



NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ

SİYASAL BİLGİLER FAKÜLTESİ

ve

SOSYAL ve BEŞERİ BİLİMLER FAKÜLTESİ

Girişimcilik Kültürü Ders Notları (I ve II)

(Ara Sınav ve Final)

Yrd.Doç.Dr. Nahit YILMAZ

GİRİŞ

Girişimcilik uzun yıllardır gelişmenin, zenginleşmenin ve gerek bireysel gerekse toplumsal anlamda başkalarına karşı avantajlar kazanmanın yolu olarak bilinip uygulansa da özellikle gelişme yolunda henüz kat etmesi gereken ülkemiz açısından en önemli kavram olarak önemini korumaktadır. Özellikle dünya üzerinde kıt kaynakların gelişme, zenginlik ve geri kalmışlığa sebep olmasından dolayı gelir adaletsizliğinin yaygın olduğu ülkelerde gerekli üretim faktörlerinin küçük girişimlerle de olsa ekonomiye dahil olması, kaynakların zenginlik yaratma kapasitelerinin artırması, istihdama ve topyekün bir milletin hayat koşullarının gelişmesine imkan tanınması açısından önemlidir. Tarım toplumundan sanayi toplumuna ve ardından da bilgi toplumuna geçişle beraber girişimciliğe kaynak olan üretim faktörlerinin ağırlık oranları da değişmiştir.

Günümüzde en önemli girişimcilik kaynağı, ürün ya da hizmetlerde benzersiz ve taklit edilmesi zor artı değerlere sebep olan bilgi olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle kaynak çeşitliliğinin ve kıtlığının olduğu ancak insan kaynakları ve genç nüfus açısından zengin olan ülkemizde var olan kaynaklara en fazla değeri yaratacak biçimde zenginlik katmanın yolu bilgi yoğun üretim yapmaktan geçmektedir. Her şeyi devletten ya da birilerinden iş beklemek yerine sahip oldukları girişimcilik özelliklerini bireysel ve ülke ekonomisinin yararına kullanmak genç nüfusumuzun en önemli ülküsü olmalıdır. "İyi , tamam, güzel ama maddi sermaye yok...!" çoğu zaman doğru olsa da bazı durumlarda bahaneden öteye gitmemektedir. Her gün daha da zenginleşen ve çeşitlenen bilgi iletişim teknolojilerinin birer örneği ve günümüzün hakim sektörü olan sosyal medya, internet ve bilişim ağları çok büyük oranda maddi sermayeden çok bilgi yoğun sektörlerdir. Bu vesile ile aslolan bir ülkenin girişimcilik kültürünün geliştirilmesidir. Girişimcilik kültürünün gelişmesi ülkenin sahip olduğu zenginliği artıracak ve kaynakların verimli ve etkin kullanılmasına imkan sunacaktır.

A. İHTİYAÇLAR ve EKONOMİ

Ekonomi, insanların tarihsel süreç içerisinde ve mevcutta yarattığı değerlerle toplumların zenginliklerinin nasıl ortaya çıktığını; bunların ülkeler ve insanlar arasında nasıl paylaşıldığını inceleyen bir bilimdir. Bireyler doğumdan itibaren algıları geliştikçe her istediklerine sahip olamayacaklarını, istekleri arasında bir seçim yapmaları gerektiğini öğrenirler. Bu açıdan düşünüldüğünde, ekonomik faaliyetlerin temelinde insan ihtiyaçlarının giderilmesi yatmaktadır. İnsanların sonsuz ve çeşitli ihtiyaçlarının, kaynakların verimli ve etkin bir biçimde değerlendirilerek giderilmesi, ekonomistlerin ve işletme bilimi ile uğraşanların temel ilgi alanlarıdır. İhtiyaç biçiminde ifade edilen kavram "güçlü istek, gereksinim" gibi anlamları içerir. İhtiyaç, karşılandığı zaman insanlara zevk, haz ve mutluluk veren karşılanmadığı zaman fiziksel, sosyolojik ve psikolojik anlamda değişik şiddetlerde elem, acı ve üzüntü veren değerlerdir. İhtiyaçlar bir kez karşılanmakla bitmez. Aksine insanlar kendileri için yaratılan ve ihtiyaçlarını gideren sonsuz ve çeşitli değerlerin benzer ya da daha fazlasını ömür boyu talep ederler.

İhtiyaç kavramının içeriği bazı durumlarda ekonomiye konu olmayabilir. Sevmek, sevilmek, bir aileye ya da topluma aidiyet hissetmek, bir canlı varlık ya da toplumu oluşturan bir insan olarak saygı görmek, adalet, hak gibi maddi konulardan ayrı düşünülmesi gereken ihtiyaçlar da vardır. Bunlarla birlikte serbest mallar olarak tanımlanan ve yine ihtiyaçlarımızı gideren nefes almak, uyumak vs. gibi mallarda ekonominin konusu değildir. Ekonomi kıt mallarla ilgilenir. Bu açıdan ihtiyaçları zorunlu ve kültürel ihtiyaçlar olarak sınıflandırmak doğru olacaktır. Zira zorunlu ihtiyaçların giderilmesi insan yaşamının devamı için şart iken kültürel ihtiyaçların giderilmesi elzem olmayan ihtiyaçlardır. Kültürel ihtiyaçlar yeme, içme, barınma gibi zorunlu ihtiyaçlar gibi algılanmayan ancak kitap okuma, müzik dinleme gibi her bir bireyde değişen şiddetlerde hissedilen ihtiyaçlar olarak ifade edilebilir. Hangi sınıflandırma içerisinde yer alırsa alsın ihtiyaçları bir öncelik sırasına tabi tutmak zordur. Zira ihtiyaçların şiddeti bireyden bireye değişiklik gösterir. Çeşitli ve sınırsız ihtiyaçların, malların kıt olması ve

değerler yaratılarak giderebilecek niteliklere dönüşmesi ekonominin temel iştigal alanını oluşturur. Buradan hareketle insanlar ihtiyaçlarının kıt kaynaklarla giderilmesi için çaba gösterirler. Bu kıt kaynaklardan yaratılan değerler ile ihtiyaçlarının giderilmesi için emek vererek, zaman harcayarak, yetenek ve bilgilerini kullanarak elde ettikleri gelirleri kullanırlar. İhtiyaçlarının çeşitliliği ve sınırsızlığı insanların sürekli olarak tercihlerde bulunmalarına sebep olmaktadır. İnsanları, ihtiyaçlarını öncelik sırasına koyarlar ve bazılarını da geri plana atarlar. Kıt kaynakların alternatif kullanım yerleri arasında bir tercihte bulunmak hayatın her aşamasında sürer. Bu tercihler sonucunda alınacak kararlar aile, işletme ve ülke ekonomilerini doğrudan etkiler. Ekonomistler kıt malı; fiyatı olan ve bedelini ödemek suretiyle satın alınabilen her türlü mal ya da hizmet olarak kabul ederler.

İnsan ihtiyaçlarının sonsuzluğu ve çeşitliliği dünya üzerinde var olan kaynaklara sahip olma yarışı günümüzdeki insanlar, işletmeler, ülkeler ve toplumlar arasındaki rekabeti de beraberinde getirmektedir. Rekabet, nispeten aynı şartlar altında süregelen bir yarışdır. İnsanlar ve ülkeler bu yarışta kaynaklara sahip olmak istemekle beraber bu kaynaklara üstün değerler katmak için çabalarlar. En gelişmiş ve zengin ülkelerin dahi, kaynakların yeterli görülmeyip, daha fazla değer nasıl yaratabiliriz düşüncesiyle sahip olunan rekabetçi avantajlarını geliştirme ve sürdürülebilirliğini sağlamak için her türlü çabayı göstermeleri dünya üzerindeki yarışın önemini gözler önüne sermektedir.

İnsan ihtiyaçlarını doğrudan veya dolaylı olarak karşılayan ve genellikle parayla ya da başka mal ve hizmetlerle değişimi mümkün olan araçlara mal ya da hizmet adı verilmektedir. Mal ve hizmetlerin iki önemli özelliği vardır. Bunlar;

- İnsanların ihtiyaçlarını giderebilmeleri ve
- Kıt olmalarıdır

Mallar, insanların ihtiyaçlarını gidermeye yarayan fiziksel unsurlardır. Ekonomik mallar, insan ihtiyaçlarını giderirlerken fayda yaratır. Bu özelliklerinin yanı sıra parayla alınıp satılır, yani ekonomik değerleri vardır. Bu durum insan ihtiyaçlarının tamamını karşılayamayacak derecede kıt olmalarından kaynaklanmaktadır. Maddi olmayan

(soyut) mallara ise hizmet adı verilmektedir. İnsan ihtiyaçlarının bir kısmı hizmetlere yöneliktir ve bu tür ihtiyaçların söz konusu olduğu yer ve zamanda hizmetin sunulması da fayda yaratılmaktadır. Hizmetler talep edildikleri yer ve zamanda tüketilirler. Yani hizmet satışı sırasında üretilir. Mal ve hizmetlerin, insan ihtiyaçlarını karşılama özelliğine fayda adı verilir. Ekonomik faaliyetlerin tamamı insanlara daha çok fayda sağlayarak refah düzeyinin yükseltilmesine yöneliktir. Bu açıdan girişimciliğin önemi ileride ifade edilecektir.

B. ÜRETİM FAKTÖRLERİ

Üretim , bilgi, teknik, hammadde, yarı mamul ve malzeme girdilerini belirli bir dönüşüm sürecinden geçirilmesi ile insan ihtiyaçlarını karşılayacak mal ve hizmetleri ortaya konulmasıdır. Bu açıdan bakıldığında üretim faktörlerini ifade etmek gerekir. Bu faktörler; Emek, Sermaye, Doğa ve Girişimci olarak sıralanabilir. Küreselleşme, rekabet ve teknolojinin günümüzdeki öneminden hareketle "teknoloji ya da bilgi" de üretim faktörleri içinde en önemlileri olarak sayılmaktadır.

Emek: Gelişmiş teknolojinin kullanıldığı günümüzde dahi üretim faaliyetlerinin en önemli unsurudur. Ülkenin nüfusları, emeğin kaynağıdır. Ülkedeki insan gücünün niteliği üretimin yarattığı faydanın niteliğini etkiler. Ancak nitelikli (bilgi yoğun) ya da niteliksiz (kas gücüne dayalı) olsun üretim sürecine dahil edilen her insan gücünü emek olarak tanımlanabilir. Bu açıdan dikkat edilmesi gereken emeğin verimliliğidir.

Sermaye: Sermaye, klasik anlamda paranın yanı sıra makine ve teçhizat gibi fiziki unsurları da kapsar. Ancak çağımızda "bilgi sermayesi" bazı sektörlerde maddi sermayenin oldukça önünde gelmektedir. Ekonomik açıdan sermaye, üretimde insan emeğinin üretkenliğini artıran araçlardır. Doğadan elde edilen kaynaklar gibi, sermayeye de sahip olma konusunda ülkeler birbirinden farklılıklar gösterebilir. Ülkelerin bazıları sermaye miktarını arttırdıkça ekonomik ve siyasal yapılarını güçlendirmektedirler. Sermayenin de tıpkı diğer üretim faktörleri gibi kit kaynaklar arasında olduğu unutulmamalıdır.

