

KÜÇÜK İŞLETMELERDE VİZYON: İNSAN ODAKLI KURUMSAL KÜLTÜR OLUŞTURMA

Hüriyet BİLGE*
Özlem IŞIK**

ÖZET

Yıllarca, küresel ekonomiye dev uluslararası şirketlerin hâkim olacağı düşünüldü. Oysa durum hiç öyle değildi. Aslında, uluslararası sözcüğünün tanımını yeniden incelememiz gerekecektir. Yani, uluslararası sözcüğü artık yeni bir anlam taşımaktadır. Küresel ekonomiye, yeni anlamıyla uluslararası işletmelerin hâkim olacaklarını söylersek, bu yaklaşımda doğruluk payı olacaktır. Ama bunu eski anlamıyla, yani dev küresel şirketlerin hâkim olacaklarını ima ederek söylemek, çok yanlış olacaktır. Bu bağlamda küçük işletmeler, küresel arenada, yeni ve farklı düşünme şeklini benimseyerek büyük sabır gerektiren bir sürece girecektir. Çünkü bu süreç, organizasyonun bakışını içsel olmaktan öte dışsal olarak değiştirecektir. Bu da organizasyonun ilke merkezli olması sağlanarak, organizasyondaki her çalışanın yüreğinin ve beyninin değişimi olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Küçük İşletmeler, İnsan Kaynakları, Vizyon, Örgüt Kültürü

ABSTRACT

For years it was thought that the giant international (multinational) corporations would rule the global economy. Nonetheless the situation wasn't like that. Actually we would investigate the definition of the term "internatioal" again. In other words, this term is carrying a new meaning. It would be a more correct approach to say that the global economy, with its new definition will be ruled by international enterprises. But to say this with the its old meaning to imply that giant global companies will rule would be quite wrong. In this regard, small enterprises endorsing the new and different thinking method, will enter a period/process demanding high patience in the global arena. This is because this period/process will change the organization's perspective/point of view from an internal view to an external one. And this will be accomplished by making the organization principle based changing in the heart and brain of every worker in the organization.

Key Words: Small Business, Human Resource, Vision, Organization Culture

* Öğr. Gör., Celal Bayar Üniversitesi, Salihli MYO

** Öğr. Gör., Celal Bayar Üniversitesi, Salihli MYO

1.Giriş

Bağımsız olarak ayakta kalma ve başarılı olma yönelimli küçük işletmelerin dinamik olması ve buldukları ekonomiye canlılık kazandırmaları, bu işletmelerin en önemli yapısal özelliğidir. Bu bağlamda gelişmiş batı ülkelerinde 1980'li yıllara kadar izlenen, büyük işletmeler aracılığı ile istihdamı artırma politikaları, ikinci plana itilerek 1990'lı yıllardan itibaren üretim sürecinde, ar ge'de, satış artırmada ve yönetim yapısında yeniliklere katkıda bulunacak, küçük işletmelerin doğuşunu ve gelişimini sağlayıcı bir ortam oluşturulmaya başladı(Tutar,2003: 207).

Böylece küçük işletmeler önemi artan kurumlar haline dönüştü. Bunun sonucunda, küresel ekonomide, hem büyük hem de küçük işletmelerin başarılı olduğunu görmekteyiz. Bu, belli bir endüstride belli bir organizasyon için doğru ölçeği bulmak ve ardından, doğru yapıyı ve doğru liderliği sunmakla ilgili bir şey olacaktır.

Dolayısıyla küçük bir işletme modeli ortak bir vizyon ve anlam bilinci, ilke odaklı bir değer sistemi etrafında yetkilendirilmiş bir işgücü oluşturmak ve daha sonra, küresel ekonomide rekabet edebilmek için bu işgücünden yararlanmakla ilgilidir(Covey,1997: 33). Küresel ekonomide yüksek kalite ve düşük maliyet olmadan rekabet edebilmek ve yaşayabilmek mümkün değildir. Bu bağlamda, organizasyonda yüksek güven ve sosyalleşme kültürü olmadan da, organizasyonun yüksek kaliteye ve düşük maliyete ulaşması mümkün değildir.

