeni bir teçhizat veya makine almaya ihtiyacınız var mı?	[1] Evet		[2] Hayır
(43) Pazar alanınızı genişletmek gibi bir planınız var mı?	[1] Evet		[2] Hayır
(44) İşletmenizin tanıtım ve reklamına yönelik faaliyetlerde bulunuyor musunuz?	[1] Evet	[2] Kısmen	[3]Hayır
(45) Sektörünüzdeki fırsatları ve yenilikçi fikirleri yakından takip eder misiniz?	[1] Evet	[2] Kısmen	[3]Hayır
(45.1) Evet ise nereden takip edersiniz?			
(46) Kendinize örnek aldığınız ya da rakip olarak	[1] Evet		[2] Hayır

gördüğünüz işletmeler var mı?		
(47) Belirsizlik dönemlerinde risk içeren işler yapar mısınız?	[1] Evet	[2] Hayır
(48) Sizce girişimci kimdir?		
(49) Kendinizi girişimci olarak görüyor musunuz?	[1] Evet	[2] Hayır
(50) Patent ya da bir buluşunuz veya buna yönelik bir girişiminiz oldu mu?	[1] Evet	[2] Hayır
(50.1) Evet ise nedir?		
(51) Size göre işletmeniz ve gelecek planlarınızla ilgili en büyük sorun nedir? (1 seçenek işaretleyiniz)	[1] Talepte daralma	[2] Değişen teknoloji
	[4] Kalifiye personel ihtiyacı	[5] Piyasada yaşanan istikrarsızlıklar
	[7] Diğer.....	
(52) Mesleki geleceğinize ilişkin düşünceleriniz nelerdir?		

Katılımınız için teşekkür ederiz...

EK 2- Görüşme Formu

GÖRÜŞME SORULARI

Değerli katılımcı, sizi Elif GÜN tarafından yürütülen Akdeniz Üniversitesi Sosyoloji Anabilim Dalı doktora tezi kapsamında hazırlanmış olan “Çalışma Kültürü, Girişimcilik ve Yeni Üretim Biçimleri: Antalya Küçük Sanayi Esnafı Üzerine Bir Araştırma” başlıklı çalışmanın mülakatına davet ediyoruz. Araştırma, küçük sanayi esnafının çalışma kültürü ve girişimcilik eğilimlerinin saptanması amacıyla gerçekleştirilmekte olup yaklaşık 40 dakika sürmektedir. Mülakata katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Mülakata katılmama veya katıldıktan sonra istediğiniz zaman ve herhangi bir nedenle bırakma hakkına sahipsiniz. Çalışmayı yanıtlamanız, araştırmaya katılım için onam verdiğiniz biçiminde yorumlanacaktır. Size verilen formdaki soruları yanıtlarken kimsenin baskısı veya yönlendirmesi altında olmayın. Toplanacak bilgiler tamamen gizli tutulacak olup yalnızca araştırma amacıyla kullanılacaktır.

1. Mesleğinize nasıl başladınız ve bugünlere nasıl geldiniz?
2. İşinizi seviyor musunuz? Sizin için ne anlam ifade ediyor?
 - 2.1. İşinizin zorlukları nelerdir?
 - 2.2. Başka bir iş yapmayı düşündünüz mü?
 - 2.3. İşinize mi yoksa başka sektöre mi yatırım yapıyorsunuz?
3. İşletme içi ilişkilerinizi nasıl tanımlarsınız?
4. İşletmenizin yeterli büyüklüğe ulaştığını düşünüyor musunuz?
 - 4.1. İşinizde yapmak isteyip yapamadığınız hususlar oldu mu? Ne tür engellerle karşılaştınız?
5. Bugünkü konumunuz itibarıyla başarılı bir işletmeci olduğunuzu düşünüyor musunuz? Sizce başarılı olunabilmesi için neler yapılması gerekiyor?
6. Benzer sektörler ve sanayideki diğer sektörlerle olan ilişkinizi nasıl değerlendiriyorsunuz?
7. Mesleki yenilikleri nasıl takip ediyorsunuz ve yenilikleri nasıl karşılıyorsunuz?
8. Mesleğiniz ve sektörünüzün zorlukları nelerdir? Sizce neler yapılmalı?
9. Mesleğinize ve sektörünüze ait gelecek planlarınız var mı? Nelerdir?
10. Sizin mesleğinizin yapılabilmesi için gerekli olan özellikler nelerdir?
11. Esnaflar arası dayanışma ve yönlendirme ağlarınız var mı? Nasıl ve nereden besleniyorsunuz?

