



**T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**GİRİŞİMCİLİK TEORİLERİ VE GİRİŞİMCİ TİPLERİ:
ANTALYA-BURDUR-İSPARTA İLLERİNDE
(İBBS DÜZEY 2 TR61 BÖLGESİNDE) İMALAT SANAYİ
KOBİ'LERİNDEKİ GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE
BİR İNCELEME**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GÖKHAN ÖZKUL

**TEZ DANIŞMANI:
DOÇ. DR. MURAT ALİ DULUPÇU**

İSPARTA, 2008

T.C
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ SAVUNMASI ve SÖZLÜ SINAV TUTANAĞI

Gönderen : İKTİSAT EABD Başkanlığı

Gönderilen : Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Enstitü Anabilim Dalımız, **YÜKSEK LİSANS / -DOKTORA-** Programı öğrencisi
..... Gökhan ÖZKUL tez çalışmalarını sonuçlandırmış ve
kurulan jüri önünde tezini savunmuştur. Sınav tutanağı aşağıdadır.
Tez Adı Değişikliği **YAPILDI / YAPILMADI**

09.01.2008

Tarih

Prof. Dr. Ömer EROĞLU
Enstitü Anabilim Dalı Başkanı
İktisat Bölüm Başkanı


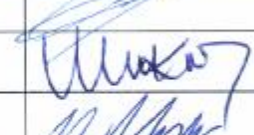

SINAV TUTANAĞI:

Jürimiz Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 25./39. maddesi uyarınca 09.01.2008 Çarşamba
günü saat 11:00 'de toplanmış ve yukarıda adı geçen öğrencinin Girişimci, Pazarlar ve Girişimci Politikaları
Buradan İşletim (İktisat Bölümü, Düzey: P.Doktora) tezi hakkında 09.01.2008 tarihinde Girişimci, Pazarlar ve Girişimci
konulu tezini incelemiş ve yapılan sözlü sınav sonunda **OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞU** ile aşağıdaki kararı
almıştır.

KABUL

RED

DÜZELTME

Tez Sınavı Jürisi	Ünvanı, Adı Soyadı	İmza
Başkan	Prof. Dr. Ömer EROĞLU	
Üye	Doç. Dr. Murat KARAÖZ	
Üye	Doç. Dr. Murat Ali DULUPÇU	
Üye		
Üye		

Yukarıda adı geçen öğrenci Sınav Tutanağı'nda belirtildiği üzere mezun olmaya **HAK KAZANMIŞTIR / KAZANMAMIŞTIR.**
Gereğini rica ederim.

ENSTİTÜ YÖNETİM KURULU KARARI :

Tarih:

Karar No:

Enstitü Müdürü

MADDE-25 Tez Sınavının tamamlanmasından sonra Jüri tez hakkında salt çoğunlukla "KABUL", "RED", veya "DÜZELTME" kararı verir. Bu karar, Enstitü Anabilim Dalı Başkanlığınca tez sınavını izleyen üç gün içinde ilgili Enstitüye tutanakla bildirilir. Tezi reddedilen öğrencinin Enstitü ile ilişkisi kesilir. Tezi hakkında düzeltme kararı verilen öğrenci en geç üç ay içinde gereğini yaparak tezini aynı jüri önünde yeniden savunur. Bu savunma sonunda da tezi kabul edilmeyen öğrencinin Enstitü ile ilişkisi kesilir. Düzeltme alan öğrenci bir sonraki dönemde kayıt yaptırmak zorundadır.

Madde-39 Tez Sınavının tamamlanmasından sonra Jüri tez hakkında salt çoğunlukla "KABUL", "RET" veya "DÜZELTME" kararı verir. Bu karar, Anabilim Dalı Başkanlığınca tez sınavını izleyen üç gün içinde ilgili Enstitüye tutanakla bildirilir. Tezi reddedilen öğrencinin Yüksek Öğretim Kurumu ile ilişkisi kesilir. Tezi hakkında düzeltme kararı verilen öğrenci en geç altı ay içinde gereğini yaparak tezini aynı jüri önünde yeniden savunur. Bu savunma sonunda da tez kabul edilmeyen öğrencinin Enstitü ile ilişkisi kesilir.

ÖNSÖZ

Tarihsel açıdan girişimcilik en eski aktivitelerden biridir. Yeni iş imkanlarını keşfetmek veya tanımlamak ve bu imkanları ekonomik kazanç için yeni girişimlerde kullanmak insan yaşamında daima önemli olmuştur. Tarihe baktığımızda, geçmişten bugüne kadar tarihin her aşamasında girişimsel aktivitelerin ne kadar önemli olduğu ile ilgili örnekleri rahatlıkla görebiliriz. Fakat içinde bulunduğumuz ve adına bilgi çağı dediğimiz günümüz dünyasında bu olgunun önemi daha da artmış ve ekonomik kalkınmanın ve gelişmenin lokomotifleri olarak görülmeye başlanmıştır.

Günümüzde popüleritesi çok yüksek olduğu için Türkiye’de de girişimcilikle ilgili birçok çalışma mevcuttur. Fakat yapılan çalışmaların birçoğu özellikle işletme bilimi sınırlarında kalmış ve girişimciliğin çok disiplinli bir alan olduğu genellikle göz ardı edilmiştir. Bu çalışma bu anlamda girişimciliğe hem ekonomik hem psikolojik hem de sosyolojik açıdan bakarak, kavramın ne kadar geniş bir olgu olduğuna dikkat çekmeyi amaçlamaktadır. Yine çalışma, girişimcilik alanında gelecekte oldukça tartışma yaratacak ve popüler olacak konulardan biri olarak gösterilen girişimci tipolojisi konusunu ele almaktadır. Bu anlamda çalışma oldukça özgün bir çalışma niteliğindedir.

Çalışma, ikisi teorik biri uygulama olan üç ana bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın uygulama kısmı Antalya, Burdur ve Isparta illerinde toplam 153 girişimciyle yapılan anket çalışmasına dayalıdır. Bu anlamda Antalya’daki girişimcilerle yapılan anketlerde desteklerini esirgemeyen çalışma arkadaşlarım Arş. Gör. İsmail Eren, Arş. Gör. Hakan Demirgil ve Arş. Gör. Onur Demirel ile yüksek lisans öğrencileri Aykut Sezgin ve Duygu Selek’e teşekkürü bir borç bilirim. Yine girişimcilikle ilgili sosyolojik temelli yaklaşımlarda desteğini benden esirgemeyen sevgili amcam Prof. Dr. Metin Özkul’a, çalışma hazırlanırken her türlü eziyetimi çeken ve öneri ve teklifleriyle büyük yardımı dokunan sevgili oda arkadaşım Arş. Gör. Onur Sungur’a ve son olarak ise her türlü güven ve desteğini esirgemeyip o yoğun iş takviminde bana da bir yer ayıran sayın hocam Doç. Dr. Murat Ali Dulupçu’ya çok teşekkür ederim...

09.01.2008
Gökhan ÖZKUL

ÖZET

GİRİŞİMCİLİK TEORİLERİ VE GİRİŞİMCİ TİPLERİ: ANTALYA-BURDUR-İSPARTA İLLERİNDE (İBBS DÜZEY 2 TR61 BÖLGESİNDE) İMALAT SANAYİ KOBİ'LERİNDEKİ GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE BİR İNCELEME

GÖKHAN ÖZKUL

Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisat Bölümü Yüksek Lisans Tezi, Ocak 2008, 215 sayfa

Danışman: Doç. Dr. Murat Ali DULUPÇU

Ekonomik gelişme sürecinde büyük bir öneme sahip olan girişimcilik, disiplinler üstü bir kavram olduğu için pek çok araştırmacının ilgi odağı olmuştur. Fakat literatürdeki bu yoğun ilgiye rağmen hala girişimcinin kim olduğu ve girişimciliğin ne olduğu konusunda ortak bir fikir birliği bulunmamaktadır. Girişimcilikle ilgili varolan evrensel bir teori bulunmamakla birlikte, girişimciliği çeşitli açılardan ele alan ve ekonomi, psikoloji, sosyoloji, antropoloji ve bölgesel bilimlerini kapsayan birçok farklı yaklaşımlar mevcuttur. Bu yaklaşımların hepsi girişimciliği farklı açılardan ele alıp, girişimciliğin ayrı ayrı noktalarına ışık tutmaktadırlar. Girişimcilik çok disiplinli bir olgu olmasından dolayı, girişimciliğin tanımında ve belirleyici özelliklerinde ekonomik, psikolojik ve sosyal faktörlerin oldukça önemli olduğu herkes tarafından kabul edilmektedir.

Girişimciler, son derece heterojen bir gruba tasvir ettiği için, girişimciler sahip oldukları özelliklere göre çeşitli tipler halinde sınıflandırılmaktadır. Literatüre bakıldığında birçok araştırmacı farklı farklı girişimci tipleri öne sürmektedir. Literatürdeki bu tipoloji farklılığı, girişimcilerin demografik özellikleri, psikolojik özellikleri veya iş stratejileri gibi farklı özelliklerinin kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Bu tipolojiler hem girişimcilikle ilgili teorik yapıya katkı sağlarken, hem de girişimciliğin artmasına yönelik uygulanacak politikalar için oldukça önem arz etmektedir.

Bu çerçevede bu çalışmanın amacı, İBBS Düzey 2 TR61 Bölgesini oluşturan Antalya, Burdur ve Isparta illerinde, girişimci olmayı etkileyen ekonomik, psikolojik ve sosyolojik etmenleri ortaya koymak ve bu bölgede bir girişimci tipolojisi oluşturarak, iller arasındaki girişimci tip farklılıklarını incelemektir.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, Girişimcilik, Girişimcilik Teorileri, Girişimci Tipleri

ABSTRACT

ENTREPRENEURSHIP THEORIES AND ENTREPRENEUR TYPES: AN INVESTIGATION ON THE ENTREPRENEURS OF THE MANUFACTURING INDUSTRY SMEs IN ANTALYA-BURDUR-ISPARTA PROVINCES (NUTS2 TR61 REGION)

GÖKHAN ÖZKUL

Suleyman Demirel University, Department of Economics, Master Thesis, January 2008, 215 pages.

Supervising: Assoc. Prof. Dr. Murat Ali DULUPÇU

Entrepreneurship, as a critical asset in the process of economic development, has attracted many researchers since it has been a trans-disciplinary concept. Although there is a wide attention in literature, there is no absolute consensus on the definitions of entrepreneur and entrepreneurship. Although there is no universal theory about entrepreneurship, there are many different approaches which deal with entrepreneurship in various aspects including economy, psychology, sociology, anthropology and regional sciences. All these approaches have discussed about entrepreneurship in various aspects and throw a new light on this matter. Because of the existing multi disciplinary phenomenon of entrepreneurship, it is widely accepted that economic, social and physiological factors have been highly formative for the determination and definition of these concepts.

Entrepreneurs are categorized according to their features because entrepreneurs constitute a fairly heterogeneous group of people. In literature, many researchers suggest different entrepreneur types. These typology differences in literature grow out of using different features such as demographic and psychological characteristics or business strategies. These typologies both make a contribution to the theory of entrepreneurship and are quite for the policies aiming the increase of entrepreneurial activities.

In this context, the aim of this thesis is to display economic, psychological and sociological factors which affect becoming entrepreneur in Antalya, Burdur and Isparta provinces which constitute the NUTS 2 TR61 Region, and examine the differences of entrepreneur types among these provinces by developing the entrepreneur typology in this region.

Key Words: Entrepreneur, Entrepreneurship, Entrepreneurship Theories, Entrepreneur Types

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
ÖNSÖZ.....	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
KISALTMALAR DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	x
TABLolar DİZİNİ.....	xi
GİRİŞ	1
I. ÇALIŞMANIN AMAÇ, KAPSAM VE KISITLARI.....	2
II. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ	3
III. ÇALIŞMANIN İÇERİĞİ.....	4

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMLARI	5
1.1.1. GİRİŞİMCİ KAVRAMI.....	5
1.1.1.1. Girişimci Kimdir?.....	6
1.1.1.2. Girişimci ile İlgili Bazı Temel Ayırımlar	9
1.1.1.2.1. Sermayedar-Girişimci Ayırımı.....	9
1.1.1.2.2. İşveren/Patron-Girişimci Ayırımı.....	10
1.1.1.2.3. Yönetici-Girişimci Ayırımı.....	10
1.1.2. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI	11
1.1.2.1. Girişimciliğin Tanımı ve Kapsamı	11
1.1.2.2. Girişimcilik Türleri.....	13
1.1.2.2.1. Mülkiyet Boyutu.....	14
1.1.2.2.2. Büyüklük Boyutu.....	14
1.1.2.2.3. Nitelikler Boyutu	15

1.1.2.2.4. Chicken Modeli	16
1.2. FORMAL GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ	17
1.2.1. FIRSATLARIN TANIMLANMASI VE BELİRLENMESİ	19
1.2.2. GEREKLİ KAYNAKLARIN BELİRLENMESİ	20
1.2.3. İŞ PLANININ GELİŞTİRİLMESİ	20
1.2.4. SONUÇLANAN GİRİŞİMİN YÖNETİMİ.....	20
1.3. GİRİŞİMCİLİĞİN DEĞİŞEN DOĞASI VE ARTAN ÖNEMİ.....	21
1.3.1. GİRİŞİMCİLİĞİN DEĞİŞEN DOĞASI VE DEĞİŞİMİN İTİCİ GÜÇLERİ	21
1.3.1.1. Tarihsel Arka Plan.....	21
1.3.1.2. Sanayi Toplumundan Bilgi Toplumuna Geçiş.....	23
1.3.1.3. Fordizm’den Post – Fordizm’e Geçiş.....	31
1.3.1.4. Küreselleşme	37
1.3.2. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ.....	44
1.3.2.1. Bireysel Boyutta Önemi	45
1.3.2.2. Kurumsal Boyutta Önemi	46
1.3.2.3. Bölgesel Boyutta Önemi.....	47
1.3.2.4. Ulusal Boyutta Önemi	49
1.3.2.5. Küresel Boyutta Önemi	52
1.3.3. AB’DE VE TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİK	55
1.3.3.1. AB’de Girişimciliğin Gelişimi ve Uygulanan Politikalar	55
1.3.3.2. Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi ve Uygulanan Politikalar.....	59

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİĞİ AÇIKLAYAN TEORİK YAKLAŞIMLAR VE GİRİŞİMCİ TİPLERİ

2.1. GİRİŞİMCİLİK TEORİLERİ	66
2.1.1. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ EKONOMİK TEMELLİ YAKLAŞIMLAR	66
2.1.1.1. Fیزیokrat Düşüncede Girişimcilik	68
2.1.1.2. Klasik Okulda Girişimcilik	71
2.1.1.3. Neo-Klasik Okulda Girişimcilik	75
2.1.1.4. Schumpeter’in Girişimcilik Alanındaki Katkıları.....	79

2.1.1.4.1. Yaratıcı Yıkım (Mark I).....	85
2.1.1.4.2. Yaratıcı Birikim (Mark II)	87
2.1.1.5. Schumpeter Sonrasında Girişimcilik Alanındaki Gelişmeler	88
2.1.1.5.1. Knight ve Girişimcilik	89
2.1.1.5.2. Kirzner ve Girişimcilik	92
2.1.1.5.3. Casson ve Girişimcilik	95
2.1.1.5.4. Baumol ve Girişimcilik.....	97
2.1.1.5.5. Evrimci İktisatta (Neo-Schumpeteryen Yaklaşımında) Girişimcilik	100
2.1.1.6. Girişimcilikte Yönetimsel Yaklaşımlar	107
2.1.1.7. Firma Teorisi ve Girişimcilik Teorilerinin Bütünleşik Değerlendirilmesi.	110
2.1.2. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ PSİKOLOJİK TEMELLİ YAKLAŞIMLAR .	112
2.1.2.1. Girişimcilikte Başarı Yaklaşımı	115
2.1.2.2. Girişimcilikte Girişimci Kişilik Yaklaşımı.....	116
2.1.2.3. Kontrol Alanı Teorisi	119
2.1.2.4. Girişimcilikte Bilişsel Duygusal Yaklaşımı	119
2.1.2.5. Temsilci Kişilik Yaklaşımı	122
2.1.3. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ SOSYOLOJİK TEMELLİ YAKLAŞIMLAR	123
2.1.3.1. Girişimcilikte Sosyal Çevre	125
2.1.3.2. Girişimcilikte Güven ve Ahlak	129
2.1.4. GİRİŞİMCİLİK TEORİLERİNİN BÜTÜNLEŞİK DEĞERLENDİRMESİ.	130
2.2. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ TİPOLOJİ TARTIŞMALARI.....	131
2.2.1. GİRİŞİMSSEL BİR TİPOLOJİ OLUŞTURMANIN ÖNEMİ	131
2.2.2. GİRİŞİMCİ TİPOLOJİLERİ	132
2.2.3. GİRİŞİMCİ TİPOLOJİLERİNE YAPILAN ELEŞTİRİLER	138
2.2.4. GİRİŞİMCİ TİPOLOJİLERİ VE GİRİŞİMCİLİK TEORİLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ ..	139
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	
İİBS DÜZEY 2 TR61 (ANTALYA- BURDUR-İSPARTA) BÖLGESİNDEKİ	
GİRİŞİMCİ TİPLERİNİN KARŞILAŞTIRMALI İNCELENMESİ	
3.1. İİBS DÜZEY 2 TR61 BÖLGESİNİN GENEL YAPISI	140
3.2. LİTERATÜRDEKİ TÜRKİYE ÜZERİNE BAZI AMPİRİK ÇALIŞMALAR	143

3.3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE ÖZELLİKLERİ.....	146
3.3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI	146
3.3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEM VE KAPSAMI.....	146
3.3.3. ANAKÜTLE VE ÖRNEKLEM.....	147
3.3.4. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ	147
3.4. ARAŞTIRMA BULGULARI	148
3.4.1. GİRİŞİMCİLER HAKKINDA GENEL BİLGİLER	149
3.4.2. GİRİŞİMCİ OLMAYI TETİKLEYEN SEBEPLER İLE İLGİLİ ARAŞTIRMA BULGULARI VE GİRİŞİMCİLİK TEORİLERİ ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ ...	159
3.4.2.1. Girişimci Olmayı Tetikleyen Ekonomik Sebepler	159
3.4.2.2. Girişimci Olmayı Tetikleyen Psikolojik Sebepler	163
3.4.2.3. Girişimci Olmayı Tetikleyen Sosyal Sebepler.....	164
3.4.2.4. Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebeplerin Bütünleşik Değerlendirilmesi .	165
3.4.3. GİRİŞİMCİ TIPLERİ İLE İLGİLİ ARAŞTIRMA BULGULARI	166
3.4.3.1. Girişimcilerin Eğitim Seviyesine Göre Girişimci Tipleri.....	167
3.4.3.2. Girişimcilerin İşçilik Deneyimine Göre Girişimci Tipleri	168
3.4.3.3. Girişimcilerin Yönetim Deneyimine Göre Girişimci Tipleri.....	169
3.4.3.4. Girişimcilerin Finansal Kaynak Çeşitliliğine Göre Girişimci Tipleri .	170
3.4.3.5. Girişimcilerin Firma Yapısına Göre Girişimci Tipleri	171
3.4.3.6. Girişimcilerin Riske Girme Eğilimine Göre Girişimci Tipleri	172
3.4.3.7. Girişimcilerin Fırsatları Görebilme Düzeyine Göre Girişimci Tipleri	173
3.4.3.8. Girişimcilerin Belirsizlik Durumuna Bakışına Göre Girişimci Tipleri .	174
3.4.3.9. Girişimcilerin Yeniliğe Bakışına Göre Girişimci Tipleri	176
3.4.3.10. Girişimcilerin Kişisel Yapısına Göre Girişimci Tipleri	177
3.4.3.11. Girişimcilerin Karar Alma Sürecine Göre Girişimci Tipleri	178
3.4.3.12. Girişimci Tiplerinin Bütünleşik Değerlendirilmesi.....	179
3.4.4. GİRİŞİMCİ TIPLERİ İLE İLGİLİ ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ	182
3.4.5. GİRİŞİMCİ OLMAYI TETİKLEYEN SEBEPLER İLE GİRİŞİMCİ TIPLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ	193
3.4.5.1. Antalya’da Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki.....	194

3.4.5.2. Burdur’da Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki.....	195
3.4.5.3. Isparta’da Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki.....	197
3.4.5.4. TR61 Bölgesinde Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki	198
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	200
KAYNAKÇA	204
ÖZGEÇMİŞ	214

KISALTMALAR DİZİNİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AET	: Avrupa Ekonomik Topluluğu
Age	: Adı Geçen Eser
Agm	: Adı Geçen Makale
Ar-ge	: Araştırma Geliştirme
BAGEV	: Batı Akdeniz Ekonomisini Geliştirme Vakfı
C.	: Cilt
Çev.	: Çeviren
GSYİH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
İBB	: İstatistiki Bölge Birimi
İBBS	: İstatistiki Bölge Birim Seviyesi
KOBİ	: Küçük ve Orta Boyutlu İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
No	: Numara
M.Ö.	: Milattan Önce
s	: Sayfa
ss	: Sayfa Sayısı
TR	: Türkiye
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
TÜGİAD	: Türkiye Genç İşadamları Derneği
TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
vb	: Ve Benzeri

ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa No
ŞEKİL 1.1. GİRİŞİMCİLİK ÜRETEN ETKİLERİN BİRLEŞİMİ.....	17
ŞEKİL 1.2. OLSON'UN GİRİŞİMSSEL SÜRECİ	19
ŞEKİL 1.3. BİLGİ MALI, BİLGİYE DAYALI EKONOMİ VE AĞ EKONOMİSİ ARASINDAKİ İLİŞKİ	28
ŞEKİL 1.4. KÜRESELLEŞMENİN ŞEMATİK İFADESİ.....	39
ŞEKİL 1.5. GİRİŞİMCİLİĞİN EKONOMİK GELİŞMEDEKİ ROLÜ VE ÖNEMİ	54
ŞEKİL 2.1. SCHUMPETER'İN EKONOMİK GELİŞME MODELİ	82
ŞEKİL 2.2. GİRİŞİMCİLİĞİN ARZ VE TALEBİ	96
ŞEKİL 2.3. NEO-SCHUMPETERYEN EKONOMİNİN ÜÇ TEMEL DİREĞİ	103
ŞEKİL 2.4. NEO-SCHUMPETERYEN KORİDOR.....	106
ŞEKİL 2.5. GİRİŞİMCİ KİŞİLİK TAYFI.....	117
ŞEKİL 2.6. AİLENİN GİRİŞİMCİLİK ÜZERİNE ETKİSİ.....	128
ŞEKİL 2.7. GİRİŞİMCİLİĞİ AÇIKLAYAN FARKLI TEORİLER	130

TABLolar DİZİNİ

Sayfa No

TABLO 1.1. EKONOMİK TEORİDE GİRİŞİMCİNİN ROLÜ	8
TABLO 1.2. SANAYİ TOPLUMU VE BİLGİ TOPLUMUNUN KARŞILAŞTIRILMASI	24
TABLO 1.3. ÜRETİM SİSTEMİNİN DEĞİŞMESİ VE FİRMA TİPLERİ	35
TABLO 1.4. FORDİST VE POST-FORDİST SİSTEMİN KARŞILAŞTIRILMASI.....	36
TABLO 2.1. EKONOMİK TEORİDE GİRİŞİMCİNİN ROLÜ	67
TABLO 2.2. GİRİŞİMCİLİK TEORİLERİNİN ODAK NOKTASI	131
TABLO 2.3. VESPER'İN GİRİŞİMSSEL TİPOLOJİSİ.....	137
TABLO 3.1. BÖLGE İLLERİNİN DEMOGRAFİK GÖSTERGELERİ	141
TABLO 3.2. BÖLGE İLLERİNDE GAYRİ SAFİ YURTIÇİ HASILA (GSYİH) ORANLARI (2001).....	141
TABLO 3.3. BÖLGE İLLERİNDE GSYİH'NİN SEKTÖRLERE GÖRE DAĞILIMI (MİLYAR TL).....	142
TABLO 3.4. GİRİŞİMCİLERİN CİNSİYETE GÖRE DAĞILIMI	149
TABLO 3.5. GİRİŞİMCİLERİN ORTALAMA YAŞI VE FİRMALARINI KURMA YAŞI	149
TABLO 3.6. GİRİŞİMCİLERİN MEDENİ DURUMU	150
TABLO 3.7. EVLİ OLAN GİRİŞİMCİLERİN EŞLERİNİN ÇALIŞIP ÇALIŞMAMA DURUMU	150
TABLO 3.8. EVLİ OLAN GİRİŞİMCİLERİN EŞLERİNİN HANGİ SEKTÖRDE ÇALIŞTIĞI DURUMU	151
TABLO 3.9. GİRİŞİMCİLERİN EĞİTİM SEVİYESİ.....	151
TABLO 3.10. GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ EĞİTİM, KURS ALMA DURUMLARI	152
TABLO 3.11. GİRİŞİMCİLERİN YAŞAMLARININ BÜYÜK BİR BÖLÜMÜNÜ GEÇİRDİĞİ YER	153
TABLO 3.12. GİRİŞİMCİLERİN YABANCI DİL BİLME ORANLARI.....	153
TABLO 3.13. GİRİŞİMCİLERİN BİLGİSAYAR KULLANMAYI BİLME ORANLARI.....	154
TABLO 3.14. GİRİŞİMCİLERİN YURT DIŞINA GİTME ORANLARI.....	154
TABLO 3.15. MEVCUT İŞLETMELERİ DIŞINDA DAHA ÖNCE BAŞKA FİRMA KURAN GİRİŞİMCİLER	154
TABLO 3.16. GİRİŞİMCİLERİN KURMUŞ OLDUĞU DİĞER FİRMALARIN DURUMU	155
TABLO 3.17. GİRİŞİMCİLERİN İŞ KURMA FİKRİ İLE FAALİYETE GEÇİŞ SÜRECİ ARASINDAKİ FARK.....	155
TABLO 3.19. GİRİŞİMCİ OLMAYI TETİKLEYEN EKONOMİK SEBEPLER	160
TABLO 3.20. GİRİŞİMCİ OLMAYI TETİKLEYEN PSİKOLOJİK SEBEPLER	163
TABLO 3.21. GİRİŞİMCİ OLMAYI TETİKLEYEN SOSYAL SEBEPLER.....	165

TABLO 3.22. GİRİŞİMCİ OLMAYI TETİKLEYEN SEBEPLERİN BÜTÜNLEŞİK DEĞERLENDİRİLMESİ	166
TABLO 3.23. GİRİŞİMCİ TİPLERİNİN TEMEL ÖZELLİKLERİ	166
TABLO 3.24. GİRİŞİMCİLERİN EĞİTİM SEVİYESİNE GÖRE GİRİŞİMCİ TİPLERİ	167
TABLO 3.25. GİRİŞİMCİLERİN İŞÇİLİK DENEYİMİNE GÖRE GİRİŞİMCİ TİPLERİ	168
TABLO 3.26. GİRİŞİMCİLERİN YÖNETİM DENEYİMİNE GÖRE GİRİŞİMCİ TİPLERİ	169
TABLO 3.27. GİRİŞİMCİLERİN FİNANSAL KAYNAK ÇEŞİTLİLİĞİNE GÖRE GİRİŞİMCİ TİPLERİ 170	
TABLO 3.28. GİRİŞİMCİLERİN FİRMA YAPISINA GÖRE GİRİŞİMCİ TİPLERİ	171
TABLO 3.29. GİRİŞİMCİLERİN RİSKE GİRME DÜZEYİNE GÖRE GİRİŞİMCİ TİPLERİ	173
TABLO 3.30. GİRİŞİMCİLERİN FIRSATLARI GÖREBİLME DÜZEYİNE GÖRE GİRİŞİMCİ TİPLERİ	174
TABLO 3.31. GİRİŞİMCİLERİN BELİRSİZLİK ORTAMLARINA BAKIŞLARINA GÖRE GİRİŞİMCİ TİPLERİ	175
TABLO 3.32. GİRİŞİMCİLERİN YENİLİĞE BAKIŞINA GÖRE GİRİŞİMCİ TİPLERİ	176
TABLO 3.33. GİRİŞİMCİLERİN KİŞİSEL YAPISINA GÖRE GİRİŞİMCİ TİPLERİ	177
TABLO 3.34. GİRİŞİMCİLERİN KARAR ALMA SÜRECİNE GÖRE GİRİŞİMCİ TİPLERİ	179
TABLO 3.35. TR61 BÖLGESİNDE GİRİŞİMCİ TİPLERİ	180
TABLO 3.36. TR61 BÖLGESİNDE GİRİŞİMCİ TİPLERİNİN DAĞILIMI	181
TABLO 3.37. MEDENİ DURUMUN FIRSATÇI GİRİŞİMCİ OLMAYA ETKİSİ (GRUP İSTATİSTİKLERİ)	182
TABLO 3.38. MEDENİ DURUMUN FIRSATÇI GİRİŞİMCİ OLMAYA ETKİSİ (T-TESTİ) ...	183
TABLO 3.39. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ EĞİTİM ALMANIN FIRSATÇI GİRİŞİMCİ OLMAYA ETKİSİ (GRUP İSTATİSTİKLERİ)	185
TABLO 3.40. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ EĞİTİM ALMANIN FIRSATÇI GİRİŞİMCİ OLMAYA ETKİSİ (T-TESTİ)	186
TABLO 3.41. YABANCI DİL BİLMENİN FIRSATÇI GİRİŞİMCİ OLMAYA ETKİSİ (GRUP İSTATİSTİKLERİ)	187
TABLO 3.42. YABANCI DİL BİLMENİN FIRSATÇI GİRİŞİMCİ OLMAYA ETKİSİ (T-TESTİ) ..	188
TABLO 3.43. BİLGİSAYAR KULLANMAYI BİLMENİN FIRSATÇI GİRİŞİMCİ OLMAYA ETKİSİ (GRUP İSTATİSTİKLERİ)	189
TABLO 3.44. BİLGİSAYAR KULLANMAYI BİLMENİN FIRSATÇI GİRİŞİMCİ OLMAYA ETKİSİ (T-TESTİ)	191

TABLO 3.45. YURT DIŞINA GİTMENİN FIRSATÇI GİRİŞİMCİ OLMAYA ETKİSİ (GRUP İSTATİSTİKLERİ).....	192
TABLO 3.46. YURT DIŞINA GİTMENİN FIRSATÇI GİRİŞİMCİ OLMAYA ETKİSİ (T-TESTİ)	193
TABLO 3.47. ANTALYA’DA GİRİŞİMCİ OLMAYI TETİKLEYEN SEBEPLER İLE GİRİŞİMCİ TİPLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ (GRUP İSTATİSTİKLERİ)	194
TABLO 3.48. ANTALYA’DA GİRİŞİMCİ OLMAYI TETİKLEYEN SEBEPLER İLE GİRİŞİMCİ TİPLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ (T-TESTİ).....	195
TABLO 3.49. BURDUR’DA GİRİŞİMCİ OLMAYI TETİKLEYEN SEBEPLER İLE GİRİŞİMCİ TİPLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ (GRUP İSTATİSTİKLERİ)	195
TABLO 3.50. BURDUR’DA GİRİŞİMCİ OLMAYI TETİKLEYEN SEBEPLER İLE GİRİŞİMCİ TİPLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ (T-TESTİ).....	196
TABLO 3.51. ISPARTA’DA GİRİŞİMCİ OLMAYI TETİKLEYEN SEBEPLER İLE GİRİŞİMCİ TİPLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ (GRUP İSTATİSTİKLERİ)	197
TABLO 3.52. BURDUR’DA GİRİŞİMCİ OLMAYI TETİKLEYEN SEBEPLER İLE GİRİŞİMCİ TİPLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ (T-TESTİ).....	198
TABLO 3.53. TR61 BÖLGESİNDE GİRİŞİMCİ OLMAYI TETİKLEYEN SEBEPLER İLE GİRİŞİMCİ TİPLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ (GRUP İSTATİSTİKLERİ)	199
TABLO 3.54. TR61 BÖLGESİNDE GİRİŞİMCİ OLMAYI TETİKLEYEN SEBEPLER İLE GİRİŞİMCİ TİPLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ (T-TESTİ).....	199

GİRİŞ

Günümüzde bir yandan teknolojinin hızla gelişmesi, diğer yandan rekabetin giderek küreselleşmesi ve artması ekonomik yapıda önemli değişiklikleri zorunlu hale getirmiştir. Yaşanmakta olan bu küresel yeniden yapılanma süreci girişimcilere ayrı bir boyut kazandırmıştır. Çünkü girişimciler günümüzdeki bu küresel yeniden yapılanmanın, bir diğer ifadeyle değişimin, gelişimin ve yeniliğin gerçek özü ve tetikleyicisi kabul edilmektedir.

İnsan emeğinin üretim üzerindeki ağırlığının azalırken, bilgiye dayalı emeğin üretim üzerindeki ağırlığının artmaya başladığı günümüz bilgi çağında girişimciler yerel, bölgesel ve ulusal kalkınmanın olmazsa olmaz aktörleri durumundadır.

Girişimcilik faaliyetleri bir toplumun gelir seviyesini belirleyen en önemli faktörlerden biridir. Fakat girişimcilik sadece bir toplumun gelir seviyesini anlatmamaktadır. Bunun yanında değişimi harekete geçiren güçtür. Bir başka deyişle yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması ve uygulanmasını hızlandırmaktadır. Ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına yol açmakta, rekabet baskısı yaratarak verimliliği arttırmakta, hızla büyüyen sektörler yaratmakta ve sonuç olarak ekonomik kalkınmayı ve büyümeyi hızlandırmaktadır.

Girişimcilik, üretim sürecini ve bu süreçte inovasyonun kullanımını ve yayılımını hızlandırmaktadır. Bu inovasyon süreci büyümenin güçlendirilmesinde de temel teşkil etmektedir. Girişimcilik ile ilgili yapılan araştırmalar özellikle küçük girişimsel firmaların yenilik faaliyetlerinde sürükleyici bir lokomotif görevi gördüğünü göstermektedir. Çünkü girişimsel küçük firmalar bilginin diğer firmalara, diğer sektörler ve diğer bölgelere taşınmasını ve yayılmasını sağlayan mekanizmalardan biridir. Dolayısıyla girişimcilik faaliyetleri bilginin yayılmasını kolaylaştırıp, ekonomik gelişmeye katkı sağlamaktadır.

Günümüzde önemi giderek artan bir olgu olan girişimcilik kavramı, çok yönlü bir olgudur. Çünkü girişimciliğin tam olarak neyle bağlantılı olduğu hakkında bir belirsizlik söz konusudur. Olguyla ilgili bu karışıklık, farklı disiplinlerden birçok bilimin girişimciliği incelemesinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla da girişimcilik

iktisat, işletme, psikoloji, sosyoloji ve antropoloji gibi birçok bilimin ilgilenmekte olduğu çok disiplinli bir alandır. Bu bilimlerin her biri girişimciliğin ayrı ayrı noktalarına ışık tutmaktadır. Kimi, ekonomik gelişmede girişimcinin rolüyle ilgilenirken, kimi girişimcinin kişilik özelliklerine odaklanmakta, kimi ise girişimciliği belirleyen sosyal etmenler üzerinde durmaktadır. Girişimciliğin bu şekilde çok boyutlu incelenmesi ise, kavramın kapsam ve anlamını genişleterek anlaşılmasını zorlaştırmaktadır. Çünkü her disiplin çoğunlukla birbirinden kopuk bir şekilde, kendi öz değerlerine göre girişimciliği incelemekte ve değerlendirmektedir. Dolayısıyla da literatürde hala girişimcinin kim olduğu ve girişimciliğin ne olduğu konusunda ortak bir fikir birliği bulunmamaktadır.

Girişimsel süreç karmaşık, girişimcilik çok farklı türden insanları kapsamaktadır. Girişimciler, son derece heterojen bir grubu tasvir ettiği için, tipler ve alt gruplar içinde sınıflandırılmaya çalışılmaktadır. Literatüre bakıldığında birçok araştırmacı farklı farklı girişimci tipleri öne sürmektedir. Literatürdeki bu tipoloji farklılığı, girişimcilerin demografik özellikleri, psikolojik özellikleri veya iş stratejileri gibi farklı özelliklerinin kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla da girişimcilerin farklı niteliksel özelliklere sahip olması, girişimciliğin artmasına yönelik uygulanacak politikalar için oldukça önem arz etmektedir.

I. ÇALIŞMANIN AMAÇ, KAPSAM VE KISITLARI

Çalışmanın temel amacı; İBBS Düzey 2 TR61 bölgesinde yer alan Antalya, Burdur ve Isparta illerinde imalat sanayi sektöründe girişimci olmayı etkileyen ekonomik, psikolojik ve sosyolojik faktörlerin neler olduğunu tespit ederek, bölgedeki girişimci tiplerini ortaya koymaktır. Bu amaçla da 3 ilde yer alan girişimcilerin birbirleriyle olan farklılıkları tespit edilerek, bu farklılıkların nedenleri ortaya konmaya çalışılacaktır.

Çalışmada; Antalya, Burdur ve Isparta illerindeki girişimciler, girişimcilik teorileri ve girişimci tipleri bakımından incelenmiştir. Girişimcilik çok disiplinli bir alan olduğu için, girişimcilik teorilerinden sadece ekonomik, psikolojik ve sosyolojik temelli yaklaşımlar ele alınmıştır. Bölgede bir girişimci tipolojisi oluşturmak için Norman Smith'in 1967 yılında yapmış olduğu "*The Entrepreneur and His Firm: The*

Relationship Between Type of Man and Type of Company” adlı çalışmasındaki “*esnaf girişimci*” (craftsman entrepreneurs) ve “*fırsatçı girişimci*” (opportunistic entrepreneurs) sınıflandırması temel alınmıştır. Literatürde bulunan birçok girişimci tipolojilerinden Smith’in yapmış olduğu bu sınıflandırmanın kullanılmasının nedeni ise, bu ayrımın girişimci tipolojisi literatüründeki en temel ve en basit ayrım olmasıdır. Çünkü Smith’den sonra yapılmış olan birçok girişimci tipolojilerinde, Smith’in bu çalışması referans alınmıştır.

Çalışmada 3 ilden toplam 153 girişimci ile görüşülmüştür. Görüşmeler Mart-Ağustos 2007 tarihleri arasında yapılmıştır. Bu bağlamda görüşülen girişimcilere bir tutum anketi uygulanmıştır. Araştırma kapsamında girişimcilerden elde edilecek bilgilerin mümkün olduğunca güvenilir ve doğru olmasını sağlamak amacıyla görüşmeler yüz yüze yapılmış ve anket ile ilgili gerekli açıklamalar yapıldıktan sonra anket soru-cevap şeklinde doldurulmuştur. Yapılan anketler ise SPSS istatistik programıyla değerlendirilmiştir.

II. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ

Girişimcilik çok disiplinli bir alan olduğu için, her disipline göre girişimciliği belirleyen çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bu çalışmada ekonomi, psikoloji ve sosyoloji disiplinlerinden hareket edilerek, girişimciliği belirleyen ekonomik, psikolojik ve sosyal etkenler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Böylelikle de girişimci olmada hangi ilde hangi etkenin daha baskın olduğu ortaya konarak, girişimciliğin daha fazla gelişmesi için neler yapılabileceğine yönelik politika yapıcılar için bir sonuç ortaya konmuş olacaktır.

Girişimciler farklı niteliksel özelliklere sahiplerdir. Girişimciler arasındaki bu farklılıklar, girişimciliğin artmasına yönelik uygulanacak politikalar için oldukça önem arz etmektedir. Girişimci tipolojisi girişimcilerin hangi açılardan eksik olduğunu ve hangi yönlerden stratejik üstünlüklerinin bulunduğunu sergilemektedir. Dolayısıyla da her bölgede girişimci tipolojisinin oluşturulması politika yapıcılar için önemli bir kaynak niteliğindedir. Bu çalışma sayesinde bölgede ilk defa bir girişimci tipolojisi oluşturulmuştur. Böylelikle bölgede imalat sanayi alanında girişimci tipolojisi oluşturmaya yönelik bir ön değerlendirme yapılarak, girişimciliğin nasıl

artırılabilmesine ilişkin yapılacak daha sonraki çalışmalara bir altyapı hazırlanmış olunacaktır.

III. ÇALIŞMANIN İÇERİĞİ

Çalışma 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, girişimciliğin kavramsal çerçevesi bölümüdür. Bu bölüm üç kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda girişimci ve girişimcilik kavramları hakkında bilgi verilmektedir. Bu bağlamda bu kısımda girişimci ile karışan bazı temel kavramlara ve girişimcilik türlerine değinilmektedir. İkinci kısımda ise formal girişimcilik sürecinden bahsedilmektedir. Üçüncü kısım ise girişimciliğin değişen doğası ve artan önemidir. Bu kısımda ilk olarak girişimciliğin değişerek günümüzde bu kadar önemli olmasına neden olan, değişimin itici güçlerine değinilmiştir. Ardından ise girişimciliğin bireysel, kurumsal, bölgesel, ulusal ve küresel boyutta önemine değinilmiştir. Son olarak ise AB’de ve Türkiye’de girişimciliğin gelişimine ve uygulanan politikalara bakılmıştır.

İkinci bölüm, girişimciliği açıklayan teorik yaklaşımlar ve girişimci tipleridir. Bu bölüm iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda girişimcilik teorilerine değinilmektedir. Bu bağlamda girişimcilikle ilgili ekonomik, psikolojik ve sosyolojik temelli yaklaşımlardan bahsedilmektedir. İkinci kısım ise, girişimcilikle ilgili tipoloji tartışmalarından oluşmaktadır.

Çalışmanın uygulama kısmı olan üçüncü bölüm ise, İİBS Düzey 2 TR61 (Antalya-Isparta-Burdur) Bölgesindeki girişimci tiplerinin karşılaştırmalı incelenmesinden oluşmaktadır. Bu bağlamda bu bölüm dört kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda İİBS Düzey 2 TR61 Bölgesinin genel yapısı hakkında bilgi verilmektedir. İkinci kısımda ise, girişimcilikle ilgili literatürdeki bazı ampirik çalışmalara değinilmiştir. Ardından üçüncü kısımda ise araştırmanın kapsamı ve özellikleri hakkında bilgi verilmektedir. Dördüncü kısımda ise araştırma bulgularına değinilmiştir. Son bölüm ise çalışmayla ilgili ulaşılan sonuç ve önerilerden oluşmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMLARI

İnsanlık tarihi içinde toplumların göçebelikten yerleşik tarım toplumuna, tarım toplumundan sanayi toplumuna, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişlerinde girişimcilerin hep önemli bir rolü olmuştur. Çünkü girişimcilik hem ekonomik, sosyal, psikolojik ve teknolojik değişimin ve gelişimin doğal bir dinamizmi, hem de değişimin ve yeniliğin gerçek özü ve dinamiğidir. Doğru koşullar doğru koşullara zemin hazırladıkça değişimin temposu, hızı ve kalitesi de artmakta; değişimin hızı ve temposundaki bu artış ise girişimciliğin nitel ve nicel yapısını değiştirerek toplumlara yeni zenginlikler katmaktadır. Bu bağlamda girişimcilik uzun yıllardan beri bilinen bir olgu olmasına rağmen, günümüzde ekonomik sistemin beyni olarak yeni ve özel bir keşifmiş gibi sunulması popülaritesini daha da arttırmaktadır.¹ Esasında kapitalizmin ulaştığı nihai noktada girişimcilik; küresel, ulusal ve yerel ekonomilerin sürdürülebilir kalkınmasında ana motor işlevini görmektedir.

Bu kısımda bireysel ve toplumsal anlamdaki refah artışının tetikleyicisi durumunda olan ve literatürde hala görüş birliğine varılmamış olan girişimci ve girişimcilik kavramları hakkında genel bir bilgi verilecektir.

1.1.1. Girişimci Kavramı

Girişimcilik kavramı bir süreci ifade ederken, girişimci o süreçte rol alan baş aktörü ifade etmektedir. Dolayısıyla girişimci ve girişimcilik kavramları birbirinden farklı olan, fakat birbirleriyle de ilişkili olan olgulardır. Bu bağlamda bu kısımda “girişimci kimdir” hakkında bilgi verilerek, günlük hayatımızda bu kavram ile aynı anlamlar yüklediğimiz benzer kavramlar arasındaki farklılıklara değinilecektir.