Günümüz ekonomisinde küçük işletmelerin birçoğu tedarikçi konumundadır. Dolayısıyla küçük işletmelerin doğrudan küresel ekonomiyle, çok yüksek oranda, bağlantısı yoktur. Bu bağlamda, küçük işletmelerin ilişkili olduğu diğer büyük işletmelerin küresel ekonomiyle bağı yüksek orandadır. Bundan dolayı küçük işletmelerin küresel ekonomiyle doğrudan bağı olmasa da dolaylı olarak olacaktır.

Dolayısıyla, bu da işletmeye büyüme potansiyeli getirecektir. Organizasyon büyümeye başladığında, stratejik kararların ve aynı şeyin daha fazlasını oluşturmaktan öteye giden önemli değişim çabalarının oranı azalacaktır. Mücadele tamamen içsel olacaktır. Bu süreç hızla eleman alabilmek, hızla organizasyonu büyütebilmek ve yenisini kurabilmek olacaktır. Bu durumda genellikle, her şeyi kontrol altında tutma kapasitesine sahip yönetici uzmanlığına değer verilir. Bu insanlar terfi ettirilir ve kısa bir süre sonra işleri tamamen onların kontrol ettiği görülür. Ve onlarda liderliğe değil, yönetmeye daha çok önem verirler. Bu süreçte tamamen kurum kültürüne sızarak, kurumsal kültür tamamen kontrol dışı kalarak, odak noktasını içeriye ve yöneticiye çevirir. Bu sonuç kurumsal kültürün, kurumun değişime

karşı durmasını sağlayacaktır(Kotter,1997: 151). Dolayısıyla böyle bir süreç küçük işletmelerin eksik yönünü oluşturacaktır.

2.Genel Anlamda Küçük İşletmeler

Avrupa birliği ve ülkemizdeki küçük işletme tanımına göre, küçük işletmeler 50 kişiden az işçi çalıştıran, yıllık satışı 7 milyon EURO'yu geçmeyen veya arsa ve bina hariç mevcut sermaye tutarı, bilanço net değeri itibarıyla 5 milyon EURO'yu geçmeyen ve sermayesinin ya da hisse senetlerinin % 25 veya daha fazlası bir işletme tarafından üstlenilmemiş olan bağımsız işletmelerdir(Çolakoğlu,2002: 3). Küçük işletmelerin bağımsız olabilmeleri, onların başarılı olmaları ve ayakta kalabilme yönelimli bir yönetim anlayışıyla yönetilmeleri ve içinde buldukları ekonomiye canlılık kazandırmaları, bu işletmelerin en önemli özelliğidir.

Ülkemizde olduğu gibi tüm dünyada da küçük işletmeler, ekonomilerin sürükleyici ve dinamik aktörlerinden en önemlisi konumundadır. Genel anlamda küçük işletmeler az sermaye kullanımı yanında daha çok el emeği ile çalışan, hızlı karar verme yeteneğine sahip, düşük düzeyde yönetim giderleri ile çalışan ve daha az bir maliyetle üretim gerçekleştiren ekonomik girişimler olarak tanımlanabilir(Akgemici,2001: 5).

