

Kırsal Girişimcilik: Tarihten Günümüze Yatağan Örneği

Rural Entrepreneurship: Yatagan Example from History to Present

Prof. Dr. Ayşe İrmiş (Pamukkale University, Turkey)
Ph.D. Candidate Hatice Çoban (Pamukkale University, Turkey)
Dr. Serkan Başol (Pamukkale University, Turkey)

Abstract

Wortman (1989) defines the rural entrepreneurship as the creation of a new organization that introduces a new product, serves or creates a new market, or utilizes a new technology in a rural environment. In other saying, rural entrepreneurship is a value creating activity for both entrepreneur and rural area. Rural entrepreneur is defined as someone who lives in rural and carries out entrepreneurial activities in there. Purpose of this study is to investigate rural entrepreneurship in rural development context. Accordingly, a field research was done in order to reveal rural entrepreneurship findings in Yatagan where Turkish swords and knives produce and market. After examination of documents including historical development and present situation of Yatagan's production and entrepreneurship tradition, interviews were conducted with related individuals who attempted on aforementioned area. According to the findings obtained from field research, the business which was founded by the local community failed to ensure its continuity. It means production and marketing activities turned back to the family business level. The production of Yatagan is effectuated in small workshops at the present day. Sales are performed personally or customers directly come to manufacturers and place an order by using the internet or by wholesalers. As a result of the field study, some suggestions have been presented to convert rural entrepreneurship to rural development.

1 Giriş

Girişimcilik sosyoloji, psikoloji, ekonomi, yönetim, finansman, siyaset bilimi gibi pek çok disiplinde ilgi görmüş ve her bir disiplinin kendi bakış açısıyla tanımlanmıştır. Bundan dolayı yazında, girişimciliğin çok sayıda tanımı mevcuttur. Aynı zamanda girişimcilik, firma düzeyinde, sanayi düzeyinde, bölgesel düzeyde, ulusal düzeyde hatta uluslararası düzeyde dikkate alınarak incelenmiş, bu açıdan da farklı bakış açılarıyla değerlendirilmiştir (Karadeniz, 2008). Ancak hemen hemen bütün tanımların ortak özelliği girişimcilikle bir oluşumun, bir ürünün, bir hizmetin veya bir sürecin risk olarak ortaya çıkarılmasıdır.

Girişimcilik çok genel olarak, bir fikir oluşturma, bu fikri ürün veya hizmete dönüştürme ve daha sonra oluşan ürün veya hizmeti pazara sunma faaliyetlerini kapsayan bir süreci ifade etmektedir. Günümüz rekabet şartları içerisinde girişimcinin girişimcilik süreci müddetince, kaynak temelli yaklaşım yerine fırsat temelli yaklaşımla hareket etmesi, yenilikçi olması, bu bağlamda çevrede başkalarının yakalayamadığı fırsatları yakalaması, risk alması, birey, topluluk ve toplum için değer yaratması beklenmektedir. Girişimci ise başarıya ve rekabet etme güdüsü olan, sorumluluk alan ve yaptığı işi sahiplenen, bağımsız karar verebilen ve hareket edebilen, yeni bilgilere, yeni insanlara ve yeni uygulamalara açık olan, belirsizliği ve karmaşıklığı tolere edebilen, yaratıcı ve esnek düşünen, sorun çözen, karar veren, fırsatları görüp değerlendirebilen, alternatifler oluşturabilen, işi, örgütü ve riski yönetme kapasitesi olan, zorluklara karşı dayanıklı, vizyon oluşturan ve etki yaratabilen kişidir (Johnson, 2001). Girişimciler, yeni fikirler oluşturarak, bunları uygulamaya koyarak ve değer yaratarak farklı coğrafyalar arasında ve şimdiki zamandan gelecek zamana bir katalizör görevini görürler.

Slevin ve Covin'e göre girişimcinin, girişimsel vasıflara sahip olması ve girişimcilik davranışı göstermesi tek başına yeterli değildir. Aynı zamanda girişimsel davranışı destekleyen uygun bir kültürün ve uygun bir örgütsel yapının olması da gereklidir (Zhao, 2005). Girişimcilerin içinde buldukları veya hitap ettikleri yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası çevrenin tarihsel geçmişi, kültürel özellikleri ve sunduğu fırsat ve tehditler girişimsel faaliyetlerin varlığını, yoğunluğunu ve gelişimini etkilemektedir. Bu açıdan kırsal girişimcilik de bulunduğu coğrafyadan, sosyal yaşamından, tarihsel geçmişinden, geçim kaynaklarından ve meşguliyetlerinden etkilenir.

Girişimciliğin kırsalda gerçekleşip gerçekleşmeyeceği hususunda, kırsal girişimcilik ile kentsel alanlarda gerçekleşen girişimcilik arasında bir fark olup olmadığına dair fikir birliği oldukça azdır. Wortman kırsal girişimcilikle ilgili yaptığı literatür taramasında, kırsal girişimcilik tanımlarının kentsel alanlardaki girişimcilik tanımlarından ve genel girişimcilik tanımlarından alıntı yapılarak oluşturulduğunu görmüştür. Bu tanımlar risk alma, başarılı bir girişimde bulunma, inovasyon, 'yönetim yeteneği ve örgütlenme becerisi' gibi unsurlar üzerinde duran tanımlardır. Keza Babb ve Babb'ın 1992'de Kuzey Florida'da yaptıkları çalışmada ise kırsaldaki girişimcilerin kişisel özelliklerinin, kırsal olmayan bölgelerdeki ya da kentlerdeki girişimciler ve yöneticilerin diğer çalışmalarda anlatılan özelliklerinden çok büyük farklılıklarının olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Sadece çok az çalışmada kırsal girişimciliğin kentsel girişimcilikten ya da kırsal girişimcilerin kentsel girişimcilerden farklılaştığı üzerinde durulmuştur (William ve Fortunate, 2014). Açık ki, kırsal alanlar girişimsel faaliyetler

açısından bir takım zorluklara sahiptir. Kırsal kesimde yaşayan insanların elde ettikleri fırsatların ve sahip oldukları noksanlıkların veya yetersizliklerin türü çoğu zaman kentlerde yaşayan insanların sahip oldukları fırsatlardan, noksanlıklardan veya yetersizliklerden farklıdır. Gelir, eğitim, yaşam şekli ve kontrol süreçleri vb. açılardan kırsal alanla kentsel alan birbirinden farklılaşmaktadır. Bu sebeple kırsal alandaki insanların önemli bir kısmı daha iyi imkânlarla kavuşabilmek için kentlere göç ederken, ulusal ve uluslararası kurumlar da kırsal alanlarda mevcut girişimcilik potansiyelini artırmaya ya da bu alanlarda yeni girişimciliği özendirilmeye çalışmakta ve bunun için teşvikler vermektedir. Başka bir ifadeyle, girişimcilik vasıfları ve girişimcilik süreci açısından kırsal alanla kentsel alan birbirine benzer özellikler gösterse de sahip olunan kaynaklar, bu kaynaklara ulaşma şekilleri, üretim gelenekleri, hayata bakış açıları, karşılaşılan sorunlar, sahip olunan fırsatlar, işbirliği kültürleri vb. pek çok açıdan farklılaşmaktadır. Kırsal girişimcilik süreci ile kentsel girişimcilik süreci arasında dikkat çeken en önemli iki farklılık Lichtenstein ve Lyons (1996) ile Dabson (2001)'in çalışmalarında dile getirilmiştir. Lichtenstein ve Lyons'a göre kırsal toplumların işe başlayıp devam ettirmelerini sağlayacak olan finans seçenekleri kentsel alanlardakilerine göre kısıtlıdır ve gerçekte, öz kaynakları hiç yoktur ya da işi başlatıp devam ettirmek için yeterli değildir. Ayrıca sınırlı talepten dolayı kırsal girişimler, kendilerine kırsal bölgelerin dışında pazar ve hizmet verecekleri iş alanları bulma mecburiyetinde kalmaktadırlar. Dabson'a göre ise kırsal toplumlar iş networklerinden (iş ağlarından) çok uzakta bulunmaktadır. Sınırlı nüfus büyüklüğü sınırlı talep miktarına ve yoğunluğuna sebep olmakta, böylece kırsal işletmelerin ölçek ekonomisine ulaşmasını zorlaştırmaktadır. Kentsel alanlardaki daha büyük olan nüfus yoğunluğu muhtemelen kırsal alanlardakinden daha fazla verimlilik ve kazanç sağlamakta, üstelik sonrasında daha yüksek yaşam maliyetini finanse etmektedir (William ve Fortunate, 2014).

2 Kırsal Girişimciliğın Tanımı ve Önemi

Girişimcilik kavramı çok uzun süredir üzerinde araştırma yapılan ve tanımlanan bir konu olmasına rağmen kırsal girişimcilik kavramının literatüre girişi daha ziyade 1980'lerden itibaren gerçekleşmiştir. Günümüze kadar yapılan çalışmalarda, kırsal girişimcilik, girişim süreci, ekonomideki rolü ve girişimcilerinin özellikleri gibi çok sayıda başlık altında incelenmiştir (Pato ve Teixeira, 2013). Ancak ülkemizde kırsal girişimciliğın literatüre girişi daha ziyade kırsal kalkınma başlığı altında sadece bir kavram olarak kalmıştır. Kırsal girişimciliği tanımlayan çalışmalar ve bu konuda yapılan araştırmalar henüz dikkat çekecek düzeyde değildir.