¹ Seyfi TOP, **Girişimcilik Keşif Süreci**, Beta Yayınları, İstanbul, 2006, s: 3.

1.1.1.1. Girişimci Kimdir?

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte önemi daha da artan bir kavram olan girişimci, orta çağdan günümüze kadar pek çok teorisyen tarafından tanımlanmaya çalışılmış olmasına rağmen hala fikir birliğine varılmış net bir tanımı bulunmamaktadır.

Orta çağda girişimci kavramı büyük üretim projelerini yöneten kişiyi tanımlamak amacıyla kullanılmıştır. Bu dönemde girişimciler, büyük üretim projelerinde herhangi bir risk üstlenmeksizin, hükümet tarafından kendisine verilen kaynakları kullanarak projeleri yöneten kişileri ifade ediyordu. 17. yüzyılda ise girişimci, bir mal veya hizmeti üretmek üzere hükümetle sözleşme yapan kişiyi ifade etmekteydi. Yapılan bu sözleşmede yer alan fiyat sabit olduğundan, mal ya da hizmet üretimi sonucu meydana gelen kar yada zarar girişimciye aitti.²

İş dünyasında girişimci kavramını kullanan ilk kişi Fransız iktisatçı Richard Cantillon'dur. Cantillon'a göre girişimciler, tüketiciler ile üreticiler arasındaki bağın kurulmasında bir koordinatörlük rolü oynarlar.³ Bu bağlamda Cantillon, girişimciyi henüz belirlenmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişi olarak tanımlamıştır. Cantillon bu tanımıyla girişimcinin risk alma vasfını öne çıkarmıştır.⁴ Girişimci ile ilgili yapılan diğer tanımlara baktığımızda, yapılan her bir tanımın Cantillon'un tanımında olduğu gibi girişimcinin veya girişimci olmanın farklı bir özelliğini öne çıkarmaktadır. Bu bağlamda literatürde en çok kullanılan tanımlar aşağıdaki gibi özetlenebilir.

Girişimci üretim faktörlerini bir araya getirerek, iktisadi mal ve hizmet üretimi için gerekli girişimi başlatan, üretim için gerekli finansman kaynaklarını ve üretimin değerlendirileceği pazarları bulan kişidir.⁵ Yani girişimci bir işletmeyi

² Semra ARIKAN, **Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular**, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2004, s: 3-4.

³ Thomas GRABEL, Andreas PYKA ve Horst HANUSCH, "An Evolutionary Approach To The Theory of Entrepreneurship", **Industry and Innovation**, Vol: 10, No: 4, 2003, s: 495.

⁴ Rıfat İRAZ, **Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve Kobi'ler**, Çizgi Kitabevi, Konya, 2005, s: 149-150.

⁵ M.Tamer MÜFTÜOĞLU ve Tülin DURUKAN, **Girişimcilik ve Kobi'ler**, Gazi Kitabevi, Ankara, 2004, s: 15.

kuran ve bu işletmede faaliyetleri yürüten kişidir.⁶ Girişimci her zaman bilinmeyenle ilgilenen, geleceği kurcalayan, olasılıklardan olanaklar yaratan ve kaosları uyuma çevirebilen yaratıcı kişiliğe sahip kişidir.⁷ Girişimci işi soyut (fikir) halden alıp somut şekle dönüştüren kişidir. Girişimci değişik üretim faktörlerini bir araya getirerek risk alan kişidir. Girişimci mevcut kaynakların ve yeteneklerin ötesine uzanarak, fırsatları hayal eden, fırsatları arayan ve onları kovalayan kişidir.⁸ Girişimci, pazarda bulunan fırsatları gözleyen ve saptayan, bu fırsatları ve tüketicinin var olan isteklerini iş fikrine dönüştüren, kaynakları bir araya getirerek işletme kuran, risk alan kişidir.⁹ Bir başka açıdan ise, problemden fırsatı kavrayıp geliştiren, onu yenilik kalıbı altında şekillendiren sonra bunları pazarlanabilir ve işe çevrilebilir hale getiren, üzerine katma değer ekleyen ve bunların sonucunda maddi ve manevi bir ödül bekleyen kişidir.¹⁰

Girişimcilik teorisine muhtemelen en önemli katkı, Joseph Aloise Schumpeter tarafından yapılmıştır. Schumpeter, “*The Theory of Economic Development*” (1912) adlı kitabında girişimciyi yeniliği sunan birey olarak tanımlamıştır.¹¹ Schumpeter’e göre girişimci, yeni kombinasyonları başlatarak eski olanı piyasadan elimine eder ve yenilikçilik en temel özelliğidir.¹² Schumpeter’in tanımıyla girişimcinin fonksiyonu, yeni bir buluşla yeni bir mal üreterek ya da eskisini yeni bir yöntemle üretmek için daha önce denenmemiş bir teknoloji kullanarak üretim sürecinde devrim veya reform yapmaktır.¹³

William Baumol’e göre girişimci kelimesi iki anlam ifade etmektedir. Baumol, birinci anlamda girişimciyi yeni bir firma kuran, organize eden ve yöneten kişi olarak tanımlarken; ikinci anlamda girişimciyi icatları ve fikirleri ekonomik

⁶ Mahmut TEKİN, **Girişimcilik, Kendi İşini Kurma, İşletme**, Damla Ofset, Konya, 1999, s: 1.

⁷ Michael E. GERBER, **Girişimcilik Tutkusu Küçük İşletmeler Niçin Batıyor, Nasıl Büyür?**, Çev: Tayfur KESKİN, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1997, s: 24.

⁸ Seyfi TOP, **age**, s: 4-5.

⁹ Semra ARIKAN, **age**, s: 49-50.

¹⁰ Seyfi TOP, **age**, s: 5.

¹¹ Ruta AIDIS, **Entrepreneurship and Economic Transition**, Tinbergen Institute Discussion Paper, Amsterdam, 2003, s: 4.

¹² Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, **The Development of Entrepreneurship Research**, Liuc Papers, N: 146, Serie Economia Aziendale 19, 2004, s: 6.

¹³ Adnan CEYLAN ve Nigar DEMİRCAN, “Girişimcilerin Başarı, Güç ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleri ile İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi’ndeki Kobi’lerde Bir Araştırma”, **21. Yüzyılda Kobi’ler: Sorunlar, Fırsatlar Ve Çözüm Önerileri**, Doğu Akdeniz Üniversitesi, 2002, s: 2.

olarak kullanılabilir varlıklara dönüştüren yenilikçi kişi olarak tanımlamaktadır. Ying Lowrey ise girişimciyi sürekli başarmayı arzu eden ekonomik bir aktör olarak tanımlamaktadır.¹⁴

Girişimci ile ilgili yapılan bütün bu tanımlamalara bakıldığında dört temel unsur öne çıkmaktadır:¹⁵

- Yaratım sürecinde yaratıma konu olan şeyin hem girişimci için hem de yarar sağlaması beklenen kitle için bir değer ifade etmesi gerekir.
- Yeni bir şeyin ortaya konulması amacıyla belirli bir zaman ve çabanın harcanması gerekir.
- Girişimci faaliyette bulunduğu alanda belirli riskleri üstlenmek durumundadır.
- Girişimci olmanın sağlayacağı ödüller vardır. Temel amacı kar olan girişimciler için para, başarı düzeyinin bir göstergesidir. Bunun yanında bağımsızlık ve kişisel tatmin de girişimci olmanın sağlayacağı önemli ödüllerdendir.

Tablo 1.1. Ekonomik Teoride Girişimcinin Rolü

Tarih	Ekonomist	Girişimcinin Rolü
1755	R. Cantillon	Spekülatör
1800	J.B. Say	Koordinatör
1890	A. Marshall	Koordinatör, yenilikçi, arbitrajcı
1907	F.B. Hawley	Üretim sahibi
1911	J.A. Schumpeter	Yenilikçi
1921	F. Knight	Belirsiz durumlarda sorumlu karar verici
1925	F. Edgeworth	Koordinatör
1925	M. Dobb	Yenilikçi
1927	C. Tuttle	Belirsiz durumlarda sorumluluk sahibi
1973	I. Kirzner	Arbitrajcı ve fırsatlardan istifade edebilme atikliği
1982	M. Casson	Belirsizlik altında yetersiz kaynakların koordinasyonu
1993	W. Baumol	Yenilikçi ve Yönetici mevcut teşvik yapısından etkilenir

Kaynak: Ruta AIDIS, age, s: 3.

¹⁴ Anders LUNDSTRÖM ve Lois A. STEVENSON, **Entrepreneurship Policy Theory and Practice**, Springer-Verlag New York Inc., 2005, s: 41-42.

¹⁵ William D. BYGRAVE, **The Portable MBA in Entrepreneurship**, USA: Second Edition, John Wiley Sons Inc., 1994, s: 4.

Girişimci, ekonomik, psikolojik ve sosyolojik açılardan da farklı şekillerde tanımlanabilmektedir. *İktisatçı* açısından girişimci, kaynakları, işgücünü, makine teçhizatı ve diğer varlıkları bir araya getirerek, önceki değerlerinden daha fazla bir değer yaratmalarını sağlayan kişidir. *Psikolog* açısından girişimci, bir şeyi elde etmek, bir şeye ulaşmak, denemeler yapmak, başarmak ve diğerlerinin elindeki otoriteyi alma ihtiyacında olan ve bu tür güdülerle güdülenen insanlardır.¹⁶ *Sosyolog* açısından girişimci ise, toplum içinde itibarı olan, saygı gören, bir statüsü olan güvenilir bir kimsedir.¹⁷

Girişimcinin tanımıyla ilgili bütün bu farklılıklar, girişimcinin gerçek yaşamın, değişimin, zenginliğin, işin, toplumsal ve kişisel var olmanın, beklentinin, toplumun geleceği, özü ve kendisi olduğunu göstermektedir.¹⁸

1.1.1.2. Girişimci ile İlgili Bazı Temel Ayırmlar

Günümüzde girişimci kavramı, özellikle sanayi toplumunun benzer kavramları olan sermayedar, kapitalist, işadamlığı, işveren, patron, yönetici gibi kavramlarla karıştırılmakta ve bu kavramlara girişimci sıfatı yüklenmektedir. Bu yüzden girişimci kavramının daha doğru anlaşılabilmesi için, bu benzeri kavramların tanımlanarak girişimci ile olan ilişkisinin açıklanması gerekmektedir.

1.1.1.2.1. Sermayedar-Girişimci Ayırımı

Sermayedar veya kapitalist kavramı, bir işletmeyi kurmak adına gerekli olan sermayeye, yani mal ve hizmet üretmek için gerekli olan üretim araçlarına sahip olmayı ifade etmektedir.¹⁹ Bu kavramlar girişimci ile aynı anlamda kullanılmakta ve girişimci olabilmek için para sahipliği gerekli ve yeterli tek şart olarak görülmektedir. Sonuç olarak da parasal imkana sahip olan her kişi kendisini girişimci olarak görmekte ve bir yatırıma girişmektedir. Fakat çoğu başarısız olmaktadır. Oysa girişimci başkasının ya da başkalarının parasını değerlendirebilen kişidir.

¹⁶ Robert D. HIRSH and Michael P.PETERS, **Entrepreneurship**, Boston Burr Ridge, IL: McGraw Hill, 2002, s: 9.

¹⁷ Seyfi TOP, **age**, s: 6.

¹⁸ Seyfi TOP, **age**, s: 7.

¹⁹ Semra ARIKAN, **age**, s: 60.

Girişimcinin toplumsal fonksiyonu da burada yatmaktadır.²⁰ Sermayesi olan her kişi mutlaka girişimcilik özelliğine sahip olacaktır şeklinde bir zorunluluk yoktur. Genellikle sermayedarlar, ellerindeki sermayeyi borç olarak girişimcilik niteliklerine sahip olan kişilere vermek ve bu sayede onlarla ortaklık kurma yoluyla ekonomide girişimi harekete geçirme fonksiyonunu oynamaktadır.²¹

1.1.1.2.2. İşveren/Patron-Girişimci Ayırımı

İşveren, işgörenleri kendi işyerinde bedenen ya da fikren istihdam eden ve bu istihdam ilişkisi sonucu sorumluluk üstlenen kişidir. Patron ise işveren kavramını da içerisine alan ve sermaye sahibi olmakla ilgili bir kavramdır.²² Diğer bir ifadeyle patron, işletme sermayesinin çoğunluğunu elinde bulunduran kişidir.²³ Halk arasında işveren, patron gibi isimlerle anılan girişimci ise, diğer insanların göremediği fırsatları fark edip, iş fikrine dönüştürebilen ve risk alabilen kişidir.

1.1.1.2.3. Yönetici-Girişimci Ayırımı

En basit tanımıyla başkalarına iş gördüren kişi olan yönetici, lider tarafından geliştirilen ve hayal gücü ile vizyona dayanan yönlendirmeye uygun olarak planlar yapan ve bu planları usullerine uygun olarak uygulayan ve öngörülen hedeflere ulaştıran kişidir.²⁴ Diğer bir deyişle yönetici, kar ve riski başkalarına ait olmak üzere ekonomik mal ve hizmet üretmek veya pazarlamak için üretim faktörlerini ele geçirip, düzenli bir şekilde bir araya getiren ve böylece kurulan veya çalışmakta olan işletmeyi amacına uygun olarak çalıştırma sorumluluğunu üstlenen kişidir.²⁵ Dolayısıyla, girişimci ekonomik mal ve hizmet üretmek veya pazarlamak üzere kendi sahip olduğu veya başka kaynaklardan sağladığı sermayeyi tehlikeye sokarken,

²⁰ Semra ARIKAN, *age*, s: 51.

²¹ Semra ARIKAN, *age*, s: 60.

²² Semra ARIKAN, *age*, s: 60.

²³ M.Tamer MÜFTÜOĞLU ve Tülin DURUKAN, *age*, s: 14.

²⁴ M.Tamer MÜFTÜOĞLU ve Tülin DURUKAN, *age*, s: 12-13.

²⁵ Nigar DEMİRCAN, *Girişimcilik ve Girişimcilerin Kişilik Özellikleri Konusunda Bir Uygulama*, T.C. Gebze İleri teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze, 2000, s: 8.

yönetici riski başkalarında olmak üzere ekonomik mal ve hizmet üretmek veya pazarlamak görevini yerine getirir.²⁶

Girişimciler ile yöneticilerin bazı ortak sorunları olabileceği gibi, çelişkili sorunları da vardır. Bazı problemlerin çözümü yöneticiler için yarar sağlarken, girişimciler için daha büyük sorunlar ortaya çıkarır. Örneğin, istikrarsız bir iş ortamı yöneticiler için oldukça olumsuz bir durumu ifade ederken, girişimci için ise yeni fırsatlar anlamına gelebilir.²⁷

Girişimci nitelikleri arasında yöneticilik de söz konusudur. İşletmenin kuruluş sonrası faaliyetlerinin yürütülmesi için girişimci dilerse işletme yöneticiliği de yapabilir. Çünkü girişimsel kimlikle bir organizasyonu kuran girişimci, kurmuş olduğu organizasyonu yönetirken, organizasyonun büyüme evresine girmesiyle birlikte, daha profesyonel bir yönetici kimliğine girme gereksinimi duyabilir.²⁸ Fakat girişimci, yönetim görevini bizzat yürütmek istemiyorsa bunu bir başkasına da devredebilir. Böylece yönetici dediğimiz kişi işletme başına geçmiş olur.²⁹

1.1.2. Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik disiplinler üstü bir kavram olduğu için pek çok araştırmacının ilgi odağı olmuştur. Fakat buna rağmen bilimsel literatürde hala belirsiz bir kavramdır. Dolayısıyla da girişimcinin kim olduğu ve girişimciliğin ne olduğu konusunda ortak bir fikir birliği bulunmamaktadır. Bu bağlamda bu kısımda girişimcilik kavramının kapsamı hakkında bilgi verilerek, girişimcilik türlerine değinilecektir.

1.1.2.1. Girişimciliğin Tanımı ve Kapsamı

Ekonomistler, 200 yıldan daha fazla bir süreden beri girişimcinin ekonomik fonksiyonlarının belirlenmesiyle uğraşmalarına rağmen, hala girişimciliğin tanımında

²⁶ Semra ARIKAN, *age*, s. 58-59.

²⁷ Nigar DEMİRCAN, *age*, s: 9.

²⁸ Aykut BERBER, "Girişimci ile Yönetici Profiline Karşılaştırılması ve Girişimcilikten Yöneticiliğe Geçiş Süreci", *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt: 15, Sayı: 1, İstanbul, 2000, s: 23.

²⁹ Semra ARIKAN, *age*, s: 59.

ortak bir noktaya varamamışlardır.³⁰ Girişimcilik kavramı, pek çok yazar tarafından farklı yönleri öne çıkartılarak tanımlanmaktadır. Kavramın bu şekilde farklı yönleri ile tanımlanması, uzmanların düşünce farklılığından ve kavramın zaman içinde yenilenecek, değişmelerden etkilenmesinden kaynaklanmaktadır.³¹ Kapitalist gelişme ve kapitalizmin farklı türleri girişimcilik olgusunu değiştirmektedir. Örneğin Keynesyen devlet ile Neo-Liberal devlette girişimcilik farklı değerlendirilmektedir. Ayrıca ülke ve kültürler göre de girişimcilik olgusu farklılaşmaktadır. Bütün bunlar ise, girişimciliğin sürekli olarak değişen bir olgu olduğunu göstermektedir. Bu yüzden de, girişimcilik kavramının net bir tanımını yapmak zordur.

Girişimcilik geleneksel ve kavramsal boyutları ile ele alınabilir. *Geleneksel* açıdan girişimcilik, bir vizyonu başarılı bir işletme girişimine dönüştüren bireysel çaba olarak tanımlanır. *Kavramsal* açıdan girişimcilik ise yeni bir işletmenin kurulması ve işletilmesi olarak tanımlanmaktadır.³² Geleneksel boyutta girişimcilik bir kişinin çaba ve yeteneklerinin gereği iken, kavramsal boyutta yeni bir iş fikrinin hayata geçirilip, bu işin sürdürülmesi için gerekli bütün organizasyonun yapılmasıdır.³³

Girişimcilik, risk ve belirsizlik koşulları altında kazanç elde etmek ve büyümek amacıyla yenilikçi bir ekonomik organizasyonun oluşturulmasıdır.³⁴ Yani girişimcilik girişimcilerin risk alma, fırsatları kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tümüdür.³⁵ Bu bağlamda girişimciliği bir süreç olarak ele aldığımızda karşımıza şu tanımlar çıkmaktadır;

Gartner ve Carter (2003), girişimciliği organizasyonel bir fenomen ve özellikle de bir organizasyon süreci olarak tanımlamaktadır.³⁶ Bir başka deyişle girişimcilik bir organizasyon yaratma sürecidir.³⁷

³⁰ Ruta AIDIS, *age*, s: 2.

³¹ Ebru AYKAN, **Girişimcilik ve Girişimcilerin Liderlik Davranışları (Kayseri’de Bir Uygulama)**, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kayseri, 2002, s: 4.

³² H. MORIS and P.S. LEWIS, “Entrepreneurship as a Significant Factor in Societal Quality of Life”, **Journal Of Business Research**, Vol: 23, 1991, s: 22.

³³ Ebru AYKAN, *age*, s: 5.

³⁴ Marc J. DOLLINGER, **Entrepreneurship**, Prentice Hall, 1999, s: 4.

³⁵ TÜSİAD, **Türkiye’de Girişimcilik**, TÜSİAD, Yayın No: 12 / 340, İstanbul, 2002, s. 34.

³⁶ William B. GARTNER ve Nancy M. CARTER, “Entrepreneurial Behaviour and Firm Organizing Processes”, **The Handbook Of Entrepreneurship Research**, Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 2003, s: 195.

Avrupa Komisyonu (2004), girişimciliği yeni ya da mevcut bir organizasyonda risk alarak, yaratıcılık ve/veya yenilikçiliği harmanlayarak ekonomik faaliyet yaratma ve geliştirme için ihtiyaç duyulan süreç olarak tanımlamaktadır. Shane ve Eckhardt, girişimciliği gelecek mal ve hizmetlerin keşfi, değerlendirilmesi ve yayılımı olarak tanımlamaktadır.³⁸

Diğer yapılan tanımlara göre ise girişimcilik fırsatların önemine dikkat çeken bir düşünce biçimi ve planlı bir davranış biçimidir. Girişimcilik, bir fırsatı yakalamak ve değerlendirmek için kaynakların bir araya getirilmesiyle oluşan bir değer yaratma sürecidir. Girişimcilik, daha önceden kişi veya kişiler tarafından fark edilmemiş bir fırsatı yakalamaktır. Girişimcilik, daha önce rutin, sıradan iş süreçlerinde yapılmayan farklı bir şeyler yapmaktır.³⁹

Girişimcilikle ilgili yapılan bütün bu tanımlar girişimcilik kavramının yenilik, yaratıcılık, risk alma, dinamiklik ve esneklik gibi kavramları içerecek bir şekilde tanımlandığını göstermektedir.

Özetle girişimcilik, girişim faaliyetinin sonunda para, servet, gelir gibi bir ödül olan ekonomik; bireysel bağımsızlık, tatmin, haz gibi psikolojik; statü, itibar, güç gibi sosyolojik sonuçlara yol açan tehlike, tuzak, streslerle dolu ve özel gayret gerektiren bir değer yaratma sürecidir.⁴⁰

1.1.2.2. Girişimcilik Türleri

Ekonomik gelişme sürecinde büyük bir öneme sahip olan girişimcilik, bir çok açıdan çeşitli kategorilere ayrılmaktadır. Literatürde en çok kullanılan ayırımlar işin mülkiyetine göre, işin büyüklüğüne göre ve işin niteliğine göre yapılan ayırımlardır. Bunun yanında bir de John Chicken tarafından oluşturulmuş olan “Chicken Modeli” vardır.

³⁷ William B. GARTNER, “Who is an Entrepreneur? Is The Wrong Question”, **American Journal of Small Business**, Vol: 12, No: 4, 1988, s: 11.

³⁸ Anders LUNDSTRÖM ve Lois A. STEVENSON, **age**, s:43.

³⁹ Semra ARIKAN, **age**, s. 50.

⁴⁰ Seyfi TOP, **age**, s: 7.

1.1.2.2.1. Mülkiyet Boyutu

Girişimciler işin mülkiyetine göre, kamu girişimciliği ve piyasa ekonomisi içindeki girişimciler olmak üzere ikiye ayrılır. Kamu girişimcileri siyasi otoritenin kararlarına bağlı olarak sıkı bütçe kısıtlanmaları içinde çalışırlar. Bir başka anlamda, kimi zaman ekonomik kısıtlamaların ağırlık kazandığı alanlarda; genellikle dışarıdan gelen dürtülerle karar veren, kendi yarattığı kaynakları değil de hazır ya da kamunun ürettiği kaynakları kullanan kişilerdir. Bu katı bütçe kısıtlaması, kamu girişimcilerinin dar anlamda bürokrat tanımı içine sokmaktadır.⁴¹

Piyasa ekonomisi içindeki girişimciler, kendi içinde fırsat girişimciliği ve yaratıcı girişimcilik olarak ikiye ayrılabilir. Fırsat girişimciliği, pazardaki fırsatları görerek ya da sezinleyerek mevcut olan bir ürün yada hizmeti pazara sunmaktır. Bu tür girişimcilik, fırsatları değerlendirebilecek görüş açısına ve kaynakları yönlendirebilme yeteneğine sahip olmayı gerektirir.⁴² Yani, fırsat girişimciliği mevcut kaynakları iyi kullanarak işlerini yürüten ve çalışma imkanlarını yaratan girişimcilik türüdür.⁴³

Yaratıcı girişimcilik ise, yeni bir fikir veya buluşun ya da mevcut olan ürün veya hizmetin dizayn, estetik, kalite ve fiyat gibi yönlerden iyileştirilerek piyasaya sunulmasıdır.⁴⁴ Yaratıcı girişimcilik, olağan ve olağan dışı koşullarda, işgücü ve sermaye kaynağını verimli kullanarak, detayları düşünülebilen, planlayan, yürüten ve sonuç alan kişidir. Girişimcilik kavramının asıl içeriği de bu kategoride yer alır.⁴⁵

1.1.2.2.2. Büyüklük Boyutu

Girişimcilik ayrımlarında diğer bir kategori büyüklük boyutuna göre yapılan ayrımdır. Büyüklük boyutuna göre girişimcilik, büyük girişimciler ile orta ve küçük girişimciler olmak üzere ikiye ayrılır. Büyük girişimciler, işletme mülkiyeti sahipliği ve girişimcilik özelliklerini bünyelerinde bulunduran, kurumsallaşmayı tamamlamış

⁴¹ Semra ARIKAN, *age*, s: 73.

⁴² Erkan Turan DEMİREL, **Girişimcilik Kültürü**, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Malatya, 2003, s: 23.

⁴³ TÜSİAD, **Türkiye’de Girişimcilik ile İlgili Sorunlar ve Çözümleri**, TÜSİAD, Yayın No: 10 / 103, İstanbul, 1987, s: 2.

⁴⁴ Metin FİDAN ve Şahap YILMAZ, **Müteşebbislik**, Tutubay Yayınları, Ankara, 2001, s: 11.

⁴⁵ TÜSİAD, *age*, 1987, s: 2.

ve yönetim işlerini profesyonel yöneticilere bırakmış kişilerdir. Orta ve küçük girişimcilik ise, iş sahipliği, girişimcilik ve yöneticilik sıfatlarının üçünün aynı kişide toplanmasıdır. Orta ve küçük girişimciler arasındaki fark, orta girişimcilerin dışa daha fazla açık olmaları , işletme dışındaki dünyayla daha fazla ilgili olmaları, ileri teknolojiyi kullanmaları ve rekabet güçlerinin daha fazla olmasıdır. Küçük girişimciler ise, kendi hesaplarına hareket ederek, riski üstlenirler.⁴⁶

1.1.2.2.3. Nitelikler Boyutu

Girişimcilik nitelikler boyutuna göre; orijinal girişimcilik, yenilikçi girişimcilik, tepkisel girişimcilik, girişimci girişimcilik, iç girişimcilik, kurumsal girişimcilik olarak da sınıflandırılmaktadır.

Orijinal girişimcilik, girişimcilerin kendi güç, yetenek, bilgi, sezgi ve yaratıcılıklarını kullanarak ilk defa sıfırdan başlayarak kurdukları girişimlerdir. İlk defa ve orijinal olma özelliği bu girişimciliğin tanımlanmasında belirleyici etmendir.⁴⁷ Girişimcinin yaratıcı, yenilikçi, keşifçi, maceracı, meraklı, icatçı, aşırı risk alma ve vizyon sahibi olma gibi özelliklerinin öne çıktığı bu tür girişimciliğe yenilikçi girişimcilik de denir. Drucker, bu tür girişimciliği; en iyi fırsatın yakalanması, başarısız olma riski ve gereken çaba ile harcamalardan oluşan üç temel faktöre bağlamaktadır.⁴⁸

Tepkisel girişimcilik, yenilik ve değişimler yaratmak yerine, diğer girişimcilerin yaptıkları yeniliklere göre faaliyetlerini belirleyen bir girişimcilik türüdür.⁴⁹

Girişimci girişimcilik, daha önce belli alanlarda girişimcilik yapmış ve daha sonra işletmelerini satmış olan deneyimli girişimcilerin kendilerine fırsat alanı olarak yeni çıkan girişimcileri esas almaları şeklinde gelişen bir girişimciliktir. Fiziki olarak işletmelerin yeni girişimcileri ile alınıp satıldığı bir girişimcilik türüdür. Özellikle hızla büyüyen ve gelişen sektörlerde görülen bu girişimcilik türünde, eski

⁴⁶ Erkan Turan DEMİREL, *age*, s: 24.

⁴⁷ Seyfi TOP, *age*, s: 8.

⁴⁸ Peter F. DRUCKER, *Fırtınalı Dönemlerde Yönetim*, Çev: Bülent TOKSÖZ, İnkılap Kitabevi, İstanbul, 1998, s: 121.

⁴⁹ Erkan Turan DEMİREL, *age*, s: 25.

girişimciler yeni fırsat alanlarında sektöre girerek daha yeni kurulmuş olan firmaları satın alarak onların ayakta kalmasını büyümelerini sağlarlar.⁵⁰

İç girişimcilik, örgütsel bir ağ veya kurulu bir işletme içinde kendi yeteneklerini kanıtlamış bireylerin, kendilerini tanıyıp keşfetmeleri ve kendilerinin farkına varmaları ile başlayan bir başka girişimciliğin içinde filizlenen bir girişimcilik türüdür. Bu tür girişimcilikte iç girişimci ya ilk girişimci ile birlikte çalışır, ya da ilk girişimciden ayrılarak bağımsız olarak kendi işini kurar. Yani girişimci içerisinde girişimci çıkarma olayı gerçekleşir.⁵¹

Kurumsal girişimcilik, büyük veya küçük işletmelerin kendi aralarında küçük girişimleri organize ettikleri bir girişimciliktir. Esas olarak, girişimcilerin artık her şeyi kendileri tek başlarına üretmek entegre tesisler kurmak yerine, daha küçük parça set ve diğer işler için bağımsız küçük girişimleri teşvik ederek, koruyarak, yönlendirerek, teknolojik destek vererek, işbirliği yaparak birlikte çalışan, riski azaltıp faydayı artıran bir girişimciliktir.⁵²

Yine bunlara ilave olarak nitelikler boyutuna göre literatürde, yönetici girişimcilik, teknik girişimcilik, çevreci girişimcilik, egemen girişimcilik, pozitif girişimcilik, fırsatçı girişimcilik gibi ayrımlar da mevcuttur.

1.1.2.2.4. Chicken Modeli

Chicken modeline göre girişimcilik; talep, hükümetin etkisi, özel sektörün etkisi ve siyasi etkinin sonucu oluşmaktadır. Bu etkilerin içinde arz bulunmamaktadır. Bunun nedeni, girişimcinin talebe, bu talebi karşılayacak arzı sağlayarak tepki verdiğinin düşünülmesidir. Yani girişimci yeni bir ürün belirler ve yeni ürünün arzını kabul edecek bir pazar oluşturur. Girişimciliği oluşturan bu dört etkinin sonucu olarak açık pazar girişimciliği, kısmi devlet destekli girişimcilik ve tam devlet destekli girişimcilik şeklinde üç girişimcilik türüne ulaşılır.⁵³

⁵⁰ Seyfi TOP, **age**, s: 16-17.

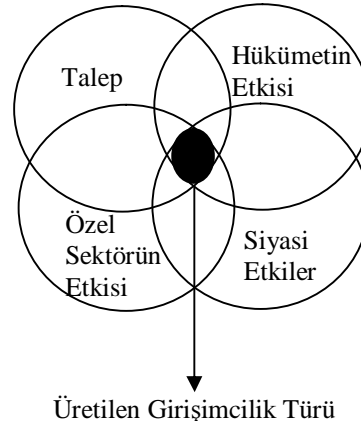
⁵¹ Seyfi TOP, **age**, s: 9.

⁵² Seyfi TOP, **age**, s: 12.

⁵³ John CHICKEN, **Yönetim ve Girişimcilik**, Çev: Beyhan KURT, Epsilon Yayınları, İstanbul, 2002, s: 32-34.

Açık pazar girişimciliği, ürünlerin alım-satımının açık pazarlarda yapıldığı bir girişimcilik türüdür. Bu tür girişimciler hayatta kalmak için kar etmek zorundadırlar. Kısmi devlet destekli girişimcilik ise ulusal ve uluslararası pazarlarda faaliyet göstermekte olup bazı desteklere tabi bir girişimciliktir. Burada hükümet politikaları pazarları etkilemekle beraber, yine de bu tür girişimciler kar etmek zorundadırlar. Son olarak tam devlet destekli girişimcilik ise, kar etme zorunluluğu olmayan ve faaliyetleri hükümetlerin sağladığı fonlara bağlı olan bir girişimcilik türüdür.⁵⁴

Şekil 1.1. Girişimcilik Üreten Etkilerin Birleşimi



Kaynak: John CHICKEN, *age*, s: 34.

1.2. FORMAL GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ

Girişimcilik süreci, fırsatların algılanması ve algılanan bu fırsatların bir organizasyon yaratmada değerlendirilmesi ile ilgili olan tüm faaliyetler şeklinde tanımlanmaktadır.⁵⁵ Yani girişimcilik süreci, bir fırsatı takip eden yeni bir organizasyonun yaratılmasıdır.⁵⁶ Bu bağlamda girişimcilik, genellikle mantıksal,

⁵⁴ John CHICKEN, *age*, s: 35.

⁵⁵ Hean Tat KEH, Maw Der FOO ve Boon Chang LIM, "Opportunity Evaluation Under Risky Conditions: The Cognitive Processes Of Entrepreneurs", **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Vol: 27, No: 2, 2002, ss: 125.

⁵⁶ Donald F. KURATKO, Jeffrey S. HORNSBY ve D.W. NAFFZİGER, "An Examination of Owner's Goals in Sustaining Entrepreneurship", **Journal of Small Business Management**, Vol: 35, No: 1, January, 1997, s: 25.

sistematik veya planlanmış olarak karakterize edilmemekte ve dolayısıyla girişimsel süreç, önceden tahmin edilemeyen bir süreç olarak ortaya çıkmaktadır.⁵⁷

Literatüre baktığımızda girişimsel süreç ile ilgili oluşturulmuş olan birçok teorik model vardır.

Brazeal ve Hebert; teknoloji, psikoloji ve firma boyutlarını birleştiren bir girişimsel süreç modeli sunmuştur. Bu modele göre değişim, yenilik ve yaratıcılık girişimsel süreçte önemli bir rol oynamaktadır.⁵⁸

Girişimsel aktivite daha önce var olmayan bir fırsattan istifade edilerek oluşturulan yeni bir şey ile onun gerçekleşme imkanı arasındaki dengeden kaynaklanır.⁵⁹ Bu yüzden yenilik (inovasyon), yaratıcı düşüncenin başarılı bir şekilde gerçekleşmesi olarak tanımlanabilir. Yani inovasyon, üretim aktivitesinde yeni bir düşüncenin geliştirilmesi evresiyken, yaratıcılık sürecinde bir bakıma bu evrenin başlaması olarak algılanabilir.⁶⁰

Moore ve Bygrave'ye göre girişimsel süreç; yenilik, tetikleyici olay, uygulama (implementation) ve büyüme olmak üzere dört aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalarda çevreyle karşılıklı etkileşim içinde olan farklı değişkenler girişimsel süreci de etkilemektedir. Örneğin yenilik evresinde risk alma veya deneyim kazanma gibi kişisel karakterler, fırsatlar gibi çevresel baskılarla karşılıklı etkileşim içindedir.⁶¹

Hisrich ve Peters ise girişimsel süreci fırsatların tanımlanması ve belirlenmesi, gerekli kaynakların belirlenmesi, iş planının geliştirilmesi ve sonuçlanan girişimin yönetimi şeklinde dört aşamaya ayırmaktadır.⁶² Bu ayırım Olson'un girişimsel süreciyle de uyumludur.

⁵⁷ Maria Elizabeth KRUGER, **Creativity In The Entrepreneurship Domain**, University Of Pretoria, 2004, s: 41.

⁵⁸ Deborah V. BRAZEAL ve Theodore T. HERBERT, "The Genesis Of Entrepreneurship", **Entrepreneurship Theory and Practice**, Vol:23, No: 3, 1999, s: 33.

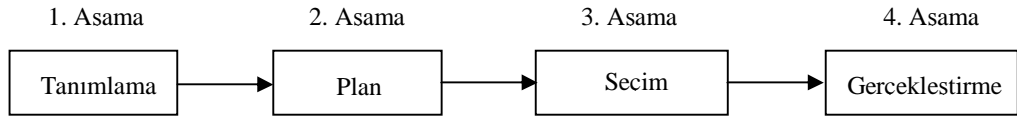
⁵⁹ Deborah V. BRAZEAL ve Theodore T. HERBERT, **age**, s: 34-36.

⁶⁰ Maria Elizabeth KRUGER, **age**, s: 42.

⁶¹ Maria Elizabeth KRUGER, **age**, s: 43.

⁶² Robert D. HISRICH and Michael P.PETERS, **age**, s: 39.

Şekil 1.2. Olson'un Girişimsel Süreci



Kaynak: T.A. ULRICH, "Entrepreneurship As A Learning Process", **International Entrepreneurship Conference**, 8th Annual Conference, Schloss Reichartshausen Oestrich-Winkel Germany, July 26-28, 1998, s: 4.

1.2.1. Fırsatların Tanımlanması ve Belirlenmesi

Girişimcilik sürecinin ilk aşaması fırsatları belirlemektir. Fırsatların tanımlanması ve belirlenmesi, bir girişimcinin yeni bir girişim için fırsat bulması sürecidir.⁶³ Bu anlamda girişimcilik aslında fırsatları kovalama sürecidir.⁶⁴

Yeni iş kurmaya dönük iyi fikirlerin çoğunluğu piyasadaki bir takım açıkların görülmesiyle ortaya çıkar. Bu açıklar insanların beklentileri ve istekleri ile gerçekte elde ettikleri arasındaki farktır. Bu yüzden de girişimsel sürecin ilk aşaması, pazarda var olan açıkların düşünülmesi ve bu açıkların nasıl kapatılabileceğinin tartışılmasıdır.⁶⁵

Fırsat, girişimcilik açısından iki önemli süreçten geçmektedir. Birincisi fırsatın keşif sürecidir. İkincisi ise kaynaklarla ilgili bir süreç olan fırsatın kullanılma sürecidir. Keşif süreci, bir anlamda fırsatların tanımlanma, belirlenme sürecidir. Girişimci piyasayla ilgili yerine getirilmemiş bir ihtiyaç yüzünden piyasadaki bir fırsatın farkına vardığında fırsatın tanımlanması meydana gelir. Burada girişimcinin ilk görevi piyasayı inceleyerek boşluğun olduğu yeri bulmaktır. Bu yüzden girişimcilerin yaratıcı ve yenilikçi bir yapıya sahip olmaları oldukça önemlidir.⁶⁶ Yaratıcılık ve yenilik, bir fırsatı tanımlayan modelleri ve eğilimleri görmeyi gerektirdiği için girişimsel sürecin temel direği durumundadır.⁶⁷

⁶³ Robert D. HISRICH and Michael P.PETERS, **age**, s: 39.

⁶⁴ D. SHAW, "Creativity and Innovation", **Business Quarterly**, Vol: 61, No: 1, 1996, s: 48.

⁶⁵ Rifat İRAZ, **age**, s: 196.

⁶⁶ Seyfi TOP, **age**, s: 294-295.

⁶⁷ Maria Elizabeth KRUGER, **age**, s: 61.

1.2.2. Gerekli Kaynakların Belirlenmesi

Girişimcilik sürecinde ikinci aşama, gerekli olan kaynakların belirlenmesi ve teminidir. Fırsatların keşif süreci aşamasından sonra fırsatların kullanılması aşaması başlar. Fırsatların kullanılması ise kaynaklarla ilgili bir aşamadır. İş fırsatının pratik hale dönüştürülmesi kaynakların temin edilebilmesi ile mümkündür.⁶⁸ Fakat girişimcilik sürecinde en büyük yanılgılardan biri, başarılı bir girişimin kendisi için bağlanan kaynaklarla birebir ilişkili olduğu düşüncesidir. Oysa önemli olan bu kaynakların büyüklüğü değil, geliştirilen iş planı için ne kadar etkin kullanıldığıdır.⁶⁹ Yani girişimcilik sürecinde esas olan, mevcut kaynaklardan etkilenmeden fırsatları algılama ve onlardan yararlanma yönelimli olmaktır.⁷⁰

1.2.3. İş Planının Geliştirilmesi

Girişimcilik sürecinde fırsatlar ve bu fırsatları değerlendirebilmek için gerekli olan kaynaklar tanımlanıp belirlendikten sonra, bir iş planının hazırlanması gerekmektedir. Girişimcilik sürecinde iş planı, işin fiilen kurulması ve devam ettirilmesinde önemli bir aşama olup, girişimcinin bundan sonraki faaliyetlerine yön verir. Girişimci, ortaya koyduğu iş planı ile belirlediği hedeflere ulaşmak için neyi, ne zaman, nasıl yapılacağını belirler. Yani iş planı, işletmenin başarılı olabilmesi ve ekonomik anlamda varlığını sürdürebilmesi için neler yapması gerektiğine karar verme sürecidir.⁷¹

1.2.4. Sonuçlanan Girişimin Yönetimi

Girişimsel süreçte son aşama sonuçlanan girişimin etkin bir şekilde yürütülebilmesi için gerekli olan örgütsel yapının oluşturulmasıdır.⁷² Sağlam bir örgütsel yapının kurulması, ortaya çıkarılan girişimin etkinliğini ve sürekliliğini artırmaktadır.

⁶⁸ Seyfi TOP, *age*, s: 297.

⁶⁹ Rifat İRAZ, *age*, s: 197.

⁷⁰ Norris F.J. KRUEGER, "The Cognitive Infrastructure Of Opportunity Emergence", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol: 24, No: 3, 2000, s: 6.

⁷¹ Rifat İRAZ, *age*, s: 197-198.

⁷² Rifat İRAZ, *age*, s: 203.

1.3. GİRİŞİMCİLİĞİN DEĞİŞEN DOĞASI VE ARTAN ÖNEMİ

Tarihsel açıdan girişimcilik en eski aktivitelerden biridir. Yeni iş imkanlarını keşfetmek veya tanımlamak ve bu imkanları ekonomik kazanç için yeni girişimlerde kullanmak insan yaşamında daima önemli olmuştur. Tarihe baktığımızda, geçmişten bugüne kadar tarihin her aşamasında girişimsel aktivitelerin ne kadar önemli olduğu ile ilgili örnekleri rahatlıkla görebiliriz. Fakat son yıllarda dünya genelinde yaşanan piyasa yönlü ideoloji lehindeki politik değişim ve yine toplumların yaşamış olduğu yapısal değişimler girişimciliğe farklı bir boyut kazandırarak, girişimciliği daha da önemli bir konuma getirmiştir.⁷³

Bu kısımda günümüzde girişimciliğe farklı bir boyut kazandıran itici güçlerin neler olduğu üzerinde durulup, girişimciliğin öneminde bahsedilerek, Avrupa Birliği ve Türkiye’de girişimciliğin gelişimi ve uygulanan politikalar hakkında bilgi verilecektir.

1.3.1. Girişimciliğin Değişen Doğası ve Değişimin İtici Güçleri

Girişimcilik günümüze kadar farklı dönemlerden ve süreçlerden geçmiştir. İlkel toplumlardan günümüz bilgi toplumuna kadar geçen bütün bu süreçler girişimciliğe hep farklı boyutlar kazandırmıştır. Özellikle sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş, fordizmden post-fordist üretim tekniklerine geçiş ve gittikçe büyüyen küreselleşme olgusu girişimciliğin önemini daha da arttırmıştır.

1.3.1.1. Tarihsel Arka Plan

Tarihi neredeyse insanlık tarihi kadar eski olan “*girişimcilik*”, insanlığın bilinen dönemlerinden bu yana ekonomik ve toplumsal gelişmede daima anahtar rol oynamış bir olgudur. İlk çağlardan beri, insanların sayısız gereksinimlerini karşılamak için üretim faaliyetleri gerçekleştirilmiş, bu da girişimciliği ortaya

⁷³ Hans LANDSTRÖM, *Pioneers In Entrepreneurship And Small Business Research*, Springer Science, 2005, s: 3-4.