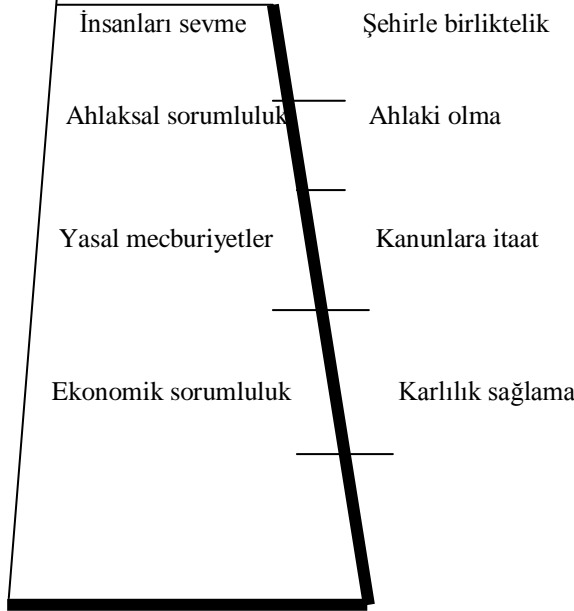
Günümüzde teknolojik gelişmeler gittikçe hızlanırken, ürünlerin hayat süreleri de hızla kısalmaktadır. Böylece pazar değişimlerine duyarlı hale gelmek, tercihlerin hızla değişimine ayak uydurabilmek ve piyasaya zamanında girebilmek önemli hale gelmiştir. Bu bağlamda esnek bir üretim yapısına sahip olan küçük işletmeler, ekonomik sistemin vazgeçilmez aktörleri olarak ortaya çıkarken, böylece farkında olunmayan hatta tahmin edilmeyen yeni iş olanakları doğmaktadır(Tutar,2003: 207).

3.Küçük İşletmelerin Ekonomik ve Sosyal Sisteme Katkıları

Sosyal sorumluluk kavramı, farklı kişiler için farklı anlamlar ifade eder. Küçük işletmelerin amaçlarını gerçekleştirebilmeleri için, toplumu koruyabilme ve geliştirebilme adına bu süreci yönetsel açıdan zorunlu görmektedir. Aynı zamanda, sosyal sorumluluk sahibi bir girişimci/yönetici kar için çok çalışabilir, fakat bununla birlikte kanunlara uyabilir, ahlaksal davranış sergileyebilir ve iyi bir toplumsal birliktelik için teşebbüste de bulunabilir. Bu sosyal sorumlulukların ifade edilmesi, aslında o işletme vicdanının bir yansıması

olacaktır(Hatten,2006: 68). Aşağıdaki şekilde de küçük işletmelerin sosyal sorumlulukları hiyerarşik bir şekilde daha iyi anlatılmaktadır.

Şekil 1: Sosyal Sorumluluk Piramidi



Kaynak: (Hatten, 2006: 69).

Her bir işletme ve kişi neyin ahlaki, yasal gerekliliklerinde ötesinde, neyin doğru olduğuna karar vermelidir. Dolayısıyla bir işletmenin iyi bir vatandaş olması beklenir ve her birinin yaşamını geliştirmeye yardım etmesi beklenir. Bu dört yükümlülüğün daima var olmasına rağmen, son zamanlarda insanları daha çok sevmeye ve ahlaki konulara daha çok önem verilmektedir(Hatten,2006: 69).

Küçük işletmelerde sermaye, karşımıza en önemli faktör olarak çıkmaktadır. Bu bağlamda kurulması düşünülen işletme için gerekli sermaye miktarı da çok fazla olmayacaktır. Sermaye miktarı az olunca girişimci konumundaki kişiler için sermayeyi bulmak ya da denkleştirmek kolay olacaktır. Böylece toplum içinde var olan girişimcilik ruhuna sahip kişi ya da kişilerin, belirgin hale gelmeleri ve iş hayatına atılmaları mümkün olacaktır.

Küçük işletmelerde üretime konu olan ürün ile çalışan arasındaki yakınlık göze çarpılmaktadır. Bir anlamda üretim sürecinde bir çalışana düşen iş/görev, büyük işletmelere oranla daha fazla olmaktadır. Böylece çalışanlar için yaptıkları iş daha anlamlı olmakta,

işe yabancılaşma sorunu yaşanmamakta ve işten sağlanan manevi doyum artmaktadır. Diğer taraftan yeni düşünce ve buluşlar ortaya koyarak, insanların daha rahat yaşamalarına katkıda bulunan küçük işletmeler, oluşturdukları katma değerle, toplumun refah düzeyinin de yükselmesine yardımcı olmaktadır (Tutar,2003: 210).