Doğa (Toprak): Tabiatın temin edilen topraktan kaynaklanan, su, maden, orman vb. doğal kaynaklardır. Çeşitli ürünlerin üretilmesi için gerekli olan doğa faktörü, her ülkede miktar olarak, kalite olarak ve tür olarak farklılıklar gösterir. Bazı ülkelerde çok miktarda, değişik kalite ve türlerde doğa faktörüne rastlanırken bazı ülkeler bu bakımdan şansızdır. Bununla beraber doğa kaynakları açısından zengin olan ülkeler için bile bu kaynakların bütün ihtiyaçları karşılamaya yeterli olmadığı da görülmektedir.

Girişimci: Üretim faktörleri arasında önemli bir yeri olan ve diğer üretim faktörlerini bir araya getirerek faydanın yaratılmasına imkan tanıyan girişimci; üretim faktörleri kendisinde olmasa bile onları bir araya getirebilen, üretim birimlerini kuran, çalıştıran ve risklere katlanan kişidir. Girişimcinin temelde, kâr elde etmek için her türlü riski üstlenme ve mal-hizmet üretebilmek için üretim faktörlerini sağlayarak üretim amacına yöneltme gibi iki önemli fonksiyonu bulunmaktadır.

***Teknoloji:** Teknoloji bilginin işe uygulanmasıdır. Üretimine ilişkin bilgilerin tümüdür. Teknoloji özelde, diğer üretim faktörlerini bir araya getirerek üretim sürecine katılmalarını sağlayan bir araçtır. Teknolojik açıdan öncü ülkeler, ekonomik yapılarının iyileştirilmesini daha kolayca yerine getirmektedirler. Teknoloji verimliliği artırarak, kaynaklardan daha çok değer ortaya konulmasına imkan tanır. Diğer üretim faktörleri gibi bazı ülkeler sahip olunan teknolojiler açısından da farklılıklar gösterebilir. Teknoloji kullanan ülkeler, teknolojiyi üreten ülkelere göre nispeten bir çok açıdan geridedirler. Özellikle bilgi yoğun üretimin rekabette avantajı sağladığı günümüz ekonomisinde rekabet, üretim teknolojilerinde ve bunun sağladığı bilgi yoğun rekabet avantajındadır.

C. GİRİŞİM ve GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik teriminin ilk referansı Richard Cantillon'un (1734) çalışmasına uzanmaktadır. Cantillon'a göre girişimci; "sonucu bilinmeyen bir şekilde, kendi kendine iş sağlamaktır". Girişimci ürünleri belirli bir fiyattan satın alarak, belirsiz bir fiyattan satan, kâr elde etmekten, arbitraja kadar bir dizi imkânların arayışında olan ve bu bağlamda risk üstlenen bir spekülatördür. Girişimciler böyle bir riske, belirsiz bir

fiyattan ürünleri satarak, elde etmeyi umdukları kârdan dolayı katlanmaktadırlar. Frank H. Knight'a (1885-1972) göre girişimci, kazanç ve kar elde etme beklentisiyle belirsizliği (veya güvensizliği) ve riski üstlenen kişidir. Girişimci, her zaman bir değişim arayan, bulduğunda bir tepki gösteren ve bundan bir fırsat olarak yararlanan kişidir. Akademik çalışmalar incelendiğinde, girişimciliğin anlamı üzerine iki ana düşünce kümesi belirmiştir. Bu düşünce kümelerinden ilki, girişimciliğin özellikleri üzerine yoğunlaşmışken (yenilik, büyüme, benzersiz olma, vb.) diğer küme ise, girişimciliğin sonucuna odaklanmıştır (değer yaratma gibi).

Girişimciyi, "kaynaklar konusunda öngörüde bulunarak işi planlayan, insan kaynaklarını örgütleyerek girdilerin işlenmesini sağlayan ve elde edilen çıktıyı da kârlılık yaratacak biçimde tüketicilerin kullanımına sunma becerisini gösteren kişi" şeklinde tanımlamak mümkündür. Buna göre girişimci emek, teknoloji, sermaye ve doğal kaynaklar olarak sayılan üretim faktörlerini en güncel teknik yöntem ve bilgilerle analiz edip bir araya getirerek mal veya hizmet üreten birey olarak ön plana çıkmaktadır. En önemli tanımı ortaya koyan Schumpeter'e (1934) göre ise girişimci, "yeni ürünler, yeni üretim yöntemleri için yeni süreçler, yeni pazarlar ve yeni tedarik kaynakları oluşturan kişi" iken girişimcilik ise bu hedefler için kaynaklardan "yeni kombinasyonlar" yaratır.

Girişimci, bir ülkenin gelişme hızını belirleyen etkili sosyal aktörlerden biridir. Girişimci ile ilgili üç temel yaklaşım söz konusudur. Her üç yaklaşım da, girişimcinin kim olduğunu tanımlama ve yeni girişim fırsatlarını kullanmasıyla ilgilidir. Bu yaklaşımlar aşağıdaki gibidir

1. Fırsatları kollayan, keşfeden ve bunlardan yararlanma yeteneğinde özelliklere sahip olan kişidir. Özellikler Yaklaşımı da denilen bu yaklaşım girişimcilerin psikolojik yapısı, tutumları ve girişimcilik motivasyonu gibi kişisel özellikleri üzerinde durmaktadır.

2. Girişimci, toplumda belirli bir rol almayı düşünen kişidir. Fırsatları gören, bunlardan yararlanan ve toplumsal kaynakların bölüşümünden payını alan kişidir.

Fonksiyonel Yaklaşım adı verilen bu türde ekonomide, girişimcilerin rolü ve ortaya çıkışını sağlayan fonksiyonlar üzerinde durulmaktadır.

3. Mevcut iş faaliyetlerini yönetmek yerine, normal olan iş biçimlerinden farklı olan fırsatları süzmek ve bu fırsatlardan yararlanmak için yeni girişimler ortaya koyandır. Davranışçı Yaklaşım olarak bilinen bu girişimci türünde girişimcileri tanımlayan, gerçek davranışlar, girişimcinin doğasını neler oluşturduğu gibi konular etraflıca ele alınmaktadır.

Genel bir ifadeyle girişimciler, ticari faaliyetlerini gerçekleştirmek için kurdukları ekonomik birimlere girişim adı verilir. Başka bir tanıma göre girişim “belli bir unvanı, bir yeri, belirli bir sermayesi ve belirli bir organizasyonu olan ekonomik birimdir”. Çoğu zaman aynı anlamda kullanılsa da girişim ile işletmenin aynı olmadığı da bilinmelidir. Girişim, “belirli bir yasal, finansal, örgütsel ve ekonomik özelliğe sahip kuruluştur”. İşletme ise, “daha çok fabrika ya da satış mağazası gibi mal veya hizmet üreten ya da pazarlayan teknik birimlerdir”. Diğer bir ifadeyle girişim bir veya birden fazla işletmeye sahip olabilen bir kuruluştur.

Girişim kavramı; “kâr veya başka biçimlerde fayda sağlamak amacıyla, ücret karşılığında satmak için mal veya hizmet üretmek ya da sermaye sağlamak üzere kurulan, hukuki ve finansal kişiliğe sahip, devamlı nitelikte bir organizasyon” olarak tanımlanır. Bu tanıma dayanarak girişimin özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Girişimin amacı, kazanç ve fayda sağlamaktır.
- Girişim, ücret karşılığında satmak üzere mal veya hizmet üretir veya fonlar sağlar. Bu özellik, girişim olmanın zorunlu unsurudur.
- Girişimin üç temel işlevi; üretim, satış ve bu iki işlevin yerine getirilmesi için gerekli sermayenin sağlanması olan finansmandır.

- Girişim, hukuki bir birimdir. Tüzel kişiliğe sahip bulunan girişim, sahiplerinden ayrı bir kişiliğe sahiptir. Çalışmalarını bu kişilik altında yürütür, haklara sahip olur ve yükümlülükler üstlenir.

- Girişim, finansal bir birimdir. Girişim kendisine ilişkin varlıkları ve bunların karşıladığı öz ve yabancı kaynakları bulunur.

- Girişim, insan ve materyalden oluşan bir örgüttür ve bu örgüt devamlılık gösterir.

Schumpeter'e (1934) göre girişimcilik mevcut ekonomik yapıyı yıkmaktır. Girişimci, mevcut ekonomik yapıda var olan sosyal ve kurumsal engelleri aşabilmek için içinde bulunduğu durumu zorlayarak yeniliği gerçekleştirir. Bu nedenle girişimcilik faaliyeti sonucu oluşan durum yaratıcı yıkımdır. Bu açıdan girişimciler, yeni bir ticari fikir etrafında yeni işler yaratıp, pazarın büyümesini ve çeşitlenmesini sağlayarak, yeni iş imkânları ve istihdamın artmasını sağlamaktadırlar.

Girişimcilik kavramı hakkında yapılan çalışmalar ve ifade edilen birçok tanımlamalar aşağıda yer alan karakteristik unsurları içerir;

- Girişimci kimliğini ve girişimcilik fırsatlarını kullanma,
- Yenilik ve yenilenme,
- Bir girişimin/bir organizasyonun oluşumu ve kaynakların korunması,
- Hesaplanabilir riskler ve belirsizlikler altında kar elde etme isteği

Girişimci ve girişimcilik çeşitli ekonomik olayları aşağıdaki belirlenmiş karakteristiklerle açıklayabilir:

- Girişimciler yeni bir işletme kuran aktörlerdir. Girişimcilik, yeni bir işletme yaratma ve kurma sürecidir.

- Girişimciler işletmeleri büyüten ve işleri genişleten aktörlerdir.

- Girişimciler bireysel inisiyatif temelinde mevcut tüketim ve üretim yapılarını değiştiren aktörlerdir.

- Girişimciler bazen geleneksel şirketlerden yenilikçilik ve rekabetçi avantaj oluşturma yetenekleriyle ayırt edilir. Girişimcilik yenilikle pazar başarısı arasında bağlantı kurar.

- Girişimcilik bir liderin tutku liderlik, takım oluşturma becerisi, kişisel katılım ve bağlılık gibi kişisel özellikleri tarafından belirlenir.