çıkarmıştır. Girişimciliğe ilişkin gelişmeler, bugün modern üretim ve yönetim tekniklerine ulaşıncaya kadar çeşitli evrelerden geçmiştir.⁷⁴

İnsanoğlunun tarihin ilk yıllarından bu yana yaşamak ve ihtiyaçlarını karşılamak için yaptığı her faaliyet aslında basitçe girişim olarak nitelendirilebilir. Avcılık, çiftçilik, hayvancılık, ticaret vb gibi her türlü faaliyet tarihin ilk dönemlerinden beri insanoğlunun girişimci olduğunu ortaya koymaktadır.⁷⁵

Yaklaşık kırk bin yıl önce bugünkü “*homo sapiens*” formuyla ortaya çıkan insan neolitik döneme gelinceye kadar, yani M.Ö. on binlere kadar avcı ve devşirici olarak yaşamıştır. Bu dönemde insan, sadece bir tüketici konumunda olup, ürettiği tek şey hayvan avlamaya ve kendini savunmaya yarayan taştan yapılmış ilkel silahlar ve üşümek için giydiği ilkel kıyafetlerdir. Bir başka deyişle insan doğaya hiçbir şey katmıyor ve sadece doğadakileri alıp tüketiyordu.⁷⁶ Fakat buna rağmen o dönemin ilkel insanı, bugün girişimciliğin tanımlarında ortaya konulan bazı özellikleri içinde barındırıyordu. Örneğin yaşamlarını sürdürebilmek adına hayatlarını ortaya koyarak risk alıyorlardı.⁷⁷

İlk ekonomik devrim olan neolitik devrim veya bir diğer adıyla tarım devrimiyle beraber insanlar ilk kez yerleşik yaşama geçerek tarım yapmaya ve hayvan yetiştirmeye başlamıştır.⁷⁸ İlk Çağ dönemlerine gelindiğinde tüccarlar ve zanaatkarlar, hem devlet yönetimi, hem de ekonomik işleyiş ve toplumsal düzen açısından kilit rol oynuyorlardı. Bu anlamda Asur Devleti’nde girişimcilerin devletin büyümesinde ve otoritenin yayılmasında üstlendikleri işlev iyi bilinmektedir. Asur Ticaret Kolonileri, zamanının en gelişmiş ekonomik karakterli yönetsel yapılanmalarını oluşturmuştur.⁷⁹

⁷⁴ Bekir PARLAK, “Yükselen Trend: Girişimcilik”, **tchayat Dergisi**, <<http://www.tchayat.org/modules.php?name=News&file=article&sid=58>>, 2005, (Erişim: 20.09.2007).

⁷⁵ Murat DEMİREZ, **Girişimciliğin Tarihçesi**, s: 1, <<http://www.girisimciliknetwork.gen.tr/makale1.html>>, (Erişim: 20.09.2007).

⁷⁶ Mahfi EĞİLMEZ ve Ercan KUMCU, **Ekonomi Politikası Teori ve Türkiye Uygulaması**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2005, s: 28.

⁷⁷ Murat DEMİREZ, **age**, s: 1.

⁷⁸ Mahfi EĞİLMEZ ve Ercan KUMCU, **age**, s: 28.

⁷⁹ Bekir PARLAK, **age**.

Ortaçağ boyunca girişimci güç, varlığını ve etkinliğini devam ettirmiştir. Bilhassa deniz yollarının daha çok kullanılmaya başlanması, yeni keşifler ve ilmi icatların artmasıyla girişimciler, daha uzaklara daha büyük ve çeşitli yatırımlara açılmışlardır. Örneğin Marco Polo, Uzak Doğu ile Batı dünyası arasında adeta ekonomik bir köprü kurmuş, ticari mallarını satabilmek ve başka metalar alıp değerlendirmek için tabiat koşullarına, yağmacılara, coğrafi engellere ve de dönemin olağan durumları kabul edilen savaflara ve karışıklıklara karşı her türlü riski göze almıştır.

Feodal Beylikler ve İmparatorluklar dönemindeki girişimciler nasıl bir önceki çağa göre büyük işlere adım atmışlarsa, ulus-devlet döneminde girişimcilik hareketlerinin, feodal döneme göre daha da yoğunlaştığı ve etkilerini arttırdığı gözlenmiştir. Ulus-devlet döneminde girişimcilik olgusu da dönüşüme uğramıştır. Bu dönemde girişimciler, uzun dönemli kar beklentisini ön plana çıkarmışlar, yeni hammadde arayışı içine girmişler, yeni teknikler geliştirmişler ve daha büyük ticari girişimler oluşturmak için örgütlenmeye başlamışlardır.

İngiltere’de doğan Sanayi Devrimi’yle başlayan sanayileşme süreci, yepyeni bir ekonomik düzenin oluşmasını ve zenginliğin artmasını sağlamıştır. İşte bu yeni dönem girişimciliğin de yeniden şekillenmesinin, girişimcilerin dünyanın her yanında etkili olmalarının ve liberal ekonomilerin gittikçe daha hissedilir bir şekilde dünya ekonomisinde ve siyasetinde ağırlıklarını koymalarının yolunu açmıştır.⁸⁰

1.3.1.2. Sanayi Toplumundan Bilgi Toplumuna Geçiş

1769 yılında James Watt tarafından patenti alınan buhar makinesinin kullanılmasıyla başladığı ileri sürülen Sanayi Devrimi’nin ürünü olan “*Sanayi Toplumunu*”, günümüzde yerini bilgi ve iletişim teknolojilerinde sağlanan olağanüstü hızdaki gelişmelerle “*Bilgi Toplumunu*”na bırakmaktadır. Bir bakıma endüstri çağında çok sayıda kriz ve sorunla karşı karşıya kalan insanlık, daha bu çağı analiz edip,

⁸⁰ Bekir PARLAK, *age*.

sorunlarına etkin çözümler getirememişken, küreselleşmenin de büyük etkisiyle yeni bir çağa ve yapılanmaya girmiştir.⁸¹

Bilgi toplumu, tanımlanmasında çeşitli farklılıklar bulunan bir çağdır. Fakat bu tanımlamaların hepsinde de *bilgi* ve *erişim* anahtar bir rol oynamakta ve ekonomik, politik ve sosyal faktörlerdeki bir değişim bu tanımlamaları etkilemektedir.⁸² Kısaca bilgi toplumu, bilgi üretimi ve iletiminin yaygınlaştığı, bilginin temel sermaye ve ana güç olduğu, bilgi işi ile uğraşanların çoğunlukta olduğu öğrenmenin hayatın bir parçası haline geldiği bir toplumsal yaşam biçimi şeklinde tanımlanabilir.⁸³

Sanayi toplumu ve bilgi toplumunun temel özellikleri birçok yazar tarafından incelenmiştir. Yoneji Masuda 1990 tarihli eserinde, sanayi toplumu ve bilgi toplumunu karşılaştırmıştır:

Tablo 1.2. Sanayi Toplumu ve Bilgi Toplumunun Karşılaştırılması

		Endüstri Toplumu	Bilgi Toplumu
Yenilikçi Teknoloji	-Öz:	-Buhar makinesi (güç)	-Bilgisayar (bellek, hesaplama, kontrol)
	-Temel fonksiyon:	-Fiziksel emeğin ikamesi	-Zihinsel emeğin ikamesi
	-Üretim gücü:	-Maddi üretim gücü (Kişi başına sermaye artışı)	-Bilgi üretme gücü (optimum hareket – seçim kapasitesinde artış)
Sosyo-ekonomik Yapı	-Ürünler:	-Faydalı mallar ve hizmetler	-İletişimsel bilgi, teknoloji, bilimsel bilgi
	-Üretim merkezi:	-Modern fabrika (makine-ekipman)	-Bilgi kullanımı (bilgi ağları, veri bankaları)
	-Piyasa:	-Yeni dünya, koloniler, tüketici satın alma gücü	-Bilimsel bilgi sınırlarının, bilgi alanının genişlemesi
	-Öncü endüstriler:	-İmalat endüstrileri (makine,kimya endüstrileri)	-Entelektüel endüstriler (iletişimsel ve bilimsel bilgi endüstrileri)

⁸¹ Seçkin GÜLTAN, **Bilgi Toplumu Sürecinde Avrupa Birliği ve Türkiye**, Ankara Üniversitesi Avrupa Toplulukları Araştırma ve Uygulama Merkezi Araştırma Dizisi No: 19, Ankara, 2003, s: 15-18.

⁸² Marije GELDOF, “Becoming An Information Society: The Role Of New Information Technologies In Development” **Report Based On Wilton Park Conference 798**, 17-20 October 2005, 2005, s: 1.

⁸³ Güney NAİR, “Bilgi’nin Değişen Anlamı ve Kavram Tartışmaları”, **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 2, Sayı: 1, 2001, s: 334.

	-Endüstriyel yapı:	-Birincil, ikincil ve üçüncül endüstriler	-Matriks endüstriyel yapı (birincil, ikincil, üçüncül ve dördüncül endüstri sistemleri)
	-Ekonomik yapı:	-Mal ekonomisi (işbölümü, üretim ve tüketim ayrılması)	-Sinerjik (synergetic) ekonomi (ortak üretim ve kullanım)
	-Sosyo-ekonomik ilke:	-Fiyat ilkesi (arz ve talep dengesi)	-Amaç ilkesi (sinerjik [ortak] ileri besleme ilkesi)
	-Sosyo-ekonomik özne:	-Girişimler (özel sektör, kamu sektörü, üçüncü sektör)	-Gönüllü topluluklar (yerel ve bilgi toplulukları)
	-Sosyo-ekonomik sistem:	-Sermayenin özel mülkiyeti, serbest rekabet, kar maksimizasyonu	-Altyapı, sinerji ilkesi, toplumsal faydanın önemi
	-Toplum biçimi:	-Sınıflı toplum (merkezi güç, sınıfları kontrol)	-Fonksiyonel toplum (çok merkez, fonksiyon, otonomi)
	-Ulusal hedef:	-Gayri safi ulusal refah	-Gayri safi ulusal tatmin
	-Hükümet biçimi:	-Parlamenter demokrasi	-Katılımcı demokrasi
	-Sosyal değişimin itici gücü:	-İşçi hareketleri, grevler	-Sivil hareketler ve sorunlar
	-Toplumsal problemler:	-İşsizlik, savaş, faşizm	-Gelecek şokları, terör, kişisel dokunulmazlığın ihlali
	En ileri aşama:	-Yüksek kitlesel tüketim	-Yüksel kitlesel bilgi üretimi
Değerler	-Değer standartları:	-Maddi değerler (psikolojik gereksinimlerin karşılanması)	-Zaman değeri (hedefe yönelik başarı gereksinimlerinin karşılanması)
	-Etik standartlar:	-Temel insan hakları, insanlık	-Öz-disiplin, toplumsal katılım
	-Zaman ruhu:	-Rönesans (insanın özgürleşmesi)	-Küreselleşme (insan ve doğanın ortak yaşayışı)

Kaynak: Masuda'dan (1990) aktaran GÜLTAN Seçkin, *age*, s. 19-21.

İnsanın yaşadığı tüm zaman dilimlerinde bilgi sürekli ön planda yer almıştır. Ancak, bilgi hiç bir dönemde bu kadar öneme sahip olmamıştır.⁸⁴ Tarım ve sanayi toplumlarında “güç” insan ve makine gücünü elinde bulunduranlarda iken, bilgi toplumunda “güç”, bilginin, yani aklın gücünden yararlananlardadır.⁸⁵ Daniel Bell (1973), Yoneji Masuda (1981) ve Alvin Toffler (1981) gibi düşünörlere göre sanayi

⁸⁴ İsmail Hakkı YÜCEL, **Bilim – Teknoloji Politikaları ve 21. Yüzyılın Toplumu**, Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü Araştırma Daire Başkanlığı, DPT Yayınları, 1997, s: 22.

⁸⁵ Yaşar TONTA ve Mehmet Emin KÜÇÜK, “Main Dynamics of the Transition from Industrial Society to Information Society”, **In: Proceedings of the Third International Symposium on Society, Governance, Management and Leadership Approaches in the Light of the Technological Developments and the Information Age**, (İstanbul, Mayıs 12-13, 2005), The Turkish General Staff Directorate of Military History, Strategic Studies and Inspection Publications, Ankara, 2005, s: 4.

toplumunun sembolü olan buhar makinesi nasıl insanın fiziki gücünü katlamışsa, bilgi toplumunun sembolü olan bilgi teknolojileri de insanın aklını o derecede katlamıştır.⁸⁶

Bilgi toplumuyla beraber bilgiye dayalı bir ekonomik yapı ortaya çıkmıştır. Burada bilgi ekonomisinin ortaya çıkmasında tanımlanabilir iki temel güç vardır. Bunlardan ilki ekonomik aktivitelerde bilgi yoğunluğunun yükselmesi, diğeri ise ekonomik ilişkilerde küreselleşmenin yükselmesidir.⁸⁷

Son 20-30 yılda iş ve toplumsal yaşamın bütün alanlarında bilgisayar ve iletişim teknolojileri uygulamalarında bir patlama görülmektedir. Bu patlama bilgisayar ve iletişim maliyetlerini keskin bir şekilde düşürerek, kullanıcıların ihtiyaçlarıyla ilgili uygulamaların gelişmesini hızlandırmıştır. Dijitalleşme, yeni bilgisayar ve iletişim sistemlerinin uygulanmasında yazılım ve teknik destek gelişmeleri (tarama ve görüntüleme teknolojileri, hafıza ve depolama teknolojileri de dahil) bilgi teknolojileri devrimindeki potansiyeli anlamamıza yardımcı olmaktadır.

Ekonomik açıdan bilgi teknolojileri devriminin merkezi özelliği, büyük miktardaki bilginin kullanım, depolama ve iletimini çok düşük maliyetlerle mümkün kılmasıdır. Bilginin marjinal kullanım, depolama ve iletim maliyeti hemen hemen neredeyse sıfır olduğu için, ekonominin bütün yönlerinde bilginin kullanımı büyük bir şekilde kolaylaşmakta ve ekonomik aktivitelerdeki bilgi yoğunluğu giderek yükselmektedir. Bilgi yoğunluğundaki bu yükselme hem bireysel mal ve hizmetlerdeki bilgi yoğunluğunun yükselmesini, hem de ekonomideki bu mal ve hizmetlerin önemini yükselmesini kapsamaktadır.⁸⁸

Bilgi ekonomisinin ortaya çıkmasındaki diğeri ana itici güç ekonomik aktivitelerdeki hızlı küreselleşmedir. Sanayi toplumunda, bir ülkenin gelişmişlik düzeyi ürettiği çelik ve enerji miktarı ile ölçülürken, artık günümüzün bilgi toplumunda enformasyon teknolojisini oluşturan mikroelektronik, telekomünikasyon ve bilgisayar teknolojilerinin imkanları ile elde edilen, işlenen, iletilen ve saklanan

⁸⁶ Ahmet ÇELİK, "Bilgi Toplumu Üzerine Bazı Notlar", **Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**, Cilt: 15, Sayı: 1, Ankara, 1998, s: 54.

⁸⁷ John HOUGHTON ve Peter SHEEHAN, **A Primer On The Knowledge Economy**, Centre For Strategic Economic Studies, 2000, s: 2.

⁸⁸ John HOUGHTON ve Peter SHEEHAN, **age**, s: 2-3.

bilgi miktarıyla ölçülmeye başlanmıştır.⁸⁹ Yani küreselleşmeyle beraber artan rekabet karşısında hayatta kalabilmenin tek aracı bilgidir. Bu açıdan firmalar, yeni gerçekliklerle ilgili küresel stratejilere giderek artan oranda uyum sağlama ihtiyacı hissetmektedir. Tüm piyasalarda yaşanan küresel rekabet, mal ve hizmet üretiminde kullanılan girdilerin artan bir şekilde çokuluslaşması, dünya ticaretinin endüstri içi bir hal alması ve küreselleşmenin bir çok unsuru küresel ekonominin dönüşümüne katkı sağlayarak bilginin giderek daha önemli bir konuma gelmesini sağlamıştır.⁹⁰

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle, sermaye stratejik kaynak olmaktan çıkmış ve yerini bilgiye bırakmıştır. “*Kapitalist Ötesi Toplum*” da Peter Drucker, bilginin dinamiğindeki değişimleri açıklarken, bilginin günümüzde anlamlı tek kaynak olduğunu ifade etmektedir. Geleneksel üretim faktörleri toprak, emek ve sermaye ortadan kalkmış değildir. Fakat artık onlar ikinci plana düşmüştür. Drucker, geleneksel üretim faktörleri için, yeter ki bilgi olsun kolaylıkla elde edilebilir şeylerdir onlar demektedir.⁹¹

Günümüzde en önemli kaynak olarak nitelendirilen bilginin, temelinde tüketimin yattığı endüstri çağında etkin olan diğer kaynaklardan farkı, geleneksel manada tüketilir olmaması ve defalarca kullanılıp sürekli yeniden üretilir olmasıdır. Paylaşıldıkça artan yegane kaynak bilgidir. Bilgi toplumunda endüstri çağının kimi üretim mekanlarının yerini bilgi merkezlerinin ve ağ ortamlarının almasıyla, fiziksel emeğin ikamesi olgusu zihinsel emeğin ikamesi şekline dönüşmüştür.⁹²

Bilgi toplumu kendini çeşitli ağlar yoluyla düzenlemektedir. Sanayi toplumu için yapılar (şirketler) ne anlam taşıyorsa, bilgi toplumu içinde ağlar aynı anlamı taşımaktadır. Yapılar, toplumun bir merkezi olduğu ve bütün toplumsal ilişkilerin bu merkeze göre düzenlendiği anlamına gelir. Ağlar ise, bir merkezi olmayan, dinamik devrelerden oluşan bir temele dayanır.⁹³ Bilgi ağlarının gelişmesi sonucu, bilginin uluslararası denetimi, erişimi ve paylaşımı kolaylaşmıştır. Artık, basılı formatı olan

⁸⁹ İsmail Hakkı YÜCEL, *age*, s: 22.

⁹⁰ John HOUGHTON ve Peter SHEEHAN, *age*, s: 4-8.

⁹¹ Peter DRUCKER, *Kapitalist Ötesi Toplum*, Çev: B. ÇORAKÇI, İnkilap Kitabevi, İstanbul, 1994, s: 66.

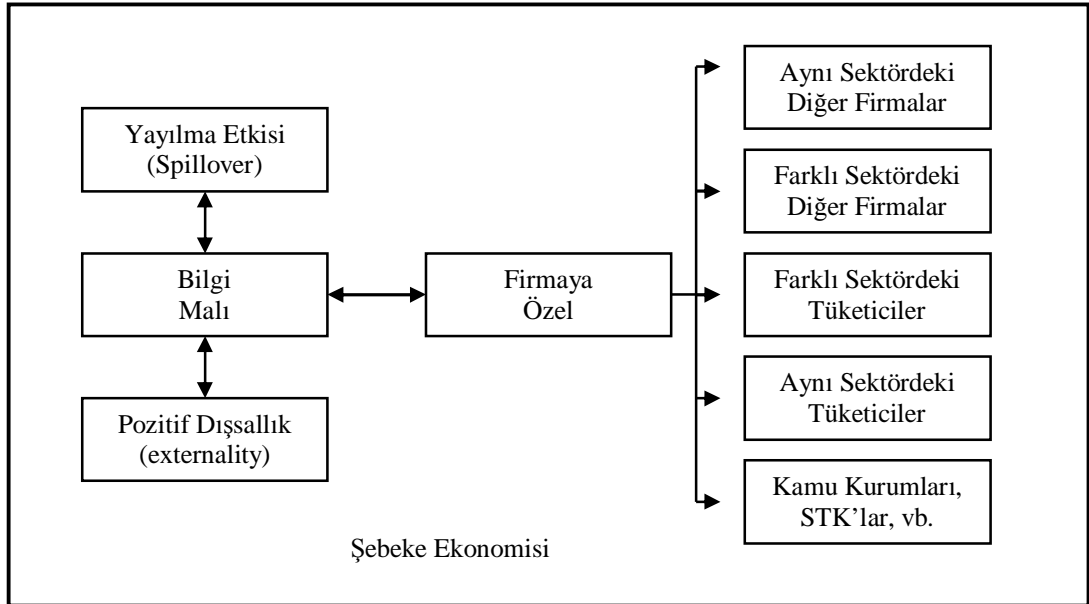
⁹² Seçkin GÜLTAN, *age*, s. 21.

⁹³ Yaşar TONTA ve Mehmet Emin KÜÇÜK, *age*, s: 8.

veya olmayan her türlü bilgiye, bilgi ağları yoluyla erişim kolaylıkla gerçekleşebilmektedir.⁹⁴

Eski (geleneksel) ekonomide bireycilik/atomistiklik bir üstünlük gerekçesi iken bilgi ekonomisinde paylaşımcılık tüm tarafların daha fazla kazançlı çıkmasını sağlamaktadır. Böylece sektörler/firmalar arasındaki bağımlılık fiziksel girdi-çıktı ilişkisi bağlamında değil, bilgi ağı bağlamında yaygınlaşarak sanayi ekonomisinin rekabet anlayışını sekteye uğratmaktadır. Bu tip bir evrende iktisat teorisinin göbeğinde yer alan rasyonellik ilkesi boyut değiştirerek mutasyona uğramaktadır. Çünkü eski ekonominin geleneksel rasyonelliği doğrusallıkla özdeşleşirken, yeni ekonominin sinerjik yapısı doğrusal olmayan sonuçlar verebilmektedir. Diğer ifadeyle ekonomik karar almanın mantığı, bilgiye dayalı yeni ekonomide dönüşüme uğramaktadır.⁹⁵ Söz konusu durum, aşağıdaki şekilde şematik olarak gösterilebilir.

Şekil 1.3. Bilgi Malı, Bilgiye Dayalı Ekonomi ve Ağ Ekonomisi Arasındaki İlişki



Kaynak: Murat Ali DULUPÇU ve Mesud KÜÇÜKKALAY, *age*, s: 35.

⁹⁴ İsmail Hakkı YÜCEL, *age*, s: 23.

⁹⁵ Murat Ali DULUPÇU ve Mesud KÜÇÜKKALAY, “Yeni Ekonomi: Ekonomik Gelişmenin Devrimsel Yüzü Mü Yoksa Evrimsel-Teorik Bir Meydan Okuma Mı?”, *Milliyet Gazetesi 2000 Ekonomi Anadali İkincilik Ödülü*, Eskişehir, 2001, s: 34.

Sanayi toplumunda enerji kullanımı ve makineleşme sayesinde itici güç olan ekonomik büyüme, üretim ve karın yerini, bilgi toplumunda enformasyon ve bilgi almıştır. Yani bilgi toplumunda, ekonomik gelişimi harekete geçiren, bilgi üretimi ve enformasyonun işlenmesidir. Sanayi toplumunda fiziksel üretim alanlarındaki pratik bilginin ötesinde; bilgi toplumunda, üniversitelerde ve diğer araştırma merkezlerinde üretilip geliştirilen teorik bilginin kullanılmasının artmasıyla birlikte bilim adamları, araştırmacılar ve profesyonellerden oluşan bilgi sınıfının önemi giderek artmaktadır.⁹⁶

Bilgi toplumunda veya bilgiye dayalı ekonomide yenilik (inovasyon) en önemli değer olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışanlar becerilerini sürekli geliştirmek ve çeşitlendirmek, çalışma yaşamları boyunca birden fazla mesleği yapmaya hazır olmak zorundadırlar. *Yaratıcı işçi* (girişimci) olarak nitelendirebileceğimiz bu kişiler, çok iyi bir eğitim görmüş olsalar bile, bu yeni ekonomide sürekli yeni olanı ortaya çıkarmak zorundadırlar. Aksi takdirde her zaman işsiz kalma tehlikesiyle karşı karşıyadırlar. Bilgi toplumunda entelektüel sermaye fiziksel sermayeden çok daha önemlidir. Yani fikir ve yetenekler, fabrika ve hammaddenin önünde yer almaktadır.⁹⁷ Bir anlamda bilgi toplumunun insanı; tahlil, sentez, araştırmacılık, girişimcilik, pratik yaratıcı düşünce, problem çözme ve karar verme vasıflarına sahip olmak zorundadır.⁹⁸

Bilgi toplumuyla beraber teknolojik ilerlemeler ve gelişmeler daha da hız kazanmıştır. Bilgi çağının yaratmış olduğu bu hızlı teknolojik ilerleme ile *girişimcilik* arasında iki yönlü bir ilişki olduğu varsayılır. Bir taraftan teknolojik gelişmelerin, girişimcilik için talepte itici bir güç olduğu düşünülürken diğer taraftan ise küçük firmalarda inovasyonun gelişmesi ve yayılmasında önemli bir rol oynaması beklenir.⁹⁹

Modern teknolojik gelişmeler, esnek uzmanlaşma için etkin ölçek ve imkanları minimum düzeye düşürerek ucuz yatırımlar vasıtasıyla küçük ölçekli

⁹⁶ Seçkin GÜLTAN, *age*, s. 23.

⁹⁷ Yaşar TONTA ve Mehmet Emin KÜÇÜK, *age*, s: 8.

⁹⁸ İsmail Hakkı YÜCEL, *age*, s: 25.

⁹⁹ Ingrid VERHEUL, Sander WENNEKERS, David AUTRETSCH ve Roy THURIK, *An Eclectic Theory of Entrepreneurship*, TinbergenInstitute Discussion Paper, 2001, s: 10.

üretimi destekler. Üstelik bilgi teknolojilerindeki son ilerlemeler küçük firma girişimlerini ve kurulu küçük firmaların rekabetçiliğini arttırmaktadır. Bilgiyi taşıma maliyetleri çarpıcı bir şekilde azalmaktadır. Sonuç olarak piyasaya dayalı koordinasyon, firma büyüklüğü ve çeşitliliğinde bir azalmaya yol açan iç koordinasyonu değersizleştirir. Ek olarak teknolojik ilerlemeler girişimcilik için yoğun bir talep başlatarak, yeni ürünlere doğru kaynakların yeniden tahsisini teşvik eder. Yani teknolojik gelişmeler ürün yaşam sürecini kısaltarak ekonomide büyük bir dinamizm yaratır. Teknolojik gelişmelerin bu pozitif etkilerinin yanı sıra, girişimcilik düzeyine negatif etkileri de görülebilir. Teknolojik gelişmeler yüksek Ar-Ge maliyetlerinin bir sonucu olarak spesifik piyasalara yeni firmaların girişine engel de yaratabilir.¹⁰⁰

Özetle bilgi ekonomisinin genel kabul görmüş dört temel direği bulunmaktadır.¹⁰¹

- Yerel ve küresel bilginin ekonominin tüm sektörlerinde yaygın ve etkili kullanımını özendiren, girişimciliği teşvik eden, bilgi devriminin yarattığı ekonomik ve sosyal dönüşümlere izin veren ve onları destekleyen uygun bir ekonomik dürtünün ve kurumsal rejimin yaratılması,
- Kaliteli eğitim ve yaşam boyu öğrenimin erişime açık olması, yetenekli esnek ve yaratıcı insanlardan oluşan bir toplumun yaratılması,
- Toplumun tüm kesimlerinin erişimine açık, etkili ve rekabetçi bilgi ve iletişim hizmet ve araçlarının oluşturulmasını sağlayan, dinamik bir bilişim alt yapısının tam rekabete açık ve yenilikçi bir bilişim sektörünün kurulması,
- Hızla büyüyen küresel bilgi stokuna katkıda bulunan, bu stoku yerel ihtiyaçlara uyarlayan, yeni ürünler, hizmetler ve yeni iş yapış tarzlarının yaratılmasında kullanan şirketleri, bilim ve araştırma merkezlerini, üniversiteleri, düşünsel üretim odaklarını ve toplumun tüm örgütlü kesimlerini kapsayacak bir biçimde inovasyon ve girişimciliğin desteklediği etkili bir ulusal inovasyon sisteminin ve iş ortamının yaratılması.

¹⁰⁰ Ingrid VERHEUL, Sander WENNEKERS, David AUTRETSCH ve Roy THURIK, **age**, s: 10-11.

¹⁰¹ Özgür UÇKAN, “Bilgi Ekonomisi ve Türkiye”, **9. Türkiye’de İnternet Konferansı**, 11-13 Aralık 2003, İstanbul, 2003, s: 1-2.

Sonuç olarak sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş, girişimciliğe ayrı bir boyut kazandırarak önemini daha da arttırmış ve girişimcileri küresel dünyadaki değişimin temel itici aktörleri durumuna getirmiştir.

1.3.1.3. Fordizm'den Post – Fordizm'e Geçiş

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş üretim güçlerinde değişimler yaratırken, Fordist sistemden Post-Fordist sisteme geçiş üretim ilişkilerinde değişimler yaratmıştır.¹⁰²

Kitlesel üretim ve kitlesel tüketim gibi özellikleriyle bilinen Fordist üretim süreci, önemi ilk olarak Adam Smith tarafından vurgulanan işbölümünün artması olgusuna ve F.W. Taylor'un geliştirdiği ve Taylorizm olarak da adlandırılan Taylorcu iş örgütlülüğü temeline dayanmaktadır. Taylorizm, emeğin makine başındaki örgütlenmesini dile getirirken, Fordizm emekle birlikte makinelerin fabrika içinde yeniden düzenlenmesini ifade etmektedir.¹⁰³

Fordist üretim biçiminin karakteristik özelliği aynı tip üründen, mümkün olduğunca uzun bir süre hiç değiştirmeden büyük ölçeklerde üretilmesidir.¹⁰⁴ Bu nedenle Fordist üretim sürecine kitlesel üretim sistemi de denilmektedir. Bu sistem aynı maldan çok sayıda üretilerek maliyet düşürülmesi esasına dayanmaktadır.¹⁰⁵

Fordist üretim sistemi, Henry Ford (1863-1947) ile ilişkilendirilmektedir. Henry Ford, fabrikalarında büyük miktarda benzer malı kısa bir zamanda üretmeyi mümkün kılan bir üretim sistemi ortaya koymuştur.¹⁰⁶ Yani üretimde uzmanlaşmaya ve standartlaşmaya dayalı bir otomasyon oluşturmuştur. Bu sistem sayesinde de fabrikasında büyük verimlilik artışları sağlamıştır. Daha önce T model otomobilin

¹⁰² İsmail HİRA ve Mustafa Kemal ŞAN, "Sanayi Sonrası Toplum Kuramları", **Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, 17-18 Mayıs 2003, İzmit, 2003, s:2.

¹⁰³ Pınar NARİN, **Rekabet Üstünlüğünün Kaynağı Olarak Teknolojik Yenilikler**, T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 1999, s: 11.

¹⁰⁴ Aykut GÖKER, "Bilim ve Teknoloji Politikalarına Giriş İçin 'Enformasyon Toplumu' Üzerine Kavramsal Bir Yaklaşım Denemesi", **Mülkiye Dergisi**, Cilt: 15, Sayı: 230, 2001, s:37.

¹⁰⁵ Pınar NARİN, **age**, s: 12.

¹⁰⁶ Eva Van BEEK, Simon BUWALDA ve Jonathan STOOP, **The Impact of Fordism and Post Fordism on Urban Space**, s: 2,

<<http://www.ru.nl/socgeo/html/files/geoapp/Werkstukken/UrbanSpace.pdf>>, (20.02.2007).

şasesinin toplanması 12,5 saat sürmekteyken, sistemin uygulanmaya başlamasından sonra bu süre 1,5 saate düşmüştür.¹⁰⁷

Fordist üretim süreci 1970'li yıllara kadar başarı ile uygulanmıştır. Fakat 1970'lerin ortasına gelindiğinde bir kriz içerisine girmiştir. Fordist üretim sisteminin krize giriş nedenlerini şu şekilde sıralayabiliriz:¹⁰⁸

- Otomobil ve beyaz eşya gibi kitlesel üretimin egemen olduğu dayanıklı tüketim malları sektörlerinde, piyasaların doymaya başlaması sonucu üretimde meydana gelen sınırlamaların Fordist üretimin mantığıyla çelişmesi,
- Refah düzeyleri artan tüketicilerin, homojen mallar yerine daha çeşitli mallar talep etmesi ve taleplerde meydana gelen bu aşırı farklılaşmaya kitlesel üretimin uyum sağlayamaması,
- Artan uluslararası rekabet ve petrol şoklarının da etkisiyle piyasalarda giderek artan belirsizlik ortamının toplam talepte meydana getirdiği daralma ve bunun oluşturduğu aşırı stok birikimleri,
- Taylorist bilimsel yönetimin iflası ve endüstri ilişkilerindeki değişme.

Fordist üretim sisteminde ortaya çıkan bu sorunlar üretim sisteminde yeni bir aşama olarak Post-Fordist örgütlenme biçimini geliştirmiştir. Yani bir anlamda Post-Fordizm dönem Fordizm'e bir tepkidir.¹⁰⁹

Post-Fordist sistemi açıklayan 3 temel yaklaşım vardır. Bunlar tekno-ekonomik paradigma kuramı (Neo-Schumpeteryen), düzenleme kuramı ve esnek uzmanlaşma kuramıdır. Bu üç teorinin ortak noktası, Fordizm'in ve kitle üretimimin geçerliliğini kaybettiğini, Fordizm'in yerini esnek üretim modelinin, yani Post-Fordist sistemin doldurabileceğini ortaya koymalarıdır. Farklılıkları ise Fordist sistemin iflasına farklı açıklamalar getirmeleridir.¹¹⁰

¹⁰⁷ Pınar NARİN, *age*, s: 12.

¹⁰⁸ B.Ali EŞİYOK, **Kriz, Esnek Üretim Sistemi ve Anadolu Sanayi Odakları (Anadolu Kaplanları): Kalkınmanın Neresinde?**, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. İktisadi Araştırmalar, Ankara, 2001, s: 4-6.

¹⁰⁹ Eva Van BEEK, Simon BUWALDA ve Jonathan STOOP, *age*, s: 2.

¹¹⁰ B.Ali EŞİYOK, *age*, s: 6.

Tekno-ekonomik pradiğma kuramına göre Fordizmin iflasının nedeni; kurumsal yapıların teknolojik ve ekonomik gelişmelere uyum sağlayamamasıdır. Değişikliklere ayak uyduramayan ve çok fazla miktarda standart mal üreten kitle üretimi yerine, rahatlıkla çeşitlenmeye gidebilen esnek üretim sistemi tavsiye edilmektedir. Düzenleme kuramına göre, Fordizm yeni teknolojik gelişmelere uyum sağlayamadığı gibi tüketim kalıplarında meydana gelen büyük değişikliklere katı hantal yapısından dolayı cevap verememektedir. Bu sebeple de Fordist üretim sistemi geçerliliğini kaybetmekte ve yerini, esnek üretim sistemine bırakmaktadır. Esnek uzmanlaşma kuramına göre ise, Fordist üretim sistemi etkinliğini yitirmiş ve kitle üretimi yerine, çeşitli üretimi önemli hale gelmiştir. Dolayısıyla talepteki dalgalanmalara ve çeşitlenmeye uyum sağlayabilecek, tüketicilerin değişen ve farklılaşan zevklerine cevap verebilecek bir üretim yapısı olan Post-Fordist üretim sistemi oluşmuştur.¹¹¹

Post-Fordizm üretim sistemi 6 temel bileşen üzerine kurulmuştur. Post-Fordizm'in temel bileşenlerinden biri çeşitliliklerdir. Buna göre Post-Fordizm düşünce biçimi, fabrikalarda sadece tek bir ürün çeşidi üretmeye değil, daha çok ürün çeşidi üretme olgusuna dayanır. Diğer bir bileşen ise entegrasyondur. Bu ise takım çalışmasının önemini artırarak, çalışanların sadece bir ürün değil, daha fazla ürün çeşidini üretebilmesini ifade etmektedir. Bu sayede zamanında üretim olgusu ön plana çıkmakta ve üretim sürecinin her aşamasında karşılaşılan stok sorunu azalmaktadır. Yani üretim, arz ve talep sistemi tarafından düzenlenmektedir. Post-Fordist üretim sürecinin başarılı olmasını sağlayan ana bileşenlerden biri de esnekliktir. Bu, endüstrideki bir çalışanın üretim hattının birçok yerinde çalışabilmesini ifade etmektedir. Post-Fordizm üretim sisteminin dördüncü bileşeni ise dağıtımdır. Bu, farklı yerlerin üretim için kullanılmasıdır. Yani yatırımlar ucuz emek alanlarına kaymaktadır. Emek yoğun endüstriler daha az büyürken, teknoloji yoğun endüstriler daha yüksek büyümektedir. Bütün bu durumlar birçok ürünün üretimini mümkün kılarak üretimin optimizasyonu anlamına gelen beşinci bileşeni

¹¹¹ Arif YAVUZ, **Esnek Çalışma ve Endüstri İlişkilerine Etkisi**, Filiz Kitabevi, İstanbul, 1995, s: 10.

oluşturmaktadır. Son bileşen ise adem-i merkeziyetçilik, yani sorumluluğun dağıtılarak yerinden yönetim ilkesidir.¹¹²

Üretim sisteminde Fordist süreçten Post-Fordist sürece geçme ile meydana gelen değişme, ekonomik ve sosyal yapıda birçok değişimler doğurmuştur. Üretim sisteminde meydana gelen değişimin yarattığı değişikliklerden biri ölçek ekonomilerinin önemini kaybetmesi ve alan ekonomilerinin öne çıkmasıdır. Fordist üretim sisteminde firmalar karlılıklarını artırmak için, ürün kompozisyonlarını, üretim kapasitelerini, firma organizasyonlarını ve yer seçimlerini ölçek ekonomilerine göre belirlemektedirler. 1970’li yıllarda Fordist üretim sistemi önemini yitirmesiyle beraber ölçek ekonomileri yerini alan ekonomilerine bırakmıştır. Alan ekonomileri üretim ölçeğinden çok, üretimin alanından doğan maliyetlerin tasarrufu esasına dayanır. Buna göre firmada üretilen ürünlerin ayrı hatlar yerine iki ya da daha fazla üretim hattının birleştirilmesiyle üretilmesinden alan ekonomileri doğar ve maliyetler düşer.¹¹³

1970’lerden beri Fordist üretim biçiminin yaşamış olduğu kriz ve yeni bir üretim biçiminin ortaya çıkmasına bağlı olarak bölgenin önemi giderek yükselmiştir.¹¹⁴ Çünkü bu yeni üretim biçiminde bölge hem kültürel etkinin faydalarını öne çıkaran hem de küçük ölçekli *yenilikçi girişimcileri* ortaya çıkaran uygun bir ölçek olarak görülmektedir.¹¹⁵

Post-Fordist üretim süreci firmaların örgütlenme biçimlerini kitlesel üretime dayanan fiyat rekabetinden, ürün geliştirmeye dayalı rekabet sistemine doğru değiştirmiştir. Bu değişim sürecinde firmalar sırasıyla etkin firma, kaliteye dayalı firma, esnek firma ve yenilikçi firma olmak üzere 4 aşamadan geçmektedir.¹¹⁶

¹¹² Eva Van BEEK, Simon BUWALDA ve Jonathan STOOP, *age*, s: 6-8.

¹¹³ B.Ali EŞİYOK, *age*, s: 29-30.

¹¹⁴ Arne ISAKSEN, **Regional Clusters and Competitiveness: The Norwegian Case**, Step Report, Oslo, 1996, s: 2.

¹¹⁵ Gertjan DIJKING ve Constance WINNIPS, “Alternative States: Regions and Postfordism Rhetoric On The Internet”, *Geo Journal*, 48, Netherland, 1999, s: 323.

¹¹⁶ B.Ali EŞİYOK, *age*, s: 32-33.

Tablo 1.3. Üretim Sisteminin Değişmesi ve Firma Tipleri

Dönemler	Firmanın Karakteristikleri	Firma Tipi
1960	Fiyat,	Etkin Firma
1970	Fiyat, kalite	Kaliteye Dayalı Firma
1980	Fiyat, kalite, ürün çeşitliliği	Esnek Firma
1990	Fiyat, kalite, ürün çeşitliliği, özgün olma	Yenilikçi Firma

Kaynak: B.Ali EŞİYOK, *age*, s: 33.

Post-Fordist üretim sisteminin yarattığı etkilerden biri de firmaların “*sanayi bölgesi*” olarak adlandırılan aynı yerel mekanda bir araya gelmesidir. Fordist üretim sisteminde kitle piyasalarına hakim olan büyük firmalar vardı. Bu büyük firmalar kendine özgün bir ölçek ekonomisi yarattığı için yeni firmaların piyasaya girmesini zorlaştırmaktaydı. Çünkü endüstriyel sektörlerdeki bu firmalar mal ve hizmetlerin fiyat ve kalitesinin belirlenmesinde önemli ayrıcalıklara sahiptilerdi. Post-Fordist üretim süreci ise yüksek kaliteli mal ve hizmetler üreten küçük firmalarla karakterize edilir.¹¹⁷ Yani küçük işletmelerin önemi vurgulanmakta ve küçük işletmelerin coğrafi ve sektörel yakınlığı esnek uzmanlaşmanın oluşması açısından gerekli bir koşul olarak ileri sürülmektedir. Bu bağlamda faaliyetleri ve üretim alanları birbirine daha yakın olan ve her türlü işbirliğini yürüten firmalar, coğrafi ve sektörel olarak dağınık ve faaliyetleri birbirinden kopuk olan küçük işletmelere göre esnek uzmanlaşmaya daha yatkındır.¹¹⁸

Fordizm’de yenilik büyük ölçüde büyük girişimcilerin içinde yer alır ve doğrusal bir süreç olarak meydana gelir. Doğrusal model, yenilik sürecini araştırma-geliştirmeden (Ar-Ge) üretim ve pazarlamaya kadar devam eden bir dizi olarak tanımlar. Yenilik süreci uzmanlaşma ve ayrılma ile karakterize edilir. Örneğin Ar-Ge üretimden ayrıdır ve üretim ile aralarında oldukça az iletişim vardır.¹¹⁹

¹¹⁷ Gökhan N. TORLAK, “Understanding The Nature Of Transition Of Organizational Forms in The Contemporary World”, *Journal Of Economic and Social Research*, Vol: 4, No: 2, 2002, s: 34-40

¹¹⁸ B.Ali EŞİYOK, *age*, s: 33-34.

¹¹⁹ Arne ISAKSEN, *age*, s: 2.

Fordizm'den Post-Fordizme geçişle beraber yenilik süreci değişmiş ve özellikle bu süreçte bölgenin önemi artmıştır.¹²⁰ Yenilik faaliyeti Post-Fordizm'de iki karakteristiğe sahiptir. Birincisi, doğrusal yenilik modeliyle karşılaştırıldığında marjinal (incremental) yeniliklerin önemi artmaktadır.¹²¹ Daha kısa ürün dönemleri, çok belirsiz ve dalgalı piyasalar ve yükselen rekabet, ekonomide bilgiyi ve öğrenmeyi çok önemli bir faktör yapmıştır. Bir bütün olarak ekonomi yaparak öğrenir, kullanarak öğrenir.¹²² Bu yüzden de birçok endüstriyel sektörlerdeki firmalar hayatta kalabilmek için sıklıkla yenilik yaparlar. İkincisi yenilikler, firmalar ve onların dış çevreleri arasında inter-active öğrenme olarak yer alır ve bu, bölgesel ve ulusal inovasyon sistemine göre canlanır. Post-Fordizm'de network kurarak yenilik yapma çok önemlidir. Yenilikler, firmalar ve kurumlar arasında yakın ve kalıcı işbirlikleri gerektirir. Bu tür işbirliklerinin en iyi olduğu yer firmaların yığıldığı bölgesel kümeler biçimidir.¹²³

Özetle Fordist üretim sisteminden Post-Fordist üretim sistemine geçişin ekonomik ve sosyal yapıda ne gibi değişiklikler yarattığını aşağıdaki tabloda belirtildiği gibi özetleyebiliriz:

Tablo 1.4. Fordist ve Post-Fordist Sistemin Karşılaştırılması

	FORDİZM	POST-FORDİZM
Üretim / Ürün	Standartlaşmış yüksek miktarda üretim, düşük maliyet	Esnek üretim, çeşitli ürünler, yüksek kalite, sürekli inovasyonlar
	Üretimin hızını bozmadan, talepteki değişiklikleri karşılayabilmek için stokların kullanılması	Talepteki değişikliklere en kısa sürede cevap verebilmek için üretim hızının değiştirilmesi
Malzeme / Yatırım	Uzmanlaşmış, tek bir mal için tahsis edilmiş makineler	Çok amaçlı, programlanabilir, esnek makineler
	Emek tasarrufu	Emek ve sermaye tasarrufu
Beceri / Eğitim	İşyerinde eğitilmiş personel,	Şirket içinde eğitim almış

¹²⁰ F. TÖDTLİNG, "The Uneven Landscape of Innovation Poles: Local Embeddedness and Global Networks" **Globalization, Institutions, and Regional Development in Europe**, (Eds: A. AMIN ve N. THRIFT), Oxford University Press, Oxford, 1994, s: 68-69.