4.Küreselleşme Sürecinde Küçük İşletmeler

Küreselleşme ülkeler arasındaki ekonomik, siyasal, sosyal ilişkilerin yaygınlaşması ve gelişmesi ideolojik ayrımlara dayalı kutuplaşmaların çözülmesi, farklı toplumsal kültürlerin, inanç ve beklentilerin daha iyi tanınması, ülkeler arasındaki ilişkilerin yoğunlaşması olarak tanımlanmaktadır. Bu geniş tanımdan yola çıkarak ekonomik anlamda küreselleşme ulusların ekonomilerinin bütünleşmesini işletmelerin ve piyasaların entegrasyonunu içermektedir(Müslümov,2002: 10 13).

Bu bağlamda dünya üretim ve ticaretine çok uluslu şirketlerin hakim olması, küçük işletmeler olarak nitelenen ve dışa açılma konusunda orta ve büyüklere oranla daha fazla güçlük çekenlerin ulusal bağımlılıklarını kaybedecek düzeyde çokuluslu olabileceklerini söylemek çok zordur. Bu durumda küçük işletmeler büyük ölçüde işgücü hammadde, sermaye vb. açısından buldukları ülkeye bağımlı olacaklardır. Ancak, ayakta kalabilmek için bu ortamın getirdiği rekabet koşullarına uyum sağlamak zorunluluğu vardır(Müslümov,2002: 12 13). Diğer taraftan küçük işletmelerin kendilerine has, küçük olmalarından kaynaklanan, hızlı karar alma ve uygulamadaki esneklikleri gibi onlara yeni gelişmelere uyum sağlamak konusunda kolaylık sağladığı dikkate alınmalıdır.

5.Küçük İşletmelerde Vizyon Oluşturma

Küçük işletmelerin küresel bağlamda ayakta kalabilmeleri için, onlara has bazı özelliklerin olması gerektiği konusunda yukarıda da bahsedildiği üzere görüş mevcuttur. Dolayısıyla bu özelliklerin yerinde ve zamanında ortaya konması ve bunun işletmeler tarafından kullanılması için, girişimci/yönetici bunları bir planlama sürecinde belirlemesi daha doğrusu öngörmesi gereklidir.

Bu planlama süreci, yöneticinin/girişimcinin, çevresinden yararlanabileceği birtakım fırsatlar olabileceği veya kendisini zora sokacak birtakım olayların gelişmekte olabileceği düşüncesine sahip olmasını gerektirir. Böyle bir düşünce, anlayış ve inanç yoksa kişi geleceğe bakmayacak; günlük yaşamda karşısına ne çıkarsa onunla yetinecek veya onu aşmaya çalışacaktır. Özellikle uzun dönemli ve stratejik nitelikteki planlamada böyle bir anlayışa gelebilmek için

yöneticilerin/girişimcilerin önce işletmenin varlık nedenini, nasıl bir işletme olduğunu ve gelecekte nerde, nasıl olmaları gerektiği konusundaki düşünce ve anlayışlarını netleştirmeleri gerekir(Koçel,2003: 128).

Kendilerini rekabetten koruyacak kaynaklardan ve momentten yoksun küçük işletmeler için özellikle strateji gereksinimi evrenseldir ve önemli olduğu söylenebilir. Küçük işletmeler, taklit edilmesi güç ya da, rakiplerinin taklit etmemeyi yeğleyecekleri bir konuma sahip olmalıdırlar(Porter,1997: 51). Bu sürecin oluşturulabilmesi için girişimci/yöneticinin bu yönelimli bir organizasyon oluşturabilmeli ve liderlik sürecini organizasyonda başlatabilmelidir. Bunun için küçük işletmelerin en önemli kaynaklarından kabul edilen çalışanlarının bugünkü durumları ve gelecekteki durumlarının nasıl olmaları gerektiği konusu üzerinde, küçük işletme yönetiminin strateji geliştirmesi gereklidir.