Girişimciliğın farklı disiplinler tarafından tanımlanmış olması, kırsal girişimcilik kavramı için de tek bir tanımın geliştirilmesini zorlaştırmaktadır. Kırsal girişimcilik kavramının ortaya çıkmasındaki kaynak tamamen girişimin yapıldığı alanla ilgilidir. Kırsal alanlarda yaşayan ailelerin veya kişilerin yaşadıkları yeri terk etmek istememeleri ya da terk edememeleri sebebiyle buldukları bölgede çeşitli gelir kaynakları aramaya başlamaları onları buldukları alanda girişimde bulunmaya sevk etmektedir. Kırsal alanlarda yapılan girişimler öncelikle o coğrafyada bulunan insanlar için istihdam sağlamak, geliri artırmakta, üretim ve hizmet faaliyetleriyle bölge halkının hayat kalitesini yükseltmekte, böylece kırsal toplumların gelişimini ve istikrarını sağlayarak, kırsal kalkınmada motor güç olmaktadır. Kırsal girişimcilik kırsal kalkınmayı destekleyen en önemli faaliyetlerden biri olmasına rağmen, kırsal kalkınmadan farklı bir içeriğe ve tanıma sahiptir. Genel girişimcilik tanımları kapsamında, (yeni) bir ürünün üretilmesi, (yeni) bir pazarın oluşturulması, (yeni) bir teknolojik fayda sunan (yeni) örgütün kurulması gibi girişimcilik faaliyetlerinin, kırsal alanda ve kırsal alanın özelliklerine mahsus gerçekleşmesi kırsal girişimcilik olgusunu ortaya çıkarmaktadır (Wortman, 1989a). Kırsal girişimci kavramı da girişimcilik tanımının kırsal alandaki özelliklerine göre şekillenmektedir. Hoy (1983)'a göre kırsal girişimci, bağımsız karar veren ve faaliyete geçen, risk alan, hedef odaklı, kendine güvenen, iyimser, çalışkan ve inovatif özelliklere sahip, kırsal çevredeki girişimcilik faaliyetleriyle yeni istihdam alanları yaratan kişidir (Stathopoulos vd., 2004).

'Kırsal girişimcilik' ile 'kırsal alanda gerçekleşen girişimcilik' kavramları literatürde birbirinden farklı anlamlarda kullanılmıştır. Korsgaard ve arkadaşlarına (2015) göre girişimcilerin çeşitli teşvikler ve avantajlar için kırsal alanda faaliyet göstermeleri kırsal girişimcilik kapsamında sayılmaz. Maliyetleri düşürmek, devlet teşviklerinden yararlanmak gibi amaçlarla girişimcilerin kırsal alanlara yönelmesi "kırsal alanda gerçekleşen girişimcilik" kapsamındadır. Hâlbuki kırsal girişimcilik yalnızca daha kârlı olması gözetildiği için kırsal alanda gerçekleşen girişimcilik faaliyetleri değildir. Kırsal girişimcilikte parasal teşviklerden ve kârdan ziyade ilgili bölgenin girişimci için taşıdığı önem, kişisel, sosyal ve kültürel özellikler ön plandadır. Bu özelliklerinden dolayı kırsal girişimcilik faaliyetleri buldukları "yer" ile ilişkilidir ve yerinden koparılarak başka bir alana taşınamaz. Kırsal girişimcilik, temelde topluma ve güçlü aile bağlarına dayalıdır ve kırsal toplum üzerinde nispeten daha büyük etkiye sahiptir (Elena vd., 2015). Bu bağlamda hem kırsal alanda gerçekleşen girişimcilik hem de kırsal girişimcilik, kırsal alandaki yoksulluğun ve yoksunluğun azaltılması ve ekonomik dönüşümün sağlanmasında o bölge insanların ve kaynaklarının oluşturduğu itici bir güçtür. Ayrıca her iki girişimcilik türünde de ulusal veya küresel pazarlara kıyasla daha pahalı olsa dahi yerel kaynakların kullanımına odaklanılır. Yerel kaynakların üretim için tahsis edilmesi hem ekonomik hem de sosyal olarak değer yaratmakta ve bölgesel dengeyi sağlamaktadır (Korsgaard vd., 2015). Ancak, kırsal alanda gerçekleşen girişimcilikte, devletin ve çeşitli kurumların özellikle finansal desteğinden dolayı başka yerlerdeki girişimcilerin kırsal alanlara gelip burada girişim faaliyetinde bulunması söz konusu olmaktadır. Böyle bir durum hâlihazırda kırsal alanda yaşayan insanların girişimci olmasından ziyade, teşviklerden dolayı başka coğrafyalardan gelen sermayedar ya da girişimcilerin kurdukları

işyerlerinde işçi olarak çalışmaları sonucunu doğurur. Ayrıca kırsal alanda gerçekleşen girişimcilikte girişimcilik gücünün bir ya da bir kaç özel sermaye sahibinin elinde toplanması mümkündür. Her ne kadar kırsal alanda gerçekleşen girişimcilik de o alanda gelir düzeyini, eğitim düzeyini artırarak ve sermayenin tabana yayılmasını sağlayarak daha iyi bir yaşam tarzına sebep olursa da kırsal girişimcilik, doğrudan o alanda yaşayan çok sayıda insanın girişimci olmasına ve devamlılığını sağlamasına imkân verecektir. Kırsal girişimcilikte esas olan teşviklerden yararlınsa da yararlanmasa da halkın girişimciliğidir. Kırsal alanda gerçekleşen girişimcilikte daha yüksek miktardaki sermaye çok daha az girişimcinin elinde toplanır ve kırsal alandaki halk gelirini sadece bir kaç büyük ya da orta düzeydeki firmada çalışan işçi ücretleri düzeyinde yükseltir. Kırsal girişimcilikte ise sermaye o kırsal alanda yaşayan, daha çok sayıda girişimcinin elindedir ve halkın geri kalanı KOBİ niteliğindeki çok sayıda işletmede istihdam edilme fırsatı bulabilmektedir. Kırsal girişimcilik beş kişiden daha az olan mikro işletmecilikten elli kişiden daha çok çalışmanı olan büyük işletmeye kadar geniş bir yelpazeyi içine alır. Girişimcilik arzusu olan gençler, kadınlar, esnaf, yeni göç etmiş kişiler kırsal girişimcilik potansiyelini oluştururlar (Markley, 2006).

Son yıllarda Avrupa Birliği'nin kırsal alanla ilgili politikalarında önemli değişiklikler gözlenmiştir. Bu değişiklikler tarım politikalarında yapılan reformlarla, Avrupa Birliği fonlarının yapısının değişimiyle, kırsal kalkınma politikalarının güçlendirilmesiyle, uluslararası ticaretin serbestleşmesiyle, teknolojik değişimlerle ve yerelleşmeyle ilişkilidir. Bu gelişmeler çerçevesinde Avrupa Birliği'nin ekonomik etkinliği sağlamak için kırsal bölgelerin entegrasyonu bütüncül bir gelişme sağlamak istediği söylenebilir (Stathopoulos vd., 2004). Avrupa Birliği KOBİ kapsamındaki işletmelere önemli ölçüde fon sağlayarak, kırsal kesim girişimciliğinin gelişmesine de dolaylı katkı vermektedir. Benzer şekilde ABD'de de girişimciliği ve küçük işletmeleri desteklemek için pek çok strateji ve program geliştirilmiştir. Kırsal alanlarda ise bu stratejiler ve programlar kırsal girişimcilik üzerine odaklanmıştır. Özellikle yönetim ve ekonomi alanındaki destekleri içeren bu çabalar; kırsal toplum araştırmaları ve teknoloji aktarımlarını, kısmen ya da tamamen devlete ait olan organizasyonların bu alanlarda kurulmasını, küçük işletme geliştirme merkezlerinin açılmasını, küçük ölçekli sanayi hizmet merkezlerinin ve kırsal bölgedeki girişimciliği destekleyen finansal kurumların oluşturulmasını, kırsal girişimcilere eğitim programları sunulmasını kapsamaktadır (Wortman, 1989b).

2.1 Kırsal Girişimciliğin Faaliyet Alanları

Kırsal girişimcilik denildiğinde ilk akla gelen faaliyet kolu daha ziyade kırsal alanlarda gerçekleşen tarım faaliyetleridir. Ancak kırsal alanın tarihsel geçmişi ve kültürel sermayesi, girişim konularını daha geniş bir yelpaze içerisinde sınıflandırmaktadır. Kırsal alandaki girişimciliğin varlığı ve gelişmesindeki en önemli faktörlerden biri yerel bilgi birikimiyle zenginleşen kültürel sermayedir. Kültürel sermayenin varlığı kırsal girişimciliğin hızlanmasında etkin rol oynamaktadır (Çekiç ve Ökten, 2009). Kültürel sermaye bir nesilden diğerine aktarılan genel kültürel birikim, bilgi ve becerinin toplamıdır. Kültürel sermaye ile birey içerisinde bulunduğu sosyal yapının gelir, meslek, yaşam tarzı ve tüketim alışkanlıklarını kazanır ve bunu diğer nesillere aktarabilir (Abdioğlu ve Yavuz, 2013). Yerel bilginin birikimiyle tarihsel süreç içerisinde oluşan kültürel sermaye, nesiller arasında üretimin ve üretim becerisinin yaygınlaşmasını sağlayarak kırsal ve hatta kentsel alanlarda hayatın devamlılığını ve kırsal girişimciliğin yaygınlaşmasını sağlar (İrmiş ve Eroğlu, 2015). Bu bağlamda kültür, yerel kalkınma stratejileri içinde önemli bir bileşen olarak ortaya çıkar (Denis-Jacob, 2012). Özellikle kırsal girişimcilikte önemli rol oynayan KOBİ niteliğindeki işletmeler, içerisinde buldukları coğrafyanın kültürel sermayesinin kendine kazandırdığı yerel bilgiyi ürünlerine, üretimine, pazarlamasına ve süreçlerine yansıtır. İngiliz Bira ve Pub Derneği ile Rycroft tarafından istatistiklere dayanarak 2013 yılında yapılan açıklamaya göre, İngiltere'deki mikro bira fabrikalarının sayısı, 2002-2013 yılları arasında %184'lük bir artışla ikiye katlanmıştır. Bu durum, Mark ve arkadaşlarına göre yiyecek ve içecek tercihlerinin kültürel sermaye ve tecrübelerle ilgili tercih olmasından kaynaklanmaktadır. Başka bir ifadeyle, daha yerel ve otantik nitelikleri olan üretim talebi, pazarlama yaklaşımına yansımıştır (Ellis ve Bosworth, 2015). Yerel bilginin birikimiyle oluşan kültürel sermaye ve kültürel tercihler kırsal girişimciliğin üretim ve pazarlama konularını ya da kırsal alanlarda yapılan girişimlerin sektörlerini belirleyen en önemli faktördür.