¹²¹ Arne ISAKSEN, *age*, s: 3.

¹²² Bengt Ake LUNDVALL ve B. JOHNSON, "The Learning Economy", **Journal of Industry Studies**, 1, 1995, s: 26.

¹²³ Arne ISAKSEN, *age*, s: 3.

	dar kapsamlı eğitim	personel, kapsamlı eğitim
	Parçalanmış ve rutin amaçlar, yoğun işbölümü, işgücünün yeteneksizleşmesi	Birden çok işte uzmanlaşmış, farklı amaçları gerçekleştirebilen esnek işgücü
	Basit, rutin, bedensel becerilerin, düşük düzey yöneticilerin ve denetleyici personelin talep edilmesi	Dizayn edebilme, problem çözebilme becerilerine sahip personelin, üst düzey yöneticilerin, ve işletme organizasyonu yapabileceklerin talep edilmesi
Firmalar Arası İlişkiler	Hammadde tedarikçileri arasında şiddetli rekabet	Hammadde tedarikçileri ile kuvvetli ilişki
	Bağımsız tedarikçiler	Çift yönlü bilgi akışı
	Dar alanda uzmanlaşmış tedarikçiler	Üreticiler ve tedarikçiler arasında üretim esnekliğinin sağlanabilmesi için kuvvetli ilişki
	Yüksek stok birikimi, stokların arza göre belirlenmesi	Tam zamanında üretim ve sıfır stok, sıfır hata ile üretim
İş Örgütlenmesi ve Kontrol	Dizayn ve uygulamaların ayrı olması	Dizayn ve uygulamaların birleştirilmesi
	Bireysel görevlerin tanımlanması, bir kişiye bir görev ilkesi	Grup çalışması ve işbölümü için grup görevlerinin tanımlanması
	Dikey örgütlenme ile basit yukarıdan aşağıya iletişim kurma	Network ile iletişim kurma
	Basit aşağıdan yukarıya bilgi akışı	Çoklu yatay ve dikey bilgi akışı
	Sıkı kurallar ile bürokratik merkezi kontrol	Yerel, kendi kendini kontrol, katılımcı karar alma

Kaynak: TÜBİTAK, *Esnek Üretim / Esnek Otomasyon Sistem ve Teknolojileri*, TÜBİTAK BTP 96/03, Ekim, 1996, s: 45.

Sonuç olarak Fordizm'den Post-Fordist üretim sistemine geçiş büyük firmalara göre daha esnek ve yenilikçi bir yapıya sahip olan küçük girişimsel firmaların önemini arttırarak, girişimciliğin gelişimine yeni bir boyut kazandırmıştır.

1.3.1.4. Küreselleşme

Küreselleşme, son yıllarda dünyada yaşanan gelişmeleri tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. Küreselleşme kavramı, değişimi simgelemekte ve dünyanın, toplumun ve günlük yaşamın genişleyen, derinleşen ve hızlanan bir değişim

sürecinde olduğunu göstermektedir.¹²⁴ Küreselleşme ile birlikte dünya çapında görülen bu değişim rüzgarı aslında iki boyutta esmektedir. Bir yandan teknoloji devriminin haberleşmede yarattığı olağanüstü hızlanma ve alan genişlemesi ekonominin her kesiminde yeni olanaklar ve üretim biçimleri yaratmakta; dünyayı, yerleşen deyimıyla “*Küresel Köy*”e döndürecek kadar küçültmekte ve uzaya açılmada yeni boyutlar eklemektedir. Diğer yandan ise serbest piyasa ekonomisi, serbest dış ticaret ve serbest sermaye hareketleri oluşmaktadır.¹²⁵

Bütün bu açıklamalara rağmen, hala küreselleşmenin ne olduğu konusunda anlam kargaşası yaşandığı gözlenmektedir. Çünkü değişimin politik, ekonomik, kültürel, toplumsal ve teknolojik boyutları olduğu için küreselleşmenin tanımı ve anlamı kişiden kişiye değişmektedir.

Küreselleşme kısaca, uluslararası faaliyetlerdeki ve özellikle uluslararası akışkanlıktaki büyük artışları ifade etmekte kullanılmaktadır. Bir başka tanıma göre küreselleşme ulusal sınırları göz ardı ederek yatırım ve üretim yaptığımız ve bu üretimi sattığımız dünyaya doğru hareket etme sürecidir.¹²⁶ Yine küreselleşme, ulusal ekonomilerin dünya piyasalarıyla eklenmesi ve bütün iktisadi karar süreçlerinin giderek dünya kapitalizminin sermaye birikimine yönelik dinamikleriyle belirlenmesi olarak da tanımlanabilir.¹²⁷

Ekonomik açıdan sermayenin ve üretimin dünya çapına yayılması, buna bağlı olarak tüketim kalıplarının birbirine yaklaşması ve uluslararası ekonomik kuruluşların etkisinin yaygınlaşması küreselleşmenin en belirgin özellikleridir.

Bütün bu tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere geniş anlamda küreselleşme; dünyada mevcut uluslararası, ulusal, bölgesel ve yerel katmanlara ait siyasi, ekonomik, sosyal, ekolojik, kültürel ve hatta coğrafik sistemlerin, birbirlerinden farkındalıklarının gün geçtikçe artmasıyla, geçişkenliklerinin ve

¹²⁴ H.Naci BAYRAÇ, “Yeni Ekonomi’nin Toplumsal, Ekonomik ve Teknolojik Boyutları”, **OGÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:4, Sayı: 1, 2003, s: 4.

¹²⁵ Gülten Kazgan, **Küreselleşme ve Yeni Ekonomik Düzen**, Altın Kitaplar Yayın., 1.Baskı, İstanbul, 1997, s: 9-10.

¹²⁶ Ömer EROĞLU ve Mesut ALBENİ, **Küreselleşme, Ekonomik Krizler ve Türkiye**, Bilim Kitabevi, Isparta, 2002, s: 18.

¹²⁷ Erinç YELDAN, **Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisi Bölüşüm, Birikim ve Büyüme**, İletişim Yayınları, İstanbul, 2001, s: 13.

birbirlerini etkileme güçlerinin de arttığı ve dünya çapında bir “farkındalık ve küreye ait olumlu veya olumsuz gelişmelere bilinçli veya tepkisel cevap verme kültürünün oluştuğu”, gelişen bir süreçtir.¹²⁸

Şekil 1.4. Küreselleşmenin Şematik İfadesi



Kaynak: Mahmut TEKİN ve Nuri ÖMÜRBEK, **Küresel Rekabet Ortamında Teknolojik İşbirliği ve Otomotiv Sektörü Uygulamaları**, Ankara, 2004, s: 6.

Küreselleşme sürecinde karın maksimizasyonu için hareket eden sermaye ve tamamlayıcısı olan *girişimci*, 1980’lerden itibaren sadece üretimi ve karı değil aynı zamanda pazarı da dünya ölçeğine taşıyarak ekonomik küreselleşmeye öncülük etmektedir.¹²⁹ Yani küreselleşmenin kurumsal çerçevesini, özel mülkiyet ve girişimcinin yaratıcı işlevi ile dinamizmi oluşturur.¹³⁰

¹²⁸ Oğuz ZENGİNGÖNÜL, “Nedir Bu Küreselleşme? Kaçabilir miyiz? Kullanabilir miyiz?”, **Siyasa**, Yıl: 1, Sayı: 1, 2005, s: 92.

¹²⁹ Murat Ali DULUPÇU, **İktisadi Kalkınmada Beşeri Sermaye Geliştirme Konsepti Türkiye İçin Model ve Strateji**, T.C. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kütahya, 1997, s: 148.

¹³⁰ Nihat ÇELİK, **Küreselleşmenin Ekonomi ve Siyasete Yansımaları**, <<http://www.euroasiaforum.com/yazarlar.php?pg2=nihat-celik&id=19>>, (10.10.2006).

Küreselleşme olgusu beraberinde bazı temel eğilimler getirmiştir. Bu eğilimler dünya ekonomilerinin her alanda alacakları kararları doğrudan etkilemektedir.

Küreselleşmenin dünya ekonomileri üzerinde yaratmış olduğu eğilimlerden ilki sermayenin mobilizasyonu ve dünya ölçeğinde üretim ve pazarlamadır. Ulaşım ve haberleşme teknolojisinin sunduğu imkanlar, sermayenin getirisini maksimize etmek için serbest hareket etmesine ve dünya çapında sermaye hareketliliğinin artmasına neden olmuştur. Bu, firmaların ulusal sınırların ötesinde fayda maliyet analizi yapmalarına ve böylece karlı bulunan bölgelere doğru sadece sermayenin değil, bunun yanı sıra üretim faaliyetlerinin de kaymasını sağlamaktadır.¹³¹ Artık işletmeler üretimlerini, yatırımcılar sermayelerini kendileri için olumlu buldukları bölgelere ve alanlara kaydırabilmekte, böylece; bir ürün veya hizmetin tasarımı bir ülkede, üretimi ve montajı başka bir ülkede gerçekleşirken, hammadde ve gerekli parçalar çeşitli ülkelerden sağlanabilmektedir. Bu aşamalardan geçerek elde edilen ürün ve hizmetler, başka ülkelere pazarlanabilir hale gelmektedir. Bu durumda dünyanın neresinde olursa olsun çalışanlar en kaliteli ürün ve hizmetleri üretebilme tecrübe ve yeteneğini kazanmış olur. Yani herhangi bir ürün ve hizmet tasarımında, üretilmesinde ve pazarlanmasında çeşitli ülkelerin katkılarına sahip olunabilmekte ve bu koşullar daha yüksek kaliteli ürünlerin daha düşük fiyatlarla dünya pazarlarından temin edilebilmesini sağlamaktadır.¹³² Bu anlamda uluslararası birikim sürecinin özellikle 1970’li yıllardan itibaren hız kazandığı ve elektronik ve bilgi-işlem teknolojilerindeki gelişmeleri de arkasına alarak tüm dünyayı tek bir pazara dönüştürmekte olduğu görülmektedir.¹³³ Bunun yanında sermayenin mobilizasyonu ve dünya ölçeğinde üretim ve pazarlamanın teknolojiye geri ülkelere teknoloji aktarmasını hızlandıracağı ve bunun gelişmekte olan ülkelerin kalkınma gayretine faydalı olacağı kabul edilmektedir.¹³⁴

¹³¹ Murat Ali DULUPÇU, *age*, 1997, s: 154.

¹³² Arzu AKOLAŞ, “Bilişim Sistemleri ve Bilişim Teknolojisinin Küreselleşme Olgusu ve Girişimcilik Üzerine Yansımaları”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 12, 2004, s: 37.

¹³³ Erinç YELDAN, *age*, s: 13-14.

¹³⁴ DPT, *Küreselleşme, Bölgesel Entegrasyonlar ve Türkiye (Değerlendirme Raporu)*, NO: DPT: 2374 - ÖİK: 439, 1995, s: 75.

Küreselleşmenin yarattığı diğer eğilim yüksek teknolojidir. Küreselleşmeye yol açan ileri teknoloji ve Post-Fordist üretim anlayışı küçük ölçekte üretimi mümkün kılmış ve üretimden tasarıma her alanda bilgisayar kullanımını yaygınlaştırmıştır. Bu tür esnek üretim tarzı ve yüksek teknoloji kullanımı ise küreselleşmenin yaratmış olduğu yoğun rekabet ortamında firmaların ve ulusların varlıklarını sürdürebilmesi için vazgeçilmezler arasına girerken, yeni teknolojilerin üretilmesini zorunlu kılmıştır.¹³⁵ Yani günümüz pazar ekonomilerinin dinamiklerinden biri olan dünya pazarlarındaki rekabet üstünlüğü yarışında belirleyici faktör inovasyondaki yetkinliktir. Kim inovasyonda daha mükemmel olursa rekabet üstünlüğü de onda olacaktır. Bu anlamda inovasyonda yetkinlik, bilginin kendisini üretebilmekte yetkinlik, üretilen bilgiyi başkasından önce ekonomik ve toplumsal bir faydaya dönüştürmekte yetkinlik demektir. Porter, ulusal düzeyde rekabet edebilirlik konusunda üretkenliği yükseltebilme yetkinliğinin oldukça önemli olduğunu ifade etmektedir. Bu üretkenliği yükseltebilme yetkinliği; ürünün kalitesini yükseltebilmeyi, ürüne diğer ürünlerden ayırt edici ek özellikler kazandırabilmeyi, üretimde verimliliği yükseltebilmeyi ve yüksek otomasyon düzeylerine erişebilmeyi kapsamaktadır. Bütün bunlara ulaşabilmek ise inovasyonda yetkinlik kazanabilmeye mümkündür.¹³⁶

Küreselleşmenin yarattığı üçüncü bir eğilim katılımcılık ve yerinden yönetim (adem-i merkeziyetçilik)'dir. Küreselleşme bireylerin kendilerini motive edebilmeleri, yeni ve farklı düşüncelerin oluşumu için katılımcılığı öngörmektedir. Farklı düşüncelerin koordinasyonu ile insan merkezli dünya görüşünün gelişmesine destek sağlamaktadır. İnsanın yeteneklerinin ve yaratıcı düşüncesinin sınırsız olması, insanı başarının temel anahtarı konumuna getirmektedir. Bu anlamda katılım iş ve hizmet alanlarının oluşturulmasında, *girişimcilik ruhunun* gelişmesinde ve gerçekleştirilen iktisadi faaliyetlerden yüksek doyum elde edilmesinde etkin bir rol oynamaktadır.¹³⁷ Öte yandan işletmelerin faaliyet ve düşünce alanlarının genişlemesi,

¹³⁵ Murat Ali DULUPÇU, **Küresel Rekabet Gücü Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, s: 29, 2001.

¹³⁶ Aykut GÖKER, **age**, s: 47-50.

¹³⁷ Rıfat İRAZ, "Küresel Rekabet Ortamında Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Ulusal Sosyo-Ekonomik Sisteme Katkıları Açısından Değerlendirilmesi", **T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 13, 2005, s: 230.

merkezi yapılanmaları yerel ihtiyaçları ve gelişmeleri yeterince çözemediği için etkinsizleştirmektedir.¹³⁸

Küreselleşme, ekonomik ilişkiler ağının dünya çapında yoğunlaşmasına ve derinleşmesine neden olmuştur. Küreselleşme sürecinde, korumacılık ortadan kalkmakta, yabancı sermaye akışına serbestlik sağlanmakta, ülkelerin dış ticaret kanalları yoluyla birbirlerinden etkileşimi kolaylaşmakta ve rekabetin yüksek olduğu bir ortamla karşılaşılacaktır.¹³⁹ Küreselleşmenin yarattığı bu etkileşim ve bütünleşme bir taraftan işletmelerin birbirleriyle daha fazla rekabet etmelerine neden olurken, diğer taraftan verimliliklerini en üst düzeye çıkararak maliyetlerini azaltmak için stratejik işbirlikleri ve ortak girişimler yapmalarını mecbur kılmaktadır.

Küreselleşme ile birlikte bilgi daha da bollaşmaya başlamış fakat aynı zamanda hızla eskimeye başlamıştır. Bu bağlamda yeni bilgilerin ve yeni teknolojilerin gelişme ve kullanma hızının artması ürünlerin ömürlerini de kısaltmıştır. Artık bir ürünün ömrü, kısa sürede yerine daha iyisinin ortaya çıkmasıyla sona ermektedir.¹⁴⁰ Buda bilginin üretimdeki rolünü çok daha önemli hale getirmiştir.

Küreselleşme devletin ekonomideki etkinlik alanını ve rolünü değiştirmiştir. Devlet hakem rolünü üstlenmekte, yani oyunun kurallarını belirlemekte ve aktörlerin bu kurallara uymasını sağlamaktadır. Devletin ekonomide oynadığı bu yeni rol ise *girişimcilik ruhunun* ortaya çıkmasını tetikleyen bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır.¹⁴¹ Yani küreselleşmenin kurumsal çerçevesini, özel mülkiyet ve girişimcinin yaratıcı işlevi ile dinamizmi oluşturur.¹⁴² Potansiyel fırsatların sürekli yeniden şekillendiği küresel ortamda kar ve pazar olanaklarını risk ve belirsizliği dış koşulları izleyip minimize ederek, yenilik ile ar-ge ekseninde kendini geliştirerek değerlendirmek mümkündür. Dolayısıyla küresel pazarlara açılma bağlamında firma, destekleme bağlamında ise devlet, girişimcilik konusunda atak ve eylemsel

¹³⁸ Murat Ali DULUPÇU, *age*, 1997, s: 155.

¹³⁹ Güler ARAS ve Alövsat MÜSLÜMOV, “Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisinde Kobi’lerin Yeri: Finansman, Ekonomik Sorunları ve Çözüm Önerileri”, **21. Yüzyılda Kobiler Sempozyumu**, Gazi Magusa, KKTC, 2002, s: 3.

¹⁴⁰ Mahmut TEKİN ve Nuri ÖMÜRBEK, *age*, s: 7-9.

¹⁴¹ Rıfat İRAZ, *agm*, s: 230.

¹⁴² Nihat ÇELİK, *age*.

davranmak zorunda kalmaktadır. Küreselleşmede kaçırılan fırsatların bir daha yakalanması genellikle çok zor olduğundan girişimcilik kültürü küreselleşmenin bir parçası haline gelmiştir.¹⁴³

Günümüzün küresel çağında dünya ekonomisinde yaşanan hızlı değişimler, ekonomideki en küçük aktör olan girişimcinin gücünü artırmış ve küresel ekonominin oluşumunda girişimcinin en güçlü oyuncu konumuna gelmesini sağlamıştır.¹⁴⁴ Yani küreselleşmenin beraberinde getirdiği rekabet ve yeni fırsatlar, bilişim teknolojisinin kullanımını yaygınlaştırmakta ve girişimciliği yeniden yapılanmak zorunda bırakarak önemini artırmaktadır.¹⁴⁵ Bu zorunluluk karşısında özellikle büyük şirketler merkezîyetçilikten uzaklaşıp kendilerini *girişimci ağları* olarak yeniden kurmaktadır.¹⁴⁶ Yani büyük şirketler ayakta kalabilmek için fonksiyonel olarak çözülüyor; küçük, girişimci şirketlerden oluşan konfederasyonlar haline gelmektedir. Dolayısıyla küresel ekonomi büyürken, ekonominin yapı taşları küçülmeyi tercih etmekte ve KOBİ'lerin önemini artırarak girişimciliğe yeni bir boyut katmaktadır.¹⁴⁷

Girişimcilik düzeyinde küreselleşmenin etkisi hem negatif hem de pozitif etkileri olduğu için çok açık değildir. Küreselleşme dünya piyasalarını birleştirmeyi kapsar ve kullanılabilir ölçüde fırsatlar sunar. Bunun yanında küreselleşme ne büyük ne de küçük, bütün firmalar için yeni fırsatlar yaratarak ticari engellerin ortadan kalkmasını kapsar. Yükselen rekabetin bir sonucu olarak uluslararası piyasalar firmaların hayatta kalma oranında negatif bir etkiye sahiptir.¹⁴⁸

Diğer yandan uluslararası rekabetin yükselmesi ve döviz kurunun oynaklığı satışlarda değişken risklere neden olmaktadır. Bu ise küçük firmaları, piyasa taleplerindeki hızlı değişimlere ayak uydurmalarına izin veren üretim teknolojilerini benimsemelerini sağlamaktadır. Son argüman ise küreselleşme ile bilgi teknolojileri arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaktadır. Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler

¹⁴³ Murat Ali DULUPÇU, *age*, 2001, s: 25.

¹⁴⁴ John NAISBITT, **Global Paradoks: Büyüyen Dünya Ekonomisinin Güçlenen Küçük Oyuncuları**, Çev: Sinem Gül, Sabah Kitapları, İstanbul, s: 3-4, 1994.

¹⁴⁵ Arzu AKOLAŞ, *age*, s: 40.

¹⁴⁶ John NAISBITT, *age*, s: 3-4.

¹⁴⁷ John NAISBITT, *age*, s: 35-36.

¹⁴⁸ Ingrid VERHEUL, Sander WENNEKERS, David AUTRETSCH ve Roy THURIK, *age*, s: 11.

küreselleşmeyi sağlarken girişimciler yeni üretim teknolojilerini kullanırlarsa, küreselleşme küçük firmalar için fırsatlar yaratmaktadır.¹⁴⁹

İlave olarak ulusal rekabetteki artış ve karşıt kültürel etkileşimlerdeki artış, küreselleşmenin kendisinin vurguladığı gibi insanların diğer kültürlerin varlığına ve sunmuş olduğu ürün ve hizmetlerin doğası ve tipleri vasıtasıyla o kültürlerin karakteristiklerini farkına varmalarını sağlamıştır. İnsanların yabancı ürünlerin farkına varması yeni küresel istekler ve ihtiyaçlar yaratmış ve bundan dolayı tüketici talepleri çok çeşitlenmiştir. Özellikle son 10 yılda tüketicilerin tercihlerinde yükselen bir çeşitlilik ve bireysel mal ve hizmetlere yükselen bir talep vardır. Küreselleşme sürecinin yanında, uluslararası rekabetteki ve karşıt kültürel etkileşimlerdeki yükselme vasıtasıyla çeşitlenen bu talep artan bir refaha dayanmaktadır. Bundan dolayı yeni girişimcilere fırsatlar sunan çok sayıdaki uygun yerler yaratmaktadır. Birçok uzman şirket pazarlara girer. Üstelik esnek uzmanlıkları tüketici taleplerindeki bir değişime yeterince cevap vermelerini sağlamaktadır.¹⁵⁰

Sonuç olarak küreselleşme de girişimciliğe yeni bir boyut ve yeni bir açılım getirerek, girişimcinin küresel dünyadaki işleyişi sağlayan merkezi bir aktör olmasını sağlamıştır.

1.3.2. Girişimciliğin Önemi

Girişimcilik konusu sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte daha büyük bir önem kazanmıştır. Bilgi çağında insan emeğinin üretim üzerindeki ağırlığı azalırken, bilgiye dayalı emeğin üretim üzerindeki ağırlığı artmaya başlamıştır. Bu noktada girişimciliğin önemi, yenilik, yaratıcılık ve yönetim faaliyetlerinin tamamlayıcısı olarak ortaya çıkmıştır. Ayrıca sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte, üretim, ulaşım, yönetim gibi alanlarda meydana gelen önemli gelişmeler ve küresel ekonominin hız kazanması girişimciliğin önemini daha da artırmıştır.¹⁵¹ Tarihsel süreç içinde girişimcilik özelliklerine sahip olan bireylerin sadece kendi işletmelerinin başarısında değil, yöresel, bölgesel ve ulusal kalkınmada

¹⁴⁹ Ingrid VERHEUL, Sander WENNEKERS, David AUTRETSCH ve Roy THURIK, *age*, s: 11.

¹⁵⁰ Ingrid VERHEUL, Sander WENNEKERS, David AUTRETSCH ve Roy THURIK, *age*, s: 11.

¹⁵¹ Erkan Turan DEMİREL, *age*, s: 32-33.

da etkin bir rol sahibi oldukları görülmektedir.¹⁵² Bu anlamda bu kısımda bireysel, kurumsal, bölgesel, ulusal ve küresel boyutta girişimciliğin öneminden bahsedilecektir.

1.3.2.1. Bireysel Boyutta Önemi

Girişimcilik bireyin kendi potansiyelini ortaya koyma ve yapmak istediklerini uygulama imkanı vermektedir. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre kişiler ihtiyaçlarını gidermek için belirli yönde davranırlar. Bu nedenle ihtiyaçlar, davranışı belirlemektedir. Bu ihtiyaçlar hiyerarşisi sırasıyla fizyolojik ihtiyaçlar, sosyal ihtiyaçlar, kendini gösterme ve kendini tamamlama ihtiyaçlarıdır. Bağımsız çalışma ve kendilerini gösterme gibi ihtiyaçlar ise bireyi girişimci olmaya teşvik eden ihtiyaçlardır.¹⁵³

Girişimci olmanın ya da girişimciliğin bireysel boyutta sağlamış olduğu birçok yarar vardır. Bu yararlar şu şekilde sıralanabilir:¹⁵⁴

- **Bağımsızlık:** Bir çok girişimci için, bağımsız olma ve kendi kendine karar verme özgürlüğü girişimci olmalarındaki en temel nedendir. Kendi işine sahip olma, kendi işinin patronu olma girişimciliği teşvik edici bir unsurdur. Bağımsız olma ve işi ile ilgili karar gücünün kendinde olması girişimciyi motive etmektedir.
- **Başarma Duygusu:** Kendine ait işi olan, kendi işini kuran girişimci, aldıkları kararların ya da faaliyetlerin sonucundan tamamen sorumludur. Başarı elde etme ve kazanma güdüsünün verdiği keyif bireyleri kendi işini kurmaya teşvik etmektedir.
- **Kar Elde Etme:** Girişimcilik, iş kurma ile bireylerin kişisel gelirlerini yükselterek onların yoksulluğa düşmesini engellemekte ve sosyal dışlama tehlikelerinin toplumu tehdit etmesini önlemektedir.

¹⁵² Rıfat İRAZ, **agm**, s: 229.

¹⁵³ Serpil DÖM, **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, Ankara, 2006, s: 29-30.

¹⁵⁴ Serpil DÖM, **age**, s: 30-31; Semra ARIKAN, **age**, s: 70; Abdulhalim ÇELİK, "Bir İstihdam Politikası Olarak Girişimcilik", **Uluslararası Girişimcilik Kongresi**, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 25-27 Mayıs, Bişkek, 2006, s: 470.

- **Saygınlık Elde Etme:** Başarılı bir işletme sahibi diğer bireylerin saygı ve hayranlığını kazanacaktır. Girişimciler için, oluşturdukları bir iş fikrinin başarılı olması ve karlılık olarak kendilerine dönmesi hem kişisel gelir düzeylerinin yükselmesine hem de toplumda takdir edilerek kendilerine başarı hissi ve bireysel tatmin vermesini sağlamaktadır.
- **Kişisel Gelişime Olan Katkılar:** Girişimci, işletmelerin çeşitli faaliyetlerinde görev üstlendikçe, kendi becerilerini kullanma ve kendi potansiyelini geliştirme olanağı sağlayacaktır. Yani kendi potansiyelini gerçekleştirme fırsatı elde edecektir.
- **Diğer:** Diğer insanlara iş yaratma, onların gelişimine katkıda bulunma gibi olumlu tecrübeler de girişimciyi memnun etmektedir.

1.3.2.2. Kurumsal Boyutta Önemi

Girişimci, ekonomik kaynakların düşük üretkenlik alanlarından yüksek alanlara aktarılma sürecinde baş aktördür. Çünkü girişimci, kendisinin veya başkasının yarattığı yenilikleri ekonomiye kazandıranıdır. Küçük bir yenilik bile üretim sürecinde iyileştirmeler ve üretkenlik artışları sağlayabilmektedir. Yeniliğin düzeyi arttıkça hem firmaya hem de ekonomiye olan katkısı da büyümektedir.¹⁵⁵ Çünkü yenilikçilik girişimcinin beklenmeyen durumlarda ortaya çıkan problemlerini çözmesini sağlayarak firmaların büyüme aşamalarına önemli katkı sağlamaktadır. Girişimci faaliyetlerin bir gereği olan yenilikçilik ve icatçılık yeni iş alanları yaratmakta, yeni işletmelerin doğmasını sağlamakta veya mevcut bir işletmenin pazarda daha rekabetçi, daha güçlü bir duruma gelmesini sağlamaktadır.¹⁵⁶

Rekabet, girişimcilerin tüketiciden gelen talep ve beklentileri karşılayacak şekilde üretmesini ve yatırım yapmasını, dolayısıyla ekonomik kaynakların etkin tahsisini sağlamaktadır. Dolayısıyla da rekabet arttıkça firmaların etkinliği artmaktadır. Firmalar rekabet ortamında daha iyi ve daha kaliteli mal ve hizmetleri,

¹⁵⁵ TÜSİAD, *age*, 2002, s. 18.

¹⁵⁶ Şule ÖZKAN, Ö. Selçuk EMSEN, Fatma GÜNDOĞDU ve Hayati AKSU, "Türkiye'de Girişimcilik ve Belirleyicileri: Marmara ve Doğu Anadolu Bölgesi Üzerine Bir Uygulama", *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Cilt: 54, Sayı: 4, 2003, s: 148.

daha ucuza üretmek için uğraşmaktadırlar. Bir ülkede girişimciliğin artması ise rekabetin artmasına sebep olacağından, firmaların daha üretken ve daha etkin olmasını zorunlu kılmaktadır.¹⁵⁷ Bir başka deyişle yeni girişimler, piyasalarda rekabet baskısını arttırarak diğer firmaları yenilik yapmaya ve etkinliklerini iyileştirmeye zorlamakta ve sonuç olarak onların verimliliklerinin yükselmesini sağlamaktadır.¹⁵⁸

Girişimciliğin üretim sürecinde firmalara olan katkısı başlıca üç yönde olabilir:¹⁵⁹

- Girişimcilik faaliyetleri üretim kaynaklarını yeni bir tarzda birleştirerek kullanılmayan üretim faktörlerinin kullanılmasını sağlar.
- Kullanılmakta olan üretim araçlarının ve mevcut girdilerinin değişik şekillerde kullanımı ile üretimi artırır.
- Girişimci yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması ve uygulanmasını hızlandırır. Bir girişimcinin yaptıkları sonucu elde edilen başarı ya da başarısızlıklar diğer girişimcilere yani diğer firmalara da örnek olur ve yol gösterir.

1.3.2.3. Bölgesel Boyutta Önemi

Girişimcilik niteliklerine sahip olan bireyler kendi işletmelerinin başarısının yanı sıra, bölgenin ekonomik başarısına da katkı sağlamaktadır.¹⁶⁰

Bölgesel veri ve analizlere bakıldığında, bölgesel bir kalkınma stratejisi olarak girişimciliğin teşvik edilmesi gerektiği çıkarımı yapılabilir. Bölgesel kalkınma stratejilerinin en önemlilerinden biri girişimciliğin, yatırım yapmayı cezp etme çalışmaları yoluyla canlandırılmasıdır.¹⁶¹ Hem gelişmiş ülkelerin hem de gelişmekte

¹⁵⁷ Serpil DÖM, *age*, s: 29.

¹⁵⁸ Esen ŞAHİN, **Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama**, T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya, 2006, s: 9.

¹⁵⁹ TUSIAD, *age*, 2002, s. 18.

¹⁶⁰ Kemalettin ÇONKAR ve Berfu İLTER, “Ülke Kalkınmasında Girişimcilik ve Entelektüel Sermaye Boyutu”, **Türk Dünyaları Araştırması Sempozyumu**, 13-15 Haziran 2004, Kırgızistan, 2004, s: 3.

¹⁶¹ OECD, **Entrepreneurship and Local Economic Development**, OECD, Fransa, 2003, s: 39.

olan ülkelerin yaşamış olduğu temel sorunlardan biri bölgelerarası gelişmişlik farkları sorunudur. Geri kalmış bölgeleri canlandırmak için yegane çare olarak ise girişimcilik görülmektedir. Azgelişmiş bölgeler için, sermayenin bu bölgelere kaydırılarak, yatırımların gelişmeye ve büyümeye elverişli olması için, bu bölgelerin cazip hale getirilmesi gerekmektedir. Bunun içinde bu bölgelerde girişimcilik faaliyetlerin arttırılması için devletlerin ve uluslararası kuruluşların gerekli altyapı yatırımlarının yapılmasına yönelik teşvik etmesi ve destek vermesi gerekmektedir.¹⁶²

Girişimcilik faaliyetleri bölgelerde yeni firmaların doğmasını sağlamaktadır. Yeni firmaların doğmasının ise yerel ekonomik kalkınmaya olan etkilerini şu şekilde sıralayabiliriz:¹⁶³

- ***İstihdamın ve Gelirin Büyümesi:*** Yeni firmaların kurulmasına yönelik yatırımların yapılması sahip olunan yöneticiler ve işçiler için bir iş ve gelir yaratmış olmaktadır. Yani girişimciliğin artması bölgedeki istihdam düzeyini yükselterek, insanların gelir seviyesini yükseltmektedir. Bu gelir ise daha sonra bölgedeki toplum için gelirin çarpan etkisini oluşturmakta ve diğer insanların da bu sayede gelir seviyesini arttırmaktadır. Bunun yanında bölgede açılmış olan bu firmalar geniş piyasalara satış yaparak, diğer bölgelerdeki gelirin buldukları bölgelere enjekte edilmesini sağlamaktadır.
- ***Vergi Gelirlerinin Yükselmesi:*** Girişimcilik faaliyetleri sonucunda kişisel gelirlerin, şirket karlarının, tüketimin ve mal varlıklarının yükselmesinden dolayı bölgedeki vergi matrahı büyümektedir.
- ***Hizmet Sağlamanın Geliştirilmesi ve Bölgesel Gelirlerin Tutulması:*** Yeni firmaların yaratılması perakende satış olanağı gibi yerel hizmetlerin sağlanmasını arttırmaktadır. Bunun yanında hizmetlerin yerel arzı, gelirin bölgede tutulmasına yardım etmektedir.
- ***Canlandırma ve Motivasyon Etkisi:*** Verimli girişimcilerin yayılımı yoksul alanlarda canlandırıcı etkiler yaratarak insanların motivasyonunu olumlu yönde etkilemektedir.

¹⁶² Abdulhalim ÇELİK, *age*, s: 469-470.

¹⁶³ OECD, *age*, 2003, s: 43-45.

- **Cazibe Merkezi Olma:** Girişimciliğin bölgesel düzeyde yarattığı diğer bir etki, bölgeyi bir cazibe merkezi haline getirmesidir. Bir bölgedeki yüksek girişimcilik faaliyetleri, bölgenin yeni yatırımlar için gerekli alt yapıya sahip olduğunun bir göstergesidir. Bu da sermayenin, diğer bölgelerden bu bölgeye doğru kaymasını sağlamaktadır. Yani girişimcilik, yatırımları bölgeye çekmede büyük önem arz etmektedir.

1.3.2.4. Ulusal Boyutta Önemi

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte tüm sektörleri ve firmaları etkileyen yeni iş süreçlerinin ve üretim tekniklerinin oluşmaya başladığı gözlenmektedir. Bu yapısal değişimin temelini sadece yeni teknolojiler değil; farklı iş modellerinin, farklı üretim yapılarının ve teknolojik değişimlerin oluşmasında öncü rol oynayan girişimciler de oluşturmaktadır. Çünkü her alanda değişimin hızla yaşandığı dünyamızda, bu değişim sürecinde fırsatları görebilen, bunların ekonomiye nasıl kazandırılacağı konusunda projeler geliştiren ve bizzat gerçekleştirilmesi için uğraşan girişimcilerdir.¹⁶⁴

Girişimcilik faaliyetleri bir toplumun gelir seviyesini belirleyen en önemli faktörlerden biridir. Fakat bununla birlikte girişimcilik sadece bir toplumun gelir seviyesini anlatmamaktadır. Bunun yanında değişimi harekete geçiren güçtür.¹⁶⁵ Bir başka değişle yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması ve uygulanmasını hızlandırmaktadır. Ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına yol açmakta, rekabet baskısı yaratarak verimliliği arttırmakta, hızla büyüyen sektörler yaratmakta ve sonuç olarak ekonomik büyümeyi hızlandırmaktadır.¹⁶⁶

Girişimciliğin önemi, girişimcilerin toplumun ihtiyaçlarını belirleyip, bunu yatırıma, sonucunda da toplumsal refaha dönüştürmelerinde yatmaktadır. Çünkü yatırım neticesinde istihdam ve gelir düzeyi yükselmekte, bireylerin ve genel olarak

¹⁶⁴ TÜSİAD, *age*, 2002, s: 42.

¹⁶⁵ Alvaro CUERVO, "Individual and Environmental Dederminants of Entrepreneurship", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 2005, s: 293.

¹⁶⁶ TÜSİAD Basın Bülteni, **Türkiye'de Girişimcilik Özet Bulgular**, s: 2, 27.02.2003, <<http://www.tusiad.org/haberler/basin/duyuruno284.pdf>>, (09.03.2007)

toplumun refah düzeyi artmaktadır.¹⁶⁷ Nitekim, Dünya Girişimcilik Platformu (Global Entrepreneurship Monitor – GEM) tarafından 2001 yılında 29 ülke arasında yapılan bir araştırma, yüksek girişimcilik faaliyetleri olan ülkelerin ortalama ekonomik büyümenin üzerinde gelişme gösterdiğini ortaya koymaktadır.¹⁶⁸ Yapılan bu araştırma ekonomik büyümenin %25'inin yeni firma yaratma oranıyla açıklandığını göstermektedir.¹⁶⁹

Girişimcilerin yürütmüş olduğu yatırım projeleri milli gelirden artış sağlamakta, yeni iş olanakları yaratarak istihdamı artırmakta, piyasalara yeni ürün ve hizmetlerin sunulmasını sağlamakta ve rekabeti artırma yoluyla çeşitliliği ve kaliteyi artırmaktadır.¹⁷⁰

Girişimcilik faaliyetleri sonucu yeni firmaların doğması ürün piyasasındaki rekabetin seviyesini yükselterek kaynakların etkili bir şekilde kullanılması için temel bir itici güç durumundadır.¹⁷¹ Girişimcilerin sürekli fırsatları koalamaları kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasını yani, ekonomik kaynakların düşük üretkenlik alanlarından yüksek üretkenlik alanlarına aktarılmasını sağlamaktadır.¹⁷² Bir başka deyişle girişimsel çabalar kaynakların iyi bir şekilde tahsis edilmesini geliştirmektedir.¹⁷³

Ekonomik rekabetin hem ülke içinde hem de ülkeler arasında önderleri girişimcilerdir. Yani ekonomik rekabette başarının kritik anahtarı girişimcilerdir. Bunun için bir ülkedeki insanların bütününe refahını sağlamak, onların sosyal ve kültürel gelişmelerini gerçekleştirmek için girişimciliğe dayalı kalkınma modellerinin uygulamaya geçilmesi gerekmektedir.¹⁷⁴

Günümüzde ülkelerin yaşamış olduğu en önemli sorunlardan biri işsizlik yani istihdam sorunudur. Bu soruna yönelik yapılan araştırmalar Amerika Birleşik

¹⁶⁷ Semra ARIKAN, *age*, s. 62.

¹⁶⁸ TÜSİAD, *age*, 2002, s. 40.

¹⁶⁹ Alvaro CUERVO, *age*, s: 293.

¹⁷⁰ Semra ARIKAN, *age*, s. 62-63.

¹⁷¹ OECD, *age*, 2003, s: 38.

¹⁷² TÜSİAD, *age*, 2002, s: 42.

¹⁷³ Patrich N. O'FARRELL, "Entrepreneurship and Regional Development: Some Conceptual Issues", *Regional Studies*, Vol: 20, No: 6, 1985, s: 571.

¹⁷⁴ Kemalettin ÇONKAR ve Berfu İLTER, *age*, s: 3.

Devletleri'nde (ABD) yaratılan istihdamda girişimciliğin çok büyük katkısı olduğunu göstermektedir.

Drucker'ın 1985 yılında yapmış olduğu bir çalışmaya göre, 1965-1985 döneminde ABD'de nüfus 129 milyondan 180 milyona yükselirken, çalışan ABD'li sayısı 71 milyondan 106 milyona yükselmiştir. 20 yıl içerisinde yaratılan 34 milyonluk bu istihdamın 24 milyonu ise sadece 1974-1984 döneminde yaratılan yeni işlerle sağlanmıştır. Drucker'a göre bu istihdam artışının arkasındaki en büyük itici güç girişimciliktir. İstihdam yaratan bu "girişimci ekonomi" 1993-1996 yılları arasında ABD'de 8 milyon daha yeni istihdam yaratmıştır. Sadece yeni firmaların %5 gibi bir bölümü bu yaratılan istihdamın %77'sini oluşturmaktadır.

İstihdam yaratan bu girişimci ekonomi yeni işletmeler kurulmasını sağlayarak ekonomiye ivme kazandırmaktadır. İstihdamı arttıran bu yeni işletmelerin büyük bir çoğunluğu ise küçük ve orta ölçekli işletmeler, yani KOBİ'lerdir. Çünkü KOBİ'ler esnek bir yapıya sahip olduklarından daha üretken ve dolayısıyla daha çok istihdam yaratabilen işletmelerdir.¹⁷⁵

Girişimcilik üretim sürecini ve bu süreçte inovasyonun kullanımını ve yayılımını hızlandırmaktadır. Bu inovasyon süreci büyümenin güçlendirilmesinde de temel teşkil etmektedir.¹⁷⁶ Girişimcilik ile yapılan araştırmalarda özellikle küçük girişimsel firmaların yenilik faaliyetlerinde sürükleyici bir lokomotif görevi gördüğünü göstermektedir. Çünkü girişimsel küçük firmalar bilginin diğer firmalara, diğer sektörlerle ve diğer bölgelere taşmasını ve yayılmasını sağlayan mekanizmalardan biridir. Dolayısıyla girişimcilik faaliyetleri bilginin yayılmasını kolaylaştırıp, ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır.¹⁷⁷ Bunun yanında girişimciler hem bilim ve teknolojiyi kullanarak, hem de bu alanlara kaynak aktararak bilim ve teknolojinin gelişmesine de öncülük yapmış olmaktadır.¹⁷⁸

Girişimcilik, ekonomik gelişmeye sadece istihdam ya da gelir yaratarak katkıda bulunmaz. Bunların yanında girişimciliğin önemi, toplumun ihtiyaçlarını

¹⁷⁵ TÜSİAD, *age*, 2002, s: 40-41.

¹⁷⁶ OECD, *age*, 2003, s: 38

¹⁷⁷ David B. AUDRETSCH ve Roy THURİK, **Linking Entrepreneurship To Growth**, OECD Science, Technology and Industry Working Papers 2001/2, 2001, s: 14-16.

¹⁷⁸ Rıfat İRAZ, *age*, s: 170.

belirleyip bu ihtiyaçları sağlama amacıyla yatırım ve üretim faaliyetlerini gerçekteşirerek toplumun genel refah seviyesini yükseltmek olarak da karşımıza çıkmaktadır.¹⁷⁹

Değişimin hızla yaşandığı bu bilgi dünyasında, bireylerin ihtiyaçları çeşitlilik arz ederek sürekli artmaktadır. Girişimciliğin artması ise bireylerin bu ihtiyaçlarını ülke içindeki firmalardan karşılamalarını sağlayarak, ulusal gelirin ülke içinde kalmasını sağlamaktadır. Bunun yanında bir ülkedeki girişimcilik faaliyetlerinin yüksekliği, o ülkenin sahip olduğu altyapının yatırım yapmak için oldukça elverişli olduğunun bir göstergesidir. Yani girişimcilik faaliyetleri yabancı sermayeyi ülkeye çekmede de oldukça önemli rol oynamaktadır.

Sonuç olarak bir ülkede sosyal ve ekonomik kalkınma, girişimcilik ruhuna sahip bireylerin toplumda kendilerini gerçekteşirebilmeleri ve gizli güçlerini en yüksek düzeyde kullanabilmeleri durumunda, daha kısa bir zaman periyodu içinde gerçekteşirilebilmektedir.¹⁸⁰

1.3.2.5. Küresel Boyutta Önemi

Girişimcilik, sadece ülkelerin büyüme hızları konusundaki önemli bir gösterge değil, bunun yanında toplumların sosyal , kültürel, ekonomik, teknolojik, psikolojik çevresinin de ana fonksiyonudur. Hatta evrensel değerlerin sentezleştiiği önemli bir laboratuardır.¹⁸¹

Bilgi toplumunda girişimciliğin anlamı değişirken girişimcinin rolü önemli hale gelmiştir. Ekonomik büyüme için alternatifler çoğalmıştır. Girişimcilik artık yenilik, rekabet, verimlilik, kalite ve istihdam kavramlarıyla birlikte kullanılmaktadır. Dünya ekonomisinin bütünleşmesinde girişimciliğin rolü artmaktadır. Girişimcilik ekonomik büyümeye katkı sağlarken başarıyla çevresini de motive etmektedir. Dünyanın hemen her bölgesinde girişimcilik işsizliği ve yoksulluğu önleme politikası olarak benimsenmiştir. Girişimcilik konusundaki kuruluşlar, programlar, araştırmalar, ulusal ve uluslararası yardım ve destek politikaları bunun somut örnekleri olarak

¹⁷⁹ Erkan Turan DEMİREL, *age*, s: 33.