Küçük işletmeler, geleceği bir süreksizlikler dizisi olarak görmeleri ve kendi çalışma tempolarını bozmadan bu durumla başa çıkmayı öğrenmeleri kaçınılmaz olacaktır.

6.Küçük İşletmelerde İnsan Odaklı Kurumsal Kültür Oluşturma

Kurumsal kültür belirli bir açıdan, bir grup insanın zaman içinde geliştirdikleri grup normları ya da geleneksel davranış şekilleriyle ilgili olmasıdır. Bu normlar bir grupta tekrar tekrar görülen davranış modelleri olmaktan öte, herkesin farkına varmadan teşvik ettiği eylemlerdir(Kotter,1997: 148). Farklı açıdan kurumsal kültür, bir kurumun, bölümün, takımın ortak değerleri, sembolleri, inanışları ve davranışlarıdır. Kültür, işyerinde konu üzerinde çalışırken veya bir işletmede bir ürün üretirken ortak bir yol izlenmesine olanak tanıyan ortak bir düşünce tarzı gerektirir. Genelde bu paylaşılan varsayımlar, inançlar ve değerler özel değil, üstü kapalıdır(Goffee,Jones,2003: 35). Çalışanlardan biri normal bir şekilde davranmadığında diğerleri onu alışılmış doğru şekillere doğru itekliyorsa, bu durum kültürel bir davranış olacaktır.

Küçük işletmeler, büyük işletmelere göre daha küçük bir örgütsel yapıya sahip olmalarından dolayı, işbölümü uygulaması daha kolay olabilir. Bu tür işletmelerde çalışanların birbirlerini tamamen tanımaları işbölümünde kolaylık sağlamaktadır. Bu bağlamda, küçük işletmelerde kimin ne yapacağı ya da yapmayacağı, emir komuta ilişkisi açık bir şekilde belirlenmiştir. Bu da olumlu bir etken olarak göze çarpmaktadır. Fakat, küçük işletmelerde formel yapılanmaya yeterince önem verilmemektedir. Bu durumda yönetici/girişimci kimin ne yapacağını kendisi saptamaktadır. Bu da kısaca yöneticinin

örgütte bulunmadığı zamanlarda işlerin aksamasına neden olabilecektir(Akgemici,2001: 24 25) .

Değişimin çok hızlı yaşandığı bir dönemde küçük işletmelerin, değişime adapte olmalarını kolaylaştıracak kurumsal kültürlerini oluşturmalarını öğrenmelidirler. Bunun için iki özellik karşımıza çıkmaktadır(Kotter,1997: 148 149):

- İlk olarak, küçük işletme yönetiminin işletme ortamındaki çeşitli çalışanlarına gönülden, dürüstçe ve içtenlikle değer vermesi. Ayrıca yönetim içyapıya dönük olarak değer vermekle kalmaz, aynı zamanda müşteriler, tedarikçiler ve ortaklara dek, işlerini destekleyen temel unsurlara büyük önem vermeleridir.
- İkinci özellik ise, kurumun her düzeyinde inisiyatif kullandırmaya ve liderliğe gerçekten değer verilmesi ve teşvik edilmesidir.

Bu iki temel özelliğin, küçük işletmeyi oluşturan, yönetim dışındaki unsurlara ve hiyerarşinin hem alt hem de üst kademelerinde liderliğe önem verilmesi olgusu, rekabetin çok zor olduğu günümüzde, işletmeye ayakta kalabilme ve büyüebilme yeteneğini kazandıracaktır. Çünkü çalışanların, yalnızca içeriye ve kendilerine dönük bakış açıları olmayacaktır. Yüzlerini dışarıya da çevirecek ve müşterilerinden başlamak üzere, gerçek faaliyetin olduğu temel unsurlara bakacaklardır. Sorun ya da fırsat gördüklerinde ki göreceklendir, liderlik inisiyatifinin bir ya da iki insanda toplandığı ortamların tersine, bir şey yapmak bir ya da iki insana düşmeyecektir. Sorunu çözmek ya da fırsattan yararlanmak için onlarca hatta yüzlerce kişinin eyleme geçmesi mümkün olacaktır(Kotter,1997: 149).