Kırsal girişimcilik denildiğinde en çok akla gelen ziraatle ilgili konular kırsal girişimciliğin kapsamı içerisinde yer alırken aynı zamanda turistler için yiyecek sağlama, nalbantlık, marangozluk, iplik eğirme vb. birçok zirai olmayan faaliyet de kırsal girişimcilik kapsamında yer alabilmektedir. Zira kırsal girişimciliğin faaliyet konusu o alanın fiziki kaynakları, yerel bilgisi ve kültürel sermayesi ile şekillenmektedir. Bu kaynakların girişimci kombinasyonlarına, turizm hizmetleri, spor ve dinlenme tesisleri, toptancılık ve perakendecilik, mühendislik ve el sanatları gibi endüstriyel uygulamalar; et, süt, ahşap gibi katma değer yaratan ürünler vb. pek çok örnek verilebilir (Saxena, 2012). Bu bağlamda kırsal girişimcilik aşağıda ifade edilen birçok sektörün konusu dahilinde oluşmaktadır (Kushalakshi ve Raghurama, 2014):

1. Tarıma Dayalı İşletmeler: Turşu, şeker üretimi, yağlı tohumlardan yağ elde edilmesi, süt ve süt ürünleri, meyve suyu, baharat üretimi vb.
2. Orman Ürünleri Endüstrisi: Ahşap ürünler, bal yapımı, bambu ürünler vb.
3. Maden Sanayi: Taş kırma, çimento, duvar kaplama malzemesi üretimi vb.
4. Tekstil Endüstrisi: Dokuma, boyama, iplik üretimi ve ağartma gibi faaliyetler

5. El Sanatları: Yöreye ait ahşap, gümüş, sedef, demir işleme, kakma, çelik işleme gibi el sanatları, geleneksel dekoratif ürünler, oyuncaklar vb.

6. Mühendislik ve Diğer Hizmetler: Tarımsal alet, edavat, traktör ve pompa setleri, onarım işleri vb.

2.2 Kırsal Girişimciliğin Kalkınmadaki Rolü ve Önemi

Kırsal girişimciliğin en önemli ve en bilinen katkıları üç alanda gerçekleşmektedir. Bunlar girişimin bulunduğu alandaki kalkınmanın sağlanmasıyla kırsal kalkınmaya, kentlere gereğinden fazla nüfusun göç etmesini engelleyerek, sanayine ara mamül ve fason üretim sağlayarak ve halkın ihtiyacına destek vererek kentsel kalkınmaya ve bir bütün olarak da milli gelirin, üretim hacminin, ihracat oranının, eğitim ve uzmanlaşmanın, istihdamın ve kişi başına gelirin artmasıyla toplumsal ve ulusal kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Saxena (2012) kırsal girişimciliğin önemini yedi başlık altında toplamıştır:

1. İstihdam imkânı sağlama: Kırsal girişimcilik, kırsal alanda endüstri birimlerinin gelişmesini sağlar, istihdam imkânları oluşturur ve gelir yaratmada yüksek bir potansiyele sahiptir.

2. Kırsal nüfusun kente göçünde kontrol sağlama: Kırsal girişimcilik, kırsal alandaki ve kentteki insanlar arasında bulunan gelir eşitsizliğiyle ilgili boşluğu doldurur. Enerji, yol, köprü gibi altyapı imkânlarını, eğitim fırsatlarını sağlar ve geliştirir. Böylece kırsal alandan kentlere göç edilmesinin önüne geçer.

3. Dengeli bölgesel büyüme: Kırsal girişimcilik, sanayi kuruluşlarının kentlerde yoğunlaşmasının önüne geçer ve dengeli bir bölgesel kalkınmaya önyak olur. Aynı zamanda kırsal nüfusun girişim faaliyetlerinde yerel kaynakların optimum kullanımı prensibi (Patel ve Chavda, 2013) küresel rekabette de dengeli bölgesel büyümeye katkı verir.

4. Sanatsal etkinliklerin desteklenmesi: Kırsal alandaki kültürel zenginlikler, sanatsal faaliyetler ve el sanatları korunarak geliştirilebilir.

5. Toplumsal sıkıntıların önüne geçme: Kırsal girişimciliğin artması, yoksulluk, gecekondulaşma ve kirlilik gibi bir takım sosyal problemleri azaltabilir.

6. Kırsal alandaki gençliğin harekete geçirilmesi: Kırsal girişimcilik, kırsaldaki gençleri harekete geçirebilir ve onların girişimciliği benimsemelerinde ve girişimciliği kariyer olarak tercih etmelerinde farklı alternatifler sunar.

7. Yaşam standardının iyileştirilmesi: Kırsal girişimcilik kırsal nüfusun okuryazarlığını artırır. Kırsal nüfusun artan eğitimi ve serbest meslek uğraşı onları zenginleştirerek ve başarılı kılarak yaşam standartlarını yükseltir.

Kırsal girişimciliğin önemi aynı zamanda kırsal alandaki gençlerin ve kadınların girişimciliğe özendirilmesinde de ortaya çıkmaktadır. Zira girişimciliğin gelişmesi ve girişimci bir topluluğun varlığı, kırsal alandaki diğer insanların da girişimciliğe uyum sağlayacağı bir kültürel değişimin ortaya çıkmasına zemin oluşturur. Rădulescu ve arkadaşlarının (2014) yaptıkları araştırma sonuçlarına göre, girişimcilikteki motivasyonel faktör ilk girişimsel adımdır. Yeni bir işletmenin kurulmasındaki en önemli argümanlardan biri de iyi bir yaşam standardının sağlanmasıyla ilgili beklentidir. Böyle bir beklentinin varlığı, oluşan girişim kültürü içerisinde, girişimde bulunma arzu ve isteğini genç nüfusta ve kadınlarda körükleyecektir.

Özellikle kırsal nüfus içerisinde bulunan kadınların istihdamı, kayıtlı işçi olarak çalışmalarının getirdiği avantajlar ve kadın girişimciliğin oluşumu kırsal girişimcilikle gerçekleşmekte, bu da kırsal kalkınmaya ivme kazandırmaktadır. Literatürdeki pek çok çalışma kırsal girişimcilik konusu içerisinde, kırsal girişimciliğin kırsaldaki kadınların girişimciliğine ve istihdamına verdiği katkıyı, ayrı bir başlık altında ya da daha geniş bir kapsam dahilinde ele almaktadır. Çünkü kırsal kesimdeki kadınların, ekonomide önemli rol oynamalarına rağmen, bilgi eksiklikleri ve bilgiye ulaşma konusundaki zayıflıkları sebebiyle çoğu zaman yaptıkları işle ilgili verimliliklerini ve mevcut potansiyellerini kullanma imkânının azaldığı düşünülür. Lashgarara ve arkadaşlarının (2011) yaptıkları çalışmada da görülmüştür ki, kırsal kesimde yeni bir işe başlayan kadınlar işle ilgili bilgi ve destekleyici sistemler konusunda oldukça zayıftır. Aynı zamanda, yeni girişimde bulunan kadınlar yatırım ve tasarruf gibi donanımlara, yönetim ve eğitim tecrübelerine de sahip değillerdir.

Kırsaldaki kadın girişimcilerin karşılaştıkları problemlerin temeli eğitim düzeylerinin düşüklüğü, girişimde buldukları işle ilgili altyapılarının yeterli olmaması ve zamanlarını kullanırken iş ve aile dengesini sağlamak zorunda kalmalarıdır. Kırsal alandaki yaşam tarzının daha ziyade ataerkil olması kırsaldaki kadın girişimcilerin karşılaştıkları problemlerden diğeridir. Ataerkil toplumlarda erkekler kadınların girişim faaliyetlerinin finanse edilmesini genellikle büyük bir risk olarak algılayabilmektedirler. Ayrıca, kırsaldaki kadınların okur-yazarlık düzeylerinin ve eğitim seviyelerinin düşüklüğü yeni teknolojilerin kullanımında cahil ya da beceriksiz olmaları sonucunu doğurmaktadır. Kadınların düşük risk alma istekleri, özellikle satış ve pazarlama konusunda altyapı eksikliği ve genellikle kendi tasarrufları ya da aile, akraba ve arkadaşlarından edindikleri borçlarla finans kaynaklarını sağlamaları kırsaldaki kadın girişimcilerin karşı karşıya kaldıkları problemlerin diğer kaynaklarını oluşturur (Mehta ve Mehta, 2011).