Kısaca, girişimcilik; “değer yaratmak için, kâr amacı güden yeni bir işletme kurma veya büyütme ve yeni bir mal veya hizmet yaratma sürecidir”. Bunları gerçekleştirmek adına “bir fırsat algılama ve o fırsatı ele geçirmek için bir organizasyon yaratma faaliyetidir”. Girişimcilikle ilgili bu tanımlara göre, girişimcilik kavramı yenilik ve yaratıcılığı içererek, risk üstlenilmesi gereken bir olgu şekilde tanımlanmaktadır. Günümüzün modern işletmecilik anlayışına göre hareket eden işletme yöneticileri girişimcilik kavramını, yenilik, esneklik, dinamiklik, risk alma, yaratıcılık ve gelişim odaklı olma gibi kavramlarla açıklamaktadır. Geçmişte daha çok kâr amacı ile kendi işini kurma ve büyütme olarak tanımlanan girişimcilik günümüzde daha çok risk alma, yenilikleri yakalama, fırsatları değerlendirme ve bunları hayata geçirme süreci olarak tanımlanmaktadır.

D. GİRİŐIMCİLİĞİN ÖNEMİ

Girişimcilik konusu sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte, gerek ulusal gerekse de uluslararası boyutta gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler düzeyinde daha dikkat çekici bir hale gelmiştir. Konu ekonomik ve toplumsal boyutta, pek çok sektör için önem arz etmeye başlamıştır. Sanayi devrimi ile başlayan teknolojik ilerleme ve bilgi toplumuna geçiş; üretim, dağıtım, ulaşım, yönetim süreçlerinde köklü değişmelere sebep olmuştur. Bu süreçte ulusal ekonomiler, yerini dünya ekonomisine bırakmıştır. Küreselleşme, rekabet sisteminin değişmesi, rakiplerin stratejilerindeki farklılaşma, teknolojik yeterliliğin sınırlarındaki gelişme, nüfus

yapısındaki değişim, iş süreçlerinin farklılaşması gibi bir dizi yeni konu çalışma hayatına girmiştir. Bu konular, ulusal ölçekte, yaşamın yeniden örgütlenmesi, eski şirket yapılarının çözülmesi, özelleştirme eğiliminin güçlenmesi, ülkelerin gündemine, mevcut sanayi yapısının rekabet edilebilecek biçimde yeniden düzenlenmesini, siyasi, ekonomik ve hukuk altyapılarının uluslararası uyumu gibi çok köklü bir dönüşüm gerektirmektedir. Kendi zayıf ve güçlü yanlarına doğru teşhisler koyan, uluslararası rekabet sistemini doğru algılayan, rakiplerin uyguladığı stratejileri yakından gözleyen, insan ve sermaye kaynaklarını doğru yönlendiren toplumlar, zenginlik üreterek refah yaratma konusunda bir adım öne geçebilirler.

Dünya genelinde de, iş yaşamının gündemindeki temel konu; bilgi teknolojisine dayanan gelişmeleri doğru algılamak, öngörme ve önlem almada hata yapmamaktır. Bu da ancak akılcı kaynak planlaması yapmak ve girişimciliğe önem vermekle sağlanır. Girişimcilik, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçerken daha fazla önem kazanmıştır, çünkü artık insanın fiziksel gücündense fikri emeğinin ekonomik açıdan daha değerli olduğu kabul edilmektedir. Girişimciliğin üç önemli fonksiyonu vardır.

1. Girişimciliğin Ekonomik Fonksiyonu:

Girişimcilik, ülke ekonomisinin gelişmesinde vazgeçilmez unsurlardan biridir. Girişimciliğin ekonomik kalkınma üzerindeki etkisi ölçmeye yönelik yapılan araştırmalar, girişimci firmaların yüksek katma değer, yeni iş imkânlarının ve ekonomik büyümenin yaratılmasına katkıda bulduklarını göstermektedir. Girişimcilik, günümüzde yeni iş alanları oluşturma, rekabet edebilme ve ekonomik büyümeyi sağlama aracı olarak görülmektedir. Yeni kaynaklarla, yeni teknolojilerle toplumu tanıştırır ve böylece daha önce kullanılmayan ya da daha az kullanılan kaynaklar ekonomiye kazandırılır. Kendi işinin sahibi olmak kişinin kendi işsizliğine karşı bir çözüm oluştururken, aynı zamanda yarattığı iş sayesinde kendi dışındaki diğer bireyler içinde istihdam olanağı tanımaktadır. Özellikle küçük girişimciler işlerinde köklü yeniliklerin gerçekleşmesine olanak tanımakta ve bu doğrultuda çoğunlukla çalışanlarının yenilikçi fikirlerinden yararlanmaktadırlar. Girişimci, ekonomik kaynakların düşük verimlilik alanlarından

yüksek alanlara aktarılma sürecinde baş aktördür; çünkü üretim kaynaklarını yeni bir tarzda birleştirerek kullanılmayan üretim faktörlerinin kullanılmasını sağlar.

Uluslararası gelişmişlik düzeyleri incelendiğinde, geri kalmış ülkelerin kaynak dağılımının, gelişmiş ülkeler kadar iyi olmadığı görülür çünkü etkin bir kaynak dağılımı, onu geliştirebilen, diğer ülkelerden bilgi ve teknoloji transferini yapabilen, başarılı girişimcileri gerektirir. Dolayısıyla, başarılı girişimcilere sahip olan ülkeler, diğerlerine göre daha avantajlıdır. Girişimcilik, serbest rekabet ekonomisinin veya serbest pazar ekonomisinin en önemli unsurlarından birisidir. Bir ülkede girişimcilik olmaksızın serbest rekabet sistemi tam anlamıyla işlemeyecektir. Bu noktada girişimcilik birçok yönden önem taşımaktadır. Örneğin, özelleştirme ancak girişimciliğin başarısı ve etkinliğine bağlı olarak yapılabilecektir. Devletin, kuralları koyan kurum olması nedeniyle pazarda kendisiyle rekabet edilmesi olanaksızdır. Dolayısıyla ekonomide devletin hakim olması pazarda rekabetin bulunmaması anlamına gelecektir. Devletin görevi gelişmiş ülkelerde olduğu gibi, pazarda tam rekabetçi bir serbest pazar ortamının kurulmasını sağlamak olmalıdır. Bu amaçla gerekli yasalar çıkarılarak bu yasalara işlerlik kazandırılmalı, teşvik ve kredi mekanizmalarıyla girişimcilik merkezli sistemin başarılı bir şekilde çalışması sağlanmalıdır. Devlet asli görevlerini yapacağı role çekildiğinde halen üretmekte olduğu mal ve hizmetleri tam rekabet kuralları içerisinde girişimciler üretmeye başlayacaktır. Bu durumda rekabetin etkisiyle üretilen mal ve hizmetlerin kalitesi artacak, fiyatı düşecek ve müşteriler bu durumdan olumlu etkilenecektir. Üretilen mal ve hizmetlerin dünya pazarlarında rekabeti daha kolay olabilecektir. Girişimcilik faaliyetleri yalnızca ekonomiye yeni bir dinamizm kazandıran etkinlik olarak kalmamakta bunun yanında bir ülkenin ekonomik olarak ilerlemesi ve ekonomik zenginlik sağlaması içinde büyük önem taşımaktadır.

Girişimcilik makro ve mikro ekonomik seviyede olumlu etki yapmaktadır. Ayrıca, girişimciliğin kısa ve uzun vadeli bölgesel istihdam üzerinde olumlu bir etkisi vardır. Girişimcilik işsizlik sorununa önemli bir çözüm olanağı sunduğu gibi ekonomik büyümenin de dinamosudur. Ama daha önemlisi kullanılmakta olan üretim araçlarının

ve mevcut girdilerinin değişik şekillerde kullanımı ile üretimi artırır. Girişimci yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması ve uygulamasını hızlandırır, ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına yol açar; teknolojileri kullanan sektörlerde verimliliği artırır ve hızla büyüyen sektörler yarattığı için ekonomik büyümeyi hızlandırır.

Girişimcilik,

- Atıl kaynakların ekonomiye kazandırılarak etkin ve verimli kullanılmasında ve yeni teknoloji üretiminde olduğu gibi;
- İstihdam hacminin genişletilerek işsizliğin önlenmesinde,
- Refah düzeyinin yükseltilerek geniş bir toplumsal tabana yaygınlaştırılmasında ve orta sınıfın güçlendirilmesinde,
- Bölgesel gelişmişlik farklarının ortadan kaldırılmasında ya da azaltılmasında,
- Katılımcı demokrasinin yerleşmesinde ve genel olarak toplumsal barışın sağlanarak bütünleşmenin güçlendirilmesinde işlevseldir.

Girişimci yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması ve uygulamasını hızlandırır, ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına yol açar, teknolojileri kullanan sektörlerde verimliliği artırır ve hızla büyüyen sektörler yarattığı için ekonomik büyümeyi hızlandırır. Dolayısıyla girişimci ekonomik faaliyetlerin düzenlenmesinde, istihdam yaratılmasında ve üretim faaliyetlerinde anahtar faktördür.

2. Girişimciliğin Sosyal Fonksiyonu:

Birçok teknolojik buluşlar girişimciler tarafından toplumun yararı için yenilikçi ürün ya da hizmetlere dönüştürülür. En fazla araştırma ve geliştirme faaliyetinin büyük firmalar ve üniversitelerde yürütüldüğünü ancak, araştırma sonuçlarının sonraki uygulama kısmının kararını ekonomik olarak bu fırsatlardan yararlanmak isteyen girişimci bireylere bağlı olduğunu ifade etmişlerdir. Girişimcilik toplumun kalkınması için çok önemli ve gereklidir. Girişimciler hem bireysel hem toplumsal düşünmek zorundadırlar. Bunun sonucu olarak girişimcilerin içinde yaşadıkları topluma karşı önemli misyonları vardır. Örneğin; az gelişmiş ülkelerdeki en önemli sorunlardan biri

işsizliktir. Bunu doğuran neden ise ürün ya da hizmet üretimi için yeni yatırımların yapılmamasıdır. Kişiler kendi işlerini kurarak işsizliğin önüne bir ölçüde geçebilirler. Bu sayede girişimci sayısı arttıkça istihdam oranı da artacaktır. Girişimci sayısının artması toplumsal refah düzeyini, insanların hayat standartlarını yükseltecektir. Girişimcilikte amaç, daha çok para kazanmak olarak düşünülse de asıl olan toplumsal yaşam kalitesini artırmaktır. Girişimcilik aynı zamanda kişisel gelişime ve sosyal sorunları çözmeye yardımcı olabilir.

Girişimciler bilim ve teknolojiyi kullanarak ve bu alanlara kaynak aktararak bilim ve teknolojinin gelişmesine yardımcı olurlar. Aynı zamanda atıl kaynakları kullanarak bunları kullanılabilir hâle getirirler. Araştırma kurumları, üniversiteler ve diğer ARGE kuruluşları ne kadar üretken olursa olsun, geliştirdikleri yeni teknolojilerin hayata geçirilmesi girişimcilere bağlıdır. Girişimciler, teknolojik buluşları hayata geçirdikçe bilim ve teknoloji ilerlemeye devam edecek, aksi takdirde duraklama ve gerileme olacaktır.