¹⁸⁰ Rifat İRAZ, *agm*, s: 229.

¹⁸¹ Seyfi TOP, *age*, s: 39.

gösterilebilmektedir.¹⁸² Artık girişimcilik dünya ekonomisinin entegrasyonunu sağlayan bir role bürünmüştür.

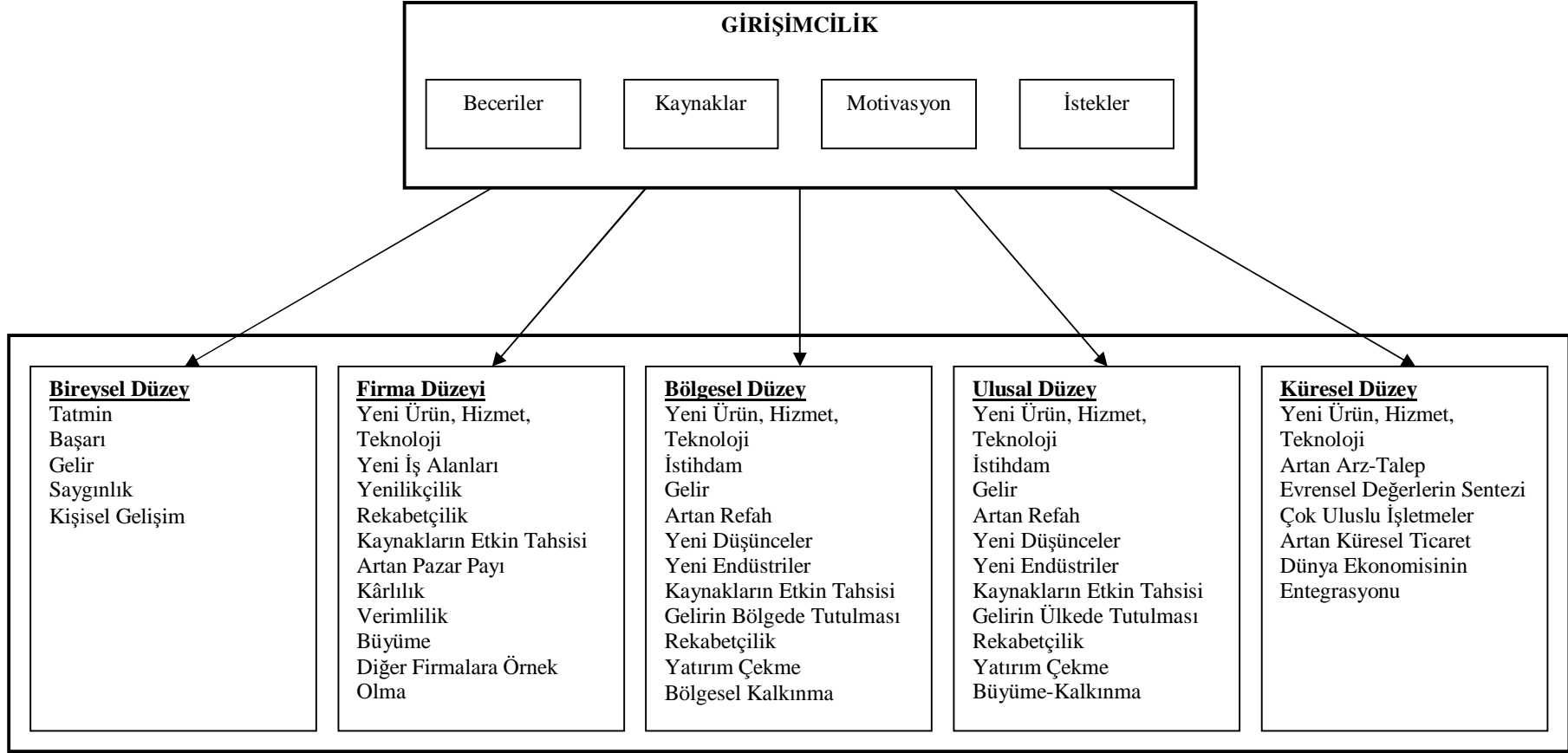
Bir ülkede girişimsel sürecin doğmasını ve hızlı bir şekilde yayılmasını sağlayan altyapıların mevcut olması yabancı sermayeyi ülkeye çekerek küresel dünyada çok uluslu işletmelerin artmasını sağlamaktadır. Artık artan uluslararası rekabet firmaların esnek bir yapılanmaya girmelerini ve inovasyon yapmalarını zorunlu kılmaktadır. Girişimcilik ise bunların oluşmasında rol oynayan önemli bir araç, hatta bir hedef konumundadır.¹⁸³ Bu rekabet ortamı ise girişimciliğin insanlığa yeni ürünler, yeni hizmetler ve yeni teknolojiler sunulmasını sağlamaktadır.

Sonuç olarak girişimcilik, günümüz bilgi çağında yeni bir boyut kazanmış ve girişimcileri içinde bulunduğumuz küresel dünyanın olmazsa olmaz aktörleri durumuna getirmiştir.

¹⁸² Abdulhalim ÇELİK, *age*, s: 471.

¹⁸³ Sven RIPSAS, "Towards An Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship", *Small Business Economics*, 10, Kluwer Academic Publishers, Netherland, 1998, s: 103.

Şekil 1.5. Girişimciliğin Ekonomik Gelişmedeki Rolü ve Önemi



Kaynak: Semra ARIKAN, *age*, s. 64' den uyarlanarak hazırlanmıştır.

1.3.3. AB’de ve Türkiye’de Girişimcilik

Ekonomik ve sosyal kalkınmada önemli bir rol oynayan girişimcilik Türkiye’de çok yeni bir olgu olup, yeni girişimler, çoğu zaman boyutları ve çalışanları itibarıyla dikkate alınarak, birer KOBİ olarak adlandırılmaktadır. Bu yüzden de girişimcilik ile ilgili uygulanan politikalar KOBİ’ler üzerinde yoğunlaştığı için, yeni girişimlerin yaratılmasından uzak durumdadır. Bu bağlamda bu bölümde ilk olarak 1999 Helsinki Zirvesinde AB üyeliğine aday ülke sıfatını kazanan Türkiye için bir hedef durumunda olan AB’de girişimciliğin gelişimi ve uygulanan politikalar ele alınacaktır. Daha sonra ise Türkiye’de girişimciliğin gelişimi ve bunun için uygulanan politikalara değinilecektir.

1.3.3.1. AB’de Girişimciliğin Gelişimi ve Uygulanan Politikalar

AB’de girişimciliğe giderek daha çok önem verilmekle beraber, girişimcilik ve KOBİ’ler AB’nin kurucu antlaşmaları ile getirilen ortak politikalardan biri değildir.¹⁸⁴ 1957 yılında imzalanan Roma Antlaşmasının metninde girişimcilik konularına yer verilmezken, bir ortak pazarın kurularak, bu yolla Avrupa’da sanayinin rekabet gücünün artırılması hedef olarak belirtilmiştir. Bu çerçevede, 1970’lere kadar, AB’ye üye ülkelerde büyük ölçekli işletmelerin kurulması ve geliştirilmesinin desteklenmesi yönünde bir politika izlenmiştir.¹⁸⁵ Fakat 1970’lerden sonra bu eğilim tersine dönmeye başlamıştır.

Günümüzde KOBİ’ler AB ekonomisinin belkemiğini oluşturmakta olup, AB’deki toplam işletmelerin % 99,8’ini kapsamakta, istihdamın ise üçte ikisini sağlamaktadır.¹⁸⁶ Bu işletmelerin istihdam yaratma yeteneğinin yüksekliği ve iş

¹⁸⁴ Kevser KÜÇÜKTEKİN, **Girişimcilik Politikası Çerçevesinde Avrupa Birliği’nin Kobi Politikası ve Avrupa Birliği Müktesebatına Uyum Çerçevesinde Türkiye’nin Kobi Politikası**, T.C. Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2006, s: 31.

¹⁸⁵ Nazlı Hezar TANRISEVER, **Avrupa Birliğinde Girişimciliğin Teşvik Edilmesi İçin İzlenen Politikalar ve Türkiye’deki Politikaların Avrupa Birliği Uygulamalarına Uyumu**, Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara, 2004, s:14.

¹⁸⁶ AB Komisyonu Türkiye Delegasyonu, **KOBİ’ler**, <<http://www.deltur.cec.eu.int/default.asp?lang=0&pId=3&fId=10&prnId=12&hnd=1&ord=11&docId=322&fop=0>>, (Erişim: 14.03.2007).

dünyasında yeni fikirlerin gelişmesine olanak sağlamaları nedeniyle son yıllarda AB’de girişimciliğin geliştirilmesi yönündeki çabalar giderek artmaktadır.¹⁸⁷

Bu çerçevede, Topluluğun girişimciliğe ve KOBİ’lere attığı özel önem, 1980’lere kadar uzanan KOBİ’lere yönelik çeşitli politikalardan anlaşılakta olup, bu alandaki ilk Topluluk eylemi 1983 yılındaki “KOBİ Eylem Planı”dır.¹⁸⁸ Eylem Planı, KOBİ girişimlerinin artırılması için yasal ve ekonomik ortamı iyileştirmeye; eğitim, finansman ve sermaye artırımını olanaklarını geliştirmeye ve KOBİ’ler arasındaki işbirliğini arttırmaya çalışmıştır. Aynı şekilde KOBİ’lere yönelik İkinci Eylem Planı ise 1986 yılında başlatılmıştır.¹⁸⁹

1989 yılında, işletmelerin rekabet gücünü artırıp, gelişmelerini sağlamanın yanı sıra girişimciliği, yeniliği ve üretkenliği teşvik ederek, girişimci bir iş ortamının yaratılması için Avrupa Komisyonu dahilinde İşletmeler Genel Müdürlüğü kurulmuştur.¹⁹⁰

10 Temmuz 1996’da İşletmeler Genel Müdürlüğünün teklifi üzerine Bütünleştirilmiş Program kabul edilerek, AB’de KOBİ’lere yönelik tüm faaliyetlerin eşgüdümlü ve uyumlu olmasını sağlamak amacıyla genel bir çerçeve oluşturulmuştur. Program ilk olarak işletmeler politikası ile KOBİ’leri ilgilendiren diğer Topluluk politikaları arasında koordinasyonun sağlanması temelinde kurulmuş, ancak daha sonra bir dizi uyumlu eylemler aracılığıyla üye devletlerin politikalarını koordine etmeye de yönelmiştir. Program, sonuç olarak, Birlik düzeyinde veya ulusal ya da bölgesel düzeyde KOBİ’lerin gelişimiyle ilgili tüm taraflarca yürütülecek, iyi uygulamaların karşılıklı değişimi (üye devletlerle uyumlu eylemler), Çok Yıllı Program ve diğer Birlik politikaları kapsamında girişilen faaliyetler olmak üzere üç eylem grubunu içermektedir.¹⁹¹

1 Ocak 2000 tarihinde; İşletmeler Genel Müdürlüğü ile Endüstri Genel Müdürlüğü birleştirilip tek bir Genel Müdürlük haline getirilmiş olup, bu durum aynı

¹⁸⁷ B. Tuğberk TOSUNOĞLU, **Girişimcilik ve Türkiye’nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri**, T.C. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2003, s: 62.

¹⁸⁸ **AB KOBİ Politikaları Bilgi Notu**, s: 3, 2005, <<http://www.mess.org.tr/ab/pdf/ler.asp?pdf=26>>, (Erişim: 08.03.2007).

¹⁸⁹ Kevser KÜÇÜKTEKİN, **age**, s: 33.

¹⁹⁰ Nazlı Hezar TANRISEVER, **age**, s:15.

¹⁹¹ Nazlı Hezar TANRISEVER, **age**, s:15-16.

zamanda Topluluğun işletme ile sanayi politikalarının da bir bütün halinde ele alınacağını göstermektedir. Kurumsal anlamdaki bu değişiklik, ilgili alanda AB çapında daha birleşik ve uyumlu, yeniden yapılanmaya yönelik politikalara vesile olmuştur.¹⁹² Girişimler Genel Müdürlüğü'nün temel görevleri rekabet politikası ve pazar ekonomisi ilkeleri çerçevesinde KOBİ'lerin kurulmasına ve desteklenmesine ilişkin programları da gözeterek, Birliğin sanayi politikası ile eşgüdümlü bir biçimde iç pazara ilişkin mevzuat taslakları hazırlanması çalışmalarını gerçekleştirmek ve girişimciliğin özendirilmesi, Ar-Ge çalışmalarının ve yenilikçi girişimlerin desteklenmesi, iç pazardan yararlanma olanaklarının iyileştirilmesi ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması çerçevesinde, işletmelerin rekabet gücünün artırılması amacıyla kendi hibe programını yürütmektir.¹⁹³

KOBİ'lere yönelik bahsi geçen politikaları takiben, 2010 yılına kadar AB'nin, dünyanın rekabet gücü en yüksek, dinamik, bilgi tabanlı ekonomisi olabilmesi, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması, daha çok iş imkanının yaratılması ve daha iyi iş ortamı oluşturularak sosyal kaynaşmanın temin edilmesini öngören Lizbon Strateji belgesinin kabul edildiği, 23-24 Mart 2000 tarihli Lizbon Avrupa Devlet ve Hükümet Başkanları Konseyinde, yenilikçi işletmeler, özellikle KOBİ'lerin kurulması ve geliştirilmesi için rahat bir ortam yaratılması konusunda gereken koordinasyon çalışmalarının Bakanlar Konseyi ve Avrupa Komisyonu tarafından yürütülmesi hususları karara bağlanmıştır.¹⁹⁴

Lizbon Stratejisi dokümanında üye ülkelerde girişimciliği ve KOBİ'leri teşvik politikalarının da benzer biçimlere kavuşturulması, açık koordinasyon yöntemi ve Avrupa Birliğinin temel hedeflerine ulaşma konusunda üye ülkeler arasında yakınsama sağlanması ve gerçekleştirilen en iyi uygulamaların benimsenmesi ile mümkün olabileceği belirtilmektedir.¹⁹⁵

13 Haziran 2000 tarihinde AB Genel İşler Konseyi tarafından kabul edilen ve 19-20 Haziran 2000 tarihinde Feira Avrupa Devlet ve Hükümet Başkanları Konseyinde onaylanan Avrupa Küçük İşletmeler Şartı, KOBİ'lerin gelişmesi ve

¹⁹² **AB KOBİ Politikaları Bilgi Notu**, s: 3.

¹⁹³ Kevser KÜÇÜKTEKİN, **age**, s: 37-38.

¹⁹⁴ Nazlı Hezar TANRISEVER, **age**, s:18.

¹⁹⁵ Nazlı Hezar TANRISEVER, **age**, s:19.

başarısına yönelik, üye devletlerin alması gereken önlemleri on ayrı başlıkta ele almaktadır:¹⁹⁶

- Girişimcilik eğitimlerinin düzenlenmesi,
- Daha ucuz ve daha hızlı iş kurma süreçlerinin oluşturulması,
- Daha iyi kanunlar ve düzenlemeler yapılması,
- Çalışanların becerilerinin artırılmasına yönelik eğitimlerin yapılması,
- Elektronik ortamda işlem (on-line) uygulamalarının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması,
- Tek pazarın sunduğu imkanlardan daha fazla faydalanılması,
- Vergilendirme ve finansman konularında iyileştirmelerin yapılması,
- Küçük işletmelerin teknolojik kapasitelerinin güçlendirilmesi,
- Başarılı e-ticaret modellerinin örnek alınması ve küçük işletme üst düzey desteklerinin geliştirilmesi,
- Küçük işletmelerin AB düzeyinde ve ulusal düzeyde daha güçlü ve daha etkili temsil edilmesinin sağlanması şeklindedir.

AB, küçük işletmelere yönelik olarak, Topluluk çapında girişimciliğin geliştirilmesine yönelik olarak alınması gereken önlemleri belirten bir çalışma daha yapmıştır. Girişimciliğin inovasyon, rekabet ve büyümede itici güç olmasından ve AB'nin bu alanda arzu edilen performansı sergileyememesinden hareketle 2003 yılında Yeşil Kitap hazırlanmıştır.¹⁹⁷ Topluluk düzeyinde girişimciliğe verilen önemin bir göstergesi olan Yeşil Kitap, AB'deki girişimcilikle ilgili tüm tarafların izlemesi gereken politikaları oluşturmak üzere hazırlanmış bir politika belgesidir. Dokümanda, girişimciliğin AB'deki yeri ve girişimciliğin geliştirilebilmesi için alınması gereken önlemler hakkında saptamalar yapılmaktadır.¹⁹⁸

¹⁹⁶ Nazlı Hezar TANRISEVER, *age*, s:22-23.

¹⁹⁷ Sadık GÖZEK, **Girişimci Adayının Özellikleri, Girişimcilik Eğilimleri ve Girişimci Adaylarına Sağlanan Destekler**, T.C. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş, 2006, s: 13.

¹⁹⁸ Nazlı Hezar TANRISEVER, *age*, s: 22-23.

AB'nin girişimcilik politikası çerçevesinde uyguladığı en kapsamlı girişimcilik programı olan Çok Yıllı Girişimci ve Girişimcilik Programı'nın sonuncusu 4. Çok Yıllı Girişimci ve Girişimcilik Programı'dır. Bu program 1 Ocak 2001 ve 31 Aralık 2005 tarihleri arasında uygulanmak üzere başlatılmış, ancak programın süresi 2007 yılında başlayan ve Çok Yıllı Programın uygulamalarını üstlenen Rekabet ve Yenilikçilik Çerçeve Programı'na kadar girişimcilere ve KOBİ'lere AB desteklerinin sürekliliğini sağlamak için 31 Aralık 2006 tarihine kadar uzatılmıştır.¹⁹⁹

AB'nin "Girişimcilik Politikası", ekonominin tüm alanlarında rekabet gücünün artırılmasını hedeflemektedir. Değişimin büyük bir hızla yaşandığı günümüz dünyasında, girişimcilerin değişime ayak uydurabilmesi, başarıyı sağlayan temel faktörler arasındadır. Bu şartlar altında AB'nin girişimcilik politikası;²⁰⁰

- Girişimcilik faaliyetlerinin teşvik edilmesi,
- Yenilik ve değişimi destekleyen bir iş ortamının yaratılması,
- Mal ve hizmet piyasalarına erişimin sağlanmasına odaklanmıştır.

Bu alanların birbirleriyle yakından ilişkisi bulunmaktadır. Bu çerçevede, piyasaların düzgün işlemesi, yenilikçiliği, büyümeyi ve girişimciliği desteklemektedir. Girişimciliğin, Ar-Ge üzerine kurulu yenilikçi bir ekonomide gelişeceği öngörülmektedir.

Sonuç olarak, AB Girişimcilik Politikası, iç pazarın işleyişini geliştirmeyi ve AB şirketlerinin dünya piyasalarına erişimini sağlamayı hedeflemektedir.²⁰¹

1.3.3.2. Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi ve Uygulanan Politikalar

Dinamik nüfusuyla üretkenlik kapasitesi yüksek bir ülke olan Türkiye, girişim gücünü kötü kullanan ülkelerin başında yer almaktadır.²⁰² Türkiye'de

¹⁹⁹ Kevser KÜÇÜKTEKİN, *age*, s: 46.

²⁰⁰ **Avrupa Birliği'nin Sanayi/Girişimcilik Politikası**, s: 9, <<http://www.ikv.org.tr/pdfs/ec381941.pdf>>, (Erişim: 14.03.2007).

²⁰¹ **Avrupa Birliği'nin Sanayi/Girişimcilik Politikası**, s: 9-10.

²⁰² Feyzullah AYADENK, **Girişim**, <<http://www.ishbul.com/girisim.asp>>, (05.03.2007).

girişimcilik ile ilgili verilere bakıldığında, girişimciliğin yeterli gelişimi sağlayamadığı görölmektedir.

Girişimciliğe gerekli önem verilmemiş olan Türkiye’de girişimciliğin tarihsel gelişimi Cumhuriyet Öncesi (Osmanlı İmparatorluğu) Dönemi, Cumhuriyet’in İlk Yılları Dönemi, 1950-1980 Dönemi ve 1980 Sonrası Dönem olmak üzere dört ayrı dönemde değerlendirilebilir.

• **Cumhuriyet Öncesi (Osmanlı İmparatorluğu) Dönemi:** Osmanlı İmparatorluğu’nda girişimcilik çok fazla gelişmemiştir. Selçuklu Devleti zamanında ahilik teşkilatına dayalı bir Türk girişimciliği olmasına rağmen Osmanlı İmparatorluğu’nda ticari konular daha ziyade Rum, Ermeni ve Yahudi gibi gayri müslim azınlıkların tekelinde kalmıştır. Türkler ise genellikle çiftçilik, devlet memurluğu ve askerlik yapmışlardır.²⁰³

Osmanlı İmparatorluğu döneminde sanayileşmenin gereği 19. yüzyılın başlarına kadar fark edilememiştir. 18 Haziran 1908’de İkinci Meşrutiyet’in ilanından sonra ticaret ve sanayi sektörlerinde canlanmalar başlamıştır. 1913 yılında çıkarılan “Teşvik-i Sanayi Kanunu” ile sanayicilere; arazi verme, vergi muafiyeti tanıma, taşıma indirimleri uygulama, üretim primi verme ve üretimin devletçe satın alınması gibi teşvikler sağlanmıştır. Osmanlı İmparatorluğu’nda Tanzimat’la birlikte başlayan bu yapısal değişimlere rağmen girişimcilik yeterince gelişmemiştir.²⁰⁴

• **Cumhuriyet’in İlk Yılları Dönemi:** Cumhuriyet’in ilk yıllarında Türkiye kaynakları tükenmiş, sanayisi olmayan, yoksul bir ülke görünümünde olduğundan girişimci bir sınıftan bahsetmek mümkün değildir. Bu bağlamda bu dönemin en belirgin özelliği ulusal sifata sahip bir girişimci sınıfı yaratmak olmuştur.²⁰⁵

Cumhuriyet’in ilanından 9 ay önce Şubat 1923’de toplanan İzmir İktisat Kongresi, Cumhuriyet dönemi iktisat politikalarını önemli ölçüde etkilemiştir. Kongre kararları özel teşebbüse dayalı, himayeci ve milliyetçi bir iktisat politikası

²⁰³ Rifat IRAZ, *age*, s: 157.

²⁰⁴ Erkan Turan DEMİREL, *age*, s: 132-133.

²⁰⁵ Ramazan UYGUN, **Türkiye’de Girişimcilik Kültürünü Yönlendiren Öncü Girişimciler ve İbrahim Bodur Modeli**, T.C. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2006, s: 130.

öngörmekte ve devletin özel teşebbüsü korumasını, desteklemesini istemekteydi.²⁰⁶ Yani İzmir İktisat Kongresi'nde alınan kararlardan biri Türk insanından girişimci yaratmak olmuştur.²⁰⁷ Buna yönelik 1927 yılında sanayi alanında faaliyet gösteren kuruluşlara bir çok kolaylık sağlayan “Teşvik-i Sanayi Kanunu” çıkarılmıştır.²⁰⁸

Türk insanından girişimci yaratma ilkesinin uygulanması 1930'lu yıllara kadar devam etmiştir.²⁰⁹ Ne var ki 1929'da tüm dünyayı saran ekonomik kriz Türkiye'yi de etkilemiştir. Bu krizin etkileri ve özel sektörün yetersiz kalışı ekonomide devletçiliğin benimsenmesine neden olmuştur. Ardından İkinci Dünya Savaşı'nın başlaması ile birlikte içine girilen savaş ekonomisi durumu, girişimciliğe büyük ölçüde engel teşkil etmiştir.²¹⁰

• **1950-1980 Dönemi:** 1950-1980 döneminde girişimciliğin desteklenmesi ve özel mülkiyetin tabana yaygınlaştırılmasında alt yapı oluşturulmuştur.²¹¹ Marshall Yardımı ardından 1961'den itibaren Almanya'ya giden Türk işçilerinin gönderdikleri dövizler ve geri kalmışlığın yarattığı iç tepki, Türk insanında genel bir “sanayi histerisi” yaratmıştır.²¹² Bütün bunlara devletin sağladığı teşvikler de eklenince 1970'li yıllarda sayıları hızla artan girişimciler ortaya çıkmıştır. Fakat bu yıllarda serbest piyasa ekonomisine dönüş ve bilgi toplumuna giriş ile küreselleşmenin sinyalleri zamanında alınamamış ve ülkede gerekli düzenlemelere gidilememiştir.²¹³ Buna birde 1970'li yıllarda yaşanan kriz ortamının eklenmesi girişimciliği olumsuz yönde etkilemiştir.

• **1980 Sonrası Dönem:** Türkiye'de girişimcilik konusu 1980 yılından sonra önemli gelişmeler kaydetmiştir. Türkiye 24 Ocak 1980 kararlarıyla ithal ikameciliğe dayalı kalkınma stratejisini terk ederek serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde ihracata yönelik kalkınma stratejisine geçmeye karar vermiştir. Bu strateji değişikliğine paralel olarak serbest piyasa ekonomisi sistemini ve bu sistemin en

²⁰⁶ Murat DEMİREZ ve Rıfat CEBECİ, **Türkiye'de Girişimciliğin Tarihçesi ve Girişimcilerin Sosyolojik Profili**, KOSGEB GGM Ulusal Girişimcilik Raporu Bölüm II, 2005, s: 33.

²⁰⁷ Rıfat İRAZ, **age**, s: 161.

²⁰⁸ Murat DEMİREZ ve Rıfat CEBECİ, **age**, s: 33.

²⁰⁹ Rıfat İRAZ, **age**, s: 161.

²¹⁰ Erkan Turan DEMİREL, **age**, s: 134.

²¹¹ Rıfat İRAZ, **age**, s: 162.

²¹² Semra ARIKAN, **age**, s: 15-16.

²¹³ Rıfat İRAZ, **age**, s: 163.

önemli aktörleri durumunda olan girişimciliği ve özellikle ihracata yönelik girişimciliği destekleme politikaları devreye sokulmuştur.²¹⁴

1980'lerden günümüze yaklaşıldıkça girişimciliğin felsefesi değişim göstermiştir. Özellikle ihracata dönük ve teknoloji yoğun girişimcilik faaliyetleri yoğunlaşmaya başlamıştır.²¹⁵ Fakat bununla birlikte Türkiye'de girişimciliğin değişime ayak uydurabilmesini engelleyen ve dolayısıyla yeni girişimcilerin doğmasını sınırlayan bir çok zayıf yönleri bulunmaktadır.²¹⁶

- Türkiye'de girişimciliği etkileyen en önemli unsurlardan biri ekonomik istikrarsızlıktır. Yıllardan beri yaşadığımız kronik enflasyon ve talepte meydana gelen büyük dalgalanmalar, yüksek reel faiz oranları işletmelerin rekabet edebilir kalmalarını sağlayan imkanlar üzerinde son derece olumsuz etkiler bırakmaktadır. Bu da girişimcilerin yeni yatırımlar yapmasını engelleyerek ranta dayalı para kazanmanın öne çıkmasına neden olmaktadır.
- Yeni bir iş kurmak için gerekli olan sermayeyi temin edilmesinde bir çok sorunla karşılaşmaktadır. Özellikle banka kredileri finansman sağlama prosedürlerinin uzun olması ve bir takım güvencelerin gösterilme gerekliliği iş fikri ve planı olan girişimci için büyük bir problem olmaktadır.
- Türkiye'de girişimcilik, yöneticilik ve iş sahipliği vasıfları özellikle küçük işletmelerde aynı kişide bütünleşmektedir. Bu da para sahibi olan herkesin girişimci olabileceği şeklinde yanlış bir düşüncenin mevcut olduğunu ortaya çıkarmaktadır.
- Türkiye'deki işletmelerin çoğunluğu aile işletmesi niteliğindedir ve kurumsallaşamama bu işletmelerin yaşamış olduğu en temel sorunlardan biridir. Kurumsallaşamama işletmelerin sürekliliğini önleyerek doğan ve hemen ölen bir yapıya bürünmelerine neden olmuştur.

²¹⁴ Tamer MÜFTÜOĞLU ve Tülin DURUKAN, *age*, s: 8.

²¹⁵ Erkan Turan DEMİREL, *age*, s: 134.

²¹⁶ Semra ARIKAN, *age*, s: 19-27; Esen ŞAHİN, *age*, s: 25-26; OECD, **Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Mevcut Durum ve Politikalar**, OECD Yayınları, 2004, s: 27-31.

- Ülkemizde yeni işletmelerin kurulma aşamasından önce yatırımın yapıp yapılmaması konusuna ilişkin nihai kararın verilmesine yönelik çok önemli bir planlama çalışması olan fizibilite çalışmaları gerçek anlamıyla yapılmamaktadır. Bu da işletmelerin kısa ömürlü olmasına neden olmaktadır.
- Türkiye'deki KOBİ'lerin çoğunluğu, esnek ve yeniliklere açık olma konusundaki avantajları kullanamamaktadır. İşe taklitçilikte başlamakta fakat taklitçilikte kopyacılıkta kalmaktadırlar.
- Türkiye'de KOBİ'ler arasında sağlanmış yatay ve dikey işbirliği yeterince yoktur. Bu durum KOBİ'lerin hem maliyet yapısını olumsuz yönde etkilemekte, hem de sahip oldukları ekonomik potansiyelin tam olarak değerlendirilememesine neden olmaktadır.
- Adil ve etkin bir vergi sisteminin kurulamaması hem mevcut işletmelerin güçlenmesini engellemekte hem de yeni iş fikirlerinin hayata geçmemesine neden olarak girişimciliğin gelişmesini önlemektedir.
- Türkiye'de KOBİ'lerin çoğunluğu düşük teknoloji seviyesine sahiptir. İşletmeler modası geçmiş üretim modellerine göre ve ekseriyetle de verimsiz ve eski üretim metot ve araçları kullanarak üretimlerini gerçekleştirmektedir. Bu da onların rekabetle baş edebilmelerini engellemektedir.
- Son olarak Türk girişimcileri bilgilendirme, danışmanlık ve eğitim hizmetleri desteği konusunda oldukça ürkektir. Hatta küçük girişimcilerimizin çoğu ihtiyaç duydukları bilginin farkında bile değildirler veya farkında olsalar bile bunu ifade etmekten çekinmektedirler.

Türkiye'de girişimciliğin gelişmesini engelleyen bütün bu unsurlar, dinamik ve genç bir nüfusa sahip olan ülkemizde girişimciliğin ülke kalkınmasında temel bir itici güç olmasını olumsuz yönde etkilemektedir.

Türkiye'de girişimciliğin gelişmesini engelleyen bu zayıf yönlerin ortadan kalkmasına yönelik girişimciliği geliştirmek için çeşitli stratejiler ve politikalar da uygulanmaktadır. Özellikle Türkiye-AB ilişkileri Türkiye'de girişimcilik politikalarına ayrı bir boyut kazandırmıştır. Türkiye, 1999 Helsinki Zirvesi ile AB üyeliğine aday bir ülke kabul edilmesinden sonra, AB müktesebatına uyum

çerçevesinde KOBİ ve girişimcilik politikalarını geliştirmeye başlamış ve “Küçük ve Orta Boy İşletmeler Çalışma Grubu”nu oluşturmuştur. Daha sonra 2002 yılında AB’nin “Çok Yıllı Girişim ve Girişimcilik Programı’na katılmıştır. Bu Programa katılarak şunları hedeflemiştir:²¹⁷

- KOBİ’lere destek ve hizmet veren kurumlar arasında bir sinerji oluşturarak, bilgi ve deneyim paylaşımının gerçekleştirilmesi, işbirliğinin artırılması,
- KOBİ’lere AB’den destek sağlanması,
- AB’nin gerçekleştirdiği başlangıç sermayesi, risk sermayesi, kredi garantisi gibi finansal araçların ve uygulamaların öğrenilerek, özellikle teknoloji ve bilgi tabanlı yenilikçi KOBİ’lerin desteklenmesinde kullanılması; böylelikle atıl duran kaynakların, KOBİ’lerin gereksinimlerine yanıt verecek alanlara yönlendirilmesi,
- Tam üyelik yolunda AB’nin KOBİ politikası ve stratejileri konusunda, en iyi uygulama örneklerinin ve sorunlar karşısında başarılı çözüm yollarının öğrenilmesidir.

23 Nisan 2002’de Küçük İşletmeler İçin Avrupa Şartı kabul edilmiştir. Bundan sonra KOBİ’lerle ilgili tüm kurum ve kuruluşlar, Şart’ın öncelik alanları ile Türk KOBİ’lerinin yapısal sorunlarının çözümüne yönelik öncelik alanlarını kapsayan programlar ve projeler geliştirmeye başlamıştır. Türkiye, Nisan 2004’de Leonardo Da Vinci ve Socrates Programlarına katılarak girişimciliği ve mesleki eğitimi güçlendirmeyi, nitelikli işgücü sayısını artırmayı hedeflemiştir.²¹⁸

Türkiye’de girişimciliği geliştirmek için uygulanan politikalar, girişimcilikle ilgili kurumların sağlamış oldukları destekler yönünden de incelenebilir. Türkiye’de girişimciliğin geliştirilmesi için kurulmuş olan özgün tek bir kurumsal yapı olmamakla beraber KOBİ’lerin desteklenmesi ve gelişimi için oluşan kurumlar bu işlevi görmektedir.²¹⁹

²¹⁷ DPT, **KOBİ Stratejisi Eylem Planı**, 2004, s: 33.

²¹⁸ Kevser KÜÇÜKTEKİN, **age**, s: 90-93.

²¹⁹ Nazlı Hezar TANRISEVER, **age**, s: 41.

Türkiye’de girişimciliğin geliştirilmesi ve KOBİ’lerin desteklenmesi için kurulan kuruluşlardan en önemlisi KOSGEB’dir. KOSGEB küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin teknolojik yeniliklere süratle uyumlarını sağlamak, rekabet güçlerini yükseltmek ve ekonomiye katkılarını ve etkinliklerini artırmak amacıyla 3624 sayılı Kanunla 20 Nisan 1990 tarihinde kurulmuştur.²²⁰ Yine KOSGEB’e bağlı olarak 20 Mayıs 1998’de girişimciliğin geliştirilmesine yönelik mekanizmaların uygulanmaya konulması ve böylece potansiyel girişimcilerin kendi işlerini kurmalarına destek sağlanmak amacıyla KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Enstitüsü kurulmuştur. Bunların yanında Halk Bankası’nın, TÜSİAD’ın, TÜGİAD’ın, TÜBİTAK’ın, üniversitelerin, esnaf kefalet kooperatiflerinin ve çeşitli mesleki dernek ve kuruluşlarında girişimciliğin gelişmesine yönelik çalışmaları ve destekleri de bulunmaktadır.²²¹

²²⁰ **KOSGEB Amacı, Tanımı**, <<http://www.kosgeb.gov.tr/KOSGEB/Default.asp>>, (20.03.2007).

²²¹ Semra ARIKAN, *age*, s: 37-41.

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİĞİ AÇIKLAYAN TEORİK YAKLAŞIMLAR VE GİRİŞİMCİ TİPLERİ

2.1. GİRİŞİMCİLİK TEORİLERİ

Ekonomik gelişme sürecinde büyük bir öneme sahip olan girişimcilik, disiplinler üstü bir kavram olduğu için pek çok araştırmacının ilgi odağı olmuştur. Girişimcilikle ilgili varolan evrensel bir teori bulunmamakla birlikte, girişimciliği çeşitli açılardan ele alan ve ekonomi, psikoloji, sosyoloji, antropoloji ve bölgesel bilimleri kapsayan birçok farklı yaklaşımlar mevcuttur. Bu yaklaşımların hepsi girişimciliği farklı açılardan ele alıp, girişimciliğin ayrı ayrı noktalarına ışık tutmaktadırlar. Literatürde hala girişimcinin kim olduğu ve girişimciliğin ne olduğu konusunda ortak bir fikir birliği bulunmamakla beraber, girişimciliğin tanımında ve belirleyici özelliklerinde ekonomik, psikolojik ve sosyal faktörlerin oldukça önemli olduğu herkes tarafından kabul edilmektedir. Bu yüzden de bu bölümde girişimciliği açıklayan ekonomik, psikolojik ve sosyolojik temelli yaklaşımlar ele alınacaktır.

2.1.1. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ EKONOMİK TEMELLİ YAKLAŞIMLAR

Fransızca “entrepreneur” kelimesinden gelen girişimci terimi 12. yüzyıldan beri Fransız dilinin bir parçası olmasına rağmen, Avrupa ekonomisinde girişimciliğe ve inovasyona engel olan feodal sistemin içerisinde uzun yıllar kilitli kalmıştır. Fakat durum ortaçağ süresince, özellikle de Avrupa ekonomisinin itici gücü durumundaki ülkeler olan İtalya, Fransa ve Güney Almanya’da giderek değişmiştir. Kentleşmenin artması girişimcilik için bir zemin yaratmış ve özellikle hammadde arz eden ve bitmiş malları pazarlayan tüccar sınıfı arasında girişimciliği geliştirmiştir. 18. yüzyıla kadar feodalizm ortadan kaybolmuş yasal ve kurumsal durum giderek girişimciliğin ve inovasyonun lehine değişmiştir.²²²

²²² Hans LANDSTRÖM, *age*, s: 27-28.

Girişimcilik teorisi modern ekonominin en zayıf halkalarından biridir. Bu konu hakkında literatürde bir yoğunluk ve çeşitlilik olmasına rağmen; girişimcilik, iktisatçılar tarafından henüz tam olarak anlaşılmadığı bir çok kere vurgulanan bir fenomen olarak kalmaya devam etmektedir.²²³

Girişimcilikle ilgili ekonomik yaklaşımlar, genellikle ekonomik gerçeklik için açıklayıcı bir değişken olarak girişimcilik düşüncesi ve girişimcinin rolü üzerinde durmaktadır. Ekonomik perspektifte girişimciliği anlayabilmek için bu kavramın tarihsel gelişimine bakmak gerekmektedir.²²⁴

Tablo 2.1. Ekonomik Teoride Girişimcinin Rolü

Girişimci belirsizlikle ilgili riski üstlenen kişidir (Cantillon, Thünen, Mill, Hawley, Knight, Mises, Cole, Shackle).
Girişimci finansal sermayeyi arz eden kişidir (Smith, Turgot, Böhm-Bawerk, Pigou, Mises).
Girişimci bir yenilikçidir (Baudeau, Bentham, Thünen, Schmoller, Sombart, Weber, Schumpeter).
Girişimci bir karar vericidir (Cantillon, Menger, Marshall, Wieser, Amasa Walker, Francis Walker, Keynes, Mises, Shackle, Cole, Schultz)
Girişimci endüstriyel bir liderdir (Say, Sain-Simon, Amasa Walker, Francis Walker, Marshall, Wieser, Sombart, Weber, Schumpeter).
Girişimci bir yöneticidir (Say, Mill, Marshall, Menger)
Girişimci ekonomik kaynakların bir düzenleyicisi ve koordinatörüdür (Say, Walras, Wieser, Schmoller, Weber, Clark, Davenport, Schumpeter, Coase).
Girişimci bir girişimin sahibidir (Quesnay, Wieser, Pigou, Hawley).
Girişimci üretim faktörlerinin bir işverenidir (Amasa Walker, Francis Walker, Wieser, Keynes).
Girişimci bir müteahhittir (Bentham).
Girişimci bir arbitrajcıdır (Cantillon, Walras, Kirzner).
Girişimci alternatif kullanımlar arasında kaynakların bir tahsisçisidir (Cantillon, Kirzner, Schultz).

Kaynak: Sven RIPSAS, *age*, s: 106.

²²³ James A. MONTANYE, “Entrepreneurship”, **The Independent Review**, Vol: 10, No: 4, 2006, s: 549.

²²⁴ Robert L. FORMAINI, “The Engine Of Capitalist Process: Entrepreneurs in Economic Theory”, **Economic and Financial Review**, Fourth Quarter 2001, 2001, s: 3.

2.1.1.1. Fizyokrat Düşüncede Girişimcilik

Birçok iktisadi düşünce tarihçisi modern ekonomik teorinin doğuşunu, Fransa'da Fizyokratlar adında düşünürler grubunun ortaya çıktığı 18. yüzyılın başlarına dayandırmaktadır. Bu düşünürlerin arasında en ünlülerinden biri, 1755 yılında basılan “*Essai sur la nature du commerce en general*” adlı çalışmasıyla ekonomik analizde girişimci kavramını ilk kez ortaya koyan Richard Cantillon'dur.²²⁵

18. yüzyıl başlarında Fransa'da yaşayan İrlanda asıllı bir ekonomist olan Richard Cantillon, iktisat teorisinde girişimcinin kritik rolünü farkına varan ilk kişidir. Cantillon'un eseri, girişimcilik tarihinde bir dönüm noktasıdır. Çünkü girişimciyi ekonomik sisteme merkezi bir şahsiyet olarak yerleştirmiştir.²²⁶

Cantillon, ekonomideki aktörleri üç grupta sınıflandırmıştır: i. Toprak sahipleri, ii. Girişimciler, iii. İşçiler. “*Essai sur la nature du commerce en general*” adlı eserinde ekonomide, i. ve iii. grup oldukça pasif olarak karakterize edilirken, girişimciler merkezi bir rol oynamaktadır.²²⁷ Cantillon 18. yüzyıl Avrupa'sında oluşmaya başlayan piyasa ekonomisini tanımlarken, girişimciyi toprak sahipleri ile işçiler arasındaki arabulucu olarak ifade etmiştir.²²⁸ Bir başka deyişle girişimciler, tüketiciler ile üreticiler arasındaki bağın kurulmasında bir koordinatörlük rolü oynamaktadırlar.²²⁹ Cantillon'a göre, “Çiftçi; girişimciden elde edeceği kar üzerinden toprak sahibine, çiftliği veya arsası için, herhangi bir teminat vermeksizin belirli bir miktarda para ödeme sözü veren bir girişimcidir”.²³⁰

Cantillon, girişimciyi henüz belirlenmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişi olarak tanımlamıştır.²³¹ Bir başka ifadeyle girişimci, belirli bir fiyattan alım yapıp, belirsiz fiyattan satış yapan arbitrajcıdır. Bu nedenle de gelir sahibinden farklıdır.²³² Girişimsel

²²⁵ Robert L. FORMAINI, *age*, s: 3.

²²⁶ Robert F. HEBERT ve Albert N. LINK, “The Entrepreneur As Innovator”, *Journal of Technology Transfer*, Springer Science, 2006, s: 589.

²²⁷ Thomas GRABEL, Andreas PYKA ve Horst HANUSCH, *age*, s: 495.

²²⁸ Robert F. HEBERT ve Albert N. LINK, *age*, 2006, s: 589.

²²⁹ Thomas GRABEL, Andreas PYKA ve Horst HANUSCH, *age*, s: 495.

²³⁰ Richard CANTILLON, (1775), “*Essai sur la nature du commerce en general*” dan aktaran Kristan PHILIPSEN, “Entrepreneurship As Organizing” *DRUID Summer Conference*, Bornholm, 1998, s:3.

²³¹ Rıfat İRAZ, *age*, s. 149.