Kırsal girişimciliğin bir başka önemi ise örgütlenme ve stratejik iş birliklerinin kurulması açısından görülmektedir. Kırsal alanda tedarik araçlarına ulaşma, finansal kaynak yetersizliği, pazara ulaşma ve aracı kurumlara bağlı kalma gibi problemlerden dolayı kırsal girişimciler, kendi aralarında kooperatif, dernek vb. usullerle örgütlenerek, stratejik işbirliği yapmaya ve güç kazanmaya çalışmaktadırlar. Böyle bir sürecin ve oluşumun varlığı bir taraftan girişimciler arasında sinerji yaratıp, ekonomik gelişme ve kırsal kalkınmaya katkı sağlarken diğer taraftan da, daha büyük sermaye sahiplerine, siyasi güce ve bürokrasiye karşı dirençli durma

konusunda güç vermekte ve örgütlenme geleneğinin yaygınlaşmasını sağlamaktadır. Kırsal girişimcilik neticesinde örgütlenme olgusunun gelişmesi, sivil toplum olgusu ve sermayenin tabana yayılması demokrasinin de gelişmesi ve tabandan tavana doğru başka bir ifadeyle çevreden merkeze doğru daha kuvvetli ve gerçek anlamıyla vuku bulmasını sağlayacaktır.

2.3 Kırsal Girişimcilikle İlgili Problemler

Kırsal girişimcilikle ilgili problemler, kentlerdeki girişimcilikte yaşanan problemlerle bazı yönlerden benzerlik göstermektedir. Ancak, kırsal alanların coğrafya itibarıyla diğer alanlardan izole olması ve nispeten daha kapalı bir sistem özelliği gösteren kültür anlayışının varlığı kırsal girişimlerin yaşadığı sorunları kentlerdeki girişimcilerin sorunlarından farklılaştırır. Ayrıca, kırsaldaki girişimlerin boyutunun ağırlıklı olarak küçük, az miktarda da orta düzeyde olması, KOBİ'lerin yaşadıkları bütün problemleri kırsal girişimcilerin de yaşamalarına sebep olmaktadır. Bu bağlamlarıyla, kırsal girişimlerin yaşadıkları sorunların kaynağı çoğu zaman, yerel talebin sınırlı kalması, diğer pazar alanlarına ulaşmadaki güçlük, şebeke oluşturma fırsatlarının az olması, modern bilgi teknolojilerini kullanmayla ilgili bilgi ve becerilerinin eksikliği ve sınırlı sermaye olarak görülmektedir (Fuller-Love vd., 2006). Yapılan araştırmalarda kırsal girişimcilikle ilgili yaşanan sorunlar aşağıdaki gibi sınıflandırılmaktadır (Saxena, 2012):

1. Finansal problemler: Kırsal girişimcilerin çoğu, yeterli teminat gösteremedikleri için kredi ve fon bulma konusunda güçlük yaşamaktadırlar. Ayrıca, faiz oranlarının yüksekliğinden dolayı bankalardan borç almanın güç olması, kırsaldaki tüketicilerin satın alma gücünün düşüklüğü, satış hacminin yetersizliği, işe başlamak için finansman eksikliği, mal ve hizmetlerin fiyatlandırılmasından kaynaklanan 'azalan kâr oranları' vb. sebepler de finansal sorunlara yol açmaktadır. Finansal kaynakların ve dış desteklerin eksikliği kırsal girişimciler için risk alma kapasitesini düşürmekte, böylece sürdürülebilir rekabet güçlerini azaltmaktadır.

2. Pazarlama problemleri: Kırsal girişimler, pazarda doğrudan nihai tüketiciye ürünlerini satabilirler ya da aracı kurumla ürünlerini pazara yönlendirirler. Aynı zamanda, büyük ölçekli firmaların ve kentlerdeki girişimcilerin tamamlayıcısı olarak da faaliyet gösterebilirler. Ancak, kırsal alanlarda, yüksek girdi maliyetinden dolayı yüksek ürün maliyetine maruz kalınır. Ürün maliyetinin yüksekliği ve ürünlerinde standardizasyonu yakalamadaki eksiklikleri kırsal girişimlerin, kentlerdeki KOBİ'lerle ve büyük ölçekli firmalarla rekabetini güçleştirir. KOBİ özellikleri ve finansal kaynakların sınırlı olması dolayısıyla çoğu kırsal girişim ürünü herhangi bir markaya sahip değildir, markası olanlar ise markalarına ve satış promosyonlarına harcama yapmayı göze alamayabilirler. Kırsal girişimcilerin, büyük miktardaki kârı ceplerine indiren araçlara bağımlı olmaları, depolama tesislerinin ve nakliye araçlarının yoksunluğu, diğer pazarlama problemlerini oluşturur.

3. Yönetim problemleri: Bilişim teknolojileriyle ilgili bilgi eksiklikleri, teknik bilgi eksiklikleri, yasal işlemlerle ilgili bilgi eksiklikleri ve lisans alma gibi hususlarda birtakım yasal formalitelere uyum sağlama zorlukları, hammadde temini, depolanmasıyla ilgili problemlerin ortaya çıkardığı düşük hammadde kalitesi kırsal girişimcilerin yönetim problemleri olarak ifade edilmektedir. Kırsal girişimciliğin gelişmesindeki en önemli yönetim problemlerinden bir diğeri de standart araç ve ekipman eksikliği ve düşük hammadde kalitesinden dolayı ürünlerin kalitesinin de düşük olmasıdır.

4. İnsan kaynağıyla ilgili problemler: Kırsal alanda çalışan işçilerin ucuz iş gücü olmalarına rağmen, düşük eğitim ve beceri düzeyi personel devir oranlarının yüksek olması, hem çalışanların hem de girişimcilerin yenilikçi düşüncelerinin nispeten daha kısıtlı olması insan kaynağıyla ilgili problemlerine temel teşkil eder. İnsan kaynağıyla ilgili bir başka problem ise girişimcilik fırsatlarıyla ilgili bilinç ve bilgi eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Aile, toplum ve diğer destek grupları, kişilerin bir kariyer olarak girişimciliği tercih etmelerinde çok cesaret verici değildir. Bu bağlamda kırsal alanlarda girişimcilik kültürü zayıf kalabilmektedir.

3 Bir Kırsal Girişimcilik Örneği Olarak Yatağan Beldesi

Kırsal girişimcilik çalışmasının araştırma alanını kırsal bir alan olan Denizli Yatağan beldesindeki üretim ve girişimcilik süreci ve faaliyetleri oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı; Yatağan beldesindeki üretim ve girişimcilik faaliyetlerinin tarihsel geçmişini, üretim ve girişimcilik kültürünün oluşumunu ve Yatağan'daki günümüz üretim ve girişimcilik anlayışına yansımaları, halihazırdaki üretim konusunun ne veya neler olduğunu ve mevcut girişimcilik sürecini keşfetmektir. Araştırmanın ikinci amacı, Yatağan'daki kırsal girişimciliğin kırsal kalkınmaya, örgütlenme faaliyetlerine ve kırsaldaki kadınların istihdamına ve girişimciliğine etkisini araştırmaktır. Araştırmanın üçüncü amacı ise kırsal girişimciliğin gelişmesi ve karşılaştığı problemlere çözüm getirilebilmesi için önerilerde bulunmaktır. Bu doğrultuda hazırlanan araştırma soruları şunlardır:

1. Yatağan'daki üretimin ve girişimciliğin tarihsel ve kültürel geçmişi nasıldır?
2. Yatağan'da girişimcilik faaliyetleri nasıl gerçekleşmektedir?
3. Kadınlar işgücü istihdamında ve girişimcilik sürecinde hangi ölçüde ve nasıl yer almaktadırlar?
4. Yatağan'da üretilen ürünlerin hammaddesi ve ara mamulü nasıl tedarik edilmektedir?
5. Yatağan'da üretilen ürünlerin pazarı nasıl oluşmaktadır?
6. Yatağan'da bu üretimle ilgili halkın oluşturduğu birlikler, örgütler var mıdır?

Araştırmada bahsi geçen sorulara cevap aramak ve incelemek üzere ilk aşamada Yatağan'daki üretimin ve girişimciliğin tarihsel ve kültürel geçmişini ve bugünkü durumunu incelemek üzere kaynak taraması yapılmıştır. Daha sonra araştırmacılar tarafından bizzat Yatağan'a gidilerek yarı biçimsel mülakatlar yapılmış ve mülakattan elde edilen bilgiler yorumlanmıştır. Yapılan mülakatlara 4'ü kadın 19'u erkek olmak üzere 23 kişi katılmıştır. Yatağan'da kadınların eşlerine üretimde yardımcı olmaları sebebiyle, 4 mülakata kadın ve kocası beraber katılmış ve beraber cevap vermişlerdir. Mülakata katılan kişiler şunlardır:

Hüseyin Can (78 yaşında, hala çalışan en eski usta, yatağan, kılıç, bıçak ve diğer kesici aletleri üretiyor); Ali Vehbi Kocakaya (Kesici el aletleri pazarlıyor, aynı zamanda kemik tarak ustası); Ziya Karaca (YABELTAŞ'ın müdürlüğünü yapmış ve usta); Şener Yatağanbaba (Şimdiki kooperatifin başkanı, bıçak ve kemik tarak yapımı ustası); Süleyman Şahin (Usta, el yapımı bıçaklar ve kılıçlar yapıyor); Osman Can (Usta, el yapımı bıçaklar ve kılıçlar yapıyor, film endüstrisine ve koleksiyonerler yaptığı ürünlerle tanınıyor); Abdurrahi Aydın (Usta, el yapımı ürünlerini İstanbul'da işportada satıyor); Hidayet Akın (Usta, Eski kütüphane memuru); Gürkan Çalhan (Usta); Mehmet Ali Aslankaya (Usta)-Aysel Aslankaya (eşine üretimde yardım ediyor); Ali İhsan Güner (usta)-Fatmahanım Güner (eşine üretimde yardım ediyor); Erkan Can (Usta)-Tülay Can (eşine üretimde yardım ediyor); Mehmet Yurttürk (Usta)-Ayşen Yurttürk (eşine üretimde yardım ediyor); Mehmet Baykara (Kazma ağız üreten atölyenin ortağı ve yöneticisi, kardeşiyle beraber çalışıyor); Vehbi Aydın (Lazer markalama yapıyor); Hüseyin Kocakaya (Bıçak ustası, Aşık-Ozan, Yatağan'a mahsus eski ev eşyaları ve üretim aletlerini, kendisinin müze olarak tanımladığı yerde sergiliyor); Alim Ayduvan (Usta, Yatağan Esnaf ve Sanatkarlar Odası Başkanı); Hüseyin Ayduvan (Koyun kırpma makası ve bıçak atölyesinin ortağı, babası ve iki kardeşiyle beraber çalışıyor); Tuncer Tunçbilek (1994-2004 ve 2009-2014 yıllarında görev yapan Yatağan eski belediye başkanı)

3.1 Geçmişten Günümüze Yatağan Beldesinin Üretim Ve Girişimcilik Kültürüyle İlgili Elde Edilen Bilgiler

Yatağan, Denizli şehir merkezine 34 kilometre, bağlı olduğu Serinhisar ilçesine 10 kilometre uzaklıkta bulunan bir beldedir (www.haritatr.com, 2016). Kesici aletler üretimiyle bilinen Yatağan beldesinin Türk yönetimine geçiş tarihi 1200'lü yıllara uzanmaktadır. Daha önceden ilçe olan fakat Denizli ilinin büyükşehir olmasıyla belde olan Yatağan, ismini de üretim konusundan almıştır. Yatağan ismiyle ilgili bilinen iki rivayet vardır. Bir rivayete göre, Yeniçerilerin bellerine bağladıkları meşinden yapılan silahlığın içine, kılıçların ya da bıçakların yanlamasına yatık olarak koyulması sebebiyle bu savaş aletlerine yatağan adı verilmiştir. Bir başka rivayete göre ise, Selçuklu komutanı olan Osman Bey'in Yatağan Baba namıyla ün salmış olmasından kaynaklıdır. Belde ismini Osman Bey'in namı dolayısıyla kazanmıştır. Tüm dünyada Türk kılıcı olarak bilinen Yatağan, döneminin diğer kılıçlarına göre çok daha keskin, sağlam ve sanatsal olarak göz alıcı bilinir. Kabzasının baş kısmı iki kulak şeklinde olup Y harfine benzemektedir. Daha çok yeniçeriler ve zeybekler tarafından kullanılan yatağanlar, kılıçtan daha küçük ve hafif olduğu için belde taşınması daha kolaydır (pamukkale.gov.tr, 2016).

Hüseyin Can'la yapılan mülakattan ve taranan belgelerden elde edilen bilgiye göre Yatağan, Selçuklu Sultanı Alaaddin Keykubat'ın uç beylerinden olan Osman Bey ve komutanı Abdi Bey tarafından kurulmuştur. Yatağan'ın Türk yönetimine geçmesinde önemli rolü olan Osman Bey daha sonra buraya yerleşerek, Orta Asya'dan getirdikleri demircilik sanatını icra etmiş ve yöre halkına öğretmiştir. Pala ve kılıç yapımında uzmanlaşan Yatağanlılar, Osmanlı ordusuna ve yeniçerilerine de üretim yapmış ve bu konudaki başarılarından ve uzmanlıklarından ötürü Osmanlı Padişahları Yatağan'ı sancak ve beraat ile ödüllendirmişlerdir. Yatağan'da aynı zamanda barut üretimi de yapılmıştır. Osmanlı ordusunun pala, kılıç, barut gibi savaş silahlarının üretim yeri olan Yatağan, İstanbul'un fethinde kullanılan barutların üretim merkezi olması dolayısıyla bir kez daha önem kazanmıştır. Silahın icat olmasıyla beraber Yatağan'ın silah üretimi konusundaki uzmanlığı da zaman içerisinde önemsizleşmeye başlamıştır. Bunun yerine özellikle Cumhuriyet döneminde kılıç ve pala yapma işi, mutfak, ziraat ve el aletleri gibi diğer kesici aletleri yapmaya kaymıştır (Ekol, 2000). Ayrıca, milli mücadele yıllarında baruta duyulan ihtiyaç sebebiyle Yatağan Derin-çay mevkiinin içi bir barut imalathanesi olarak kullanılmış, her aileye burada bir yer verilmiştir. Barut üretiminin de neredeyse bıçak kadar eski bir tarihi olduğu düşünülmektedir (Baykara, 2013). Hatta milli mücadeleden daha sonraki zamanlarda barut üretimine gizlice devam edilmiş fakat birkaç kişinin üretimde ölmesi dolayısıyla günümüze taşınmamıştır. Bunların haricinde Yatağan'da tarakçılık, iplikçilik, kilim dokumacılığı, leblebicilik, kalaycılık gibi üretimler de yapılmıştır. Yapılan mülakatlarda, Ali Vehbi Kocakaya ve Hüseyin Kocakaya'dan elde edinilen bilgiye göre Yatağan'da eski barutlu köstebek tüfeğinin Hüseyin Kocakaya'nın babası tarafından yapıldığı öğrenilmiştir. Ayrıca mülakatlarda kemik tarak yapımının da günümüzde devam ettirildiği ifade edilmiştir.

Yatağan ekonomisinin önemli bir kısmı günümüzde hâlâ ev tipi sanayi faaliyetiyle kesici aletlerin üretim ve pazarlamasına dayanmaktadır. Üretim atölyeleri çoğunlukla evlerin yanında ve genellikle de evlere bitişiktir. Bu konuda dikkat çeken bir diğer husus Yatağan ve çevresinde demir yatağının bulunmamasıdır. Keza tarihi dönemlerde de işletilmiş bir demir yatağı yoktur. Yatağan'ın mevcut üretim sisteminin haricindeki bir diğer geçim kaynağı tarım ve hayvancılıktır (Koca ve Bayram). Belde sınırları içerisindeki ovalık tarım arazilerinin %25'lik bir kısmı sulanabilir olup, halihazırda meyve, sebze ve tütün yetiştirilmekte, bağcılık yapılmakta, özellikle son yıllarda kültür mantarı üretilmektedir. Hane halkının az bir kısmı da büyükbaş ve küçükbaş hayvancılıkla uğraşmaktadır (Denizli Ticaret Odası, 2012).

Yapılan mülakatlar ve gözlemler neticesinde görülmüştür ki, Yatağan beldesi üretim geleneğini devam ettirmektedir. Daha ziyade aile işletmeleri içerisinde gerçekleşen üretimin önemli bir kısmı, bıçak, çakı ve özellikle kurban bıçağı şeklindedir. Ancak keser, nacak ve balta ağzı yapan, koyun makası kırpma üretimi yapan ve bunları yurt dışına ihraç eden 4-5 büyük atölyeye de rastlanmış, bunların iki tanesinde de mülakat yapılmıştır. Yatağan ve kılıç üretimi ise süs eşyası sınıfında devam etmektedir. Bununla beraber, çıraklığını çok küçük yaşlarda amcası Hüseyin Can'ın ve babasının yanında yaptığını söyleyen Osman Can'la yapılan mülakatta, yatağan ve kılıcın film sektörü için ve koleksiyoncular için de imal edildiği ve yüksek fiyatla satıldığı öğrenilmiştir. Süleyman Şahin ise işi ilk önce bıçak yapan babasından öğrenmiş fakat daha sonra Ziya Karaca ve dönemin belediye başkanı Tuncer Tunçbilek'in teşvikleriyle kılıç ve yatağan yapım işini de üretimine eklemiştir. Kendisi el işi olarak ürettiği ürünlerini daha ziyade Kültür Bakanlığı El Sanatları Fuarında satışa çıkardığını ve tek bir ürününü dahi 1500 TL'den 15-20 milyar TL'ye kadar satış yaptığını ifade etmiştir. Hidayet Akın, tamamen kendi denemeleriyle bıçak ve kılıç yapımını öğrenmiştir. İnternet üzerinden aktif şekilde satış yapan Hidayet Akın, bu işi devam etmesi için gençleri sürekli desteklediğini ve hatta onlardan topluca bıçak alıp, daha sonraki zamanlarda sattığını ifade etmiştir. Yapılan gözlemlerde Hidayet Akın'ın deposunda çok fazla miktarda ürün bulunduğu görülmüştür. Keza, ata mesleğinin icra edildiği Yatağan'da adeta "internet devriminin" yaşadığı iddia edilmektedir. Siparişlerini internette alan ve siparişlere yetişemediklerini belirten Yatağanlı ustalar el emeği-göz nuru döktükleri ürünlerini lazer teknolojisiyle süslemekte ve çoğunlukla internette satışa çıkarmaktadırlar (Milliyet, 2016). Bugün Yatağan, uluslararası pazarlara açılmak için de emek vermektedir. Büyük Şehir Belediyesi'nin ve Serinhisar Belediyesi'nin verdiği destekle Yatağan bıçaklarını uluslararası alanda tanıtmak amacıyla Fransa'nın Thiers kentinde düzenlenen Dünya Bıçakçılık Başkanları etkinliklerine Denizli Büyükşehir Belediyesi Turizm ve Tanıtım Şube Müdürü Samet Başer ile Yatağanlı 3 bıçak üreticisi katılmıştır. Organizasyona ev sahibi Fransa ile ABD, Rusya, Japonya, İspanya, İtalya, Avusturya, Çek Cumhuriyeti ve Bulgaristan'ın yanı sıra Türkiye'den sadece Denizli davet edilmiştir. Etkinlikte, Yatağan bıçaklarının tarihi anlatılmış ve Yatağan ürünlerinin tanıtımı yapılmıştır (www.denizli.bel.tr, 2016).