3. Girişimciliğin Kalkınma Fonksiyonu:

Geleneksel modellerde, ekonomik büyüme, sermaye birikimi ve emek büyümesi ile elde edilir; fakat bu faktörler ülkelerin toplam çıktı varyansını tamamen açıklayamazlar. Geleneksel modeller standart ekonomik göstergeleri en üst düzeye çıkarmak ya da en aza indirmek için belirli bir değerler kümesi olarak verilen optimize konularına odaklanmaktadır. Schumpeter'e göre (1934) ekonomik kalkınmanın ana nedeni girişimcidir. Sonuç olarak, girişimciliği anlamak ekonomik gelişimi anlamak için kritik öneme sahiptir. Kullanılmakta olan üretim araçlarının ve mevcut girdilerin değişik biçimlerde kullanılmasıyla üretimi arttırılmış olur. Ekonomi teorisinin en önemli konularından biri olan büyüme ve kalkınma sorununa tarihsel açıdan bakılırsa girişimciliğin önemi büyüktür.

Girişimcilik bölgesel kalkınmada da önemli bir rol üstlenmektedir. Bölgesel veri ve analizlere bakıldığında, bölgesel bir kalkınma stratejisi olarak girişimciliğin teşvik edilmesi gerektiği çıkarımı yapılabilir. Girişimcilik faaliyetleri bölgelerde yeni firmaların

doğmasını sağlamaktadır. Yeni firmaların doğmasının ise yerel ekonomik kalkınmaya istihdam, vergi geliri artışı, bölgesel cazibenin yükselmesi ve bölgesel canlanma ve en önemlisi hizmet sunumun artışına paralel bölgesel gelirin bölge içinde kalması gibi stratejik etkiler sağlamaktadır.

E. GİRİŞİMCİLERİN ÖZELLİKLERİ

Başarma İhtiyacı: Bir işin üstesinden gelme ya da başarma motivasyonu zorluklarla mücadele etme, yetenekler yönünde kendine güven, kişisel gelişim sağlama, rekabetçilik, kaynakları yönetme, yüksek standartlara ulaşma olarak düşünülebilir . Yüksek başarı ihtiyacı, bireylerin girişimci davranışlarda bulunmasına neden olur. Bazı çalışmalar başarı ihtiyacı ve girişimcilik arasında ilişki olduğunu gösterirken bazıları bunun aksini ortaya çıkarmaktadır. Girişimciler yüksek iş başarısı motivasyonunun etkisindedirler. Bu nedenle kendilerini başarı ile özdeşleştirme ve başarı ihtiyaçlarını tatmin etme eğilimindedirler. Yüksek başarı motivasyonu yöneticiler ve üniversite öğrencilerine kıyasla girişimcilerde daha yüksek olduğunu bu yüzden başarı motivasyonunun esasen bir girişimcilik özelliği olduğu belirtilmiştir. Girişimci ruha sahip kişilerin, en belirgin özellikleri, başarı arzularının yüksek olmasıdır. Bu tip insanlar, rutin işlerden pek hoşlanmazlar, yeni fikirler yaratmayı tercih ederler.

İçsel Kontrol Hissi: Kontrol hissi bir bireyin hayatındaki ödülleri ve cezaları algılamalarını ifade etmektedir. İçsel bir kontrol hissine sahip bireyler, kendi hayatlarının gidişatını kendilerinin kontrol edebilme yeteneğine sahip olduklarına inanmaktayken, dışsal kontrol hissine sahip bireyler de hayatın olaylarının dışsal faktörlerin (şans, talih, kısmet v.b.) sonuçları olduğuna inanmaktadırlar. Kontrol hissi başarılı ve başarısız girişimcileri birbirinden ayırt etmektedir. İçsel kontrol, karakteristik bir girişimci özelliği olarak, kabul edilmiştir. İçsel kontrole sahip olduğunu düşünen bireyler diğerlerinin aksine şansa ya da kismete inanmak yerine hayatlarında başlarına gelen her şeyden kendilerinin sorumlu olduğuna inanırlar. Daha fazla içsel kontrole sahip kişiler bilgiye, daha fazla inisiyatif almaya, daha fazla sorumluluk

üstlenmeye ve daha yaratıcı olmaya dönük bir eğilim göstermektedirler. Literatürde yer alan araştırmalar içsel kontrol hissini bir girişimcilik hissi olduğunu ortaya koymaktadır.

Risk Alma Eğilimi: Bir kişinin risk alma eğilimi belirsiz altında karar verme şartlarında şans almaya doğru eğilimi olarak tanımlanabilmektedir. Risk alma eğilimini girişimcileri yöneticilerden ayırmada anahtar faktördür. Girişimcilik fonksiyonunun öncelikle risk ölçümü ve risk almayı kapsadığı söylenmelidir. Girişimcilikte de risk almaya yatkın olmak, finansal açıdan zarar tehlikesini ve sosyal açıdan da başarısızlığı göze almak demektir. Girişimcilik anlamında insanları risk almaya yönelten veya alıkoyan birçok faktör vardır. Bu faktörler, kişiden kişiye göre değişir ve bunları genellemek oldukça zordur. Risk alma eğilimi girişimcinin yaşı, cinsiyeti, deneyimi, aile yapısı, geçmişi, sosyoekonomik statüsü vb. demografik özellikleriyle de yakından ilgilidir. Girişimcide risk alma eğiliminin temel nedeninin başarı motivasyonu olabileceği gibi risk alma eğilimi ile saygınlık kazanma eğilimi arasında, bir ilişki kurulabilir. Bazı araştırmalara göre girişimci orta düzeyde risk alma eğiliminde olan biri olarak kabul edilmiştir. Yeni bir riske girmek, girişimcinin enerjisinin ve zamanının çoğunu alır. Sonuçta girişimcinin sorumluluklarına zarar gelebilir.

Belirsizlik Toleransı: Belirsiz bir durum, birey tarafından, yeterli veri olmaması nedeniyle tam olarak yapılandırılmayan veya kategorize edilemeyen durumdur. Yani, herhangi bir durumla ilgili yeterince detaylı bir bilgi yok ise o durumda bir belirsizlik söz konusudur. Belirsizlik toleransı ise, belirsiz durumlara olumlu tepki verebilme yeteneğidir. Girişimcilerin belirsizliğe karşı toleransları daha yüksektir. Girişimcilik için bu önemli bir özelliktir. Çünkü çok az durum yeni bir işe başlamaktan daha fazla belirsizlik içerebilir. Kararlar hangi seçeneğin başarılı olacağı konusunda açıklık ve belirginlik olmadan alınır. Bu özelliklere sahip bir girişimci birçok kişinin cesaret edemeyeceği belirsizlik düzeylerinde risk alarak işini sürdürmeye devam eder. Belirsizlik toleransına sahip olanlar her türlü zorluklarla baş edebilen, her şeyi mükemmel yapmaya çalışan, belirsizliğin olduğu durumlarda karar almayı ve önderlik yapmayı sevenlerden oluşur.

Kendine Güvenmek: Bir girişimcinin belirlemiş olduğu hedefleri başarabileceğine inanması gereklidir. Yani girişimci kendi işinde, kendisine saygı duyar ve işi başaracağına dair yeteneklerinin olduğuna inanırsa başarılı olabilir. Kendine güvenenler hassasiyetle takip ettikleri iş programları olan, olayların sonuçlarını kendilerinin etkilediğine inanan bireylerden oluşur.

Yenilikçilik: Girişimci açısından yenilik, işletmenin ekonomik ve sosyal potansiyelinde belirli amaçlara odaklanmış değişimler yaratma faaliyetlerini kapsar. Girişimcilerin sahip olduğu düşünülen kişilik özellikleri arasında üzerinde en fazla uzlaşmaya varılmış olanı yenilikçiliktir. Girişimci tanımlarına bakıldığında yenilikçi olma ve risk alma özelliğinin yer aldığı görülmektedir.

Duygusal Zeka: Duygusal zekâyı; “bireyin kendisini harekete geçirebilme, aksiliklere rağmen yoluna devam edebilme, dürtüleri kontrol ederek tatmini erteleyebilme, ruh halini düzenleyebilme, empati kurma, umut etme, sorunların düşünmeyi engellenmesine izin vermeme” olarak tanımlamıştır. Başarılı girişimcilerin de duygusal zekâlarını doğru yönde kullandıkları yapılan araştırmaların sonucunda ortaya çıkmıştır. Girişimciler orta düzeyde risk alan bireylerdir. Çünkü onlar aynı zamanda yüksek başarı güdüsüne de sahiptir. Zor koşullar altında kendi kendini motive ederek, fırsatlardan yararlanmasını bilen ve azimle işin peşinden giderek başarıyı yakalayan girişimci duygusal zekâsını kullanmaktadır. Duygusal zekâyı sahip girişimciler, fikirlerini açıklama, iş yapma ve yaptırma sürecinde daha başarılıdır.

F. GİRİŞİMCİ OLMA SEBEPLERİ

Ekonomik Düzeyi Yükseltmek: Her iş kolunda elde edilecek maksimum ücretin bir sınırı vardır. Yetenek ve deneyimleri ne olursa olsun, insanların bu durumda daha fazla gelir elde etmesine imkân yoktur. Oysaki bir kişi tek başına bir işletmeye sahip olduğunda elde edilen kâr tamamen kendisine kalacaktır. Pek çok kişi için sürekli kazanç sağlama işletme kurma amacı olabilir.

Yeni Ürün ve Fikirleri Uygulamak: Girişimcilik ruhuna sahip kişilerin en belirgin özelliklerinden birisi başarı arzularının yüksek olmasıdır. Bu kişiler rutin işlerden pek hoşlanmazlar ve yeni ürün ve fikirler üretmeyi tercih ederler. Ürettikleri yeni fikirler yeni girişimler olarak ortaya çıkar. Kişiler kendilerine özgü üretken düşüncelerini uygulamak için girişimciliğe yönelirler. Çünkü bir kişi bir işletmede yönetici olarak dahi çalışsa, her zaman kendi özgün düşüncesini uygulama fırsatı bulamayabilir.

Sosyal Statü Kazanmak: Toplumlarda daha fazla kazanmak arzusu, bir kişinin kazandığı ve harcadığı paranın başkaları tarafından başarı ve değer ölçüsü olarak değerlendirilmesinden ileri gelmektedir. İyi bir iş ve unvana sahip olmak, toplum gözünde girişimcilere verilen değer olarak yorumlandığından kişilerin sosyal statülerinde olumlu etkiler yapar. Yaşadığı yerde “işadami” unvanı ile anılmak kişiyi işletme kurmaya ve çalıştırmaya iten önemli motivasyon kaynaklarından biridir.

Bağımsız Çalışma İsteği: Birçok kişi başkalarına bağımlı olarak çalışmak istemez. Kişinin kendi adına işletme kurup çalıştırmak isteği kendi kendinin patronu olma yani özgür olma isteğinden kaynaklanır. Ayrıca birçok kişiye hükmetmek suretiyle güç ve nüfuz kazanma isteği de kişilerin işletme kurma isteğini artırmaktadır.