Katılımınız için teşekkür ederiz...

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Elif Gün
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Şehit Ali Karaoğlan Lisesi
Lisans Diploması	Ege Üniversitesi - Sosyoloji
Tezsiz Yüksek Lisans Diploması	
Dönem Proje Konusu	
Tezli Yüksek Lisans Diploması	Ege Üniversitesi - Sosyoloji
Yüksek Lisans Tez Konusu	Denetimli Serbestlik Sisteminin Uzman ve Yükümlü Açısından Değerlendirilmesi: İzmir Örneği
Doktora Diploması	
Doktora Tez Konusu	
Yabancı Dil / Diller	İngilizce
BİLİMSEL FAALİYETLER	
Makaleler	
Gün E., Önder Erol P. (2023). “Etiketleme Kuramı Perspektifinden Toplum ve İyileştirme Temelli Bir Ceza İnfaz Sistemi Olarak Denetimli Serbestlik”. <i>Toplum ve Sosyal Hizmet</i> , cilt.34, sa.1, ss.111-132.	
Gün E. (2022). “Yaşlılık ve Suç İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme”. <i>Sosyoloji Dergisi</i> , sa.44, ss.275-291.	
Gün E., Kolukırık S. (2022). “Covid-19 Döneminde Toplumsal Risk Algısı, Refleksivite ve Belirsizlik: Twitter Paylaşımları Üzerine Bir Analiz”. <i>Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , cilt.1, sa.32, ss.291-305.	
Gün E., Tekemen H. (2021). “Akdeniz’de Düzensiz Göçler ve Göçmenler: Terraferma Filmi Örneği”. <i>Sosyolojik Bağlam Dergisi</i> , cilt.2, sa.1, ss.64-76.	
Kolukırık S., Gün E. (2020). “Bilişim Teknolojilerinin Suç Eylemi Üzerindeki Etkisi: İnternet Haberlerinde Dijital Suç Örneği”, <i>Journal of World of Turks</i> , cilt.12, sa.3, ss.323-339.	

Kolukırık S., Gün E. (2020). “Dijital Alışveriş Davranışını Belirleyen Sosyolojik Faktörler: Akdeniz Üniversitesi Öğrencileri Örneği”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, cilt.11, sa. Supplement, ss.1-16.

Önder Erol P., Gün E. (2018). “Being an adult child of an elderly person living in a nursing home: a phenomenological approach to the Turkish case”. *Quality in Ageing and Older Adults*, cilt.19, sa.2, ss.117-125.

Kitap & Kitap Bölümleri

Kolukırık S., Gün E. (2021). “Türkiye’de Göçmenler ve Göç Politikaları”. Fahri Çakı, Şerif Öner, Alper Uzun, Yonca Altındal, Arman Zafer Yalçın, (Ed.), *21. Yüzyılda Kalkınmaya Yeniden Bakış*, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.209-224.

Kolukırık S., Gün E. (Editör) (2020). *River Flowing North: Migration Generating Geographies and International Irregular Migrations*. Peter Lang Publishing, Inc., Berlin.

Gün E. (2020). “Dijital İstifçilik: Gençlerin Veri Biriktirme Davranışının Sosyolojik Analizi”. Hasan Hüseyin Aygöl, Erdal Eke, (Ed.). *Dijital Bağımlılıklar ve E-Hastalıklar*, Nobel Yayınevi, Ankara, ss.303-326.

Kolukırık S., Aygöl H. H., Gün E. (2020). “Mekansal Tercihi Etkileyen Sosyolojik Dinamikler: Lara ve Varsak Semtleri Üzerine Bir Araştırma”. Koçakoğlu B., Çakılcı D. (Ed.), *Antalya Kitabı-3: Antalya’da Doğa ve Medeniyet*, Palet Yayınları, Konya, ss.167-187.

Kolukırık S., Gün E. (Editör) (2019). *Global Transformation and Differentiations: International Migration, Urbanization and Belonging Inglobe*, Ankara.

Gün E. (2019). Kentleşme Dinamiklerinin Sosyolojik Görünümü: Antalya İli Uncalı Mahallesi Örneği. Koçakoğlu B., Karşlı B., Çakılcı D., (Ed.), *Antalya Kitabı 2 (Antalya’da Türk-İslam Medeniyetinin İzleri)*, Palet Yayınları, Konya, ss.732-751.

İŞ DENEYİMİ

Stajlar	
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	Araştırma Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji, 2018 - Devam Ediyor