3.2 Yatağan Beldesinde Girişimcilik Süreci

Bir kırsal bölge olan Yatağan, geçiminin önemli bir kısmını kesici aletlerin üretimi ve pazarlamasından kazanıyor olması sebebiyle çalışmanın konusunu bu üretim alanındaki girişimcilik faaliyetleri oluşturmuştur. Yatağan üreticilerinin önemli bir kısmı atölyelerini öz sermayeleriyle kurmuş olup, bu konuda kredi almamaya dikkat etmişlerdir. Aldıkları kredileri de işletmeleri için değil daha ziyade kooperatif aracılığıyla almışlar ve evlerini yapmak için kullanmışlardır. Mülakat yapılan ustalardan sadece Hidayet Akın işiyle ilgili kredi aldığını ve hâlâ ödeme yaptığını belirtmiştir. Mülakat yapılan hemen hemen bütün ustalar (girişimciler) işi babalarından gördüklerini, ayrıca başkalarının yanında da çıraklık yaparak öğrendiklerini, daha sonra da askerden geldikten sonra kendi iş yerlerini kurduklarını beyan etmişlerdir. Evlerinin yanında kurdukları küçük atölyeler için büyük sermaye gerekmemiştir. İşletmelerin çoğunluğu aile işletmesidir. Yapılan işlere genellikle eşleri de katkı vermekte, okuldan geldiklerinde ya da yaz tatillerinde çocukları da üretimde yer almaktadırlar. Üreticilerin bir kısmı sadece bıçak, çakı gibi ürünleri üretirken, bir kısmı, tarım işlerinde kullanılabilecek keser, nacak, balta gibi aletleri de üretmektedirler. Benzer şekilde bıçak üreten atölyelerin bir kısmında yukarıda da ifade edildiği gibi Yatağan ve Kılıç üretimi de gerçekleşmektedir. Eski Türk usulü dövme kılıç yapan tek kişi Hüseyin Can'dır. Hüseyin Can bütün ürünlerini kendi el emeğiyle yaptığını, el ustalığı gerektiren hiç bir işi başkasına hatta oğullarına dahi yaptırmadığını söylemiştir. El işi kılıç yapan diğer ustalar ise Osman Can ve Süleyman Şahin'dir. Ürünlerini kendilerinin tasarladıklarını, kimi ürünlerin müşterilerden tasarlanarak geldiğini ve kataloglardan ya da gittikleri festival ve fuarlardan tasarım öğrendiklerini ifade etmişlerdir. Ancak ürünlerine, başka yerlerden tasarım görseller bile, kendi yaratıcılıklarını da katmaktadırlar. Keza Abdurrahim Aydın, yaptığı üretimle ilgili "bu bir sanat, bu bir aşktır" demektedir. İstanbul'da sattığı ürünlerini farklılaştırmak için ürünü satın alan kişinin ya da ürünün hediye edileceği kişinin adını ve satın alınan tarihi ürüne işlemektedir. A. Aydın, "kafama bir şey takılırsa gece kalkar yapardım ama bu işi bize asıl müşteri öğretir, siparişi ve dizaynı o belirler" diye eklemiştir. Keza mülakata katılan pek çok usta da bu işi severek yaptıklarını belirtmişler, özellikle Hidayet Akın ve Gürkan Çalhan bu işi yaparken büyük bir heyecan duyduklarını, gece yataktan kalkıp ürünün başına geçtiklerini vurgulamışlardır. Bunun haricinde Gürkan Çalhan 46 çeşit ürün yaptığını ve ürünlerini Azerbaycan'a, Pakistan'a, Hava Kuvvetlerine, Deniz Kuvvetlerine, ASELSAN'a, Genel Kurmay'a Atatürk Kültür Merkezi'ne ve İstanbul Emniyet Müdürlüğü'ne yapmaktadır. Yaratıcılık ve pazar konusunda farklılaşan bir diğer isim ise Hüseyin Kocakaya'dır. Kocakaya daha önceden kendi yaptığı traktörünü Yatağan'da rahatlıkla kullandığını, araba da yaptığını fakat fren aksamını beceremediğini anlatmıştır. Kendi geliştirdiği ayrı bir yöntemle bıçakların üzerine yazı yazan Kocakaya el yapımı bıçak üretmekte bunu da kıymetini artırmak için çok sayıda değil hafifada sadece iki üç tane yaparak sattığını ifade etmiştir. Aynı zamanda Kocakaya Yatağan'da 100-150 yıllık, üretimde kullanılan eşyaları ve diğer alet edavatı toplayıp, bunlardan küçük bir müze oluşturmuştur. TRT, NTV gibi ulusal kanallar ve yerel kanallar Kocakaya'nın tanıtımını yaptığı bu müzede çekimler yapmıştır.

Mülakat yapılan iki daha büyük atölye bugün yönetiminde ve sahipliğinde bulunan kişilerin babaları tarafından kurulmuştur. Daha ziyade nacak, balta, keser yapımıyla bilinen fakat bıçak üretimi de yapan atölyenin sahiplerinden Mehmet Baykara, bıçakçılığın dede mesleği olduğunu, daha sonra babasının Almanya'da bıçakçılık

konusunda dövme işinde çalıştığını, yurda dönünce de Almanya'da gördüğü makineleri İstanbul'da yaptırıp, Yatağan'da fabrika kurduğunu ve ilk kerpeten yaparak işe başladıklarını ifade etmiştir. Kısa süre önce Almanya'ya ziyaret gayesiyle giden Baykara, Alman bir ortakla yapacağı stratejik iş birliğinin ilk sözlü girişimlerini yapmıştır. Almanya'daki firmaya fason olarak medikal ürünler üretmeyi planlamaktadırlar. Halihazırda üretilen mamullerin satışlarının bir kısmı kendi markasıyla, bir kısmı da fason olarak yapılmaktadır. Ürünlerinin dağıtım işini toptancılar yapmaktadır. Kendisi ağabeyi ile ortaktır. Atölyede daha önceden 11 kişi çalışırken, makineleşmeden dolayı artık 8 kişinin çalıştığı ifade edilmiştir. Diğer büyük atölyenin sahiplerinden biri olan Hüseyin Ayduran, kardeşi ve babasıyla beraber işi yürütmektedir. İşletme 1979 yılında babaları tarafından kurulmuştur. Bıçak ve koyun kırpma makası üreten işletmede 30 kişi çalışmaktadır. Ayduran en büyük rakiplerinin fiyat avantajlarından dolayı Çin olduğunu, fakat kendilerinin Çin'den daha kaliteli üretim yaptıklarını, bu işin bir miktar da Avusturalya'da yapıldığını anlatmıştır. Ürünlerini Türk Cumhuriyetleri, Ortadoğu, Dubai ve Kuveyt'e ihraç ettiklerini, günlük 2000 tane mal ürettiklerini ve işletmelerini artık daha fazla büyütmececeklerini söylemiştir. Buna sebep olarak da pazarın belirli olduğu ve pazarın da daha fazla büyümediği gösterilmiştir. Yapılan gözlemlerde işletmenin Sürmene bıçaklarına da fason üretim yaptığı görülmüştür.

Tedarik malzemelerinin önemli bir kısmı başka illerden ve ülkelerden gelmektedir. Bıçaklar daha ziyade Ereğli çeliğinden yapılmaktadır. Kılıçlar için kullanılan çelik ise İstanbul'daki toptancılardan alınmakta, İstanbul'a da Avrupa'dan (Fransa ve Almanya) gelmektedir. Ancak Osman Can, domeskus bıçağının çeliğinin Pakistan'dan İstanbul'a geldiğini belirtmiştir. Ayrıca Hüseyin Can ve Osman Can, kılıç çeliğinin arabaların makas yayı olduğunu, bunu da hurdacıardan temin ettiklerini belirtmişlerdir. Bıçak, yatağan ve kılıçların sapları ise daha ziyade Kahramanmaraş ve Gaziantep'ten toptancılar tarafından getirilmektedir. Yatağan'da ayrıca son beş aydır lazerle markalama işine ve yazı yazma işine de başlanmıştır. KOSGEB'den aldığı girişimcilik dersleriyle Vehbi Aydın, KOSGEB'e hazırladığı proje neticesinde babasıyla İstanbul'dan getirttiği lazer makinesinde kılıç ve bıçakların üstüne yazı yazmakta, logo ve marka işlemektedir.