Özgürlük İsteği: Kendi işinin patronu olmak, başkalarından emir almamak ve yeteneklerini kullanabilmek her şeyden önce özgürlük sağlamaktadır. Kişinin kendi işi ve kendi mutluluğu için aldığı kararları gerçekleştirerek arzularına ulaşması motivasyon sağlayıcı bir güç olmaktadır.

G. GİRİŞİMCİLİĞİ TEŞVİK EDEN FAKTÖRLER

Aile: Girişimciliğin gelişiminde en önemli teşvik edici veya engelleyici unsur ailedir. Ailenin, çocuklarının kariyer seçiminde etkili olduğu en önemli alanlardan birisi, ailenin sosyal yapı içindeki yeridir. Sosyal yapı içindeki yer, ailenin çocuklarını yetiştirmeleri ve onları geleceğe hazırlamaları için gerekli finansal ve kültürel kaynaklara ulaşma derecelerini belirler. Ailenin sahip olduğu değerler, ailedeki birey sayısı, yetiştirme tarzı, büyüklerin otoriter veya eşitlikçi olmaları gibi unsurlar çocukların

sosyalleşmelerini ve bağlı olarak da hayatlarını etkiler. Girişimci özellikleri ailede kazanan bireylerin mesleki algılarının aile mesleği ekseninde biçimlenmesi, aile mesleğine yönelmelerinin ya da yeni iş kurma eğilimine girmelerinin başlıca nedenlerinden biridir.

Girişimcilikte amaç, kaynakların en etkin ve verimli biçimde kullanılmasıdır. Bu amaç girişimcilik motivasyonu ile birleştiğinde ortaya başarıya azmi çıkar. Bu azim aile kaynaklıdır. Ailede girişimci bir kişinin olması bireyin de girişimci olması yolunda etkilidir. Ailenin çocuğu eylemlerinde desteklemesi de bireyin girişimcilik duygusunu geliştirmektedir.

Coğrafya: Girişimciliği teşvik eden faktörler arasında genel olarak coğrafya ve kentleşme de önemli bir yere sahiptir. Girişimciliğin oluşmasında ve gelişmesinde coğrafyanın ekonomik faaliyetler üzerindeki etkisi teknolojik gelişmelere bağlı olarak azalmış olmakla birlikte yine de bu etkiler göz ardı etmek mümkün değildir. Özellikle, tarımsal alanların elverişsizliği, bireylerin tarım dışı iktisadi faaliyetlere yönelmelerine neden olmaktadır. Endüstriyel üretim etkinliklerinin bulunduğu ve girişimciliğin gelişmiş olduğu kentsel alanlara yakın olma, hem bilgilenme, hem de pazarlama açısından önemli bir avantajdır. Kentleşme düzeyi yüksek alanların nüfus çekim merkezi olması, bunun sonucu olarak nitelikli iş gücü ve sermayenin bu alanlara kaymasıyla girişimsel süreç açısından önemli olan insan kaynağı ve maddi altyapı oluşmaktadır.

Küreselleşme: Girişimciliğin oluşumunda etkili olan önemli faktörlerden diğeri küreselleşmedir. Günümüzde üretim ve tüketim değerleri de giderek küreselleşmekte, bu durum, bireylerin tutum ve davranışlarında önemli değişmelere yol açan teknolojik gelişmelerce de desteklenmektedir. Küreselleşme göreceli olarak sınırların ortadan kalkması ve üretim faktörlerin, bilginin ve de insan mobilitesinin artmasıdır. Küreselleşmenin doğası gereği uluslararası sınırların büyük ölçüde ortadan kaldırılması ve uluslararası alanda var olmayı, üretilen ürünün miktarına, çeşidine ve niteliğine bağlı kılması, uluslararası rekabeti kaçınılmaz hale getirmiştir. Bu durum, uluslararası alanda kendisi olarak var olmak isteyen ülkelerin, rekabet güçlerini arttırmaya çalışmalarına

neden olmaktadır. Rekabet gücünün artmasının girişimcilikle mümkün olabilmesi ise, girişimciliğin gelişmesini zorunlu kılmıştır. Bu amaçla, birçok ülkenin özel girişimciliğe ulusal kalkınma programında merkezi bir yer verdiği görülmektedir.

Kültür : Kültür, bir toplumun duyuş ve düşünüş birliğini oluşturan, gelenek durumundaki her türlü yaşayış, düşünce ve sanat varlıklarının toplamıdır. İnsanı insan yapan en önemli faktördür. Çünkü insanlar içinde yetiştikleri kültürlerin birer örneğidirler ve sahip oldukları kültürleri, oluşturdukları sistemlere taşırlar. Kültür; insanların davranışlarına parametre oluşturan soyut ya da somut anlam ifade eden değerlerden oluşan bir bütündür. İnsanların davranışlarına ve kişiliklerine doğrudan etki eden bir sistem olarak kültür, sadece birey değil grup davranışlarını da şekillendirir. Bu nedenle girişimciliğin de; kültürel değerlerden etkilenmemesi mümkün değildir. Üyesi oldukları topluma ait kültürden aldıkları parametrelerle oluşan bir alt kültür çerçevesinde hareket eden girişimcilerin, kişilik yapıları da bundan etkilenecektir. Kişilik yapılarında aktif ya da pasif olacak unsurların varlığı önemli ölçüde kültürel etkilerle oluşacaktır.

Yeni bir işletme kurma düşüncesi kişinin ait olduğu toplumun kültürü, etkilendiği alt kültürler, ailesi, arkadaşları ve öğretmenlerinden gelen ilhama bağlıdır. Bir kültürde girişimciliğin genel çerçevesini oluşturan; kişinin kendi patronu olması, bireycilik, başarılı olmak ve para kazanmak gibi değerler ön plana çıkarılıyorsa bu kültürde girişimcilik fazlasıyla destekleniyor demektir. Böyle kültürlerde yeni işletmelerin kurulma oranı yüksektir. Ancak hiçbir kültür; girişimciliği destekleyen ya da girişimciliğe karşı olan bir kültür şeklinde keskin ifadelerle ayrılamaz. Kültürel bütünü oluşturan çok sayıdaki alt kültür, girişimciliği olumlu veya olumsuz etkileyecek ortamlar oluşturabilirler. Bu alt kültürlerin girişimciliği destekleyen niteliklerinde farklılıklar sergilenmektedir.

5. Eğitim ve Güven: Girişimcilik için eğitim sistemi de teşvik unsurları taşıyabilir. Girişimciliği önemseyen, müfredatında yer veren ve yaşayarak öğrenmeyi ezberciliğe tercih eden eğitim sistemlerinden geçen bireyler, girişimcilik eğilimleri yüksek olan

bireylerdir. Merak ve araştırma duygusuna önem veren eğitim kurumlarında yetişen çocukların daha yaratıcı ve girişimcidirler. Bireyin aldığı eğitimin felsefesi, programı ve kapsamı girişimciliği ve yaratıcılığı belirlemektedir. Bireylere başarı arzusu veren eğitim sistemi, aynı zamanda o bireylerin yaşadığı ülkenin iktisadi gelişmesinde de belirleyici olmaktadır. Toplumun güven seviyesi de girişimciliğin başarılı olmasında önemli derecede etkilidir. Çevrede güven duyabilecek insanların fazla sayıda olması, toplumdaki girişimcilik çabalarının hızla devam etmesine sebep olur. Güvenin yüksek olması girişimcilerin rahatlıkla başka bireylerle iş birliği yapmalarını, yetki ve sorumluluklarını devretmelerini kolaylaştırır. Yüksek güven; yakın denetim ve disiplini öne çıkaran katı hiyerarşik yapılanmalar için uygun değildir.

6. Din: Toplumsal inanç sistemleri ve geleneksel değerler, başarı güdüsü ve girişken çabaları teşvik edebilmektedir. Çoğu dinlerde üretime ve çalışmaya yapılan vurguların fazla olması, yine kişileri tembellik, faaliyetsizlik ve miskinlikten kurtarmaya yönelik telkinler, kişiyi iyi bir insan olmak adına üretmeye ve çalışmaya yönelten güdüler olmuştur. Bu güdüler, kişinin yapacağı her türlü faaliyet ve eyleme destek niteliği taşımaktadır.

7. Siyaset: Girişimciliğin oluşumunu siyasal sistemin niteliği de etkilemektedir. Siyasal sistemin, özgür girişimciliğe bakış açısı, özel mülkiyete tanıdığı yasal statü ve uygulama alanına koyduğu ekonomik sistem, girişimciliğin oluşumuyla yakından ilişkilidir. Girişim özgürlüğünün yasal güvenceye kavuşturulması ve finansal olanaklarla desteklenmesi, girişimciliğin ortaya çıkmasının önemli bir itici gücünü oluşturmaktadır. Bu da politik sistemin, özel inisiyatifi ve kazanımları ön plana çıkaracak ve piyasa isteklerini dikkate alacak biçimde örgütlenmesini gerektirmektedir. Bu bakımdan, piyasa taleplerinin ve trendlerinin yeterince dikkate alınmadığı merkeziyetçi sistemlerin girişimcilik açısından uygun koşulları sağlayamadıkları söylenebilir. Özellikle, merkezi/bürokratik yapılara sahip olan sosyalist ekonomiler, piyasanın taleplerine yeterince hızlı cevap veremezler. Çünkü bu sistemde insanlara, risk almalarını ve yeni işler geliştirmelerini teşvik edecek yüksek kârlar sağlanmaz. Diğer yandan, girişimciliğin

zorunlu koşullarından biri olan özel mülkiyet hakkının yasal güvenceyle teminat altına alınması da, bireyleri girişimci olmaları yönünde motive eden temel etmenlerden biridir. Çünkü özel mülkiyet hakları ne kadar iyi korunuyorsa girişimciler o derece mal ve sermaye biriktirme yolunda motive olacaklardır. Bu da sermaye birikimini arttırarak uzun dönemde ekonomik büyümeye yol açacaktır.

8. Ekonomi ve Mevzuat: Girişimciliğe toplumda değer kazandıran en önemli özellik ekonomik değer yaratmasıdır. Bir ülkede kalkınmayı ve gelişmeyi sağlayan başlıca etkenlerden birisi girişimcilerdir. Bu nedenle devlet girişimciliği desteklemek adına enerji, ulaşım ve iletişim alanlarında kolaylıklar sağlamakta, vergi oranlarında çeşitli ayarlamalar yapmakta, altyapı hizmetleri sunmakta, bürokratik engelleri azaltılmakta ya da ortadan kaldırılmaktadır. Devlet hukuksal zeminin tesis edilmesinde olduğu gibi, sağladığı diğer olanaklar çerçevesinde teşvik kredileri, faizsiz ya da düşük faizli ve uzun vadeli iş kurma ve geliştirme kredileri gibi girişimciliğin finansal altyapısını oluşturan ve girişimcilik açısından yaşamsal öneme sahip sermayenin sağlanmasını da mümkün kılmaktadır. Özellikle, sermaye sıkıntısının önemli bir sorun olduğu ülkelerde devletin, sermayenin temini yönünde olumlu adımlar atması, girişimciliği teşvik eden başlıca unsurlardandır.