²³² Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s. 4.

aktivitelerden potansiyel bir kar kazanmak girişimciyi motive eder. Girişimci bir ürünü bilinen bir fiyattan satın alır ve belirsiz bir fiyattan satar ve böylece satış fiyatındaki belirsizlik yüzünden para kaybetme riskini alır. Belirsizlik piyasada doğal bir unsurdur. Cantillon, toprak sahiplerini kendi zenginlikleri ve sosyal statüleri boyunca tüketim kalıbını kuran “öncü liderler” olarak tanımlamasına rağmen, girişimci ana (merkezi) ekonomik aktördür. Cantillon, girişimcinin kişiliğini değil işlevini vurgulamıştır. O, aynı zamanda girişimcinin ekonomik işlevinin kişinin sosyal statülerinin üstünde olduğunu vurgulamıştır.²³³ Cantillon, geleceğin bugünden tam olarak bilinmeyişi nedeniyle geliri risk içeren aktörü inceleyerek, girişimciliğin risk alma ve risk üstlenme vasfını öne çıkarmıştır.²³⁴

Cantillon için girişimci piyasa sisteminde dengeleyici bir aktördür. Bu, özellikle Schumpeter gibi girişimciyi dengesizlik faktörü olarak gören bazı iktisatçıların analizlerine zıt düşmektedir.²³⁵

Fizyokrat düşünce için, Adama Smith’in 1776’da onun ünlü kitabı olan “*Ulusların Zenginliği*” adlı kitabı yayınlanmadan önceki 20 yıl dikkat çekici şekilde büyüyüp geliştiği bir dönem olmuştur. Cantillon, Fizyokrat düşüncede en önde gelen iktisatçılardan birisi olmasına rağmen, ekonomik paradigmayı iyi bir şekilde organize eden bu düşünce grubunun lideri değildir. Bu anlamda Fizyokrat düşünce denilince ilk akla gelen kişi bir tıp doktoru olan François Quesnay’dır.²³⁶

Quesnay’in girişimciler hakkındaki görüşü Cantillon’unkine benzemektedir. Tarımsal sektörün üzerindeki Fizyokrat odaklanma dolayısıyla, Quesnay ve takipçileri, gıda sektörünü yönlendiren toprak sahibi girişimcilere dikkat çekmişlerdir. Quesnay’a göre girişimci, belirsizlik taşımakta, üretimi organize etmekte ve yönlendirmekte, yeni yöntemler ve yeni ürünler ortaya çıkarmakta ve yeni pazarlar araştırmaktadır. Bunu düzgün bir şekilde yapabilmek için de pazarlara serbest erişim

²³³ Robert F. HEBERT ve Albert N. LINK, **The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques**, 2nd Edition, New York: Praeger, 1988, s: 19-26.

²³⁴ A. Dinç ALADA, “İktisadi Düşünce Tarihinde Girişimcilik Kavramı Üzerine Notlar”, **İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, No: 23-24, Ekim 2000 – Mart 2001.

²³⁵ Robert L. FORMAINI, **age**, s: 3.

²³⁶ Robert L. FORMAINI, **age**, s: 3.

imkanı kazanmalı ve yaptığı eylemlerde azami özgürlük sağlanması için hükümete güven duymalıdır.²³⁷

Fizyokrat düşüncede girişimcilik teorisine bir diğer katkı Robert Jacques Turgot tarafından yapılmıştır. Turgot'a göre girişimci bir kapitalisttir ve sermaye sahibidir. Girişimci, yapılan bir sermaye yatırımının sonucu olarak ortaya çıkan özel bir çıktıdır. Girişimci ister parasını kiraya versin, ister iş kurarak çalıştırsın, isterse ticaret yapsın, üstüne para yatırılan her proje ve her iş faaliyetini girişimcilik olarak tanımlar.²³⁸

Fizyokrat olarak bilinen Fransız okulu üyelerinden biri de Nicolas Baudeau'dur. Baudeau da tarımın üstünlüğüne inanmıştır ve tarımsal girişimciyi riski üzerinde taşıyan kişi olarak betimleyerek Cantillon'u yansıtmaktadır. Baudeau'nun Cantillon'dan farkı ise, girişimciyi maliyetlerini azaltmak ve dolayısıyla da karını yükseltmek için yeni teknolojilere veya düşüncelere başvuran ve bunları icat eden yenilikçi bir kişi olarak tanımlayarak girişimci kavramına yeni bir boyut kazandırmasıdır.²³⁹ Ayrıca girişimciyi canlı ve aktif bir ekonomik aktör yaparak, girişimcinin bilgi ve enformasyon sürecindeki gücünü vurgulamıştır.²⁴⁰

Baudeau'ya göre, tarımsal girişimci kendi ihtiyaçları da dahil olmak üzere gerekli üretim maliyetlerinin üzerinde kalan tarımsal gelirin fazlasını kira olarak toprak sahiplerine öder. Kiracı çiftçi için kira, üretim sürecini belirleyen bir maliyettir. Fizyokratlar, uzun dönemde bu maliyetleri sabit olarak varsaymışlar ve aynı zamanda ücretleri de genelde sabit veya sabite yakın olarak ele almışlardır. Yani çiftçi uzun dönemde belirli olan maliyetlerle karşı karşıya kalırken, belirsiz bir hasat miktarı ve dolayısıyla da belirsiz bir satış fiyatıyla karşı karşıya kalmaktadır. Girişimcinin rolü, piyasa etkinliğini arttıran veya piyasa riskini azaltan, yasal ve yönetsel düzenlemeleri geliştiren kişi olarak öne çıkmaktadır.²⁴¹

²³⁷ Bert F. HOSELITZ, "The Early History of Entrepreneurial Theory", **In Essays in Economic Thought: Aristotle to Marshall**, Rand McNally, Chicago, 1962, s: 247.

²³⁸ Seyfi TOP, **age**, s: 51.

²³⁹ Robert F. HEBERT ve Albert N. LINK, **age**, 2006, s: 590.

²⁴⁰ Thomas GRABEL, Andreas PYKA ve Horst HANUSCH, **age**, s: 495.

²⁴¹ Robert F. HEBERT ve Albert N. LINK, **age**, 2006, s: 590.

Fizyokrat düşüncenin tarımsal girişimciyi vurgulamasının nedeni, ekonomide tarımın baskın olduğu, Sanayi Devrimi'nin dünya ekonomisini tam olarak değiştirmedeği bir dönemde yaşamalarıdır.²⁴²

2.1.1.2. Klasik Okulda Girişimcilik

Klasik İktisat okulunun başlangıcı olarak Adam Smith'in 1776 tarihinde yayınlanan "*Ulusların Zenginliği*" adlı eseri gösterilmektedir. Adam Smith bu eseriyle "*kapitalizm*" kavramını bütün bir teori halinde ortaya koyan ilk kişidir. Smith'e göre kapitalist, temel kaynakları başarılı bir endüstriyel girişimde birleştiren mülkiyet sahibi yöneticidir. Smith, kapitalistleri gelişmeyi ve toplumun refahının dağılımını sağlayan temel unsurlar olarak tanımlamıştır.²⁴³ Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere Smith, girişimci ile kapitalisti özdeşleştirmiştir.²⁴⁴

Kapitalist girişimciler üretimi örgütlemeleri, tasarruf ve yatırım yapmaları nedeniyle ekonomik sistemdeki en önemli aktördür. Kapitalistler üretim girdilerini tarım ve sanayide risk ve belirsizliği de dikkate alarak en etkin bir şekilde dağılımını yaparlar.²⁴⁵ Smith, "*Ulusların Zenginliği*" adlı kitabında kapitalist girişimciyi maceracı, ileri görüşlü ve sorumluluk alan kişi olarak tasvir etmiştir. O'na göre girişimci her zaman tehlike arayışı içindedir, ileriye görüp önceden tahmin edip planlar yapma yeteneğine sahiptir ve sorumluluk sahibi olduğundan mantıklı riskler alır. Eğer almış olduğu bu riskin karşılığını uygun şekilde alırsa yatırım için hazırdır.²⁴⁶

Girişimci kavramı aynı zamanda 1800'lü yıllarda Fransız iktisatçı Jean Baptiste Say tarafından kullanılmıştır. Say, girişimciyi ekonomik kaynakları düşük verimlilikteki bir alanın dışına ve yüksek verimlilikteki bir alanın içine kaydıran kişi olarak tanımlamıştır.²⁴⁷ Say, girişimci ile sermayedar arasındaki farkı ortaya koymuştur. Say'a göre sermayedar para tedarik eden ve finansal risk alan kişi iken,

²⁴² Robert L. FORMAINI, *age*, s: 3.

²⁴³ B. Tuğberk TOSUNOĞLU, *age*, s. 30-31.

²⁴⁴ TÜSİAD, *age*, 2002, s: 35.

²⁴⁵ Gülten KAZGAN, *İktisadi Düşünce veya Politik İktisadın Evrimi*, Remzi Kitapevi, 2004, s: 90.

²⁴⁶ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s. 4.

²⁴⁷ Peter F. DRUCKER, *Innovation and Entrepreneurship*, Butterworth Heinemann, London, 1995, s: 19.

girişimci ise, üretim faktörlerini yeni zenginlikler yaratacak biçimde bir araya getiren kişidir.²⁴⁸ Say, girişimcinin fonksiyonlarını koordinasyon, denetim ve karar verme olarak tanımlamıştır.²⁴⁹ Say, girişimcinin ana işlevini farklı sosyal yapılardan bağımsız bir şekilde analiz etmiştir. Girişimciliği üretim faktörlerinin içine alarak girişimciliğin anlamını genişletmiştir.²⁵⁰ Say'dan sonra, klasik üretim faktörleri olan emek, sermaye ve tabiat faktörlerinin yanına, dördüncü üretim faktörü olarak girişimcilik dahil edilmiştir.²⁵¹

Say'ın girişimcilik teorisi endüstriyel gelişmenin üç ayrı aktiviteye bölünmesiyle başlar:

- **Araştırma:** Bilgiyi yaratmak için araştırmacılar tarafından yapılır.
- **Uyarlama (adjustment):** Üretim faktörlerini organize eden ve araştırmadan ortaya çıkan bilgiyi kullanılabilir ürünlere dönüştürmek için girişimciler tarafından yapılır.
- **Üretim:** İşçiler tarafından yapılır.

Say, girişimciyi malların üretimi amacıyla üretim araçlarını organize eden ve birleştiren bir komisyoncu (broker) olarak görmüştür. Ancak girişimcinin yapmış olduğu bu uyarlama sadece şans ile ortaya çıkan bir şey değildir. Bu uyarlama girişimciye fayda ya da değer sağlayacak mal ya da hizmet geliştirmesine öncülük etmelidir. Ayrıca Say, girişimciyi sadece üretim araçlarının bir koordinatörü olarak değil, bu aktiviteleri kendi riski ile yürüten bir kişi olarak ele alır.²⁵²

İngiliz Klasik iktisatçılar ekonomik hiyerarşinin zirvesine kapitalisti yükseltmeyi seçerek, piyasa ekonomisinde girişimcinin rolüne oldukça az dikkat çekmişlerdir. Fakat Fransa ile bağları olan ve entelektüel kişiliği aynı dönemde yaşadığı diğer kişilere göre çok daha güçlü olan Jeremy Bentham bir istisnadır. Bentham'ın entelektüel kişiliği aynı dönemde yaşadığı diğer iktisatçılara göre daha güçlüdür. Bentham, toplumda girişimcinin rolünü dikkate almadığı için Smith'i

²⁴⁸ Kemalettin ÇONKAR ve Berfu İLTER, *age*, s. 2.

²⁴⁹ Ruta AIDIS, *age*, s. 3.

²⁵⁰ Kristian PHILIPSEN, *age*, s: 3-4.

²⁵¹ Tamer MÜFTÜOĞLU ve Tülin DURUKAN, *age*, s. 6.

²⁵² Hans LANDSTRÖM, *age*, s: 29.

eleştirmiştir. Smith ve Bentham yaratıcı yeteneklerin geliştirilmesinde en uygun rejimin ekonomik liberalizm olduğu konusunda hem fikirdirler. Fakat Smith, Bentham'ın faydalı aktörler olarak savunduğu faizciler (usurers) ve spekülâtörler (projectors) konusunda farklılık göstermektedir. Her ikisi de yaratıcı düşünceye neden olan ilerlemeye yardım etmiştir. Smith bir taraftan profesyonel bir aktivite olarak yeniliği kabul etmiş, diğer taraftan ise farklı bir bağlamda onun önemini görmezlikten gelmiştir. Diğer bir ifadeyle Smith, yenilikçinin önemini tanımada başarısız olmuştur. Bentham, bir iktisatçı olarak onun ününü getiren “*Defence of Usury*” (1787) adlı ilk yayınında bu konuya uygun bir şekilde işaret etmiştir. Burada Bentham ödünç verilen ve ödünç alınan bütün sermaye miktarını sınırlayan faizciliğe (tefeciliğe) karşı nasıl yasal çözümler yapılması gerektiği ve yurtiçi sermaye piyasalarından yabancı paranın nasıl uzak tutulacağına yasal çözümlerini detaylı olarak ele almıştır. Bu etkilerin her ikisi de başarılı girişimcilerin aktivitelerini boğma eğilimindedir. Bentham spekülâtörü (projector) geleneksel terim olarak kullanmasına rağmen, bu terimi özellikle icat yolunda zenginliği kovalayan ve buluşlar yapan insan olarak tanımlar. Faiz oranlarındaki üst sınır yeni projelerin girişimcilerine karşı ayırım yapma yönelimindedir. Çünkü onların yenilikleri (yeni projeleri) deneyimlerle karlılığı çoktan kanıtlanmış olanlardan çok daha risklidir. Üstelik bu tür yasal sınırlamalar iyi projelerle kötü projelerin ayırımını güçsüzleştirmektedir.²⁵³

Bentham, “*Panopticon*” (hücreleri gardiyana bakan dairevi hapisane) adını verdiği bir hapisane modeli düşüncesiyle girişimcilikte yeniliğin önemine ayrı bir boyut kazandırmıştır. Bu modelinde yönetsel yenilikten ziyade sözleşmeli yönetim ilkesini ortaya koymuştur. Bu ilke ekonomik teşvikteki doğru yapıya ve ekonomik etkinliğin istenen sonuçlarını ulaşmak için girişimcinin dinamik aktivitelerine dayanmaktadır.

Bentham'ın yargısına göre güven yönetiminin başarısı, motive edici bir faktör olarak kamu ilgisine bağlıdır. Bentham, insan eylemlerinin tetikleyicisi olarak bireysel ilgiye daha fazla güvenmiştir. Sözleşmeli yönetimin güzelliği, bir yandan kamu, diğer yandan da girişimci arasında yapay bir benzerlik olduğunu beraberinde

²⁵³ Robert F. HEBERT ve Albert N. LINK, *age*, 2006, s: 590-591.

getirmesidir. Böyle bir durumda ise girişimci, hapisanenin doğru bir şekilde işleme için gerekli şeyleri satın alan, bununla birlikte de mahkum emeğin çalıştırılmasıyla elde edilebilecek kazanç üzerinden vergi elde eden bağımsız bir sözleşmecidir. Böyle bir girişimci yönetici, çalışanların sağlığını ve üretkenliğini koruyarak uzun dönemli kazançlar elde edebilecektir. Bu durumda kamu çıkarı ve özel çıkar iç içe geçmektedir.²⁵⁴

1787’de Bentham, sözleşme yönetimini yeni bir düzenleme ile tamamlamıştır. Ona göre yaşam sigortası uygulaması çalışanların muhafaza edilmesinde büyük faydalar sağlamaktadır. Bentham, ölüm oranlarını da dikkate alarak yaptığı araştırmada, girişimcinin, bir mahkumun ölmesi ihtimaline karşı herkesten belirli bir miktar para toplanması gerektiğini, yıl içinde de bir mahkumun ölmesi durumunda ailesine geri ödeme yapması gerektiğini ifade etmiştir. Böyle bir durumda ölüm oranları da dikkate alındığında toplanan para daha fazla olacağı için aradaki fark kar olarak girişimciye kalacaktır.²⁵⁵

İngiliz literatüründe girişimcilik kavramının yaygınlaşması, John Stuart Mill’in 1848 yılında yayınlanan “*Principles of Political Economy*” başlıklı çalışması ile olmuştur. Mill, girişimcinin rolünü yönetim aktivitesi içinde tanımlamıştır. Bir girişimi yönetmek için kültürel bilgi, belirli bir seviyede başarıya sahip olmak gibi bazı özellikler gereklidir. Onların en büyük özelliği sıradan insanların hepsinin sürekli çabaları sonucu bile asla oluşturamayacağı avantaj olanaklarını görme imkanına sahip olmalarıdır.²⁵⁶

Sonuç olarak Klasik iktisatçılar riski üstlenen, üretim faktörlerini birleştiren ve yenilik imkanını araştıran girişimci ile süreç içerisinde yatırım için sadece araç sağlayan kapitalist arasındaki ayrımını yeterli bir şekilde yapmamışlardır.²⁵⁷

²⁵⁴ Robert F. HEBERT ve Albert N. LINK, **age**, 2006, s: 591.

²⁵⁵ Robert F. HEBERT ve Albert N. LINK, 2006, **age**, s: 591-592.

²⁵⁶ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, **age**, s: 5.

²⁵⁷ Robert L. FORMAINI, **age**, s: 5.

2.1.1.3. Neo-Klasik Okulda Girişimcilik

Neo-Klasik okulda girişimcilik, sadece üretim faktörlerini bir araya getirme fonksiyonu ve bireyin, geleceğin risklerine karşı korunma motifi ile sınırlı kalmıştır.²⁵⁸ Bir bakıma Neo-Klasik teoride girişimci için pek yer yoktur. Konuyla ilgili tartışma Barrelo'nun ekonomik teoride girişimcinin kayboluşunu anlatan “*The Entrepreneur in Microeconomic Theory*” (1989) adlı eserinde bulunabilmektedir. Barrelo, modern firma teorisinin gelişmesiyle iktisatçıların girişimciyle bağlantıyı kaybettiğini belirtmektedir. Esasında varsayımlar çerçevesi tutarlı bir girişimsel davranışın gerçekleşmesi için izin vermemektedir. Ana problem, optimal davranış için gerekli bir koşul olan tam rasyonellik varsayımındaki kökleşmedir. Bu, gerçek bir seçim için izin vermemekte ve girişimsel davranışlara konu olan gerçek belirsizlik davranışlarını dışlamaktadır. Bu ise girişimcinin rolünü yavaş yavaş pasif ve gelişme göstermeyen bir duruma azaltmakta ve firmanın kendi kendine gelişmesinden dolayı girişimciyi gereksiz bir ekonomik aktör durumuna getirmektedir.²⁵⁹

Neo-Klasik iktisatçılar girişimciliğin denge teorilerini kurmuşlardır. Denge teorileri, piyasada fiyatların birçok aktörün ortaklaşa kararından oluştuğunu varsaymaktadır. Denge çerçevesinde, herkes bütün fırsatların farkında olduğu için ve bütün işlemler mükemmel bir şekilde koordine edildiği için, hiç kimse girişimsel bir kar oluşturan bir durum keşfedemeyebilir. Denge çerçevesi insanların, diğerlerinin göremediği fırsatların farkına varmasına izin vermediği için, denge teorisi girişimci olmayı tercih eden bireyleri tanımlayarak girişimciliği açıklar. Örneğin, Khilstrom ve Laffont'un modeline göre insanlar belirsizlikte işçi olmaksızın girişimci olmayı tercih ederler. Denge teorisi herkesin bütün girişimsel fırsatların farkında olduğunu ve girişimci olmayı fırsatlar hakkındaki bilgiden ziyade insanların temel özelliklerinin belirlediğini varsayar.²⁶⁰

Neo-Klasik modelin alışılmış açıklamasında, bütün aktörler tam bilgiye ve açıkça belirlenmiş ekonomik amaçlara sahiptirler. Firmalar üretim fonksiyonları veri

²⁵⁸ A.Dinç ALADA, *age*, s: 4.

²⁵⁹ Thomas GRABEL, Andreas PYKA ve Horst HANUSCH, *age*, s: 496.

²⁶⁰ Scott SHANE, “Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities” *Organization Science*, Vol. 11, No. 4, July–August 2000, 2000, s:449.

iken, kar maksimizasyonunu sağlayan üretim paketini seçerler. Girdi düzeyini seçerek, firma tüm karar değişkenlerinin optimal değerini sağlayan hesaplamayı yapar ve bu değerler kar maksimizasyonunu sağlayan iş kararlarını oluşturur. Benzer şekilde, tüketiciler de bütçeleri veri iken, beklenen fayda düzeylerini maksimize edecek tüketim paketini seçerler. Denge noktasında, malın arzı ile talebini birbirine eşitleyen tek bir fiyat vardır. Bu denge fiyatında tüm piyasalar temizlenmiş olur. Ekonomik çevrede dışsal bir değişme olmadıkça, optimal değerler de sabit kalacaktır. Ardından hesaplamalar tekrarlanır, değerler tekrar bulunur ve yeni bir şok ortaya çıkana kadar tekrar sabit kalır. Burada, belirsizlik olmayan bir dünyada ulaşılan denge durumlarına dikkat çekilmektedir. Ayrıca kredi piyasaları mükemmel bir şekilde işlediği için, özsermaye de zorunlu değildir. Neo-Klasik model, sahip olduğu üretim fonksiyonuyla rasyonel tercihler ve tam bilgi mantığıyla birlikte, aktif girişimci için bir yer bırakmamaktadır. Bu modelde firma kendi kendisini işletir, dolayısıyla da girişimci önemini yitirmiştir.²⁶¹

Başlıca temsilcileri A.Marshall, F.Y.Edgeworth ve A.C.Pigou olan ilk Neo-Klasik iktisatçılar girişimcilik teorisine dikkate değer bir ilgi göstermişlerdir. Fakat, daha sonraki Neo-Klasik iktisatçıların çoğunluğunun biçimlendirdiği modeller girişimcilik teorisine yeteri kadar çok katkı yapmamıştır.²⁶²

19. yüzyılın sonunda “*marjinal fayda devrimi*” çoğunlukla Neo-Klasik teorisinin başlangıcı olarak görülür. Marjinal devrimin kahramanları için girişimci ekonomik oyundaki önemli bir oyuncudur. Örneğin Walras girişimciyi bir koordinatör ve arbitrajcı olarak tanımlar. Girişimci; toprak sahibi, kapitalist ve işçinin dışında ekonomideki dört oyuncudan biridir.²⁶³ Walras, girişimcinin asli rolünün üretken değerleri talep ve arz etmek olduğunu ifade ederek girişimcinin mübadelesi olmadan ücretlerin, faizlerin ve rantların hiçbir zaman belirlenemeyeceğini ileri sürmüştür.²⁶⁴ Yani girişimci olmadan aktivite olmaz,

²⁶¹ C. Mirjam van PRAAG, **Successful Entrepreneurship Confronting Economic Theory With Empirical Practice**, Edward Elgar, Northampton, USA, 2005, s: 16-17

²⁶² C. Mirjam van PRAAG, **age**, s: 16.

²⁶³ Sven RIPSAS, **age**, s: 105.

²⁶⁴ A.Dinç ALADA, **age**, s: 3.

değişim olmaz. Walras girişimcinin rolü üzerinde durmasına rağmen, girişimciyi onun denge modelinin içerisinde katmamıştır.²⁶⁵

Neo-Klasik okulun en önemli öncülerinden biri Alfred Marshall'dır. Marshall Neo-Klasik ekonomik düşüncenin şekillenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Marshall, ekonomide girişimcinin önemli bir rol oynadığının farkında olmasına rağmen, girişimcinin fonksiyonunu asla açık bir şekilde belirtmemiştir. Fakat yine de girişimcileri; koordinatörlük, yenilikçilik ve arbitrajcılığı kapsayan çeşitli rollerle tanımlamıştır.²⁶⁶ Marshall'a göre girişimcinin rolü mal ve hizmet üretmek ve bunun yanında maliyetleri minimize etmeye yarayacak yeni yöntemler bularak, yeni fırsatlar arayarak yenilikler sunmaktır. Girişimci, firma içerisindeki bütün sorumluluğu üstlenerek kontrol fonksiyonunu yerine getirecektir. Girişimci üretimi yönlendirecek, iş riskini üstlenecek, sermaye ve işgücünü koordine edecek ve tüm bunları yaparken hem yönetici hem de işveren olacaktır. Marshall'a göre girişimcilik bazı beceri ve yetenekleri gerektirmektedir. Örneğin girişimci hızlı hareket etmeli, karşılaştığı problemlere hızlı bir şekilde çözümler yaratabilmeli, değişikliklere uyum sağlayabilmeli, istikrarlı ve güvenilir olmalıdır.²⁶⁷ Bu genel yetenek ve beceriler aileye, eğitime ve doğuştan gelen kalıtsal yeteneklere bağlıdır.²⁶⁸ Yine bu genel beceri ve yeteneklerin yanı sıra girişimcilik, ticaret bilgisi, öngörü yeteneği, fırsatları görebilme yeteneği ve risk üstlenebilme yeteneği gibi bazı özel yetenekleri de gerektirmektedir. Son olarak ise girişimci işveren rolünün üstesinden gelebilmek için lider olma özelliğine de sahip olmalıdır.²⁶⁹

Kısaca Marshallian piyasa ekonomisinde girişimsel sınıf merkezde yer almaktadır. Girişimciler, üretim ve dağıtım sürecinin itici gücüdürler. Piyasadaki arzı ve talebi, firma içerisindeki sermaye ve işgücünü koordine ederler. Üretimle birleşen bütün riski üstlenirler. Firmalarına önderlik ederler ve yönetirler. Maliyetleri minimize ederler ve bu yüzden de hem yenilikçi hem de ilerlemenin sebebidirler.²⁷⁰

²⁶⁵ Sven RIPSAS, **age**, s: 105.

²⁶⁶ Ruta AIDIS, **age**, s: 3-4.

²⁶⁷ Semra ARIKAN, **age**, s: 5.

²⁶⁸ C. Mirjam van PRAAG, **age**, s: 18.

²⁶⁹ Semra ARIKAN, **age**, s: 5.

²⁷⁰ C. Mirjam van PRAAG, **age**, s: 19.

Francis Edgeworth, girişimciyi üretim faktörlerini birleştiren bir koordinatör ve arbitrajcı veya ürün ve faktör piyasalarını birleştiren bir komisyoncu olarak görür. Fakat o asla bir girişimcilik teorisi geliştirmemiştir.²⁷¹

Neo-Klasik okulda girişimciliği ele alan iktisatçılardan biri de Von Thünen'dir. Thünen, girişimciyi hem risk alıcı hem de yenilikçi olarak ele almıştır.²⁷² Thünen'e göre bir işle ilgili her riski üstlenen bir sigorta şirketi yoktur. Dolayısıyla da riskin bir parçası daima girişimci tarafından üstlenilir.²⁷³ Thünen, girişimci ile yönetici kavramlarını ayırtmış ve ayırt edici unsur olarak girişimcinin risk alması üzerinde durmuştur.²⁷⁴ Thünen, her ikisi de aynı bilgi ve yeteneğe sahip olsa bile kendi hesabı adına çalışan girişimcinin sarf ettiği çabanın, yöneticiden farklı olduğunu belirtmektedir. Girişimci, girdiği iş kumarı yüzünden endişe, merak ve huzursuzluk içinde bir iş felaketinden nasıl kaçınabileceğini düşünerek günlerce uykusuz geceler geçirirken, tersine yönetici, eğer gün içinde çok çalışmış ve yorulmuşsa, görevini de yerine getirmiş olmanın bilinciyle huzur içinde uyur. Thünen'e göre girişimcinin uykusuz geçirdiği geceler verimsiz değildir. Girişimci bu gecelerde firma başarısızlığından kaçınabilmek için planlar yapar ve çözümler bulur. Bu nedenle Thünen'e göre, aslında iş dünyasındaki sıkıntılar girişimci için bir eğitim/yetiştirme imkanı sunar ve girişimci yeteneğinin gelişmesine katkıda bulunur.²⁷⁵

Thünen'in girişimci teorisinin gelişmesinde önemli bir adımı da, girişimci teorilerindeki farklı türleri (bir yanda risk alan, diğer yanda yenilikçi girişimci) başarılı bir şekilde birleştirmiş olmasıdır. Thünen'e göre girişimsel gelir esas itibariyle iki kısımdan oluşmaktadır: Girişimsel riskin getirisi ve yaratıcılığın getirisi. Bu ikisinin toplamı ise toplam firma karını vermektedir.²⁷⁶ Thünen'e göre girişimcinin kazancı, i) yatırılmış sermayenin bugünkü faizi; ii) işletmecilik ücreti; ve iii) kayıpların hesap edilebilir risklerin karşılığı olarak sigorta priminin, firmanın gayri safi kazancından çıkartılması ile elde edilir. Thünen'in "bakiye" getiri olarak

²⁷¹ Ruta AIDIS, *age*, s: 4.

²⁷² Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 5.

²⁷³ Robert F. HEBERT ve Albert N. LINK, *age*, 2006, s: 592.

²⁷⁴ Serpil DÖM, *age*, s: 6.

²⁷⁵ Robert F. HEBERT ve Albert N. LINK, *age*, 2006, s: 592.

²⁷⁶ Robert F. HEBERT ve Albert N. LINK, *age*, 2006, s: 592-593.

tanımladığı girişimci kazancı, önceden hesap edilemeyen, dolayısıyla öngörülemeyen bir gelir kategorisidir.²⁷⁷

Girişimcilikle ilgili yukarıda bahsedilen bütün bu katkılar, piyasadaki bir arbitraj fırsatını yakalayabilen bir kişi olarak bir girişimci düşüncesini iletmektedir. Bu katkılar da girişimcinin rolü üzerine hiçbir şey söylenmemiştir. Bu anlamda Schumpeter yenilik ve çok aktiflik yoluyla piyasadaki değişimleri ve dengesizliklerin yaratılmasında girişimcinin rolünü tanımlayan ilk iktisatçıdır.²⁷⁸

2.1.1.4. Schumpeter'in Girişimcilik Alanındaki Katkıları

Girişimcilik teorisine, muhtemelen en önemli ve en bilinen katkı “*The Theory of Economic Development*” adlı kitabında girişimciyi yeniliği sunan birey olarak tanımlayan Joseph A. Schumpeter tarafından yapılmıştır.²⁷⁹

Schumpeter girişimciyi yeni bir firmanın kurucusu olarak ve yerleşmiş alışkanlıkları bozan ve yapılan eski biçimlere karşı gelen bir yenilikçi olarak tanımlar.²⁸⁰

Schumpeter, girişimci ve inovasyon (yenilik) arasındaki mükemmel (benzersiz) ilişkiyi vurgulayarak daha önceki bir çok teorinin aksine ekonomik gelişme sürecinde girişimciye önemli bir rol yüklemiştir. Schumpeter girişimciyi ekonomik gelişmenin güç kaynağı olarak düşünür ve onun fonksiyonu yenilik yapmak veya yeni kombinasyonlar gerçekleştirmektir.²⁸¹

Schumpeter, inovasyonu büyümenin bitmek tükenmek bilmeyen bir kaynağı olarak görür. Rekabete dayalı kapitalizm, bütün sosyal sınıflardan bireyleri girişimciliğe doğru teşvik ettiği için yeniliğin gücü bozulmadan olduğu gibi kalır.²⁸²

Schumpeter, bir girişimci için yeniliğin beş farklı çeşidini ve yönünü listelemiştir:²⁸³

²⁷⁷ A.Dinç ALADA, *age*, s: 1-2.

²⁷⁸ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 6.

²⁷⁹ Ruta AIDIS, *age*, s: 4.

²⁸⁰ Maria T. BROUWER, “Weber, Schumpeter and Knight on Entrepreneurship and Economic Development”, *Journal of Evolutionary Economics*, Vol: 12, 2002, s: 89.

²⁸¹ Patrich N. O’FARRELL, *age*, s: 568.

²⁸² Maria T. BROUWER, “Entrepreneurship and Uncertainty: Innovation and Competition Among The Many”, *Small Business Economics*, Vol: 15, Kluwer Academic Publishers, 2001, s: 149-150.

- Yeni bir mal oluşturma veya bir malın kalitesini artırma,
- Yeni bir üretim metodu oluşturma,
- Yeni bir pazara açılma,
- Hammaddeler veya ara malları için bazı yeni arz kaynaklarını kullanma,
- Bazı yeni organizasyonel endüstriler başarma,.

Buna göre girişimcinin işlevi, yeni bir icat yapmak, ürün kalıbını tamamen değiştirmek, ya da daha genel olarak, yeni bir ürünü daha önce denenmemiş bir şekilde üretmek, mevcut ürünü yeni bir yöntemle üretmek, hammadde arzı için yeni kaynaklar bulmak, ürünleri için yeni pazarlar bulmak ya da işi yeniden organize etmektir.²⁸⁴

Schumpeter'in girişimcilik alanına katkısını anlamak için şunun altını çizmek gerekir. Schumpeter'in bahsettiği bu yenilik çeşitleri zaten piyasada var olan ve girişimcinin kontrolü altında olan kaynaklardan gelen yeniliklerdir. Bu durumda yenilik bir icadın sonucu değildir. Girişimciler icatçı olabilirler, fakat bir yeniliğin doğması için icat gerekli değildir. Bu nedenle girişimci bir icatçı değildir, fakat normal bir kapitalist de değildir.²⁸⁵

Piyasada gerekli olan tüm kaynaklar mevcutken sadece küçük bir grup insan (girişimciler) kar fırsatlarını kovalamaktadır. Ekonomik sistemdeki bu girişimci azlığının sebebi aslında yeniliğin etkilerinde yatmaktadır. Mevcut durumun bozulabilmesi, ekonomik sistemde kökleşmiş, kurumsal ve sosyal engellerin üstesinden gelinmesini gerektirir. Sonuç olarak girişimci zihinsel bir özgürlüğe sahip olmalıdır. Doğal olarak da azdırlar, nadirdirler.²⁸⁶

Schumpeter için girişimci sadece yenilikçi değil, aynı zamanda bir liderdir.²⁸⁷ Schumpeter girişimci tipolojisinin belirleyici özelliğinin liderlik olduğunu vurgulamıştır. Schumpeter'e göre liderin bir düşüncesinin yaratıcı olması zorunlu değildir, aynen girişimcinin uygulamaya soktuğu üretim yönteminin mucidi olmasının gerekmediği gibi. Lider düşüncesiyle değil, davranışının enerjisiyle

²⁸³ Joseph A. SCHUMPETER (1934), **The Theory of Economic Development**, Transaction Publishers, London, 1996, s: 66.

²⁸⁴ Joseph A. SCHUMPETER, **Capitalism, Socialism and Democracy**, Third Edition, Harper&Brothers, 1950, s:132.

²⁸⁵ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, **age**, s: 6-7.

²⁸⁶ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, **age**, s: 7.

²⁸⁷ Ruta AIDIS, **age**, s: 4.

karakterize edilmektedir. Yeni bir düşünce, liderin eylemi olmazsa, asla bir yenilik olarak gerçekten uygulanamaz.²⁸⁸

Schumpeter, girişimsel ve yönetsel fonksiyonlar arasında açık bir biçimde ayırım yapmış ve girişimsel fonksiyonun doğasının sadece yenilik sürecinin içerisinde ortaya çıktığını vurgulamıştır.²⁸⁹ Schumpeter'e göre, girişimci ile sıradan iktisadi işlevleri yerine getiren işadamları birbirinden farklıdır. Schumpeter'e göre girişimci kapitalist ekonomiye dinamizm katarken, sıradan iş adamı statik dönemde varlığını sürdürebilmekte, kar edebilmektedir.²⁹⁰

Schumpeter'in iktisadi düşüncesi üzerinde Neo-Klasik iktisadın, özellikle Walras'ın büyük bir etkisi olmuştur. Fakat Schumpeter açısından Walras'ın genel denge yaklaşımı statik bir iktisadi düzeni açıklayabilmekte ve değişim karşısında çaresizlik içinde kalmaktadır. Dolayısıyla da Neo-Klasik yaklaşım somut dünyanın iktisadi meselelerini çözümlenmekte yetersiz kalmaktadır. Schumpeter burada Walras'ın genel denge modelini bir yöntem olarak ele alarak iktisadi ilişkileri betimlemektedir.²⁹¹ Diğer bir ifadeyle Schumpeter çalışmasında piyasayı dengeli bir sistem olarak kabul eder ve girişimciliği denge durumunu bozan bir süreç olarak ele alır.²⁹² Schumpeter için piyasadaki yeni fırsatları değerlendirme kabiliyeti ekonomide dengesizlik yaratan merkezi bir girişimsel aktivitedir.²⁹³

Kapitalizm doğası gereği sonsuz değişimle karakterize edilir. Asla sabit kalmaz. Neo-Klasik denge teorisi böyle bir değişimle ilgilenmemiştir. Neo-Klasik denge teorisi sadece değişimler ortaya çıktıktan sonraki yeni teorik denge durumunu incelemiştir. Fakat, yeni denge durumuna varmadan önce, ekonomik sistemde meydana gelen birçok pozitif ve negatif gelişmeleri ele almamıştır.²⁹⁴

²⁸⁸ Ertuğrul KIZILKAYA, "Joseph A. Schumpeter'in Girişimcilik Fikrine Dair Bir Not", **Akdeniz İİBF Dergisi**, Cilt: 10, 2005, s: 28-29.

²⁸⁹ Patrich N. O'FARRELL, **age**, s: 568.

²⁹⁰ Ertuğrul KIZILKAYA, "Bir Büyük İktisatçının Metafizik Değer Yargılarına Bakışı: Joseph A. Schumpeter'in Vizyon Kavramı", **Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 22, Sayı: 1, 2003, s: 18.

²⁹¹ Ertuğrul KIZILKAYA, **age**, 2005, s: 30.

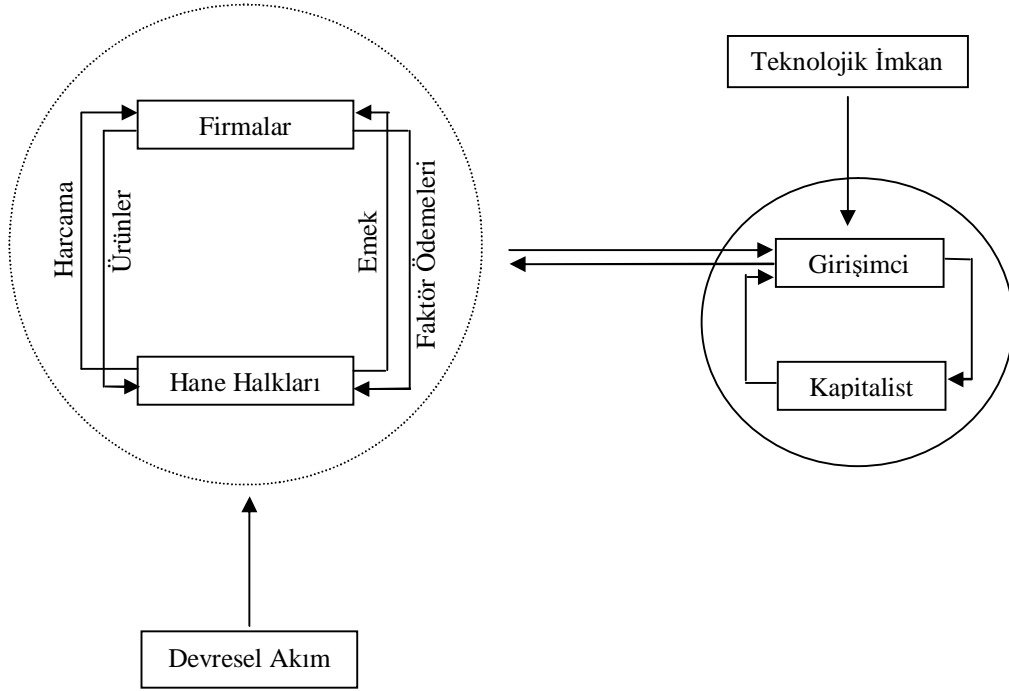
²⁹² Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, **age**, s: 6.

²⁹³ Kristian PHILIPSEN, **age**, s: 4.

²⁹⁴ Robbin TE VELDE, "Schumpeter's Theory of Economic Development Revisited", (Edt.) Terence E. BROWN ve Jan ULIJN, **Innovation, Entrepreneurship and Culture The Interaction Between Technology, Progress and Economic Growth**, Edward Elgar Publishing, 2004, s: 105.

Denge teorisine yapılan bu sert eleştiriye rağmen Schumpeter denge teorisini kabul etmiştir. Aksine ekonomik sistemin statik tanımını devresel bir akımın bakış açısından yapmıştır. Schumpeter'in ekonomik gelişme modelinin ana yapısını aşağıdaki şekilde birbirinin tamamlayıcısı olan iki küre yansıtmaktadır.²⁹⁵

Şekil 2.1. Schumpeter'in Ekonomik Gelişme Modeli



Kaynak: Robbin TE VELDE, *age*, s: 106.

Şekildeki birinci daire dengeli ya da onu çabalayan devresel akım sistemidir. Schumpeter'in devresel akım tanımı sistemde var olmayan tamamlanmış mallar varsayımından başlar ve herhangi bir yerde daima bir talep isteyerek (seve seve) her arzı bekler. Bu koşullar altında bütün mallar piyasada bulunur ve ekonomik yaşamın devresel akımı kapalıdır. Durağan durumda, kapalı bir sistemde maliyetler, üretim faktörlerinin fiyatlarının toplamıdır ve ürünlerden elde edilen gelir fiyat toplamlarına eşit olmalıdır. Schumpeter, bu statik çerçevede karların, eksik rekabetin bir belirtisi olduğuna işaret etmesine rağmen, Neo-Klasik ekonomide tam rekabet şartları altında marjinal gelirin marjinal maliyete eşit olduğunu da tekrarlamaktadır.

²⁹⁵ Robbin TE VELDE, *age*, s: 105.

Böyle bir durağan durum modelde daha ilgi çekici bir gözlem ise, ister üretici ister tüketici olsun tüm aktörlerin davranışlarının yalnızca rutinler üzerine kurulu olduğudur. Ürün satıcıları, hem kendi tüketimlerini karşılamak hem de ürünleri için hammadde almak için aynı zamanda birer tüketici olmaktadır. Sonuç olarak, hane halkı ya da firmalar, ampirik olarak elde edilmiş bilgilere/verilere göre hareket ederler. Bilgiler değişebilir, ancak herkes mümkün olduğunca sıkı bir şekilde geleneksel ekonomik yöntemlere tutunacak ve yalnızca gerektiğinde şartların baskısına boyun eğecektir.

Şekildeki ikinci daire, değişimi tetiklemenin daima yollarını arayan girişimcinin ve kapitalistin ortak yaşam alanını simgelemektedir. Birinci dairede tüketicilerin istekleri temel güç iken, ikinci dairede üreticiler etkin rol oynamaktadır. Schumpeter, üretimi “hammaddelerin bir araya getirilmesi” olarak tanımlamakta ve üreticinin icatçı olmadığını belirtmektedir. Çünkü üreticinin, ürünü için ihtiyaç duyduğu bütün malzemeler zaten mevcuttur ve çoğunlukla da kullanıma hazırdır. Böyle bir ekonomik büyümenin arkasındaki itici güç ise malzemelerin yeni bileşenlerinin ortaya çıkarılmasıdır.²⁹⁶ Diğer bir ifadeyle daha önce de bahsettiğimiz girişimci için geçerli olan yeniliğin beş türünün ortaya çıkarılmasıdır.

Schumpeteryen girişimci, yaptığı yenilikler sayesinde ekonomiyi bir denge noktasından alıp daha iyi, daha yüksek bir denge noktasına taşıyan kişidir. Girişimci, mevcut dengeyi bozan ve yeni dengeye doğru gidişatı hızlandıran kişi olarak görülmektedir.²⁹⁷

Girişimcilik teorisine inovasyon kavramını ekleyen Schumpeter, ekonomik aktivite sistemleri arasında statik ve değişken olarak bir ayırım yapmıştır. Statik, statik (durağan) dairesel kapitalist sistemi tanımlar ve bu, kapitalist için tipik bir durumdur. Girişimci değişen sistemde önemli bir aktördür. Schumpeter için girişimci, değişim için mekanizmanın taşıyıcısıdır. Değişimler ekonominin hem içinden hem de dışından meydana gelebilir. Değişim, gelişim veya girişimcilik yeni bileşimlerin

²⁹⁶ Robbin TE VELDE, *age*, s: 105-107.