Kültür, bir organizasyonda süreklilikle ilgili bir olgu olarak kabul edilir. Bir işletme harika bir ürün tasarlayabilir, onu kusursuz bir biçimde geliştirebilir, mükemmel ve farklı bir şekilde pazarlayabilir ve piyasaya çok hızlı bir şekilde sürebilir. Fakat bunu yıldan yıla yapabilmeyi sürdürmek, organizasyonun sosyal yapısının temelinde yatan bir kültür sorunu olacaktır. Yıllar boyunca ekonomistler gerçekten büyük işletmelerin bünyelerinde ne gibi unsur barındırdıklarını saptamaya çalışmışlardır. Fakat bu araştırmaların sonucunda elde edilen bulgular çok önemli olmayan zayıf unsurlar ekonomistlerin karşısına çıkmıştır. Aslında bugün, özellikle bir unsurun çok önemli olduğunun gittikçe daha da farkına varılmaya başlanmıştır. Organizasyon içi ilişkilerin doğası, bir anlamda işyerinde çalışanların birbirlerine olan davranış şekilleri, yani organizasyonun sosyal sermayesi karşımıza en önemli unsur olarak çıkmaktadır. Bu unsura sahip olabilen işletmelerin tüm yapısının diğerleri tarafında taklit edilmesini zorlaştırmaktadır(Goffe,Jones,2003: 35 36).

Girişimciler ya da yöneticiler devamlı bir şekilde rekabet avantajı elde etmek üzere, işletmelerini konuşlandırarak, kültürlerin evrimleşmesi için gerekli ilham kaynağını aşağıdaki önceliklerle sağlayabilirler.

A.Sosyalleşme

Sosyalleşme; adında anlaşılabilceği gibi, bir topluluğun üyesi olan bireyin, grubun diğer bireylerine karşı arkadaş canlısı olabilirlik derecesinin bir ölçüsüdür. Çoğunlukla doğal olarak ortaya çıkar ve gelişir. İnsanlar karşılık beklemeksizin birbirleri için çok güzel davranışlar sergilerler ve içten pazarlıklı olmaksızın yapmak isterler. Sosyalleşme yalnızca kişisel yaşantılarımızda bulunmaz ama yinede gözlemlenebilir. Gerçekte, bir organizasyondaki sosyalleşme düzeyi, o organizasyonda yeni işe başlayan bir çalışanın gözüne çarpan ilk şeydir. Aslında, işteki sosyalleşme, kişisel yaşamımızdaki sosyalleşmeden çok farklı değildir ve kişilerin birbirleriyle dostça, özenli bir biçimde ilişki kurması anlamına gelecektir(Goffe,Jones,2003: 46). Aslında işteki sosyalleşme, çalışanların sosyalliğini organizasyon dışına da taşıyabilmektedirler. Sosyalleşme ayrıca, genelde takım çalışmasını, bilgi paylaşımını ve yeni fikirlere açık hale gelmeyi teşvik ettiği için, mükemmel bir yaklaşımdır.