H. GİRİŞİMCİ ve GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ veya BENZER KAVRAMLAR

Genellikle sermayedar, işadamı, işveren, yönetici, teknisyen, teknokrat ve girişimci kavramları birbirlerinin yerine kullanılmakta, açık ve kesin tanımlarının yeterince bilinmemesinden dolayı kavramlar karıştırılmaktadır. Bu kavramların çok yakın ilişki içinde olması ve benzerlikler göstermesi birini diğerinden ayırmayı zorlaştırmaktadır.

Sermayedar- Girişimci Ayırımı: Girişimcilik ile sermaye sahipliğinin birbirinden kesinlikle ayrılması gerekmektedir. Çünkü girişim kavramı, paranın varlığından çok yeni ürün ve üretim tekniklerini, geniş bir vizyonu veya değişen koşullara uyum yeteneğini

çağrıştırır. Dolayısıyla, girişimcilik yeteneklerine sahip fakat yeterli sermayesi olmayan kişiler potansiyel birer girişimci olarak tanımlanmaktadır.

Uygulamada sermayedar fiilen yatırıma giriştiği ve işletmesinin kurucusu olduğundan girişimci ile karıştırılmaktadır. Oysa girişimcilik, risk alabilme, dinamizm, yaratıcılık vb. nitelikler gerektirmektedir. Her sermaye sahibinde bu niteliklerin bulunması beklenemez. İstikrarlı bir gelişme sağlayan kazanç sermayedar için yenilikler yaratmaktan, riske girmekten, yeni başarılar peşinde koşmaktan daha cazip olabilmektedir.

İşveren/Patron-Girişimci Ayırımı: Girişimcikle karıştırılan kavramlardan biri, hukuki bir kavram olan “işveren”dir. Yine benzer kavramlardan biri de “patron”dur. Patron, girişimci olabileceği gibi sermaye sahipliği, işveren ya da yöneticilik kavramlarının yerine de kullanılabilir. Bir diğer kavram olan “sermayedar”, aslında para sahipliği anlamına gelmez. Mal ve hizmet üretimi için kullanılan üretim araçlarını ifade etmede kullanılan bir kavramdır. Girişimcilik ise, tüm bunlardan farklı olarak “devamlı risk almak suretiyle diğerlerinin göremediği ya da cesaret edemediği iş fırsatlarını değerlendiren kişidir”.

Yönetici/Girişimci Ayırımı: Girişimcilik ile karıştırılan bir kavram ise yöneticilikdir. Girişimci kavramının yerine; yönetici, fabrika yöneticisi ve şirket yöneticisi gibi unvanlar kullanılmaktadır. Ancak yönetici kavramının esasına bakıldığında, “yönetim işini kendilerine meslek edinerek işletmenin sahibi haline gelmeden girişimcinin yaptığı işi yapan ve bu hizmetleri karşılığında ücret alan kişilerdir” tanımıyla karşılaşılmaktadır. Yönetici örgütün belirlediği amaçların başarılması amacıyla çalışanları koordine eden ve yöneten kişidir. Aşağıdaki tabloda yönetici ile girişimci arasındaki farklar görülmektedir.

Girişimci İle Profesyonel Yönetici Arasındaki Farklar

Alanlar	Girişimci	Profesyonel Yönetici
İçgüdü ve duygusal yönelim	Yaratıcı ve yapıcı Başarılı olmak isteyen Kişisel imajını ve çıkarlarını ön planda tutan Kendi yeteneklerini geliştirmeye önem veren Şirketine sadık Belirli oranlarda ve durumlarda risk üstlenmeye hazır	Birleştirici ve yerleştirici Güç elde etmek ve etkin olmak isteyen Örgütün imajını ve çıkarlarını ön planda tutan Örgütün ve personelin gelişmesine önem veren Yöneticiliğe saygılı Ancak destek sağladığı durumlarda risk üstlenmeye açık Analitik ve tedbirli davranan
Analitik yönelim	Uzun vadeli düşünen Modelleri bir bütün olarak görme yeteneği olan	İşinin gereği daha kısa vadeli düşünen Detayları ve sonuçları görebilme yeteneği olan
Kişisel yönelim	Kişisel, politik ve insanlara yakın davranan Kendini sorgulayan ve merkeziyetçi Aile bağlarına önem veren Duygusal ve sabırsız	Kişisel olmayan, gerçekçi ve insanlara Mesafeli duran Merkezkaç ve işleri delege eden
Yapısal ve konumdan kaynaklanan faktörler	İşletme sahibi olmanın öncelik ve risklerini taşıyan Şirket sahibi olduğu için konumundan emin olan Konumu nedeniyle dikkat çeken Aile çıkarlarıyla şirket çıkarları arasında bir seçim yapmak zorunda olan Yöneten	İşletmeye bağımlı olmayan, daha az önceliklerle ve risklerle karşılaşan Konumundan yeterince emin olmadığı için sürekli kendini kanıtlamak zorunda olan Dikkat çekemeyen Konumu nedeniyle aile ve şirket çıkarlarını ayrı tutabilen Yönetilen

Teknisyen/Teknokrat-Girişimci Ayırımı: Teknisyen veya teknokratlığa, “bir şeyin doğru yapılmasını istiyorsan, kendin yap” ilkesi yön vermektedir. Girişimci gelecekte, teknisyen ise günümüzde yaşamaktadır. Girişimci hayal eder, teknisyen ise gerçekleştirir.

İ. GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARI/BAŞARISIZLIK FAKTÖRLERİ

Girişimcinin rolü işletmenin kurulmasıyla sona ermez. Önemli olan ekonomik faaliyetlerini başarı ile sürdürebilmesidir. Girişimcilikle ilgili yapılan bir dizi

araştırmalarda başarılı girişimcilerin bazı ortak özellikleri olabileceği vurgulanmıştır. Kao girişimcilikte en önemli başarı faktörlerini aşağıdaki gibi sıralamıştır:

- Kararlılık ve azim,
- Başarmak ve büyüme için güdülemek,
- Fırsat ve hedefe yönlendirme,
- İnişiyatif ve kişisel sorumluluk almak,
- Sorunlara kalıcı çözüm bulma,
- Gerçekçilik ve mizah duygusu,
- Görüş almak ve kullanmak,
- İçsel kontrol odağı,
- Göze alınacak riski hesaplamak,
- Dürüstlük ve güvenilirliktir.

Yukarıdaki listeye daha pek çok kişisel özellik eklemek mümkündür. Bir işletmeyi kurarken girişimcinin göz önünde bulundurması gereken başarı faktörleri bulunmaktadır.

- ◆ İş Olanasının Bulunması
- ◆ İşe Başlamak İçin Uygun Zamanın Seçilmesi
- ◆ Yönetim Yeteneği ve Tecrübesi
- ◆ Öz Sermaye ve Kredi Olanakları
- ◆ Riske Karşı Sigorta

Girişimcilikte başarı faktörleri olduğu gibi başarısızlık faktörleri de söz konusudur. Başlıca başarısızlık faktörlerini aşağıda kısaca özetlenmiştir.

- ◆ Kuruluş Yerinin İyi Seçilmemiş Olması

- ◆ Rekabet Faktörlerinin Dikkate Alınmaması
- ◆ Sermaye Yetersizliği
- ◆ Kişisel Unsurlar (Ticari ve teknik bilgi yetersizliği)
- ◆ Yetersiz Zaman

J. GİRİŞİMCİLİK ve KÜLTÜR

Girişimciliğin öneminin artması, iktisadi ve sosyal gelişme açısından hayati işlev görmesiyle yakından ilişkilidir. Giderek artan girişimci faaliyetler, durgun ekonomileri harekete geçirmede büyük rol oynamakta ve yeni iş alanlarının oluşturulmasına ve istihdam sorunlarının çözümüne katkı sağlamaktadır. Teknolojik gelişmenin ivmesini arttırmada da girişimci atraksiyonların büyük rolü olduğu bilinmektedir. Girişimcilik, aynı zamanda gelişmekte olan ekonomilerin büyümeleri için de, zaruri bir araç olarak görülmektedir. Bu olgu, bugün için gelişmiş ekonomiler de dahil olmak üzere küresel ölçekte kabul görmektedir. Dolayısıyla girişimcilik, artık, çağımızın yükselen bir değeri durumundadır. Dünya ekonomisinde görülen yeniden yapılanma/globalleşme eğilimleri de, genelde, girişimcilik üzerine bina olmaktadır. Söz konusu yeniden yapılanma ve globalleşme eğilimleri, küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) rollerindeki farklılaşmayla atbaşı gitmektedir. Üretimde esnek olmaları, istihdamı artırma imkânları vb. nedenlerle KOBİ'ler, günümüzün ekonomik yapısının etkin aktörleri olarak ortaya çıkmaktadırlar. Bu bakımdan dünya ekonomisinde görülen yeniden yapılanma sürecinin ateşleyici unsurunu da, kuşkusuz girişimciler oluşturmaktadır. Yaratıcılıktan-yeniliğe, atak olmaktan-cesarete, risk almaktan-hayalciliğe kadar çeşitli sıfatları haiz olan girişimciler, toplumsal ve iktisadi değişimin motorize gücü olarak karşımıza çıkmaktadırlar.