²⁹⁷ J. Stuart WOOD, “The Development and Present State of The Theory of Entrepreneurship in Product and Asset Markets by Knight, Hayek, Schumpeter, Mises, Krizner, Shackle, and Lachmann”, *Austrian Scholars Conference 2005*, March 19, 2005, s: 36.

tamamlanmasıyla tanımlanır. Yeni bileşimlerin tamamlanması ise (başarmak) bize girişimciyi çağırır.²⁹⁸

Schumpeter'e göre tarihsel perspektifte denge kavramıyla açıklanamayan iktisadi değişim sahnesinin baş aktörü, yaratıcı yıkım sürecinin lideri konumunda olan girişimci. Ona göre girişimci, sezgi, irade ve liderlik özellikleriyle iktisadi yenilenmenin hem nedeni hem de kaptanı konumundadır. Farklı davranış özelliklerine sahip olan girişimci, özellikle gelecekle ilgili sınırlı bilgi kısıdı karşısında, üstün özellikleri ve yaratıcılığıyla cesurca davranmakta, iktisadi kaynakları beklenmedik, sıra dışı ve şaşırtıcı alanlara sürüklemek yoluyla iktisadi yenilenmenin önündeki engelleri ykmaktadır. Girişimcinin yarattığı bu değişim ve yenilik ortamının bir başka görünümü iktisadi yapıdaki devrevi hareketlerdir. Böyle bir süreçte kredi hacmi genişler, fiyatlar yükselir, faiz oranları artar ve nihayetinde fiyat, maliyet ve miktar ilişkileri olarak tanımlanabilecek olan denge durumu bozulur. Dolayısıyla da girişimci, çevresindekiler için bir risk ve belirsizlik ortamı yaratmış olur. Bu çerçevede Schumpeter, rasyonel üstü özellikleri vasıtasıyla girişimcinin, rasyonel davranışın temsilcileri konumundaki yöneticilere üstünlük sağladığını göstermeye çalışmaktadır.²⁹⁹

Schumpeter, girişimci karını “maliyeti aşan fazlalık, firmanın gelirleri ile giderleri arasındaki fark” olarak tanımlamasına rağmen, girişimci karını açık bir şekilde, girişimci faktör girdisine ödenen faktör ödemesi (örneğin; girişimciye yenilikçi faaliyeti karşılığında ödenen ücret) olarak görmektedir. Bu, girişimci karını girdilerin satın alma fiyatı ile çıktılarının satış fiyatı arasındaki fark olarak tanımlayan Knight, Mises ve Kirzner'in açıklamalarından büyük bir farklılık sergilemektedir.³⁰⁰

Schumpeter'in teorisi, girişimcinin asla belirsizlikten kaynaklanan riski taşımamasından dolayı eleştirilmektedir. Schumpeter belirsizliğe, girişimciye sermayeyi borç veren kapitalistin katlandığını düşünmektedir. Girişimci sadece sahip olduğu kendi sermayesi kadar belirsizliğe katlanır.³⁰¹

²⁹⁸ Joseph A. SCHUMPETER, *age*, 1934, s: 66.

²⁹⁹ Ertuğrul KIZILKAYA, *age*, 2005, s: 31-32.

³⁰⁰ J. Stuart WOOD, *age*, s: 35.

³⁰¹ Patrich N. O'FARRELL, *age*, s: 569.

Schumpeter'in çalışmasının geniş ve uzun periyotlu çalışmaları kapsamı yönünden, bilim adamları onun teorisindeki iki ana evreyi tanımlama yönünde çalışmışlardır. Bu evreler Mark I ve Mark II olarak nitelendirilmiştir.³⁰²

2.1.1.4.1. Yaratıcı Yıkım (Mark I)

Schumpeter'in ilk fikirlerinde iki ayrı dünya vardır. Birincisi simetrik bilgi, ekonomik rasyonellik ve belirsizliğin olmamasıyla karakterize edilen durağan piyasa dengesidir. Sistem olarak, alışılmış şeyler ve deneyimler farklı aktörlerin davranışlarını yerine getirmelerinde temel roller oynamaktadır. Girişimci tarafından oluşturulan ikinci dünyada ise değişimler ekonominin döngüsel akışı içinde sunulmuştur. Bu değişiklikler aynı zamanda girişimci tarafından kar fırsatları arama yolları olarak nitelendirilir.³⁰³

Mevcut durumu değiştirme gerçeği göz önüne alındığında bu, piyasada var olan bağlantıları değiştirmek ve yerleşik firmaların önceden var olan avantajlı kaynaklarını yok etmek anlamına gelmektedir. Burada "yaratıcı yıkım" fikri ortaya çıkmaktadır.³⁰⁴ Diğer bir ifadeyle bir yenilik olumlu ve olumsuz şekilde birçok piyasayı etkilemektedir. Yenilik nedeniyle piyasaların daralıp yok olmasına "yaratıcı yıkım" (Mark I) denilmektedir. Tersine durumuna, yani yenilik nedeniyle piyasaların gelişmesine ise "yaratıcı birikim" (Mark II) denilmektedir.³⁰⁵

Ekonomik gelişme, ekonomik yaşamın bütün sektörlerinde dengeli bir şekilde yayılan basit bir büyüme süreci değildir. O, yeniliğin yaratılması ve eski ürünlerin ve üretim süreçlerinin yıkılması tarafından karakterize edilir. Bunun yanında varolan firmaların birçoğu ve diğer örgütler yeteneklerini kolayca geliştiremezler ve

³⁰² Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 7.

³⁰³ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 7.

³⁰⁴ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 8.

³⁰⁵ Bekir Sami OĞUZTÜRK, **Bölgesel Kalkınmada Yenilikçiliğin Rolü ve Göller Bölgesi Üzerine Bir Uygulama**, T.C. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2003, s: 13.

uzmanlık alanlarına dönerler. Fakat yine de gelişmeyle ilgili bu süreçte sıklıkla hayatta kalamazlar.³⁰⁶

Schumpeter'in yaratıcı yıkım kavramı tarihsel süreç içinde benzersiz bir süreci açıklar ve iki temel hipotezi bulunmaktadır. Bu, dalgalı bir süreçtir ve temel karakteristikleri değişim içerisindedir. Değişimin dalgalı olması hipotezi, yaratıcı yıkımın daimi olarak süren bir fırtına olduğu anlamına gelmektedir.³⁰⁷

Schumpeter'e göre yaratıcı yıkımda ekonomik gelişme dört temel olaylar serisinden oluşmaktadır:³⁰⁸

- **Başlangıç Dengesi:** Analitik başlangıç noktası, alışılmış davranışlara dayanan bir ekonomik sistemdir. Bu sistemde ekonomik aktörlerin alışkanlıkları yönünde işleyen bir dengenin kurulu olduğu varsayılır.
- **İnovasyon ve Ekonomik Gelişme:** Yenilikçi bir azınlık, girişimlerine başladığında başlangıç dengesi bozulur. Bu, ekonomik gelişmeye öncülük eder, fakat yenilikçi yeteneklerin tükenmesi ve dengesizlik durumunda yenilik yapmanın zorluğu dolayısıyla gitgide yeniliğin akımı kötüleşir.
- **Yenilenmiş Denge:** Er geç yenilikçi dürtü gelişmeyi desteklemek için yetersiz kalacaktır. Ekonomik darboğaz, birçok eski firmayı ekonomik sistemin dışına iten rekabetçi yaratıcı yıkım sürecini keskinleştirecektir.
- **Evrim:** Alışagelmiş sistemin ekonomik evrimi, rutin hale gelmiş dengelerin ve yenilikçi dengesizliklerin birleşimidir.

Yaratıcı yıkım, bir yenilik ikame etkisi nedeniyle bir çok piyasanın daralmasına veya yok olmasına neden olmakta ve bu arada yeni piyasalar gelişip farklı firmaları bünyesine çekmekte, bir sektör yok olurken diğeri doğup gelişmektedir. Örneğin elektrik ampulünün icat edilmesi evlerde ve sokak lambalarında gaz kullanımını ortadan kaldırmıştır. Burada dikkat edilmesi gereken

³⁰⁶ Esben Sloth ANDERSEN, Michael S. DAHL, Bengt-Ake LUNDVALL ve Toke REICHSTEIN, "Schumpeter's Process of Creative Destruction and The Scandinavian Systems: A Tale of Two Effects", **The DRUID Conference**, 18-20 June 2006, 2006, s: 3.

³⁰⁷ Esben Sloth ANDERSEN, "The Process of Creative Destruction: From Vision to Measurement and Evolutionary Exploration" **Industrial Dynamics, Innovation and Development**, DRUID Summer Conference 2004, 2004, s: 3.

³⁰⁸ Esben Sloth ANDERSEN, **age**, s: 3-4.

önemli bir nokta, gaz lambaları ortadan kalkmasına rağmen, dünyada gaz kullanımına devam edilmesidir. Yani gaz piyasadan tasfiye olmamış, aksine kendini farklı alanlara yöneltmiştir. Yapılan başka yenilikler gazın farklı alanlarda kullanılması sürecini ortaya çıkarmıştır. Örneğin gazla çalışan ısıtma sistemleri ortaya çıkmıştır ya da uçak yakıtı olarak kullanılmaya başlanmıştır.³⁰⁹

Yenilikler genel olarak yeni firmalar tarafından sağlanmaktadır. Schumpeter'in bu konu hakkındaki görüşünü nakletmenin büyük önemi vardır: "Yeni kombinasyonlar kural olarak, eskiden olduğu gibi yeni firmalardan gelir, genel olarak eski firmalardan çıkmaz, fakat işlemeye onların yanında başlar. Ancak yeni firmaların oluşması için gerekli olan kaynaklar zaten vardır. Yeni kombinasyonlar üretim için gerekli malları eskilerinden çekmek zorundadırlar. Yeni kombinasyonları başlatmak, ekonomik sistemin varolan üretken mal gereçlerinin farklı kullanımı anlamına gelmektedir." Girişimciler bu yüzden eski kaynakları kullanan yeni aktörler olarak ortaya çıkarlar. Onlar olağandışıdır. Mevcut durumda kazanılan sonuçlarla yetinmezler. Sürekli yeni büyüme fırsatları arayışındadırlar.³¹⁰

Girişimcilerin boylamsal analizine ve genel ekonomik sistemin evrimi üzerine odaklanıldığında, girişimcinin statüsünün geçici olduğu ortaya çıkmaktadır. Yeni kombinasyonları başlatmak fonksiyonu tamamlandığında girişimcilik rolü artık devam etmeyecektir. Fakat yaratıcı yıkım süreci kesintisiz bir şekilde işlemeye ve ekonomik çevreyi şekillendirmeye, farklı firmaları yeni ürünlerden, yeni teknolojiden, yeni tedarik kaynaklarından, yeni tip organizasyonlardan oluşan bir rekabetle yüzleşmeye zorlamaya devam edecektir. Bu rekabet, mevcut firmaların çıktığı ve kar marjlarını değil, kuruluş ve yaşamlarını da etkileyecektir.³¹¹

2.1.1.4.2. Yaratıcı Birikim (Mark II)

Schumpeter, büyük firmaların ellerinde var olan geniş imkanlarını kullanarak yenilikler ortaya çıkarmaları ve zaman içerisinde kabuk değiştirerek rekabetçi avantajlarını ve güçlerini koruyabilmelerine veya büyük firmalar dışında yapılan

³⁰⁹ Bekir Sami OĞUZTÜRK, *age*, s: 13-14.

³¹⁰ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 8.

³¹¹ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 8.

yenilikler sayesinde başka piyasaların gelişmelerine ve kendilerini yenilemelerine yardımcı olmalarına “yaratıcı birikim” (Mark II) ismini vermektedir.³¹²

Schumpeter’in daha sonraki katkıları ekonomik gelişmenin aktörü olarak girişimcinin rolünü azaltmıştır. Büyük firmaların öneminin artmasıyla birlikte, yeniliğin kökenini bu tür bütünleşmiş firmalar olarak tanımlamıştır. Belirsizlik ve potansiyel keşif alanları, büyük firmaların araştırmaları üstlenmelerinin artışı sonucu azalmıştır. Bu sosyal fonksiyon (girişimcilik) zaten önemini kaybetmektedir ve hızla artan bir oranda da devam edecektir. Rutin sayılabilecek şeyleri yapmak günümüzde eskisine nazaran daha kolaydır, yeniliğin kendisi rutin hale gelmektedir. Teknolojik ilerleme artan bir şekilde neyin gerekli olduğu ve öngörülebilir hangi yollarla çalıştırılabileceğini ortaya çıkaran deneyimli uzmanlardan oluşan takımların işi olmaktadır. İlk zamanlardaki ticari maceranın hikayesi giderek eskimektedir. Çünkü bir dahinin kafasında canlandırabileceğinden çok daha fazlası hesap edilebilmektedir.

Bilim adamlarının değişmiş pozisyonları uyumsuzluğun göstergesi değildir, çünkü ekonomik senaryonun 20. yüzyılda yüzleştiği değişikliklerden etkilenmiştir. Schumpeter’in farklı görüşleri bir araya getirildiğinde girişimciye özgü bazı karakterlerin altını çizmek mümkündür: Girişimci herhangi bir pozisyon için belirli organizasyonlarda özel bir referansı veya genelde sosyal bir bağlamı ve bağımsız bir sosyal değer veya inancı olmadan icatları yeniliklere çeviren kişidir. Onun tasvirinin olağandışı olarak sunulması sadece başarının güçlü bir gerekliliğinden kaynaklanmaktadır. Girişimcilik bir meslek veya uzun süreli bir durum değildir. Girişimci sadece risk alan veya sermaye sağlayan değildir, o aynı zamanda ekonomik gelişmenin unsurudur.³¹³

2.1.1.5. Schumpeter Sonrasında Girişimcilik Alanındaki Gelişmeler

Schumpeter, girişimcilik teorisine önemli bir katkı sağlamış olup, daha sonraki düşüncelerin ortaya çıkmasında ve gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır. Schumpeter sonrasında girişimcilik alanına katkı sağlayan önemli düşünürlerden bazıları şunlardır:

³¹² Bekir Sami OĞUZTÜRK, *age*, s: 14.

³¹³ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 8-9.

2.1.1.5.1. Knight ve Girişimcilik

Frank Knight (1885-1972), girişimcilik teorisine katkı sağlayan ilk Amerikalı iktisatçıdır.³¹⁴ 1921'deki "*Risk, Uncertainty and Profit*" adlı çalışmasıyla girişimcilik teorisinin modern şeklinin oluşmaya başlamasında önemli bir rol oynamıştır.³¹⁵

Knight, Cantillon'un girişimcilik teorisini genişletmiştir. Girişimci belirsizliğe katlanır (Cantillon'un riskinden çok daha belirli bir şekilde tanımlar) ve girişimcilik arbitrajdan çok daha fazlasını kapsar. Üstelik Knight, başarılı bir girişimci olmak için gerekli olan motivasyon ve karakteristik analize de katkıda bulunmuştur.³¹⁶

Knight'e göre girişimcinin ana misyonu, gelecekteki şartlar hakkında tam bilgiye sahip olmaksızın neyin yapılması gerektiğini ve nasıl yapılması gerektiğini karar vermektir.³¹⁷

Belirsizlik ve risk Knight'ın girişimcilik tanımının temel parçalarıdır. Knight, sosyal düzenin en önemli karakteristiğini belirsizliği ortaya çıkarmayla açıklamıştır: "İlk durumda ürünler üreticilerin kendi ihtiyaçlarının tatmini için değil, tüketici ihtiyaçlarının tahmini esasına göre üretilir. İkinci durumda tahmin işi ve aynı zamanda teknolojik yönelimin büyük bir kısmı ve üretimin kontrolü oldukça dar bir üretici sınıfı üzerinde yoğunlaşmıştır, ve biz yeni bir ekonomik aktörle tanışırız: girişimci"³¹⁸

Knight risk ve belirsizliği ayırmıştır. Risk hesaplanabilir bir olasıdır ve bu yüzden de maliyet olarak ele alınır. Bir şampanya fabrikasında şişelerin patlama yüzdesi buna örnek gösterilebilir. Bu tehlikeler bizim maliyet hesaplarımızın içinde yer alır. Yangın gibi diğer risk tipleri sigorta edilebilir. Buna karşın belirsizlik sigorta edilemez. Risk ve belirsizlik arasındaki en önemli farklılık, bir olayın meydana

³¹⁴ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 6.

³¹⁵ C. Mirjam van PRAAG, *age*, s: 21.

³¹⁶ C. Mirjam van PRAAG, *age*, s: 21.

³¹⁷ Peter NIJKAMP, "Entrepreneurship in a Modern Network Economy", *Regional Studies*, Vol: 37, No: 4, 2003, s: 398.

³¹⁸ Frank H. KNIGHT, (1921), *Risk, Uncertainty, and Profit*, University of Chicago Pres, Chicago, 1985, s: 268.

gelme öngörüsünün önceden tahmin edebilme olasılığında oluşmaktadır. Bu yangın için yapılabilir, fakat yatırım projelerinin sonuçlarıyla ilgili olarak yapılamaz.³¹⁹

Bekirsizliğin uygun bir şekilde yönetilmesi girişiminin esas işidir. Buna ilaveten girişimcinin yeterli finansal kaynaklara, cesarete, kendine güvene, yaratıcılığa ve ileri görüşlülüğe sahip olması da gereklidir.³²⁰

Knight, girişimsel sürecin nasıl başladığı ile ilgili bir gerekçe sunmamıştır. O, sadece gelirin iki türüne öncülük eden sosyal uzmanlaşma sürecinin bir sonucu olarak girişimsel karı açıklamıştır: Sözleşmeden doğan işçi geliri (ücretler) ve girişimcinin artan geliri (kar).³²¹

Knight, girişimciyi net karı alan bir kimse olarak tanımlar. Kar girişimcinin gelirinden, bütün sözleşmelerden doğan ücretler çıkarıldıktan sonra arta kalan kullanılabilir gelirdir. Kar, belirsizlik maliyetine katlandığı için girişimcinin ödülüdür.³²²

Knight, girişimciliğin çok basamaklı bir süreç olduğunu ortaya koymuştur.³²³

- Tatmin etmeye çalıştığı gelecek talebi tahmin etmek,
- Tatmin etmeye çalıştığı bu talebe yönelik eylemlerinin gelecek sonuçlarını tahmin etmek,
- Eylemlerinin başarı oranlarını ve tahminlerinin doğruluğunu değerlendirmek (Psikolojik bir süreçtir),
- Başarı ihtimali en yüksek olarak görülen planı seçmek.

Knight'e göre başarılı girişimci, diğer girişimcilerin yaptığına göre geleceği çok daha doğru olarak görür. Girişimcinin zihnindeki tek şey geleceğin bir vizyonunu yaratmaktır.

Knight, doğada faaliyet kararlarının iki süreçten geçerek verildiğini vurgulamıştır. Birincisi, bir eylemden kaynaklanan olayların tahmininin yapılması, ikincisi ise bu tahminin doğruluk derecesinin değerlendirilmesidir. Bir işadamı faaliyetlerinin sonucunda sadece en iyi tahmini oluşturamaz. Bunun yanında tahminin

³¹⁹ Maria T. BROUWER, *age*, 2002, s: 92.

³²⁰ Peter NIJKAMP, *age*, s: 398.

³²¹ Frank H. KNIGHT, *age*, s: 271.

³²² Mark CASSON, *The Entrepreneur An Economic Theory*, Edward Elgar Publishing, Second Edition, Northampton, 2003, s: 220.

³²³ J. Stuart WOOD, *age*, s: 32.

doğruluk olasılığını hesaplar. Bir girişimci bunu nasıl planlar: Girişimci alternatif planlar setine bakar ve en iyi planı seçmeden her bir tahminin doğruluk olasılığını değerlendirir. Başarılı olma olasılığı en yüksek olan plan doğru tahmindir. Buna göre Knight, başarılı girişimcilerin tahminlerinde yüksek bir doğruluk kanısına sahip olan girişimciler olduğunu vurgulamıştır.³²⁴

Knight, girişimcinin zihninde riski ve belirsizliği algılama özelliğinin bulunduğunu vurgular. Ona göre, bir girişimcinin özel bir durumda riski algılayabilmesi onun doğru bir şekilde tahmin edebilme yeteneğine bağlıdır.³²⁵

Knight'ın girişimcilik teorisinde, yatırımlar belirsizliğin pozitif etkisi etrafında döner. Knight'ın girişimcisi Schumpeter'in girişimcisinden farklıdır. Çünkü, Knight girişimcinin rolünde yatırımcılığı çıkarmıştır ve yenilikçide değildir. Knight'ın görüşünde girişimci sadece bir işçidir.³²⁶

Knight'ın girişimci tanımında belirsizlik, temel bir unsur ve başlangıç noktasıdır. Bu açıdan Schumpeter, Knight'la uyuşmaz. Schumpeter, girişimciyle kaynak sahibi arasında ayırım yapmadığı için Knight'ı eleştirmiştir. Knight, karın kaybetme riskini taşımayla sağlanabileceğini benimsemiştir. Schumpeter, kaynaklara sahip olma rolünün girişimciden ayrı olduğunu savunur. Bu yüzden risk, girişimciyi anlamada Schumpeter için çok önemli bir unsur değildir.³²⁷

Knight, sermayenin derinleşmesi sorununda Schumpeter ile aynı fikirdedir. Knight, aynı zamanda tüketim kredisi için faiz ödenebilmesine rağmen, gelişen bir toplumda sadece karların ve faizin varolabileceği noktada Schumpeter ile yine aynı fikirdedir. İnovasyon, karların kaynağıdır ve yatırımlar sadece yeni kaynaklar yaratmak için kullanıldığında ortaya çıkar. Knight, girişimsel motivasyon açısından Schumpeter'den farklıdır.³²⁸

Özetle Knight'ın girişimcisi bütün belirsizliğe katlanarak toplumda birikime katkı sağlar. Girişimci sorumluluk sahibi olduğu kararlar alır. Üretim faktörlerinin sabit ödemesine kefil olur. Girişimcilik kefil olunan ödemeleri yapmak için yeterli

³²⁴ J. Stuart WOOD, *age*, s: 32-33.

³²⁵ J. Stuart WOOD, *age*, s: 33.

³²⁶ Maria T. BROUWER, *age*, 2001, s: 150.

³²⁷ Kristian PHILIPSEN, *age*, s: 4.

³²⁸ Maria T. BROUWER, "*age*, 2002, s: 92.

sermayeye sahip olabilmenin yanı sıra belirsizliğe katlanma yeteneğini de gerektirir.³²⁹

2.1.1.5.2. Kirzner ve Girişimcilik

Avusturyalı bir iktisatçı olan Kirzner, 1973'deki “*Competition and Entrepreneurship*” adlı çalışmasında, tam bilgi ve denge fiyat varsayımlarını sorgulayarak Neo-Klasik dünyaya sert bir eleştiri sunmuştur.³³⁰ Bu anlamda Kirzner, dengenin varlığı hakkında Neo-Klasik iktisatla uyuşmamaktadır. Çünkü, tam bilgi varsayımına inanmaz. Kirzner açısından girişimcilik bilginin eksik dağılımıdır.³³¹ Kirzner, asimetric bilginin varlığının piyasada dengesizliği oluşturmaya öncülük ettiğini vurgulamıştır. Bu anlamda iyi girişimcilik, yeteneklerine bağlı olarak bu anormalliklerle yeterince uğraşabilmektir.³³²

Kirzner, piyasa süreci içerisinde girişimciye çok önemli bir pozisyon vermiştir. Girişimciliği yeniliklerin bir sonucu olarak ve ekonomik dengesizlik tarafından sağlanan fırsatlardan istifade etmeye gücü yetmek olarak tanımlamıştır. Bu yüzden Schumpeteryen görüşü tam tersine çevirmiştir ve girişimciyi dengesizlik avantajını elde eden dengeleyici bir aktör olarak düşünmüştür.³³³ Diğer bir ifadeyle girişimciler piyasa sürecinde dengeyi sağlayıcı güçtür.³³⁴

Kirzner'e göre koordinasyon eksikliğinin ve bilgisizliğin olmadığı dengeli bir durumda girişimci, kaynakların veya üretim faktörlerinin etkin bir şekilde yeniden tahsisine katkı sağlayamaz. Bununla birlikte Kirzner, girişimsel piyasa sürecinin sistematik açıdan dengeyi sağlama eğilimini yansıttığını iddia eder.³³⁵ Çünkü denge durumuna asla kendi kendiliğine varılmaz. Girişimciler kar fırsatlarının varlığıyla ilgili değerlendirmede yanlışlık yapsalar bile, her bir hata girişimsel kazanç için yeni fırsatların doğmasını sağlar.³³⁶

³²⁹ C. Mirjam van PRAAG, *age*, s: 23-24.

³³⁰ Peter NIJKAMP, *age*, s: 398.

³³¹ Kristian PHILIPSEN, *age*, s: 4-5.

³³² Peter NIJKAMP, *age*, s: 398.

³³³ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 9.

³³⁴ C. Mirjam van PRAAG, *age*, s: 24.

³³⁵ Fikret ADAMAN ve Pat DEVINE, “A Reconsideration of the Theory of Entrepreneurship: A Participatory Approach”, *Review of Political Economy*, Vol: 14, No: 3, 2002, s: 336-337.

³³⁶ C. Mirjam van PRAAG, *age*, s: 24.

Kirzner'in girişimcisi özel bir yetenek veya kişilik özelliği gerektirmez. Girişimci gerekli olan bütün emek ve iş yeteneklerini kiralayabilir.³³⁷ Kirzner'in, girişimcinin dengeyi sağlayan güç olduğu tezini destekleyen temel kavram "uyanıklık"tır (alertness). Kirzner, "uyanıklığı" gelecekteki bir hayali gerçekleştirmek için insanlığın eğilimini motive etmek olarak tanımlar ve girişimcinin onun varolduğu zamandan çok farklı bir gelecek yaratması gerektiğini vurgular.³³⁸ Bu kavram girişimciliğin özünü kapabilmek için gerekli olan tek şeydir. Bu özellik spesifik bir bilgi türünden oluşmaktadır: Girişimcilik için gerekli olan bilgi türü "bilginin nerede aranacağını bilmedir". Bu bilgi türü, açıkgozlülük kelimesiyle oldukça yakın anlamdadır. Girişimsel bilgi, bilginin en yüksek hali olarak tanımlanabilir. En büyük bilgi, sahip olunan mevcut bilginin (veya keşfedilme olanağı olan bilginin) kullanılmasını gerektirir.³³⁹

Kirzner'e göre girişimcinin diğerlerinden daha önce kar fırsatlarını algılaması gerekir. Girişimcinin uyanık olması gerekir. Girişimci ekonomideki fırsatlardan yararlanan en uyanık insandır.³⁴⁰ Kirzneriyen girişimci, tüketicilerin henüz varolmayan değerlerini önceden tahmin etmelidir. Girişimci gelecekte varolacağına güvenir. O, bu malları satmaya çalıştığında, tüketim değerlerinde umulmadık bir değişim içerisinde üretimi yapar.³⁴¹

Kirzner'e göre girişimci pazar yerinde asimetrik bilgilerden kaynaklanan fırsatları yakalar ve bu fırsatları kullanarak çıkar sağlar. Kar ise özünde piyasadaki ve girişimciler arasındaki bu tür bilgi açığının ve bilgi farklılığının uygun eylemle fırsata dönüştürülmesinin bir sonucudur.³⁴²

Kirzner'e göre girişimcinin rolü istifade edilmemiş potansiyel fırsatlardan gelmektedir. Bu bireyin, sosyal fonksiyonu da çok önemlidir: Görülmeyen fırsatlardan istifade etmek, piyasadaki mevcut kaynakların daha etkin bir şekilde

³³⁷ C. Mirjam van PRAAG, *age*, s: 25.

³³⁸ J. Stuart WOOD, *age*, s: 38.

³³⁹ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 9.

³⁴⁰ C. Mirjam van PRAAG, *age*, s: 25.

³⁴¹ J. Stuart WOOD, *age*, s: 38.

³⁴² Seyfi TOP, *age*, s: 53-54.

yeniden dağıtılması anlamına gelmektedir. Bu bakış açısına göre girişimci, “sosyal artığı” azaltmaktadır.³⁴³

Bununla birlikte, Schumpeter ve Kirzner’in bakış açılarının her ikisi de girişimsel sürecin farklı türlerinin olduğunu düşünür. Kirzner’in bakış açısı, artışlı-sürekli (incremental-continuous) yeniliklere odaklanmıştır. Schumpeter’in görüş ise, her tür yeniliğe sonuç verir, hatta radikal-süresiz (radical-discontinuous) yeniliklere bile.

Kirzner’in girişimcilik görüşü, girişimciyi bir arbitrajcı olarak düşünen bilim adamlarıyla uyumsuzdur. Uyanıklık bir tür yaratıcı bilgidir ve tecrübeler yoluyla edinilmiş bilgileri içermez. Girişimsel bilgi yaratıcılığı içerir. Bu faktör girişimsel fırsatların doğasını şekillendirir, piyasada nesnel olarak var olsa bile sistematik araştırmanın bir ögesi olamaz. Girişimsel fırsatlar için “başarılı araştırma” açıklamasını kullanmak doğru değildir, sürpriz hissi oluşturan bir olgu olan keşif kelimesini kullanmak daha uygun görünmektedir.³⁴⁴

Kirzner’e göre girişimciler birer üreticidir. Fakat üreticiler buluş yaparlarsa ve bu buluşlarından kar elde ederlerse birer girişimcidir.³⁴⁵ Kirzner, firmanın özel bir tanımını vererek firmayı girişimciden ayırmıştır: Firma girişimcinin tamamladığı bazı girişimsel karar almaların, özellikle de belirli kaynakları satın almanın sonucudur.³⁴⁶

Kirzner, girişimciliğin riskin bir parçasını kapsadığını kabul eder, fakat bu, girişimciliğin özü olan fırsatları algılama görüşünü reddetme anlamına gelmez. Belirsizlik kelimesinin içinde açıközlülükte yer almaktadır. Girişimcilik sadece algılanmış fırsatların dikkatli kullanımı değildir. Girişimci, belirsizlik altında çalışır ve bu yüzden de hayal gücünü, düşüncesini ve yaratıcılığını ortaya koyar. Girişimcinin rolü belirsizliğin hepsini yüklenmek, üstüne almak değildir. Onun görevi, yüklenilmiş belirsizliğin kenarında, hayal gücü, düşünce ve yaratıcılığıyla farkına vardığı fırsatları başarılı bir şekilde ortaya koyabilmektir.³⁴⁷

³⁴³ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 9.

³⁴⁴ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 9-10.

³⁴⁵ C. Mirjam van PRAAG, *age*, s: 25.

³⁴⁶ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 10.

³⁴⁷ Fikret ADAMAN ve Pat DEVINE, *age*, s: 337.

2.1.1.5.3. Casson ve Girişimcilik

1980'lerin başlarından beri ilgi önemli bir oranda artmasına rağmen, Schumpeter ve Knight'tan sonra girişimcilik hakkında bir ekonomik teori sunmaya çabalayan yazar sayısı çok seyrek. Önemli bir katkı, girişimci için bir ekonomik teori geliştirmeyi arzu eden Mark Casson tarafından yapılmıştır. Casson, özellikle Knight, Schumpeter ve Krizner tarafından girişimci teorisine yapılan katkıları seçerek önemli bir sentez yapmak istemiştir.³⁴⁸

Casson'a göre Neo-Klasik teori çok fazla eleştirilmesine rağmen, eleştiride bulunan yaklaşımların hiçbiri Neo-Klasik teorinin yerine başka bir teori sunmamıştır. Halbuki ne Neo-Klasik teori ne de onun eleştiricileri girişimcilik teorisini geliştirememişlerdir.³⁴⁹ Casson'a göre bunun iki temel nedeni vardır. Birincisi Neo-Klasik iktisat okulu bilgiye erişme hakkında çok aşırı varsayımlar yapmıştır. Basit Neo-Klasik model, bireylerin karar alırken bütün bilgiye özgürce erişebildiğini varsaymıştır. Bu varsayım karar almada optimizasyon için mekanik matematiksel kuralların uygulanmasını azaltır. Bu ise karar almayı önemsizleştirir ve alınmış belirli bir kararda girişimcinin rolünü analiz etmeyi imkansızlaştırır. İkinci neden ise, Avusturya iktisat okulunun girişimciyi aşırı derecede öznelci sunmasıdır.³⁵⁰

Casson, asimetric bilgiyi ve işlem maliyetlerinin varlığını kabul ederek bir bakıma Neo-Klasik varsayımları hafifletmiştir. Onun işlem maliyeti kavramı, girişimci faaliyetlerinin fırsat maliyetini göstermektedir.³⁵¹

Casson, girişimciyi kıt kaynakların koordinasyonu hakkında yargısal kararlar almada uzmanlaşmış birileri olarak tanımlar.³⁵² Casson bu tanımını desteklemek için beş argümana sahiptir:³⁵³

- Girişimcilik, uzak sonuçlara varmakla ilgili belirli bireylerin karar vermesini mümkün kılan bir kişilik kalitesi olarak görünmektedir.
- Girişimcinin diğer insanlara göre daha bilgili veya en azından daha ilgili olması gerekir.

³⁴⁸ Kristian PHILIPSEN, *age*, s: 5.

³⁴⁹ Sven RIPSAS, *age*, s: 108.

³⁵⁰ Mark CASSON, *age*, s: 9.

³⁵¹ Sven RIPSAS, *age*, s: 108.

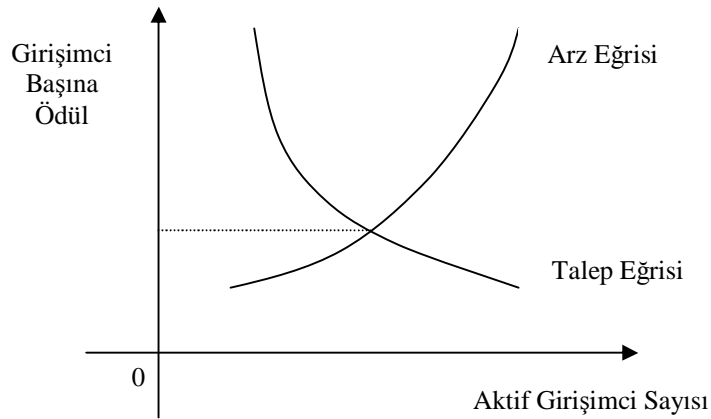
³⁵² Mark CASSON, *age*, s: 20.

³⁵³ Kristian PHILIPSEN, *age*, s: 6.

- Girişimci, kişisel çıkar sağlamayla motive edildiği varsayılıyor.
- Başkaları yanlışken girişimci doğru olduğuna inanır. Dolayısıyla girişimciliğin esası, durumu(koşulu) algılamada bir farklılığa sahip olmaktır.
- Girişimci, kendisi ve diğer iş yapanlar arasındaki piyasalara ulaşmak için bir kurum yaratmak zorundadır.

Casson'a göre girişimci belirsizlik koşulları altında hem arzı hem de talebi koordine edebilen bir kişidir. Fakat talebi veya ihtiyaçları çok iyi görmek kadar önemli olan diğer bir husus mevcut fırsatı işe dönüştürecek kaynaklara ulaşabilmektir. Casson, tüm girişimcilerin kaynaklara ulaşma yolunun ekonomik olarak açık olmasını savunur. Çünkü girişimci kendi kaynaklarına olduğu kadar çevresindeki dışsal kaynaklara da ulaşabilmeli ve onları da bir ölçüde kontrol etmelidir. Bu nokta aynı zamanda küreselleşmenin merkezindeki ana aksiyomlardan da birisidir. Bu anlamda girişimcilerin iç ve dış kaynaklara ulaşması ve onları kontrol etmeleri, girişimciliğin ekonomik teorilerine yapılan önemli bir katkıdır. Eğer bir toplum kendi girişimcileri tarafından bu kaynaklara ulaşamıyorsa o toplum için refah çok zor olacaktır. Çünkü başka bir ülkenin girişimcisi o kaynakları bir şekilde ele geçirecektir.³⁵⁴

Şekil 2.2. Girişimciliğin Arz ve Talebi



Kaynak: Seyfi TOP, *age*, s: 56.

³⁵⁴ Seyfi TOP, *age*, s: 55-56.

Şekilde girişimcilerin kaynaklara ulaşma yoluyla girişimcilikteki değişim ve girişimcilik dengesi görülmektedir. Girişimcilerin ekonomik kaynaklara (içsel ve dışsal kaynaklara) ulaşma biçimlerini arz eğrisi, girişimcilerin elde ettikleri kaynaklarla yarattıkları değerleri ve çabalarına karşılık olarak aldıkları ödülleri ise talep eğrisi gösterir. Girişimciliğin niteliğindeki ve sayısındaki artış ve azalışlar ekonomideki teşvik ve desteklerle açıklanır. Arz girişimcilere sunulan bir dizi olumlu-olumsuz koşul, durum, çevre, altyapı, teşvik, sermaye, nitelikli eleman, teknoloji, bilgi gibi kaynakları ifade eder. Yani girişimciliği teşvik eden ya da sınırlayan veya engelleyen her türlü dışsal-içsel faktörleri ifade eder. Talep eğrisi ise bu kaynaklara hangi ölçüde harekete geçirebilen ve girişime başlayan girişimleri ve girişimcilerin yeteneklerini, becerilerini, algılamalarını, önsözlerini, bilgilerini, ustalıklarını ifade eder.³⁵⁵

2.1.1.5.4. Baumol ve Girişimcilik

Baumol geleneksel teori ile kamu-tercihi yaklaşımını birleştirerek, girişimciliğin açıklanmasında farklı bir yaklaşım ele almaktadır. Baumol, girişimsel ödüllerin doğasına odaklanmaktadır ve girişimcinin kahramanca hareket eden birisi olmak zorunda olmadığı sonucuna varmaktadır.³⁵⁶

“Temel hipotezim, girişimcilerin iyi ya da kötü şeklinde, veya üretken ve üretken olmayan faaliyet arasında dağılımı, tesadüfi durumların bir sonucu olmadığıdır... Girişimci genellikle tam anlamıyla hiçbir üretken bir katkı yapmamaktadır, hatta bazı durumlarda Veblen’in deyimiyle üretimin ‘sistemik sabotajı’ durumunda olduğu gibi yıkıcı bir rol oynamaktadır. Bu, tesadüfen ortaya çıkmamakta, rant kollamanın (*rent seeking*), ekonomideki üretken faaliyetlerden daha karlı olduğu durumlarda ortaya çıkmaktadır. Şurası açıktır ki; girişimcilik ‘erdemlik’ ile eşanlamlı olmak zorunda değildir.”

Baumol girişimciyi bazı alışılmamış tarzdaki ekonomik aktivitelerin üyesi olarak tanımlar ve hayal gücünü kullanmayı, cesareti, beceriyi, liderliği, ısrarcılığı ve zenginliği, gücü ve pozisyonu kovalamada kararlılığı gerektirir. Başka bir deyişle bu

³⁵⁵ Seyfi TOP, *age*, s: 56.

³⁵⁶ James A. MONTANYE, *age*, s: 556-557.

terim büyük veya küçük grupların ya da organizasyonların ekonomik aktivitelerini yöneten kişiler tarafından bütün alışılmamış aktiviteleri kapsar.³⁵⁷

Baumol'un girişimci analizine onun açık ve kesin bir şekilde ifade ettiği iki ilke yol gösterir.³⁵⁸

- i. Varsayımlarınızı mümkün olduğunca gerçeklik ile uyuşacak şekilde kurun, ancak hakkında hiçbir şey söyleyemeyeceğiniz kadar aşırı varsayımlarda bulunmayın.
- ii. Eğer mümkünse, Neo-Klasik analiz çerçevesinde kalmaya çalışın.
Baumol girişimcinin rolünü üç farklı açıdan açıklamıştır:³⁵⁹
 - Niçin girişimcilik bizi ilgilendiriyor? Cevap: Çünkü girişimcilik ekonomik gelişmenin arkasındaki önemli bir faktördür.
 - Niçin ekonomik teori formal bir girişimcilik analizi geliştirmede başarısız olmuştur ve niçin önceden tahmin edilemeyen gelecekte bu başarı olasılığı olmayan değişimler yapılıyor? Cevap: Çünkü, girişimcinin “robot maksimize eden liderler” (automaton maximizer lead) olarak sunulmasında hesaplamaların kullanılmasına, girişimcilik analizinin hiçbir yerinde rastlanmamaktadır. Ana akım iktisadın yakın gelecekte bu yaklaşımı terk edeceğine dair umut vardır. Baumol; oyun teorisini son derece anlamlı bulmakta ve davranışçuların geleneksel yaklaşımdan ayrılma yönündeki istekliliklerini cesaret verici bulmaktadır, ancak yakın bir zamanda bu alanda gerçek bir kırılma görememektedir.
 - Girişimci arzı ve girişimcinin davranışı ile ilgili dikkatli/titiz analiz yapmadan bile girişimcinin rolü üzerimde çok fazla şey söylemek nasıl mümkündür? Cevap: İktisat teorisi girdilerin kullanımına odaklanmaktadır ve girdilerin dışsal olduğu varsayımından dolayı bize “geldikleri yerde çok az olduğu” cevabını vermektedir. Dolayısıyla mevcut ana akım iktisat teorisinde girişimciyi açıklamaya çalışmak, teoriyi değiştirmek anlamına gelmektedir.

³⁵⁷ James A. MONTANYE, *age*, s: 557.

³⁵⁸ Gunnar ELIASSON ve Magnus HENREKSON, “William J. Baumol: An Entrepreneurial Economist on the Economics of Entrepreneurship”, *Forthcoming Small Business Economics*, 2003, s: 2-3.

³⁵⁹ Gunnar ELIASSON ve Magnus HENREKSON, *age*, s: 3-4.

Baumol, girişimciliğin iktisat teorisinden uzaklaştığını iddia eden ilk iktisatçılardan biridir. Baumol, girişimciyi piyasaya yeni bir şey sunan kişi olarak görmektedir. Firma teorisi de dahil olmak üzere mikro iktisadın girişimciliği dışlayan bir model olduğunu söyleyen Baumol, girişimciliğin tanımlanmasının imkansız olduğunu ancak örneklerle açıklanabileceğini savunmaktadır. Baumol'a göre girişimcilik teorisi, girişimcinin kim olduğunu veya girişimciliğin ne olduğunu açıklamaya çalışmaktan önce, girişimciliği destekleyenleri veya kurumsal yapıları araştırmalıdır.³⁶⁰

Baumol'a göre girişimciler her zaman iyiliği düşünen ve toplumsal refahı arttırmayı hedefleyen bireyler değildir. Toplumdaki diğer bireyler gibi kendi çıkarlarını yönünde hareket ederler. Amaçları kar elde etmek, kazanç sağlamak ve toplumda diğerlerine göre daha iyi konumda olmaktır. Girişimsel faaliyetlerin sosyal refahı artırıcı etkisi olması veya olmaması girişimcilerin karar vermelerinde belirleyici bir faktör değildir. Baumol'a göre kar motivisi girişimsel davranışı şekillendirmektedir. Nerede kar fırsatları varsa girişimciler o alana yönelmektedir.³⁶¹

Baumol'a göre, girişimciliğin modern alternatifi rant arama faaliyetleridir. Girişimciler getirisi daha yüksek olduğu zaman, yüzlerini rant benzeri gelirlere çevirmektedirler. Burada girişimcileri kar arama ve rant arama arasında tercih yapmaya iten şey sosyal ve ekonomik kurumsal yapıdır. Bir başka ifadeyle sosyal ve ekonomik kurumsal yapı girişimciliğin verimli veya verimsiz alanları tercih etmesindeki belirleyici faktör durumundadır.

Baumol'a göre piyasa ekonomilerinin hakim rekabet yapısı oligopolistik piyasalardır. Baumol, bunun Ar-Ge faaliyetlerinin firma içine taşınmasına neden olduğunu ifade etmektedir. Böylece, büyük ve az sayıdaki firmalar, yeniliklerin piyasaya sürülmesinde daha öncü bir rol oynamaktadır. Büyük firmalar küçük ve bağımsız girişimcilere bağımlı kalmak istememekte ve Ar-Ge faaliyetleri yoluyla, yenilik üzerinde hakim olmaya çalışmaktadır.³⁶²

³⁶⁰ Fuat OĞUZ, "Schumpeter'den Baumol'a Girişimcilik Anlayışı Üzerine", **Piyasa**, Cilt: 4, Sayı: 13, 2005, s: 150.

³⁶¹ Fuat OĞUZ, **age**, s: 150-151.