Ürünlerin pazarlamasında en yaygın kullanılan araç internettir. Hemen hemen bütün ustaların ürünlerini pazarladıkları bir web sitesi mevcuttur. Hatta Erkan Can siparişlerini artık whatsapp aracılığıyla pazarladığını ifade etmiştir. Bir diğer satış yöntemi ise özellikle mutfak ve tarım aletlerinde toptancılar vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Pazarlama işini yapan kişilerden biri de Ali Vehbi Kocakaya'dır. Kocakaya, kendisinden başka iki işletmenin daha bu pazarlama işini yaptığını fakat onların malları toplayıp, toptancı olarak Türkiye'nin diğer şehirlerine gidip sattıklarını, kendisinin ise tabletime depoladığı ürünleri götürüp müşterilere gösterdiğini, daha sonra siparişleri yerlerine ulaştırdığını ifade etmiştir. Bu açıdan Yatağan üreticisinin modern pazarlama yöntemlerinden yararlandıkları ve araçlara bağlılıklarını da nispeten dengeledikleri söylenebilir. Ancak, iki büyük atölyenin haricinde üreticilerin hemen hemen hepsi internet kullanıyor olmalarına rağmen ve ürünlerini yurt dışında daha pahalıya satacaklarını söylemelerine rağmen ihracat yapamamaktadırlar. Bilal Can'ın ifadesiyle internette uluslararası sitelere girmeyi becerememektedirler, bunun en büyük sebebi yabancı dil bilmemeleridir. Hatta kendisine 5-6 kez sipariş gelmesine rağmen ürünlerini yollamayı beceremediğini söylemiştir.

3.3 Yatağan'da Kadın Girişimciliği ve Kadın İstihdamı

Yatağan'da kadınların kesici alet üretiminde yer almaları çok önceki tarihlerden itibaren söz konusudur. Pek çok atölyede ustalarının anne-baba ve kardeşleriyle üretim yaparken çocukken çekildikleri fotoğraflara rastlanmıştır. Tuncer Tunçbilek'ten edinilen bilgiye göre bundan takriben 20-25 yıl önce Halk Eğitim Merkezi'nin açtığı kursta Yatağanlı kadınlar halı dokumayı öğrenmişler ve kurulan atölyede ücretli olarak bir firma adına halı dokumuşlardır. Ancak, kadınlar için evde bıçak üretimine katkıda bulunmak daha elverişli geldiği için halı atölyesinden çıkıp, evlerinde eşlerine üretimde katkı vermeye devam etmişlerdir. Kadınların önemli bir kısmının sigortasız çalıştığı sadece bir tanesinin Bağkurulu olduğu görülmüştür. Mülakata katılan dört kadın da bekarken bu işi yapmadıklarını evlendikten sonra işi eşlerinden öğrendiklerini, ücret almadıklarını fakat işin zaten aile işi olduğunu, keselerinin bir olduğunu, para konusunda hiçbir zaman problem yaşamadıklarını vurgulamışlardır. Kadınların üretime katkısı, genellikle sapların ısıtılması, sapların çakılması, bıçakların yüzlerinin silinmesi şeklinde olmaktadır. Bu anlamda Yatağan'da kadın girişimciliği olmadığı gibi gerçek anlamda bir ücretli ve sosyal güvenceli kadın istihdamı da mevcut değildir.

3.4 Yatağan Ustalarının Üretim ve Pazarlama Faaliyetleriyle İlgili Örgütlenme Tecrübeleri

Yatağan'daki örgütlenme tecrübesinde ilk kurulan dernek Berlin-Denizli Yatağanlılar Yardımlaşma Derneği'dir. Ziya Karaca'nın verdiği bilgiye göre Almanya'da çalışan işçilerin bir araya gelip Almanya'da kurdukları dernektir. Derneğin Yatağan'daki temsilcisi Ziya Karaca'dır. Karaca, bu dernek aracılığıyla toplanan paralar vasıtasıyla 100 aileye bakıldığını ve 7-8 üniversite öğrencisi de dahil öğrencilerin okutulduğunu anlatmıştır. Ancak Almanya'dan geri dönüşler sonucunda dernek eski faaliyetlerine devam edememiş ve kapanmıştır. Derneğin faal olduğu dönemde, Belediye Başkanı Tuncer Tunçbilek Almanya'ya gitmiş, Solinger fabrikasını gezmiş ve oradan edindiği bilgilerle Denizli'ye gelerek ortaklı bir sanayi sitesinin kurulması için çaba sarf etmiş ve 100 dönümlük yer alınmıştır. Üyelerden bir miktar para toplandıktan sonra Süleyman Demirel'in o alanı devlet yatırımına dahil etmesiyle paranın asıl büyük kısmı devletten sağlanmıştır. Ancak istisna sürecinin çok uzun yıllar devam etmesi ve iktidarın değişmesiyle yatırım öylece kalmıştır. Alim Ayduran, eğer orası faaliyete geçerse hem müşteri açısından hem de üretici açısından çok iyi bir gelişmenin olacağını ifade etmektedir.

Daha sonra Almanya'daki dernek üyelerinden ve KOSGEB'den alınan desteklerle Ortak Kullanım Atölyesi oluşturulmuştur. Bu atölye için Tunçbilek Almanya'ya gidip taşıma makinesi olarak Yatağan'a getirmiştir. Ayrıca ısıl işlem makinesi alınmış fakat birtakım üretim problemleri ve hammaddede standardının sağlanamaması sebebiyle bu girişim de neticelenememiştir. Tunçbilek bu girişimlerinde istediği başarıyı yakalayamamasına rağmen, Yatağan'da belediye bünyesinde bilgisayar ve internet kursunun açılmasını ve ustaların bilgisayar ve internet öğrenmelerini sağlamıştır. Bugünkü inter pazarlamacılığının alt yapısı o dönem atılmıştır.

Yatağan'daki bir diğer örgütlenme ise Yatağan Bıçakçılık ve El Aletleri Anonim Şirketi'dir (YABELTAŞ). Bu şirketin kurulması T. Tunçbilek ve Z. Karaca öncülüğünde halk sermayesiyle gerçekleşmiştir. Yöneticiliğini Z. Karaca yapmıştır. Yatağan bıçaklarının tek bir marka altında pazarlanması gayesiyle oluşturulan ve Yatağanlıların yaptıkları bıçakları bu marka altında daha iyi fiyata satmayı amaçlayan firma, ulusal medyada ses getirecek kadar önemli işlere imza atmış fakat halkın sözleşmeye uymayarak bireysel satışlarını müşteriye daha ucuza yapması sebebiyle uzun süre devam edememiştir. Halihazırda Yatağan'da devam eden bir kooperatif vardır. Kooperatif başkanı Şener Yatağanbaba kooperatifin daha ziyade toptancılık yaparak üyelerine yardımcı olmaya çalıştığını ifade etmiştir.

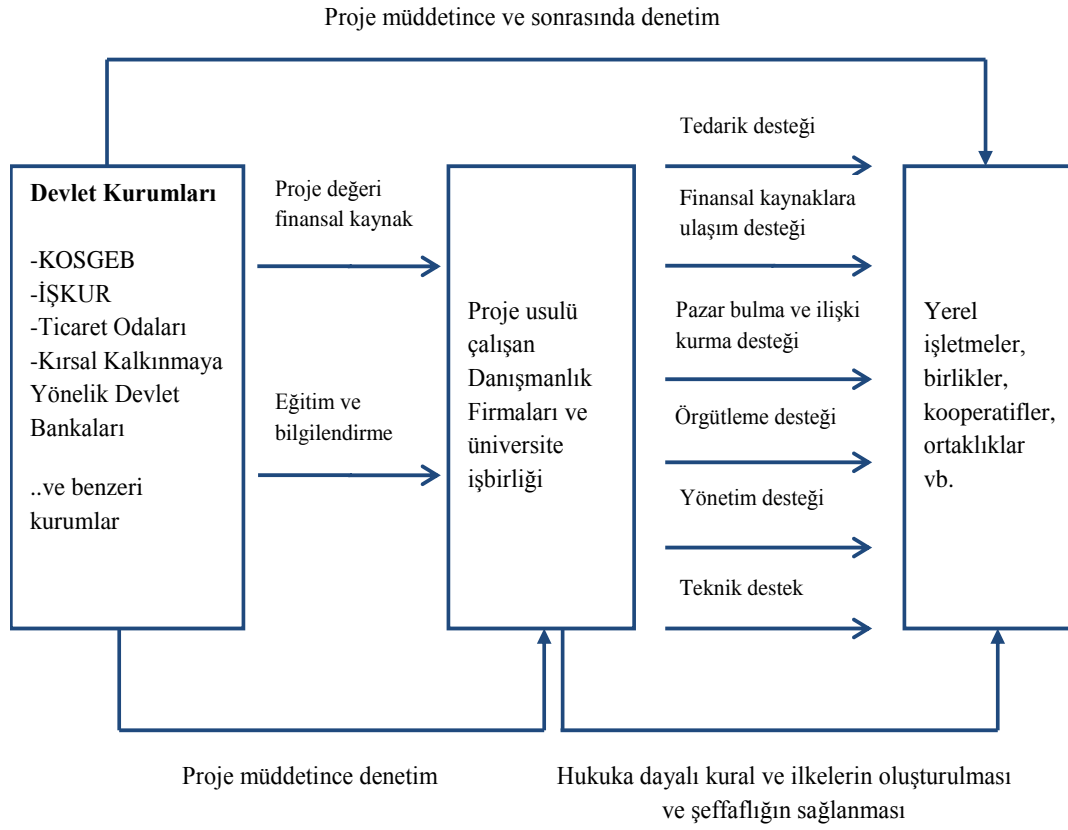
Mülakat yapılan kişilere örgütlenmenin neden bir türlü yapılamadığı sorulduğunda, örgütlenmeye hâlâ ihtiyaç olduğu fakat insanların birbirlerini kıskanmaları ve birbirlerine güvenmemeleri sebebiyle örgütlenemedikleri ifade edilmiştir. Hatta "burada kardeş kardeşle bile geçinemez" denilmiştir. Yatağanlı girişimciler örgütlenme becerilerini uzun süre sürdürmedikleri gibi devlet kurumlarından da yararlanmayı becermekte güçlük çekmekte, KOSGEB, İş-Kur, Kırsal Kalkınma vb. yerlerden kredi ve hibe alamamaktadırlar.