B.Duygusal Zekâ (EQ)

Duygusal zekâ(EQ) kişinin kendini tanıması, kişisel farkında lığı, sosyal duyarlılığı, empatisi ve insanlarla başarılı iletişim kurma becerisidir. Aynı zamanda, bir sosyal uygunluk ve zamanlama duygusuna, zayıflığı kabul etme ve farklılığı ifade edip saygı duyma cesaretine sahip olmaktır. Uzun vadede duygusal zekânın başarılı iletişim, ilişki ve liderlik konusunda zihinsel zekadan daha doğru bir belirleyici olduğunu akla getiren çok sayıda araştırma vardır. Yazar ve EQ otoritesi Daniel Goleman şöyle demektedir(Covey,2005: 62 63): Bütün işlerde, her alanda en iyi performans için, duygusal yeterlilik saf bilişsel becerilerden iki kat daha önemlidir. Duygusal yeterlilik, üstünlüğü ile öne çıkan bir performansın içerdiği unsurları üçte ikisini ya da daha fazlasını oluşturduğuna göre, bu veri, bu becerilere sahip olanları bulmanın ya da var olan çalışanlarda bu becerileri geliştirmenin bir kuruma muazzam katkısı olacağını akla getirmektedir....

C.Empowerment (Çalışanları Güçlendirme)

Bir yönetim kavramı olarak güçlendirme, yardımlaşma, paylaşma, yetiştirme, cesaretlendirme ve ekip çalışması yolu ile kişilerin karar verme haklarını(yetkilerini) artırma ve kişileri geliştirme süreci olarak tanımlanabilir(Koçel,2003: 414).

Bu kavram, işletme yönetiminde çok tartışılan yetki devri ve katılım kavramlarıyla benzeşmesi ya da bir tutulması çokça tartışılmaktadır. Aslında empowerment kavramının diğer kavramlardan farkı, daha geniş bir açılıma sahip olmasındandır. Gerçekte bu kavram, aynı zamanda katılımcı yönetim yaklaşımının bir uygulaması olarak karşımıza çıkmasıdır.

Empowerment karşımıza iki farklı şekilde çıkmaktadır. Bunlardan birincisi, işlerin yapılması esnasında müşterilerin ihtiyaçlarının karşılanmasında, çalışanlara verilen yetkidir. Verilen bu yetkilerin az ya da hiçbir şekilde denetime tabi tutulmadan, çalışanların karar alabilmesini içerir. İkinci şekli ise, çalışanların yüksek performansının çok önemli olmasıdır. Çalışanlar sahip oldukları kabiliyetleri, kullandıkları araçlar ve problemlerin çözümünde ya da karşılaştıkları sorunları ortadan kaldırmada konusunda etkin bir şekilde çalışabilmeleridir(Donovan,1994: 12).

Aslında katılım mutlak olmayıp nispi bir olaydır, yani bir derecelendirme meselesidir. Mesela hiç katılmanın olmadığı durumlarda yönetici/girişimci karar vererek çalışandan uygulamasını isteyecektir. Ya da katılımın en yüksek olduğu durumlarda ise, çalışanlar karşılaştıkları sorunları belirleyecek ya da amaçları ortaya koyacaklardır. Yani karar verme sürecinde sondan başa doğru gidildiğinde katılımın derecesi de artacaktır. Katılımın artması ile çalışanların motivasyonu, işe karşı olan tutumları, başarıma isteği ve işin anlamı olumlu yönde değişecektir. Bu bağlamda güçlendirme bir boyutu itibariyle, çalışanların daha fazla katılımını öngören bir anlayış, teknik ve uygulamadır(Donovan,1994: 414 415).

D.Dayanışma

Sosyalleşmenin tam tersi olarak dayanışma, duygulardan çok mantığa dayanmasıdır. Dayanışma merkezli ilişkiler, katılımcı tarafların yararına olan ortak görevlere, müşterek ilgi alanlarına ve açıkça kavranmış paylaşılan hedeflere dayanır. Bu kişilerin birbirlerini sevmeleri ya da sevmemeleri çok önemli değildir. İşçi sendikaları, yüksek derecede dayanışmanın görüldüğü topluluklara bir örnektir(Goffe,Jones,2003: 52).