Girişimci kültür, kendi içerisinde, spesifik davranış kodlarına, tutum ve algılama tarzlarına, yaşam biçimlerine açıklık gösterir. Bu kültürde, aile, okul, sosyal çevre, kitle haberleşme araçları vs. bireyi üretkenliğe, rasyonel düşünmeye, kâr saikiyle hareket etmeye, başarı tutkusuna sahip olmaya, rekabetçi bir kişiliğe yönlendirir. Girişimci

kültürleri örnekleyen sıfatlar arasında “güven katsayısı”nın yüksek olması büyük önem taşımaktadır. İnsan ilişkileri, ast-üst ilişkileri, çalışma ilişkileri vs. güvene dayalı ortamlardan pozitif etkilenmektedir. Amirler, astlarına daha özgür ve güvenli bir ortam sunarlar. Bu güven, özellikle katı örgüt yapılarında, sıkı gözetim ve yakın kontrole dayalı ortamlarda yaratılamaz. Moral değerlere önem veren, dış çevre yönelimli sosyal gruplarda girişimci işbirliği ortaya çıkar ve gelişme imkânı bulur. Girişimci kültürler, “kişisel bağımsızlık” temasına odaklanmışlardır. Bu kültürlerde bireylerin bağımsız hareket etme istemlerinin önü kapanmaz, aksine olumlu karşılanır. Bu tolerasyon, özgürleşme, kendi sesine kulak verme, hayalindeki şeyin peşine düşmek gibi girişimcilik için hayati unsurlara ivme kazandırır. Kişisel bağımsızlığa sahip kişi, baskılayıcı/sınırlayıcı etkilerden uzaklaşarak, yeni, özgün, farklı, yaratıcı şeyler denemek, buluşlar yapmak, yeni ülkeler keşfetmek imkânı yakalar. Girişimci kültürde “yüksek başarı güdüsü” egemendir. Başarı oryantasyonu, girişimci kültürü karakterize eden temel unsurlardan biridir. McClelland, başarı motivasyonu alanındaki öncü eserinde (That Urge to Achieve, 1966), kültürle girişimcilik arasındaki ilişkiye temas eder ve başarı güdüsünü girişimcilikle irtibatlandırır. Ona göre, girişimcilik başarı motivasyonuna sıkı sıkıya bağlıdır. Başarı motivasyonu; teşebbüs etmek, harekete geçmek ve kazanmak açısından gereklidir. Benzer bir tespiti De Bono da yapmaktadır. Ona göre de, girişimcilik kültürünü tanımlayan en iyi ifade, “bir şeyi gerçekleştirme tutkusu” dur. Hofstede, girişimci edimlerin, “kültürün cinsiyeti” açısından da farklılaştığını, kültürel cinsiyet’in girişimci değer oluşumuyla yakından ilişkili olduğunu belirtir. Ona göre, erkek ve dişi kültürler göre girişimcilik değişik şekillerde tezahür eder. Erkek kültürler, girişken, saldırgan, kararlı kişilikler üretirken, dişi kültürler uyumcu, fazla öne çıkmayan, içe dönük karakterlere açıklık gösterirler. Kültürün erkeklik boyutu; para kazanmaya önem verme, materyalist eğilimli olma, atılganlık, gözü peklik gibi özellikler sergiler. Dişi kültür, geleneksel anlamda dişilikle özdeşleştirilen şefkat, merhamet, nezaket, sadakat vb. özelliklere sahiptir. Erkek kültürlerde, çalışmak için yaşamak ilkesi benimsenirken dişi kültürlerde yaşamak için çalışmak ön plana çıkar. Erkek kültürde insanların kendine

güvenleri daha fazladır. Erkek kültürlerde çocuklar; hırslı, girişken, rekabetçi bir tarzda yetiştirilirler. Bu kültürel nüanslar, girişimci kişiliklere açık olmayı önemli ölçüde etkiler. Bir başka deyişle, erkek kültürler, girişimci kişilik/benlik oluşumunda daha etkindir. Toplumdaki alt kültür portföyü de girişimci değer oluşumu ve girişimci bireylerin ortaya çıkmasında etkili bir unsurdur. Girişimci alt kültür grupları, kendi üyeleri ve grup dışındakiler için teşvik edici, özendirici, modelleyici etkide bulunurlar. Örneğin, Amerika'daki farklı girişimci alt kültür grupları, bu türden bir etkiye sahiptirler ve girişimci kültürün ikamesinde büyük pay sahibidirler. Özellikle, Route 128 (Boston), Silicon Valley (California) ve North Caroline Triangle vs. bir tür girişimci okul gibidirler. Zira, bu alt kültürlerde, girişimcilik teşvik edilmekte, yeni işletmelerin kurulması desteklenmektedir. Ayrıca, fırsat kollamak, teşebbüse geçmek, başarmak, yarışmacı bir mizaca sahip olmak da özendirilmektedir. Bu alt kültürler de, kendi içlerinde girişimciliği desteklemeleri açısından farklılaşırlar. Örneğin, Silicon Valley'de, girişimciliği destekleyen kültürel faktörler olarak aile özellikleri ön sırayı alır. Yapılan araştırmalarda, buradaki girişimcilerin daha çok, bağımsızlığa önem veren anne ve babaların çocukları olduğu görülmüştür. Aile ortamının girişimciliğe pozitif destek vermesi, girişimci sayısının artmasında etkili olmuştur. Daha önce de dile getirildiği gibi, kültürel sistem (değer, norm, aile, sosyal çevre vs.), burada, girişimci benlik oluşturacak şekilde fonksiyon görmektedir. Yani, toplumsal kültür, bireyi atılganlığa, gözü peklığe, üretkenliğe, mücadele etmeye ve sonuçta başarmaya yönlendirici bir işlev görmektedir. Girişimci benlik, girişimciliğe odaklı kültürel ortamlara aidiyet taşır. Başka tür ortamlarda, girişimci benlik imkânsız değilse de, çok güç ortaya çıkar. Girişimci kültürler, başarı güdüsü ve hür teşebbüsü kutsadıklarından, girişimci benliğin kökleşmesine katkıda bulunurlar. Girişimciliğe pozitif değer atfetmeyen toplumlarda, sağlam bir girişimci damarın oluşması olanaksızdır. Bu toplumlarda olsa olsa, "kurnazlık", "köşe dönücülük", "açık gözlülük" ya da "iş bitiricilik" gibi paraziter kültürel kalıplar köken bulur. Reynolds'un da ifade ettiği gibi, girişimci kültür, toplumsal kültürün bir yan/alt parçasıdır ve hakim sosyo/kültürel unsurlardan azami ölçüde etkilenmektedir. Ona

göre, toplumdaki gelenekler, anlayışlar, ön kabuller vs. girişimcilik edimini başlatmada büyük rol oynar. Özellikle, yeni bir işe başlamaya ilgili ritüeller, semboller ve kahramanlıklar ve bunların çokça dile getirilmesi, başarılı girişimciler hakkında medyaya yansıyan hikâyeler vs. girişimcilik üzerinde pozitif bir etki yaratmaktadır. Ayrıca, işyerinde otonomi ve bağımsızlık üzerine odaklanan değerler de girişimci eylem kalıplarının oluşmasını doğrudan etkilemektedir. Reynolds, on ülke örneğinde, girişimsel aktivite düzeyi ve bağımsızlığa dönük sosyal değerler arasında pozitif ampirik bir ilişki bulmuştur. Yine, şirket kurma ile girişimciliğe olumlu anlam atfetme arasında da pozitif bir korelasyonun varlığına işaret etmektedir. Sonuç olarak denilebilir ki, girişimci kültürler; kişisel başarıya dönük, güven katsayısı yüksek ve kişisel bağımsızlık odaklıdır. Ayrıca, esnek otorite ilişkileri, yüksek çalışma kültürü, hız ve dinamizm tutkusu, yüksek kâr saiki ile hareket etme, etkinlik/verimlilik gözetme, zaman konusunda duyarlı olma, rasyonel hareket etme, rekabetçi olma, risk alma, yenilik arayışında olma, yaratıcı kapasiteye sahip olma, farklılık/aykırılık/marjinalite algısının yüksek olması vb. değer, tutum ve davranış kalıplarına yüksek oranda açıklık gösterirler. Bu yönleriyle dinamizm ve üretkenlik potansiyelleri oldukça yüksektir.

K. KÜLTÜRLERARASI FARKLILIKLAR ve GİRİŞİMCİLİK

Kültürel/toplumsal yapı farklılıkları; risk almaya dönük tepkileri, rasyonel tercihleri, başarı güdüsünü, kendine güven ve sorumluluk alma düzeyini de farklılaştırmaktadır. Nitekim, “kanaatkâr”, “kaderci”, “bir hırka bir lokma” anlayışına sahip kültürel yapılar için, para biriktirme, çok çalışma, ihtiyaçtan fazla üretme, kazancı kutsama, fırsat kollama, rekabet vb. kavramlar bir anlam ifade etmez. Bu toplumlarda sözü geçen fiillere ilişkin olumlama, meşruiyet, teşvik ve yönlendirme azdır. Buna karşın, aksi eğilimlere prim veren kültürler kazancı, biriktirmeyi, üretimi, rekabeti, başarıyı, hırsı vs. olumlayıp yüceltirler. Bu toplumlar, etkili sosyalizasyon yoluyla, hakim kültürel eğilimlere karşılık gelen birey tipi, üretim sistemi, çalışma ideolojisi vs. ikame ederler. Kültürlerarası psikolojinin verilerinden hareketle, Psikolog Kâğıtçıbaşı, kültürel farklılık temasının tutumsal/davranışsal ölçekte de kendisini gösterdiğini, örneğin,

girişimci benliğin oluşmasında oldukça belirleyici olduğunu dile getirmektedir. O, bu farklılığın oluştuğu çocukluk dönemi yaşantısı ya da çocuk sosyalleşmesi üzerinde önemle durmakta ve Amerikan kültüründeki “başarı güdüsü” ve “özerklik eğilimi”ni teşvike dayalı toplumsallaşma yöntemlerinin, girişimci benlik ve kişilik yapısını pozitif etkilediğini ileri sürmektedir. Ona göre, Amerika’daki anne eğitim kurslarında, genç annelere küçük çocuklarını “bırakıvermeleri” tavsiye edilmektedir. Bu erken ayrışma önerisi, annelerin çocuklarıyla bütünleşmelerinin önünü almaktadır. Bu aynı zamanda, annelik güdülerinin frenlenmesini de getirmektedir. Yine, Kanada’lı anneler, kendilerini çocuklarından ayırttırmaya ve çocuğun gerçekliğinin özerk kalmasına büyük özen göstermektedirler. Caudill ve Schooler ise, Amerikalı annelerin, içinde buldukları kültürün bir sonucu olarak, “bebeğin özerk olduğu ve olması gerektiği” inancına sahip oldukları ve çocuklarının kendi istek ve ihtiyaçlarını dile getirmelerini desteklediklerini belirtmektedirler. Buna karşın, Azuma’nın araştırmasına göre, Japon bir anne söz dinlemeyen çocuğuna şu mesajı vermektedir: “sen ve ben biriz, aynı şekilde düşünebiliriz ve düşüneceğiz.” Japon anneler, çocuklarını kendilerinin bir uzantısı olarak görmekte ve fiziksel teması vurgulamaktadırlar. Bu veriler de göstermektedir ki; annenin, kendisini çocukla birleştirdiği bir çocuk yetiştirme düzeninde, sosyal benlik ve toplulukçu eğilimler (sosyal sorumluluk, dayanışma, kolektivite vs.) gelişmekte; çocuğa “özerklik” sağlanan, annenin çocuğun gerçekliğinden kendisini ayırttığı yetiştirme düzeninde ise, “bireysel benlik” ve “benlik odaklı” eğilimler gelişmektedir. Girişimcilikte önemli yer tutan, “yüksek başarı güdüsü” ne sahip olmak da, kültürlerarası farklılığa göre değişik bir görünüm almaktadır. Zira, başarı oryantasyonu içinde olmaya kültürler farklı tepkiler vermektedirler. Örneğin, “başarma isteği/tutkusu”, Amerikan toplumunda çokça kutsanan ve desteklenen bir değer olduğundan, bu etken Amerika’da girişimci kültürün ikamesinde ve kristalize olmasında önemli rol oynamıştır. Bu kültürlerde, başarı tutkusu yatay bir yayılım sığasına sahiptir ve başarı tutkusunu içselleştirmeye dayalı bir sosyalizasyon süreci yürürlüktedir. Örneğin, Amerikan ve Japon toplum yapıları, başarı yönelimli eğitim ve sosyalleşme kültürüne sahiptirler.