4 Sonuç

Görülmektedir ki, Yatağan'ın girişimcilik ve üretim geleneği yüzyıllar öncesine dayanmaktadır. Kırsal bir alan olan Yatağan, sadece kendi ihtiyacını karşılayacak kadar tarım yapmasına rağmen el sanatları ve geleneksel ürünlerin üretimi ve pazarlamasında günümüz rekabet şartlarına ayak uydurmaya çalışmaktadır. Çok küçük atölyelerde hane halkıyla çalışmaları sebebiyle henüz işgören ve yönetim konusunda problem yaşamamaktadırlar. Ancak bir takım finans kurumlarının ve kamu kurumlarının kendilerine sundukları fırsatlardan nasıl yararlanacaklarına dair bilgi ve iletişim düzeyine sahip değillerdir. Bu sebeple danışmanlık firmalarının proje yönteminden yararlanma yoluna gidilmelidir. Ancak gerek danışmanlık firmalarına gerekse bu firmalardan yararlanan kırsal girişimcilere devlet kurumları tarafından denetimlerin yeterli ve etkili yapılması gereklidir (İrmiş ve Eroğlu, 2015). Bu durum kırsal kalkınmanın motorgücü olan kırsal girişimciliğin yönetim ve organizasyona dayalı kurumsallaşma süreciyle gerçekleştirilmelidir (Şekil 1). Bu kurumsallaşma modeliyle kırsal alanda bir değer zinciri yaratılabilecek ve çok daha fazla katma değer, etkinlik ve verimlilik sağlanabilecektir. Böylelikle, uzun dönemdeki kırsal kalkınma yüksek değerli bir toplumsal kalkınmaya dönüştürülebilecektir.

Yatağan'daki kadınların tercih ettikleri çalışma alanı eşlerinin yanında üretime katkı şeklinde olsa bile, kadınlara iş eğitimlerinin verilmesi, kayıtlı çalışanlar haline getirilmeleri, böylece sosyal güvencelerinin de olması sağlanmalıdır. Hatta kadınlar için verilecek girişimcilik eğitimiyle Yatağan'daki mevcut kaynakların kullanımına ve yeni kaynak ve fırsatların keşfedilmesine yönelik yeni bir girişim ve istihdam alanı açılabilir.

Aynı zamanda Yatağan'daki örgütlenme geleneğinin tekrar harekete geçirilip, daha bilinçli ve güven esaslı ilerlemesi sağlanmalıdır. İşbirliğiyle oluşturulacak strateji çok daha etkili üretim ve pazarlama imkânı verecektir. Şimdilik çok kısıtlı sayıda üretici dünya pazarlarına açılmışken, böyle bir işbirliğinin sağlanması Yatağan ürünlerinin dünya markası olması ve daha fazla kazanç elde etmesinin önünü açacaktır. Ancak önceden açılan bilgisayar kursu gibi yabancı dil kursunun da açılması ve ustaların dil öğrenmesine katkı verilmesi gereklidir. Yahut bu konuda birkaç kişi görevlendirilmeli ve internet aracılığıyla yurt dışıyla gerekli irtibatlar kurulmalıdır. Bu da örgütlenme ve işbirliği neticesinde gerçekleştirilebilecektir.



Şekil 1. Kırsal Giriřimcilige Yönelik Yönetim ve Organizasyona Dayalı Kurumsallaşma Modeli

Kaynakça

- Abdioğlu H., Yavuz S., 2013. “İşletmelerde Sosyal Sermayenin Ölçümlemesi ve Raporlanmasına Yönelik Bir Araştırma”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, **15/1**, s. 28.
- Baykara T., 2013. **Yatağan: Her Őeyi ile Tarihi Yařatma Denemesi**, Atatürk Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları, Ankara.
- Çekiç İ. T., Ökten A. N., 2009. “Sosyal Sermaye Perspektifinden Kırsal Kalkınma Sorunsalına Yeniden Bakış”, *Megaron*, **4/3**, s. 205, 207, 210.
- Denis-Jacob J., 2012. “Cultural Industries in Small-sized Canadian Cities: Dream or Reality?”, *Urban Studies*, **49/1**, p. 97.
- Denizli Büyükşehir Belediyesi, <http://www.denizli.bel.tr/Default.aspx?k=haber-detay&id=16132>, Erişim tarihi: 27.05.2016.
- Denizli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, İlçeler, <http://pamukkale.gov.tr/tr/Ilceler/Serinhisar>, Erişim tarihi: 29.05.2016.
- *Denizli Ticaret Odası İki Aylık Haber, Finans, Araştırma ve İnceleme Dergisi*, 2008. Denizli Ticaret Odası, 73, Temmuz, s. 40.
- Ekol, 2000. Yatağan 21. Yüzyıla Hazırlanıyor, *Haziran*, **5**, s. 8.
- Elena H., Sorina M., Rus D., 2015. “A Predictive Model of Innovation in Rural Entrepreneurship”, *Procedia Technology*, **19**, p. 471, 472.
- Ellis V., Bosworth G., 2015. “Supporting Rural Entrepreneurship in the UK Microbrewery Sector”, *British Food Journal*, **117/11**, p. 2724.
- Fuller-Love N., Midmore P., Thomas D., 2006. “Entrepreneurship and Rural Economic Development: A Scenario Analysis Approach”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour*, **12**, p. 291.

- İrmiş A., Eroğlu Ş. G., 2015. “Bir Kırsal Kalkınma Modeli Olarak Geleneksel Üretimi Yeniden Canlandırma Örneği: Yeşilyuva Ayakkabı Üretimi”, *In Proceedings of International Conference On Eurasian Economies 2015*, s. 690.
- Johnson D., 2001. “What is Innovation and Entrepreneurship? Lessons for Larger Organisations”, *Industrial and Commercial Training*, **33/4**, p.138.
- Karadeniz E., 2008. **Entrepreneurial Economy in Turkey**, Yalın Yayıncılık, İstanbul.
- Koca H., Bayram Ç., “Yatağan Kasabasında (Denizli-Serinhisar) Ev Tipi İmalat Sanayinin Coğrafi Özellikleri”, *Doğu Coğrafya Dergisi*, **14**, s. 183.
- Korsgaard S., Müller S., Tanvig H.W., 2015. “Rural Entrepreneurship or Entrepreneurship in the Rural- Between Place and Space”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior&Research*, **21/1** p. 7, 8.
- Kushalakshi, R. A., 2014. “Rural Entrepreneurship: A Catalyst for Rural Development”, *International Journal of Science and Research*, **3/8**, pp. 51-52.
- Lashgarara F., Roshani N., Najafabadi M. O., 2011. “Influencing Factors on Entrepreneurial Skills of Rural Women in Illa City, Iran”, *African Journal of Business Management*, **5/14**, p. 5536.
- Markley D. M., 2006. “A Framework for Developing Rural Entrepreneurship”, *Economic Development America*, Winter 2006, p. 4, 5.
- Mehta A., Mehta M. C., 2011. “Rural Woman Entrepreneurship in India: Opportunities and Challenges”, *International Conference on Humanities, Geography and Economics*, Pattaya Dec., p. 313-314.
- Milliyet, <http://www.milliyet.com.tr/kaderi-internetle-degisti-/ekonomi/detay/2253248/default.htm>, Erişim tarihi: 28.05.2016.
- Patel B., Chavda K., 2013. “Rural Entrepreneurship in India: Challenge and Problems”, *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, **1/2**, p. 29.
- Pato M. L., Teixeira A. C., 2013. “Twenty Years of Rural Entrepreneurship: A Bibliometric Survey”, *FEP Working Papers*, Porto, p. 13.
- Rădulescu E., Marian L., Moica S., 2014. “Inovations and Opportunities for Entrepreneurial Rural Developments”, *Procedia Economics and Finance*, **15**, p. 1495, 1499.
- Saxena S., 2012. “Problems Faced by Rural Entrepreneurs and Remedies to Solve”, *IOSR Journal of Business and Management*, **3/1**, p. 23, 26, 28-29.
- Stathopoulou S., Psaltopoulos D., Skuras D., 2004. “Rural Entrepreneurship in Europe, A Research Framework and Agenda”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior&Research*, **10/6**, p. 412, 404.
- Townsend L., Wallace C., Smart A., Norman T., 2016. “Building Virtual Bridges: How Rural Micro-Enterprises Develop Social Capital in Online and Face to Face Setting”, *Journal of the European Society for Rural Sociology*, **56/1**, p. 32.
- Türkiye Haritası, <http://www.haritatr.com/yatagan-haritasi-e457>, Erişim tarihi: 28.05.2016.
- William M., Fortunate P., 2014. “Supporting Rural Entrepreneurship: A Review of Conceptual Developments from Research to Practice”, *Community Development*, **45/4**, p. 391, 392.
- Wortman M. S., 1989. “A Unified Approach for Developing Rural Entrepreneurship in the U.S.”, *New Strategies for a New Decade Conference Proceedings Fourth Annual National Conference: United States Association for Small Business and Entrepreneurship*, Cleveland, Ohio, p.75-77.
- Wortman M. S., 1989. “Rural Entrepreneurship Research : An Integration Into The Entrepreneurship Field”, *New Strategies for a New Decade Conference Proceedings Fourth Annual National Conference: United States Association For Small Business and Entrepreneurship*, Cleveland, Ohio, p.63, 64.
- Yatağan 21. Yüzyıla Hazırlanıyor, *Ekol*, Haziran 2000, **5**, s. 8.
- Zhao F., 2005. “Exploring the Snergy between Entrepreneurship and Innovation”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, **11/1**, p. 26.