E.Sürekli Eğitim

Bilgi çağı öncesi yetiştirme ve geliştirme faaliyetlerinde, açık veya kapalı, odak noktasının “iş” olduğu görülecektir. Aynı zamanda iş sanayi toplumun bir ürünüdür, kavramıdır. Eğitim ve yetiştirme faaliyetlerinin amacı, çalışanların, bugünkü veya gelecekte yapacakları düşünülen işleri daha iyi yapabilmeleri için bilgi ve davranış olarak değiştirilmeleridir. Eğitim ve yetiştirme kavramlarından hangisi ele alınırsa alınsın, olay sistematik, ölçülebilir, yönetilebilir bir kişisel veya örgütsel değişim olayıdır(Koçel,2003: 47).

7.Sonuç

Artık kalite dünyanın her yerinde üretilebilmektedir. Rekabet farkını sağlayan şey, pazara girebilme ve yenilik hızıdır. Tek bir bireyden bile oluşabilen küçük işletmeler bu açıdan, büyük bürokratik rakiplerini her ortamda yenme gücüne sahip olabilirler. Dolayısıyla, kendilerini küçük şirketler topluluğu olarak yeniden oluşturamayan büyük şirketler piyasadan yok olma sorunuyla karşılaşabilecekleri bir dünyada yaşamaktayız.

Örneğin Linde ve Lito adlı kişilerin “Western Eye Press” adında bir yayıncılık şirketleri vardır. Yalnızca iki kişiden oluşan bu şirket olağanüstü fotoğraf ve rehber kitapları yayınlamaktadır. Kitapları, Telluride’deki evlerinin bodrumundaki Macintosh bilgisayarlarında hazırlamaktalar. Kameraya girmeye hazır sayfaları kendi yüksek çözünürlüklü lazer yazıcılarında basmaktalar. Sonra bu sayfaları Federal Express’le Seul’e, yani Koreye yollamaktalar ve oradaki matbaacı kitapları basıp, tüm dünyadaki dağıtımçılara yollamaktadır. Görmekteyiz ki Colorado’nun bu küçük dağ köyündeki iki kişiden oluşan bu küçük şirket, küresel ekonominin oyuncularından biri olabilmektedir(Naisbitt,1997: 190)

KAYNAKÇA

- AKGEMCİ T. (2001), KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, KOSGEB, Ankara.
- COVEY S. (1997), "İlkelere Öncelik Vermek", Geleceği Yeniden Düşünmek, Derleyen GIBSON Rowan, (Çev. Sinem Gül), Sabah Yayınları, İstanbul.
- COVEY S. (2005), 8. Alışkanlık, (Çev.Sezer Soner ve Çağlayan Erendağ), Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- ÇOLOKOĞLU H. M (2002), Kobi Rehberi, KOSGEB, Ankara.
- Donovan Michael (1994), "The Empowerment Plan", Journal For Quality And Participation, July-Aug.
- GOFFE R.ve JONES G. (2000), Kurum Kültürü, (Çev. Kıvanç Kutmandu),Media Cat Kitapları, Ankara.
- HATTEN S. T. (2006), Small Business, Hughton Mifflin Company, New York.
- KOTTER J., "Kültürler ve Koalisyonlar", Geleceği Yeniden Düşünmek, Derleyen GIBSON Rowan, (Çev. Sinem Gül), Sabah Yayınları, İstanbul, 1997.
- KOÇEL T. (2003), İşletme Yöneticiliği, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- MÜSLÜMOW A (2002), 21. yy'da Türkiye'de KOBİ'ler Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri, Lteratür Yayıncılık, İstanbul.
- NAİSBİTT J. (1997), "Ulus Devletlerden, Ağlara", Geleceği Yeniden Düşünmek, Derleyen GIBSON Rowan, (Çev. Sinem Gül), Sabah Yayınları, İstanbul.
- PORTER M. (1997), "Yarının Avantajlarını Yaratmak", Geleceği Yeniden Düşünmek, Derleyen GIBSON Rowan, (Çev. Sinem Gül), Sabah Yayınları, İstanbul.
- TUTAR H. (2003), Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi, Seçkin Yayıncılık, Ankara.10.04.2007.