Ancak, Amerika, bireysel başarı güdüsüne sahipken, Japonya’da toplumcu başarı güdüsü ön plandadır. Toplulukçu (kolektivist) kültürlerdeki başarı güdüsü bireyci kültürlerden oldukça farklıdır. Bu kültürlerde başarı güdüsü, “bireyselliğin”, “benliğin” ve “ilişkisel benliğin” ötesine geçer ve başkalarının benliğine yayılır. Karşılıklı bağımlılığa dayalı insan ilişkilerinin baskın olduğu toplumlarda da, “sosyal bir başarı güdüsü” olduğu ileri sürülmektedir. Başarı güdüsü, bireysel temelde oluşturulup ölçüldüğü zaman, toplulukçu kültürlerdeki bir çok kişi buna sahip değilmiş gibi gözükür. Bu durum, bireysel temelde oluşturulmuş başarı güdüsü ölçümlerinin, toplumdaki farklı başarı güdülerini ölçememesinden kaynaklanır.

Genel planda, başarının kutsandığı ve bir değer olarak kabul gördüğü bu kültürlerde, girişimciliğe yönelim fazladır. Gerçekte, başarı-yönelimli olmak, başarı tutkusuna sahip olmak ve başarının başlı başına statü edinme, prestij kazanma aracı olarak görülmesi, girişimci kültürün yerleşmesinde büyük pay sahibidir. Williams ve Narendran (1999), girişimciliğe özgü tutumlar arasında, “belirsizliğe tolerans” ve “risk alma konusunda istekli olma” nın da kültürlerarası farklılığa göre değişik görünüm aldığını ileri sürmektedirler. Onlara göre, “belirsizlikten kaçınma” nın teşvik edildiği toplumlarda, kurumlar ve insan ilişkilerinde, yerleşik kalıplar tercih edilir. Belirsizlik/muğlaklık, endişe, korku, stres yaratır ve güvenli bulunmaz. Kimi kültürel değerlerin ve önkabullerin desteklenmesi ve teşvik görmesi de, girişimciliğe dolayısıyla, riskli durumlara yönelik algılara tesir eder. Örneğin, Avrupa’lılar, Amerikalı’lara kıyasla riskten daha fazla korkarlar. Bunun nedeni, Amerikan kültürünün belirsizlikten kaçınmaya daha düşük destek vermesidir. Avrupa’da ise, risk alma ve belirsizliğe tolerans eğilimi daha düşüktür. Bu durum, girişimci ögelere açıklığı etkilemekte, girişimsel riske yönelimi kolaylaştırmaktadır. Bu konuda Türk toplumunun kültürel niteliğine bakıldığında, belirsizlikten kaçınma düzeyinin yüksek olduğu sonucuna varılabilir. Bunun nedeni Türkiye’de uygulanan yaşam boyu istihdam anlayışı, yani, belirsizlikten ve risk algısından çok, güvencede olmaya atfedilen yüksek prestijdir. Ulusal ve örgütsel kültürler üzerindeki araştırmalarıyla tanınan Hofstede’ye göre de,

girişimcilik faaliyetleri, bireyci ve kolektivist kültürler göre önemli ölçüde farklılaşır. Bireyci kültürlerde girişimci çizgiler daha çabuk oluşmakta, kolektivist kültürlerde ise kamucu birey/kültür dominant hale gelmektedir.

Türk toplumu, bu bağlamda “ortaklaşa davranmayı” önde tutan, dayanışmacı/kolektivist eğilimleri baskın bir kültür olarak görülmektedir. Hofstede'nin çalışmasında, Türk toplumu, Japonya, Pakistan ve Arjantin gibi toplulukçu ülkelerle birlikte anılmaktadır. Bireyci toplumlar ise, Amerika, Kanada, İngiltere ve Avustralya gibi endüstride, teknolojik gelişmede ve refah sıralamasında ön sırada olan ülkelerdir. Groningen Üniversitesi tarafından yapılan bir araştırmada girişimcilik eğilimlerinin, Batı ve Doğu dünyası açısından, endüstrileşmiş ve az gelişmiş ülkeler açısından büyük ölçüde farklılaştığı saptanmıştır. Dokuz ülkeden (Brezilya, Kamerun, Kolombiya, Endonezya, Japonya, Kenya, Hollanda, İngiltere ve Almanya) yaklaşık 2700 girişimci üzerinde yapılan bu araştırmada, endüstrileşmiş ülkelerdeki girişimcilerin işlerine tutku ve hırs gibi çekici faktörlerden çok, tatminsizlik gibi itici faktörlerin etkisiyle başladıkları, iş kurmada kişisel inisiyatifin önemli rol oynadığı (Japonya ve Endonezya gibi kolektivist ülkelerde grupsal inisiyatif), işletmenin (şirket), daha çok işin kurumsallaşması olarak görüldüğü (kolektivist ülkelerde aile şirketi), girişimcilerin, teşebbüs yetenekleri itibarıyla daha fazla kişisel ve kendine güvenlerinin yüksek olduğu (kolektivist kültürlerde çevreden yardım ve destek) ve ayrıca, yüksek bireyci eğilimlere sahip oldukları (Japonya ve Endonezya en az bireyci toplumlar) bulgusuna ulaşılmıştır. Bu çerçevede, girişimciliğin, kültürlerarası farklılık teması etrafında dikkat çekici ölçüde farklılaştığı, kültürel farklılıkların girişimci davranışları değişik şekillerde etkilediği söylenebilir.

Farklı kültürel özellikler, kendi bağlamlarında farklı davranış ölçüleri; özerklik, yenilikçilik, teşebbüs arzusu, değişiklik isteği vb. eğilimler üretebilmektedirler. Bu durum, Doğu ve Batı dünyaları, bireyci ve kolektivist kültürler, gelişmiş ve az gelişmişlik konseptleri açısından oldukça belirgindir. Ancak, her kültürün kendi bağlamında dinamik/atak davranışlar üretme kapasiteleri olduğu, ancak bunun kimi zaman toplumsal kimi zaman da yönetsel kültür unsurlarındaki zayıflamanın bir sonucu olarak,

girişimsel körelmelere sebebiyet verdiğini de gözden uzak tutmamak gerekir. Zira, girişimciliğin ana unsurlarını tolere eden kültürel ön kabuller ve değer sistemlerine bünyelerinde yer açan kültürlerde, sağlam girişimci ruh, zihniyet ve davranış formları gelişmekte, yönetsel kültürün aşırı otoriter ve denetleyici olduğu grup/toplumlarda ise, daha çok pasifist bir kültür ve buna uygun davranış kalıpları yaygınlaşmaktadır. Dolayısıyla kültürlerarası farklılıklar, hem girişimciliğin ortaya çıkıp çıkmamasını hem de hangi tür girişimciliğin ve hangi kıstaslara içkin girişimci davranışların ortaya çıkacağını belirlemektedir.

Bir toplumda bugünden yarına yasal düzenlemeler yapmak yasalara değiştirmek kolaydır ancak toplumun geleneğini inancını ve kültürünü değiştirmek o ölçüde kolay değildir girişimcilik kültürünü yerleştirmek için halka inanç, vizyon, girişimcilik ruhunu veya zihniyetli kazandırmak gerekir. Girişimcilik kültürü oluşturmak potansiyel girişimcilerin ekonomik yaşama kazandırılması ile mümkündür.

Girişimcilik kültürünün kazandırılması herşeyden önce toplumsal dönüşümler konusunda bilgi ve bilinç kazanmakla olur. Toplumların tarım toplumundan, sanayi toplumuna oradan da bilgi toplumuna geçiş sürecinde toplumsal dönüşümün yasaları konusunda bilgi sahibi olunması gerekir. Tarih dışı kalmamak için toplumsal ekonomik ve kültürel yapının iyi kavranması ihtiyacı vardır. Girişimcilik kültürünün oluşması için girişimciliği teşvik edilmesi gerekir. Özellikle, küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) gelişmesinde girişimcilik kültürü oldukça kritik bir öneme sahiptir. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçtiğimiz günümüzde girişimcilik zihniyetinin bilgi toplumuna uygun girişimcilik yöntem ve tekniklerinin kullanılması gerekir. Her şeyden önce sanayi toplumuna bilgi toplumunun üretim yöntemleri ve üretimin hammaddesi aynı değildir. Girişimcilik söz konusu ayrımı yapmak da kazanılan bir durumdur.

Girişimciler ekonomik teknolojik yasal ve sosyal gelişmelerden etkilenmektedir. Yine inançlar değerlerde bireyler arası ilişkiler girişimcilik faaliyetlerinde girişimcilik kültürüne göre şekillenmektedir. Girişimci, çalışma şeklini içinde bulunduğu koşullara

kültüre ve topluma göre düzenlemek durumundadır. Ülkemizde Konya Kayseri Çorum Denizli gibi bazı şehirlerin girişimcilik kültürü bakımından öne çıktığı görülmektedir.

L. GİRİŞİMCİLERİN BAŞARISI İÇİN DEVLETE DÜŞEN GÖREVLER

- Siyasal ve ekonomik istikrarı sağlayarak girişimciler için bir güven ortamı oluşturmalı,
- Girişimciliği esas alan eğitim programlarının geliştirilerek hayata geçirmeli
- Adil rekabet ortamını ve adil bölüşümü sağlamalı,
- Girişimcilere uygun üretim alanlarının ve bu alanlarda yatırımda bulunmanın kısa, orta ve uzun vadede getirilerinin neler olabileceğine ilişkin fizibilite çalışmaları yapmalı,
- Yabancı sermayeyi teşvik edici ve ülke yararına hizmet etmesini sağlayıcı düzenlemeler yapmalı,
- Teşvik kredileri, faizsiz ya da düşük faizli ve uzun vadeli iş kurma ve geliştirme kredileriyle girişimciliğin finansal altyapısını oluşturan ve girişimcilik açısından yaşamsal öneme sahip sermayenin sağlanmasında yardımcı olmalı,
- Uluslararası pazarlarda girişimcilerin payının artması için gerekli önlemleri almalıdır.

DERS NOTUNUN HAZIRLANMASINDA YARARLANILAN BAZI KAYNAKLAR

Hasan Tutar ve Fırat Altınkaynak, Girişimcilik Temel Girişimcilik ve İş Kurma Süreci, Detay Yayıncılık Ankara 2014

Ali Kaya, Bilişim ve İletişim Çağında Girişimcilik ve KOBİ Yönetimi, Eğitim Yayınevi Konya 2017

Hüseyin Çırpan, Girişimcinin Yol Haritası, MÜSİAD

Özlem Çetinkaya Bozkurt, Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler, Detay Yayıncılık, Ankara,2011

Ömer Aytaç ve Süleyman İlhan “Girişimcilik ve Girişimci Kültür Sosyolojik Bir Perspektif” Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı: 18 Yıl 2007s