³⁶² Fuat OĞUZ, **age**, s: 151-152.

2.1.1.5.5. Evrimci İktisatta (Neo-Schumpeteryen Yaklaşımında) Girişimcilik

Girişimciliğin, yeni teknolojilerin yayılmasında, uluslararası rekabette ve yeni işlerin yaratılmasında oldukça önemli bir faktör olduğu iktisatçılar arasında yaygın bir görüştür. Fakat girişimsel faktörler Neo-Klasik paradigmanın yerleştirmiş olduğu standart ekonomik teorilerde neredeyse görülmez. Doğrusal olmayan, Neo-Schumpeteryen veya Evrimci çerçeveye göre, girişimcilik piyasa ekonomisi içerisinde teknolojik sistem ile iş fırsatlarını kullanma arasındaki bağlantıyı ortaya çıkarır.³⁶³

Orta seviyede sürdürülebilir gelişmeyi anlamak için, Neo-Schumpeteryen ekonomi bilgiye, inovasyona ve girişimciliğe güçlü bir vurgu yapmaktadır. İnovasyondaki bu vurgu, alternatif ekonomik yaklaşımlara göre Neo-Schumpeteryen yaklaşımda çok farklıdır. Genel olarak Neo-Schumpeteryen yaklaşımın altını çizdiği temel ilkenin yenilik, yani inovasyon olduğu söylenebilir. İnovasyon rekabeti, faiz koordinasyon mekanizması olarak fiyat rekabetinin yerini almaktadır. Elbette fiyatlar önemlidir, fakat ekonomik gelişmenin itici gücü açısından merkezi değildir. Fiyatlar sınırlayıcı koşulları düzenlemeyle ilgili olmasına rağmen, inovasyon önceki sınırlayıcı koşulları gidermek ve yeni olanı koymak için sorumludur.³⁶⁴

Evrimci iktisat, doğrusal (lineer) yenilik modelini kabul etmemektedir. Yeniliğin icattan yayılmaya kadar olan tüm aşamaları arasında grift geri beslemelerin var olduğunu, bu aktivitelerin sistemik özellikler içerdiğini ve bu sistem içerisindeki aktörler arasında sürekli bir bilgi akışının olduğunu savunmaktadır. Evrimci iktisat ekonomik büyümeyi açıklarken sadece ekonomik faktörleri değil, ekonomik olmayan faktörleri de kullanmaktadır. Evrimci iktisatçılara göre sosyal sistem teknoloji, ekonomik ve sosyal kurumlardan oluşmaktadır. Bunların her birisi kendi iç dinamiklerine ve açıklayıcı süreçlerine sahip olmakla birlikte karşılıklı olarak güçlü bir etkileşim içerisindeyler.³⁶⁵

Yeniliğe odaklanma Neo-Schumpeteryen ekonominin en önemli ayırt edici noktasıdır. Neo-Schumpeteryen ekonominin doğasında inovasyon, özellikle teknolojik inovasyon, yeniliğin en yaygın görünen biçimidir. Bu yüzden Neo-Schumpeteryen iktisadın, mikro düzeyde öğrenme davranışları ve inovasyon

³⁶³ Thomas GRABEL, Andreas PYKA ve Horst HANUSCH, *age*, s: 493.

³⁶⁴ Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, "Principles of Neo-Schumpeterian Economics", *Volkswirtschaftliche Diskussionsreihe*, Beitrag Nr. 278, September 2005, s: 2.

³⁶⁵ Bekir Sami OĞUZTÜRK, *age*, s: 23-24.

çalışmalarında, orta düzeyde inovasyon temelli sanayi dinamikleri çalışmalarında ve makro düzeyde inovasyonun belirlediği büyüme ve uluslararası rekabetçilik çalışmalarında en çok ilgi gören yaklaşım olması şaşırtıcı değildir.³⁶⁶

Kendisini Neo-Schumpeteryen olarak adlandırılan birçok araştırmacı şu üç temel unsur kabul etmektedir:³⁶⁷

- Kalitatif değişim ekonominin bütün seviyelerini etkiler ve bu yüzden sadece yapısal değişimler olarak değil, bunun yanında şimdiki koşul altında gelişmeyi engelleyen sınırlamaları kaldırma ve yeni koşullar altındaki gelişmeyi izin vermeyi düşünmeliyiz.
- Kalitatif değişimler zaman içinde sürekli bir şekilde ortaya çıkmazlar.
- Sonuç olarak bu değişim süreçleri güçlü doğrusal olmamalık (non-linearities) ve pozitif geri besleme etkileri göstermektedir.

Ekonomik sistemlerin gelişmesinde inovasyonu kullanan analizler için, Neo-Schumpeteryen ekonomi birkaç düşünsel kaynağa ilgiyi çekmektedir. Açıkçası birincisi ve en önemlisi olarak Joseph Alois Schumpeter'in büyük mirasıdır. Schumpeter, "*Theory of Economic Development*" adlı eseriyle inovasyonun önemli rolünü vurgulayan ilk yazarlar arasındadır. O, ekonomik gelişmeyi sadece yenilikleri ortaya çıkarmak olarak tanımlamıyor, bunun yanında ekonomik gelişmeyi başlatan ekonomik aktör olarak girişimciyi tanımlayarak sunuyor. O'nun zamanındaki gelişmelere uyan onun son kitabı "*Capitalism, Socialism and Democracy*"de Schumpeter, onun kabul edilmiş girişimci düşüncesini, büyük araştırma düşüncesiyle ve inovasyonun rutin bir iş olduğu endüstriyel firmaların departmanlarının gelişimiyle güncellemiştir.

Savaş sonrası dönemde 1980'lerin başlarında Schumpeter'in teorilerini, Neo-Schumpeteryen ekonominin ikinci düşünsel kaynağı olarak düşünülen Evrimci Kuram yeniden keşfetmiştir.³⁶⁸

Mirowski ve Hodgson gibi araştırmacılar için evrimsel teori doğal seleksiyona benzemektedir. Yine Nelson ve Winter'den Dosi ve Silverberg'e kadar birçok evrimci iktisatçı onların modellerini biyolojik seleksiyona benzeyen bir

³⁶⁶ Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, *age*, s: 3.

³⁶⁷ Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, *age*, s: 3.

³⁶⁸ Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, *age*, s: 4.

seleksiyon mekanizmasına dayandırırılar. Bu anlamda Schumpeter, ekonomi için doğal seleksiyon benzetmesinden kaçınmıştır ve evrim kavramını ekonomik evrimden ziyade bütünüyle farklı bir kavram olan ekonomik devrimle benimsemiştir.³⁶⁹

Evrimci iktisadın başlıca odağı, biyolojik ya da kültürel gelişimle uğraşan Evrimci teorinin önemli gücünün yaratılış, seleksiyon ve muhafaza etmeyle kullanılan yeniliklerin ortaya çıkışı ve yayılmasıdır. Evrimci iktisat teorisinde ekonomik aktörlerin öğrenmesi ve kavraması merkezidir. Sınırlı rasyonel (bounded-rational) aktörler belirsiz ve sürekli değişen ortamlarda araştırır ve öğrenir. Buna ilaveten inovasyon birçok farklı aktörün ortaklaşa (kollektif) hareketiyle artan bir süreç olarak görülmektedir. Aktörlerin farklılığı yeniliğin önemli bir kaynağıdır.³⁷⁰

Evrimci iktisadın önemli temsilcilerinden biri olan Nelson ve Winter, “*Ekonomik Değişimin Evrimsel Teorisi*” adlı eserlerinde teknolojik rejim düşüncesini piyasadaki rekabet yoğunluğunun asıl üstünlüğü olarak ortaya koymuştur. Teknolojik rejimler üç ana özellik tarafından belirlenirler: Fırsatlar, erişebilirlik ve giderek artma. Bu bağlamda yenilik yeni fırsatlar için piyasaya girme ve yerleşik firmalarla rekabet edebilme fırsatı olarak sunulmuştur. Fakat bu büyüme fırsatları piyasadaki baskın teknoloji tarafından yapılandırılır.

Nelson ve Winter, kar fırsatlarının değil, teknolojik fırsatların rolü üzerinde odaklanmışlardır. Bu anlamda piyasaya yenilikçi girişi kolaylaştıran girişimci rejimi, yeniliklerin genelde yerleşik firmalar tarafından yapıldığı rutin rejimden ayırmaktadırlar. Onlar firmaları bilgi depoları olarak görmüşlerdir. Bu depolar organizasyonel rutinler yoluyla kurulurlar. Sıradan ve öngörülebilir davranış kalıpları olarak tanımlanırlar. Yenilik araştırma aktivitesinin rutinleri değiştirmesiyle oluşur: Eğer rutinler mecazi anlamda “genler” olarak kabul edilirse araştırma aktiviteleri mutasyon süreci olarak kabul edilecektir.³⁷¹

Evrimci iktisadın bilgi yaratılması ve yayılımı süreçlerindeki aktörler arasındaki etkileşimi üzerindeki vurgusu, Neo-Schumpeteriyen iktisadın düşünsel temeli olarak görülebilecek “*Karmaşıklık İktisadıyla*” ilişkilidir. Sonuç olarak, Neo-

³⁶⁹ Esben Sloth ANDERSEN, “Neo- and Post-Schumpeterian Contributions to Evolutionary Economics”, **Conference on Economics and Evolution**, 10 November, 1995, s: 1-2.

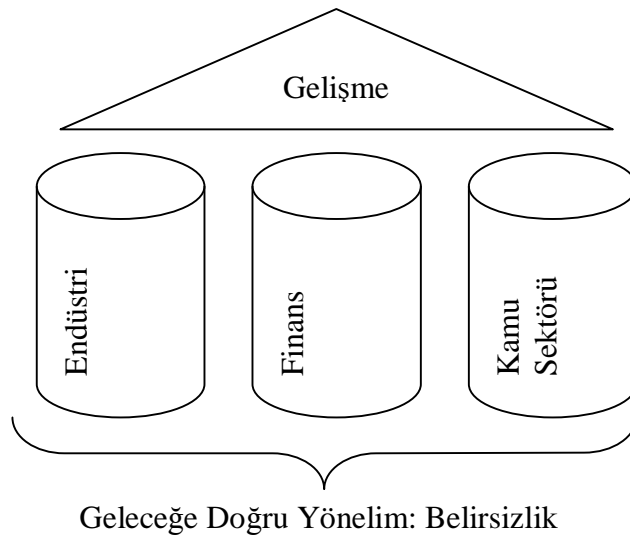
³⁷⁰ Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, **age**, s: 4-5.

³⁷¹ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, **age**, s: 10-11.

Schumpeteryen ekonomi önemli bir ilham kaynağına sahiptir. Bu noktada öğrenme ve gücün kurulmasının etkileşimli ve kolektif bir süreç olduğunu belirtmekte yarar vardır. Ayrıca kurumsal düzenlemelerin ve yönetim yapısının yanında firma temelli ekonomik aktörler, üniversiteler ve diğer kamu araştırma laboratuvarları gibi kurumsal aktörler ulusal, sektörel, bölgesel inovasyon sürecine şekil verirler ve onların performanslarının belirlenmesinde önemlidirler.³⁷²

Neo-Schumpeteryen ekonomi ekonomik gelişmede finans ve kamu sektörünün rolüne dikkat çekmektedir. Bir teori olarak kapsamlı Neo-Schumpeteryen ekonomi üç temel direk üzerine kurulmuştur: Ekonominin reel kısmı, ekonominin parasal kısmı ve kamu sektörü.³⁷³

Şekil 2.3. Neo-Schumpeteryen Ekonominin Üç Temel Direği



Kaynak: Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, *age*, s: 8.

Bu üç temel direk arasındaki ilişkiler bütün ekonomik sistemin gelişmesini sağlar veya engeller. Örneğin, finansal sektörün durumunu ele alalım. Reel sektörde meydana gelen gelişmelerin abartılması, bütün ekonominin çökmesine yol açabilecek tehlikeli balon etkiler yaratabilir. Kamu sektörünün bütün ekonomik gelişmelerle başa çıkamadığı bir durumu düşündüğümüzde ise altyapı, eğitim vb. şeyler sistemin gelişmesine ayak bağı olur. Bu ışık altında inovasyon kavramı sadece bilimsel ve

³⁷² Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, *age*, s: 5-6.

³⁷³ Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, *age*, s: 7.

teknolojik yenilikleri kapsamaz, bunun yanında kurumsal, organizasyonel, sosyal ve politik boyutları da kapsar. O halde Neo-Schumpeteryen ekonomi; yeniliği çeşitli ve çok yönlü biçimleriyle ortaya koyar ve ortak evrim süreciyle ekonominin niteliksel (kalitatif) dönüşümüne sebep olan dinamik süreçlerle uğraşır. Bu tanım Neo-Schumpeteryen ekonominin üç karakteristik özelliğini kapsar:³⁷⁴

Neo-Schumpeteryen ekonominin üç temel direği incelenerek, ekonomik gelişmede Neo-Schumpeteryen koridor kavramına ulaşılabilir:

- **Endüstriyel Gelişim:** Neo-Schumpeteryen ekonomide, ekonomilerin geçerli (hakim) dönüşümü makro, meso ve mikro seviyededir. Fakat dönüşümler makro seviyede çok görülebilir olmasına rağmen, bu seviyedeki dönüşümler analiz edilemez ve anlaşılabilir. Bu nitel değişimin kaynağı meso seviyedeki endüstri dinamiklerinde bulunabilir. Fakat endüstrilerdeki dinamik, potansiyel yenilik yaratma ve girişimsel kararlar tarafından sürdürülür. Yeni endüstrinin ortaya çıkması, inovasyon tarafından sürdürülür ve girişimsel eylem tarafından test edilir. Yeni endüstrilerin oluşumunu potansiyel olarak etkileyen inovasyon ise, mikro seviyede doğar.³⁷⁵

Dünya endüstrilerindeki bir çok sert dönüşüm, üretim aktivitelerinde bilginin ve özellikle bilimsel bilginin öneminin yükselmesine neden olmaktadır. Birçok yıldan beri bilginin kuvvetlenmesi ve küreselleşmesi, endüstrileşmiş ve endüstrileşmekte olan ekonomilere karşı koymada en önemli meydan okuma olarak düşünülmüyor. Ek olarak, sektörel oluşum, yeteneklerle ilgili ve kurumsal çerçeveye ilgili birkaç niteliksel değişim, ulusları ve bölgeleri uluslararası rekabeti yakalamaya yöneltir ve sıçrama etkisi yaratır.

Bu nitel değişim, meso veya endüstri seviyesinde hemen gelişebilir. Bunun altında yatan endüstriyel dinamikler, rekabetin çok önemli bir doğal dönüşümü tarafından karakterize edilir. Özellikle biyoteknolojiye dayalı endüstriler ve bilgi ve iletişim teknolojileri gibi teknoloji yoğun endüstrilerde, rekabet artık sadece şirketler arasında değil, yeni bilgiyi yaratan ve yayan aktör ağları arasında da sıklıkla meydana gelir. En önemlisi, firmalar artık fiyat yoluyla değil, yeniliğe hakim olma rolüyle rekabet etmektedir.

³⁷⁴ Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, *age*, s: 8-9.

³⁷⁵ Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, *age*, s: 9-11.

Küreselleşme, geleneksel üretim firmalarını pazarlarında güçlü bir fiyat rekabetine sahip olabilmeleri için ya büyümeye ya da uluslararası temelli birleşmelere zorlamaktadır. Bu firmalar aynı zamanda yenilik için yoğun bir rekabetle meşgul olmaktadır. Karmaşık modern inovasyon süreçlerinden kaynaklanan baskıların üstesinden gelmek için, küçük ve yeni girişimsel ve teknoloji yoğun şirketler kurmaya zorlanmaktadır. Dolayısıyla da özellikle bilgi yoğun endüstrilerde, teknolojik gelişmelere şekil veren ve teknolojik sürece güçlü bir katkı sağlayan küçük girişimsel firmaların varlığı gözlemlenebilir.³⁷⁶

• **Finans Sektörünün Rolü:** Schumpeter, ekonomik gelişme için finans sektörünün önemli bir rolünün olduğunu imasını ilk kez, 1912’de “*Theory of Economic Development*”te vermiştir. Üstelik yaratıcı girişimci ve risk alan bankalar ekonomik dinamiklerin arkasındaki ikinci en önemli güçtür. Fakat girişimci ve banka arasında sembiyotik bir ilişki vardır. Girişimci, banker için yatırım olanakları açar. Banker ise girişimci için riskli girişimlere imkan tanır. Dolayısıyla da bankalar ve borsalar firmaların sermayelerini oluşturmada önemli bir rol oynarlar.³⁷⁷

Neo-Schumpeteryen gelişmede finans sektöründen kaynaklanan iki çizgi vardır.³⁷⁸

- i. Belirsizlikleri azaltmak için, finans piyasalarındaki aktörlerin kararlarını kısa sürede almalarını teşvik eder.
- ii. Kısa dönemde potansiyel teknolojik atılım sinyalleri, bir ekonominin finansal alanında yanlış yorumlanabilir ve beklenen oluşum dahilinde pozitif bir geri beslemeye sebep olur.

Para ve likitide arzının artırılması, modern büyüme ve gelişmenin ana kaynağını ve temelini oluşturan Neo-Schumpeteryen yenilik dinamiklerini besler. Fakat diğer yandan sürekli olarak merkez bankası bir ekonomideki reel ve finans alanları arasındaki sembiyotik ilişkiyi düşünmek zorundadır. Çünkü ucuz likit bir politika, başlangıçta düzenli bir Neo-Schumpeteryen gelişmeyi kolaylıkla çevirerek

³⁷⁶ Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, *age*, s: 9-10.

³⁷⁷ Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, *age*, s: 11-12.

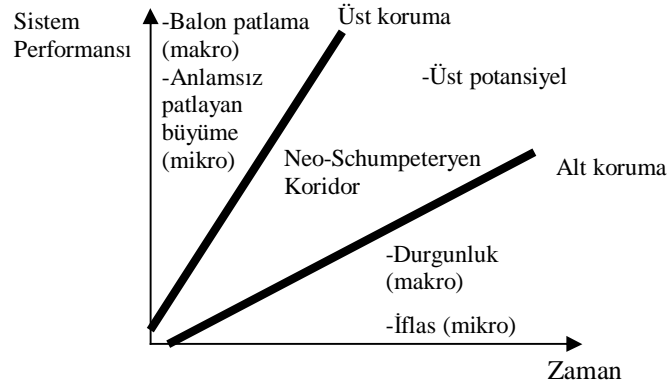
³⁷⁸ Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, *age*, s: 13.

ekonomik büyümeyi hızlandırabilir. Fakat bu, finans, varlık ve enerji piyasalarında patlayıcı bir balon etkisine yönelebilir.³⁷⁹

- **Kamu Sektörü:** Kamu sektörünün varlığı ve gerekliliği, Neo-Schumpeteryen yaklaşım dahilinde her yenilik çeşidinin beraberinde getirdiği belirsizlikten kaçınmak için tekrar açıklanmıştır. Schumpeter'in yaratıcı yıkım fikrine göre yeniliğin icadı iki etki yaratır. Yani her yenilik sürecinde kazananlar ve kaybedenler bulunur. Yenilik sürecinin belirsizliği ekonomik aktörlerin üstüne bir bilgisizlik örtüsü koyar. Bir toplum, yenilik sürecinin özellikleri ve ölçülemezliğiyle uğraşan sosyal bir sözleşmeye razı olabilir. Bu sosyal sözleşme bir devlet otoritesi tarafından yürürlüğe koyulmak zorundadır. Neo-Schumpeteryen ortamda (içerikte) sosyal sözleşme yenilikçi durumun başarısındaki sosyal sorumluluğunun yanı sıra yenilikçi aktivitelerin belirsizliği için firma aktörlerine desteği gerektirir.³⁸⁰

- **Neo-Schumpeteryen Koridor:** Üç temel boyutun ortak evrimi hesaba katıldığında gelişme süreci anlaşılabilir.

Şekil 2.4. Neo-Schumpeteryen Koridor



Kaynak: Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, *age*, s: 18.

Neo-Schumpeteryen ekonomik perspektifinde sosyo-ekonomik sistemin verimli bir gelişme için sadece dar bir koridor vardır. Derin Neo-Schumpeteryen

³⁷⁹ Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, *age*, s: 13-14.

³⁸⁰ Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, *age*, s: 14-15.

gelişme, kontrol edilemeyen aşırı büyüme ve balon etkisi ile sıfır büyüme ve durgunluk arasındaki dar bir koridor arasında yer alır.³⁸¹

2.1.1.6. Girişimcilikte Yönetimsel Yaklaşımlar

Girişimcilik yönetimsel bir sivil olarak düşünüldüğünde, girişimcilik araştırmaları artan bir şekilde girişimsel organizasyonun özelliklerine doğru kaymaktadır. Yıllardan beri girişimcilik ile organizasyon arasında bir ilişki kurulamamıştır. Çünkü girişimcilik değişimle ilgilidir ve belirsizlik durumlarında yükselir. Organizasyonlar da ise değişim genellikle yavaştır ve riske karşı olma eğilimi vardır. Yine girişimci ve firma kavramları arasındaki ilişki de açık değildir. Girişimsel teoriler bu iki kavramı ayırt etmede başarısız olmuşlardır.

Literatürdeki son gelişmelere bakıldığında hem girişimciliği hem de organizasyonu zorunlu kılmak için bütünleştirici kavramsallaştırmalar sunulmaya başlanmıştır. Literatürde bu konuda bir ikilem (dikotomi) vardır: Girişimcilik, bireylerin davranışsal bir görünümü olarak veya organizasyonun bir niteliği olarak görülmektedir.³⁸²

Birinci durumda yeni fırsatları yakalamak için yöneticiler tarafından gerçekleştirilen kurulu firmalardaki girişimsel sürecin ortaya çıkışını tanımlamak mümkündür. Bu durumda “büyük şirket girişimciliği” (corporate entrepreneurship) düşüncesini kabul etmek mümkündür. Diğer tanımlar, yönetimsel görüşler ve girişimcilik arasındaki olası entegrasyonu kabul eden literatürden alınabilir: “İç girişimcilik” (intrapreneurship), “girişimsel strateji” (entrepreneurial strategy) ve “stratejik girişimcilik” (strategic entrepreneurship).³⁸³

Girişimcilik, organizasyonun bir karakteristiği olarak tanımlanmaya çalışıldığında, girişimsel organizasyon bürokratik ve mekanik firmadan ziyade, esnek ve şartlara uyabilen olarak ortaya çıkar. Girişimcilik firma seviyesinde bireysel karakteristiklerden ayrılamaz. Çünkü organizasyonun belirli bir bakış açısı,

³⁸¹ Horst HANUSCH ve Andreas PYKA, *age*, s: 18.

³⁸² Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 14.

³⁸³ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 15.

bireylerin yönelimini inovasyona veya büyümeye doğru genişletir veya teşvik eder. Girişimsel aktivitelerin temeli, bireysel karakteristiğın önemini vurgulamaktadır.³⁸⁴

Davidsson, yönetim araştırmalarının girişimcilik alanına katkı sağladığı üç alan belirlemiştir.³⁸⁵

- Fırsatları keşfedip onları sömüren organizasyonel karakteristikler ve yönetimsel uygulamalar,
- Girişimcilikle ilgili alanlarla çakışan inovasyon yönetimi,
- Riske atılma ile firma performansı arasındaki ilişki.

Davidsson, yönetim çalışmaları perspektifi ile ilgili farklılıklar yüzünden böyle bir birleşmenin engellenebileceğini işaret etmiştir.

Girişimcilik ve stratejik yönetim arasında fark edilen diğer önemli ilişki, literatürde firma seviyesinde girişimciliğın farklı tanımlarına bakılarak anlaşılabilir. Stratejik yönetimle gittikçe artan bir ilişki içinde olan organizasyonel öğrenme konusu iki araştırma alanı arasında uzanmaktadır. Chung ve Gibbons, ortak girişimciliği “belirsizliklerin yönetilmesi ile bireysel fikirleri ortaklaşa eylemlere dönüştüren organizasyonel süreç” olarak tanımlamaktadır. Zahra ise ortak girişimciliği, firmanın yeni yetenekler kazanması ve daha sonra paydaşlara katma değer oluşturması için yaratıcı bir şekilde kullanılması anlamına geldiğini belirtmektedir.

Girişimcilik ve stratejik yönetim arasında önemli bir bağlantı olarak ortaya çıkan son konu kültürdür. Bu durumla ilgili Stevenson ve Gumpert ortak girişimciliği hem bireylerin hem de organizasyonların ötesinde bir şey olduğunu, firmaların kültüründe kökleştiğini iddia etmektedir.³⁸⁶

Girişimcilikle ilgili literatüre bakıldığında girişimcilik teorisine modern katkıların davranışsal bir fenomen olarak girişimciliği ele alan teorik bir çerçevede

³⁸⁴ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 15.

³⁸⁵ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 19-20.

³⁸⁶ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, *age*, s: 20.

bahsedildiği ve kullanıldığı görülmektedir. Bu gelenek içerisinde iki önemli katkı Stevenson ve Gartner tarafından yapılmıştır.³⁸⁷

Stevenson ve Sahlman girişimciliği, kontrolündeki kaynaklara bakmaksızın amansız bir şekilde fırsatları kovalamak olarak tanımlar. Stevenson ve Sahlman girişimciliği yönetsel yaklaşımlar içerisinde ekonomik bir fonksiyon olarak tanımlamasına rağmen, bu tanımlama girişimsel olan ve girişimsel olmayan fonksiyonlar arasında ayırım yapma konusunda faydalı değildir. Girişimcilik, anlamını değiştirebilen bir davranışlar serisidir. Stevenson ve Sahlman girişimcilik ve yönetim arasında altı önemli boyut belirlemiştir. İş uygulamasındaki bu altı önemli boyut; stratejik yönetim, fırsatları üstlenme, kaynakları üstlenme süreci, kaynakların üzerinde hakimiyet kurma görüşü, yönetim görüşü ve tazminat (compensation) politikasıdır.

Stevenson ve Sahlman davranışı iki uç noktalı bir süreç olarak algılar. Birinci uç nokta, kontrolü altındaki kaynaklara bakmaksızın fırsatları yakalama yeteneğinden emin olan “*kurucu*” (promoter) yönetici tipidir. Karşı uç nokta ise varolan kaynakları etkili kullanmayı vurgulayarak etkin yönetimi geliştiren “*vekil*” (trustee) yönetici tipidir.

Kurucu (girimci), stratejik boyutta fırsatları algılamasının itici güç olmasıyla tanımlanırken, vekil (yönetici) kontrolündeki kaynakların itici güç olmasıyla tanımlanır. Stratejik boyut, girişimciyi yenilikçi olarak gören tanımlarda olduğu gibi yenilikçi ögeyi vurgular. Bunun yanında “*vekil*” de kontrolündeki kaynakların sınırları dahilinde fırsatçı/yenilikçi olabilir. Bu açıdan stratejik boyut, bir girişimciyi tanımlamada yeterli değildir. Bunun yanında diğer beş boyutta girişimci mozağine katkı sağlar.³⁸⁸

Stevenson’dan sonra diğer bir katkı Gartner tarafından yapılmıştır. Gartner, yaklaşımını iki düşünce üzerine kurmuştur. Birinci düşünce, yeni kombinasyonlar başaran herkesin bir girişimci olduğunu ifade eden Schumpeter’dir. İkincisi ise, girişimciliğin davranışsal bir kavram olduğu düşüncesidir. Gartner’e göre girişimcilik böylece yeni organizasyonlar yaratmaya bağlı olan bir davranıştır.

³⁸⁷ Kristian PHILIPSEN, *age*, s: 9.

³⁸⁸ Kristian PHILIPSEN, *age*, s: 9-10.

Gartner, organizasyonel davranıştan girişimsel davranışı ayırt etmeye çabalamıştır. Bu ise girişimciliği anlamak ve onu geliştirmek için organizasyonel teorisindeki kişinin davranışları ve motivasyonları gibi bazı kavramların kullanılmasını gerektirir.³⁸⁹

2.1.1.7. Firma Teorisi ve Girişimcilik Teorilerinin Bütünleşik Değerlendirilmesi

Girişimcilerin işlevini yerine getirebilmesi için firmalara ihtiyaç var mıdır? Firmalar, girişimciler veya ücretle tutulmuş yöneticiler tarafından mı çalıştırılır? Ekonomistler, en azından 18. yüzyıldan beri girişimcilik hakkında düşünmekte ve yazmaktadır. Son yıllarda firma teorisi, uygulamalı mikro iktisat içerisinde hızlı büyüyen alanlardan biridir, şaşırtıcı bir şekilde yukarıdaki sorular nadiren sorulmaktadır. Modern ekonomik firma teorisi hemen hemen girişimciliğe hiç önem vermemektedir. Bu iki alan arasındaki bağlantı eksikliği ekonomik düşüncenin gelişmesinden görülebilir. Firmanın ekonomik teorisi ortaya çıktıktan sonra girişimci, mikro ekonomik analizden sürülmüştür. Oysa girişimcilik teorisi ve firma teorisi oldukça yakın ilişkilidir ve her birinin diğerinden çok şey öğreneceği olan alanlardır.³⁹⁰

Birçok yönüyle karakterize edilen girişimci, ekonomideki merkezi şahsiyetlerden biri olarak düşünülür. Benzer bir şekilde birçok girişimsel girişim her nedense bir firmayı kapsar ve firma organizasyonu bağlamında girişimcilik, piyasa teorisinde merkezi bir konu gibi görülür. Adam Smith ve özellikle de Say gibi Klasik iktisatçılar bu yönü düşünürken, ekonominin modern karakteristiğini hiç yapmamışlardır.³⁹¹ İktisadi düşünce tarihçisi Paul McNulty; “19. ve 20. yüzyılın başları süresince bir bilim olarak ekonomik gelişmenin merkezinde rekabet kavramının mükelliği olduğuna ve bir yandan piyasa sürecinin katı analitik süreci artarken, diğer yandan firma için pasif bir rolün yükseldiğine” işaret etmiştir.³⁹²

³⁸⁹ Kristian PHILIPSEN, *age*, s: 11-12.

³⁹⁰ Nicolai J. FOSS ve Peter G. KLEIN, **Entrepreneurship and The Economic Theory of The Firm: Any Gains From Trade?**, DRUID Working Paper 04-12, 2004, s: 1.

³⁹¹ Nicolai J. FOSS ve Peter G. KLEIN, *age*, s: 2.

³⁹² Paul MCNULTY, “On The Nature and Theory of Economic Organization: The Role of The Firm Reconsidered”, **History of Political Economy**, No: 16, 1984, s: 240.

Piyasaların “yükselen katı analitik işleyişi”, özellikle genel denge teorisi modelinde, firmaları yalnızca artan bir şekilde “pasif” yapmakla kalmamakta, aynı zamanda firma modelini artan bir şekilde gelenekleşmiş (*stylized*) ve isimsiz (*anonymous*) hale getirmekte ve girişimcilik ile yakından ilişkili olan piyasaların dinamik yönünü ortadan kaldırmaktadır. Özellikle, “üretim fonksiyonu görüşü” olarak bilinen gelişim (kabaca, mikro iktisat ders kitaplarında firmanın tamamen şeffaf üretim imkanları setine sahip olarak gösterildiği görüş), firma organizasyonu bağlamında girişimcilik teorisine ölümcül bir darbe olmuştur. Eğer herhangi bir firma, bir başka firmanın yaptıklarını yapabiliyorsa, eğer bütün firmalar daima kendi üretim imkanları eğrisinin üzerindeyse, eğer bütün firmalar girdi kombinasyonlarını ve çıktı düzeyleri kararlarını daima dengede tutuyorlarsa, böyle bir durumda girişimcilik ortaya çıkmayacaktır.³⁹³

Girişimcilik ve firma teorisi ile ilgili olarak günümüzün en önemli soruları, girişimcinin bir firmaya ihtiyacı olup olmadığı ve eğer varsa girişimcinin, firma ve endüstri yapısını nasıl etkilediği ve firmanın bir girişimci olup olmadığı sorularıdır. Bu soruların cevapları açık değildir.³⁹⁴ Bu konu hakkında James H. Stauss, 1944’deki “*The Entrepreneur: The Firm*” adlı makalesinde bireysel bir ekonomik aktör olarak girişimci ve ekonomik bir kurum olarak firma arasında açık bir ayırım yapmıştır. Stauss, hem yasal hem de akademik perspektifte firmanın girişimci olduğunu iddia etmiştir. Stauss, firmanın girişimci olduğu ile ilgili olarak, başlangıçta firmanın girişimci olduğu sonradan ise gerçek bir kurum olarak alındığını ileri sürmüştür. Aslında firma, organizasyon yapma kararını birleştiren bireylerden oluşmaktadır. Stauss’un yaptığı bu öneri, Neo-Klasik firma teorisine hem meydan okumuş hem de geliştirmiştir. Bu açıdan girişimcinin Neo-Klasik iktisatta ekonomik adam (*economic man*) olduğu söylenebilir.³⁹⁵

Sonuç olarak, girişimci ve firma yakın ilişkilidir. Çünkü, tam bilginin olduğu bir dünyada firmaya gerek olmayacağından, firma belirsizliğin kurumsal bir cevabı

³⁹³ Nicolai J. FOSS ve Peter G. KLEIN, *age*, s: 3.

³⁹⁴ Nicolai J. FOSS ve Peter G. KLEIN, *age*, s: 3.

³⁹⁵ Ying LOWREY, **The Entrepreneur and Entrepreneurship: A Neoclassical Approach**, Working Paper, Presentation at ASSA Annual Meeting, January 5, 2003, s: 6.

olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla da hem girişimci hem de firma değişimin yönetilmesiyle ilgilenmektedir.³⁹⁶

2.1.2. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ PSİKOLOJİK TEMELLİ YAKLAŞIMLAR

Bazı analistler, girişimciliği anlamak ve açıklamak için girişimciliğin ekonomik işlevine odaklanırken, diğerleri dikkatlerini girişimcinin kişisel özelliklerine veya kişisel karakteristiklerine çevirmiştir. Kişisel özellik yaklaşımları girişimcinin, girişimci olmayanlarla karşılaştırıldığında özel bir kişiliğe sahip olduğu varsayımına dayanır. Bu yaklaşım içerisindeki araştırmacılar, girişimci için yegane olan kişisel karakterleri tanımlamayı çalışıp, başarılı girişimcilerin en önemli özelliklerinin neler olduğunu araştırırlar. Bu bağlamda kişisel özellik yaklaşımı özellikle psikolojik bir farklılığı kapsar.³⁹⁷

Psikoloji, fırsatları keşfetme ve değerlendirme safhasında “*Niçin belirli insanlar fırsatları kovalarken diğerleri böyle bir şeyle uğraşmamaktadır?*” sorusunun cevabını aramaktadır. Bu sorunun cevabını ararken ise girişimciye ve özellikle de girişimcinin kişilik özelliklerine odaklanmaktadır.³⁹⁸

Psikologlar, girişimcilikle ilgili bazı insanların sahip olduğu ve diğerlerinde olmayan kalıcı karakteristiklerin bir fonksiyonu olan teoriler önermişlerdir. Bu perspektife göre, başarıya ihtiyaç olma, riske katlanabilme istekliliği, kendine güvenme ve belirsizliklere dayanma gibi kişisel özellikler insanların girişimciliği seçmesini etkilemektedir. Psikolojik yaklaşımlar genellikle girişimcilerin ortaya çıkardıklarına değil, onların fırsatları kendi çıkarlarına kullanma kararlarına odaklanır.³⁹⁹ Bir başka ifadeyle psikolojik yaklaşımlar için, çekici piyasa fırsatlarına cevap vererek kendi işletmelerini kuran kişilerin sayılarını bilmek yeterli değildir. Asıl önemli olan yüzlerce bireyden hangileri yeni girişimler yaratacak ve niçin her insan piyasadaki fırsatları görememektendirin cevabını bulmaktır.⁴⁰⁰ Bununla birlikte bu perspektiften araştırmacılar fırsatların keşfini incelediğinde, insanlar arasındaki

³⁹⁶ Martin RICKETTS, **The Economics of Business Enterprise An Introduction to Economic Organisation and Theory of The Firm**, Edgard Elgar, USA, 2002, s: 76-77.

³⁹⁷ Kristian PHILIPSEN, **age**, s: 8.

³⁹⁸ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, **age**, s: 27.

³⁹⁹ Scott SHANE, **age**, s: 449.

⁴⁰⁰ Kelly G. SCHAUER ve Linda R. SCOTT, “Person, Process, Choice: The Psychology of New VentureCreation”, **Entrepreneurship Theory and Practice**, Vol: 16, No: 2, 1991, s: 25.

farklılığın onların fırsatları araştırma ve tanımlama isteklilikleri ve yeteneklerine bağlı olduğunu tartışmaktadır. Kısaca psikolojik teoriler, fırsatlar hakkındaki bilgiden ziyade insanların temel özelliklerinin girişimci olmayı belirlediğini farzederler ve bu süreç, insanların harekete geçmeyle ilgili yetenek ve istekliliklerine bağlıdır.⁴⁰¹

Girişimcilikle ilgili psikolojik çalışmaları kabaca iki gruba ayırmak mümkündür. Birinci gruptakiler genellikle temel amacı, girişimsel kişiliği ayırt etmeye yönelik olan çalışmalardır. İkinci gruptakiler ise girişimci kişiliğin dışardan kaynaklanan nedenlerden dolayı biçimlenmiş olduğunu öne süren ve daha çok sosyo-psikolojik olan çalışmalardır.⁴⁰²

Girişimcilikte kişilik özelliklerini ele alan psikolojik yaklaşımlarla ilgili ilk çalışmalar 1953 yılında Atkinson ve 1961 yılında McClelland ile başlamıştır. McClelland tarafından geliştirilen psikolojik teoriler, dikkati bireyin kişilik özelliklerine, motivasyonuna ve güdülerine çekmekte ve girişimcilerin güçlü bir şekilde başarıya ihtiyaç duydukları sonucuna varmaktadır. Davidson (1989) başarıya ulaşma motivasyonunun girişimciliği açıklamada en önemli faktör olduğunu belirtmektedir. Shaver ve Scott (1991) ise, riskli girişimler yaratmayla ilgili ikna edici kişisel değişkenin sadece başarıya ulaşma motivasyonu olduğuna inanır.⁴⁰³

Girişimci başarılarında önemli olan kişisel özelliklerin neler olduğu yönündeki çalışma ve araştırmalarda herkes tarafından kabul edilen girişimci özellikleri bulunmamaktadır.⁴⁰⁴ Bu, psikolojik yaklaşımlarda farklı problemlerin yer aldığını ortaya koymaktadır. Gartner, eleştirel bir araştırmasında, girişimcilikle ilişkisi olan karakteristiklerin yanı sıra kişisel özellikleri tanımlamada farklı çalışmalarda büyük ölçüde farklı geleneklerin kullanıldığını bulmuştur. Üstelik çalışmalarda bulunan girişimcilikle ilişkisi olan karakteristikler çakışmaktadır ve birçok başarılı ve başarısız girişimci listede olmayan karakteristikler sergilemektedir. Bu da karakter özelliklerinin evrensel olmadığını göstermektedir. Benzer şekilde

⁴⁰¹ Scott SHANE, *age*, s: 449.

⁴⁰² Richard SWEDBERG, "The Social Science View of Entrepreneurship: Introduction and Practical Applications", R. Swedberg (ed.), **Entrepreneurship: The Social Science View**, Oxford U. Pres, 2000, s: 33.

⁴⁰³ Markku VIRTANEN, "The Role of Different Theories in Explaining Entrepreneurship", In Kunkel, S. (Ed.), **Entrepreneurship: The Engine of Global Economic Development**, Journal of Best Papers of the 42nd World Conference, San Francisco, 1997, s: 3.

⁴⁰⁴ Seyfi TOP, *age*, s: 74.

Aldrich ve Zimmer her zaman için geçerli başarılı bir liderlik tanımının olmadığını belirtmektedir. Onlara göre liderlik şans eseri olan bir fenomendir ve aynı girişimcilik içinde geçerlidir.⁴⁰⁵

Stevensen ve Gumpert'e göre asıl önemli konu psikolojik ve sosyal özelliklerin girişimciliğin gelişmesinde zorunlu ya da yeterli olup olmadığıdır. Casson'a göre ise girişimcilik ile kişisel özelliklerin önemli bir ilişkisi olduğunu destekleyecek ampirik sonuçlar bulmak zordur.⁴⁰⁶

Kişisel özelliklerin girişimcilik üzerindeki etkisini araştırmada Delmar tarafından yeni bir yaklaşım geliştirilmiştir. Ona göre önceki çalışmalar ya girişimcinin durağan karakteristikleri üzerinde ya da çevrenin girişim performansına etkisi üzerinde odaklanmıştır. Delmar bu noktada girişimci davranışın ekonomik-psikolojik modelini geliştirmiştir. Delmar bu model ile çevrenin girişimci performans üzerindeki ve girişimci davranışın ekonomi üzerindeki etkisini açıklamaya çalışmıştır. Buna göre girişimci davranış hem bireysel farklılıklar (entelektüel yetenek ve motivasyon gibi) hem de iş karakteristikleri tarafından belirlenmektedir.⁴⁰⁷

Girişimcilikle ilgili psikolojik yaklaşımlar gözden geçirildiğinde, psikoanalitik yönelimli gelenek içerisinde yapılan katkılardan da bahsetmek gereklidir. Bu araştırma geleneğinin temel savunucusu "Entrepreneurial Personality" (1977) adlı çalışmasında girişimsel davranışı çeşitli problemlerin yaşandığı mutsuz bir aile geçmişiyle karakterize edilen gençlik yıllarındaki deneyimin bir sonucu olarak gören Ketz de Vries'dir. Ona göre bireyler geçmişte yaşamış oldukları bu sıkıntılardan dolayı olağandışı bir kişilik kazanırlar.⁴⁰⁸ Bu olağandışı kişilik özellikleri ise girişimcileri diğer insanlardan ayıran temel özelliktir.

Girişimcilikle ilgili psikolojik teorilere bakıldığında, girişimcilik fenomenini açıklamaya yönelik birçok yaklaşım ve modelin geliştirildiği görülmektedir. Bunlardan en öne çıkan yaklaşımlar; girişimcilikte başarı yaklaşımı, girişimcilikte

⁴⁰⁵ Kristian PHILIPSEN, *age*, s: 8-9.

⁴⁰⁶ Kristian PHILIPSEN, *age*, s: 9.

⁴⁰⁷ Frideric DELMAR, *Entrepreneurial Behaviour & Business Performance*, EFI, Stockholm, 1996, s: 4.

⁴⁰⁸ Hans LANDSTRÖM, *age*, s: 43.

girişimci kişilik yaklaşımı, kontrol alanı teorisi yaklaşımı, girişimcilikte bilişsel duygusallık yaklaşımı ve temsilci kişilik yaklaşımıdır.

2.1.2.1. Girişimcilikte Başarı Yaklaşımı

Girişimcilikte başarı ihtiyacı, girişimciliğin psikolojik olarak açıklanmasında yararlanılan önemli unsurlardan biridir. Girişimcilikte başarı ihtiyacı girişimcilerin teknik iş süreçleri hakkında yeterli bilgi sahibi olma, çevreden alınan enformasyon ve algılanan fırsatlarla ilgili olarak girişimcilerin işle ilgili geleceği zihinlerinde tasarladıkları, yüreklerinde hissettikleri doğal psikolojik bir duygudur.

Girişimcilikte başarı yaklaşımı iki kategoride incelenmektedir. Girişimci başarısında kişisellik düşüncesi olarak adlandırılan birinci kategori, girişimcinin kişilik özellikleriyle ilgili olup başarıyı kişinin kendi kişisel niteliklerinin bir fonksiyonu olduğu şeklinde açıklamaktadır. Bu yaklaşımda girişimci daha işin başında başarıya karşı doğal bir motivasyona sahiptir. Bu yaklaşıma göre yeni bir girişim için başarı ihtiyacı girişimcide bir kişilik sistemi olarak tanımlanır. Bu bağlamda girişimciler, girişimci olmayanlara oranla daha fazla başarıya yönelimli ve başarıyı arzulayan baskın bir kişilik özelliğine sahip farklı kişiler olarak ele alınır. Farklı kişiliklerin başarı ihtiyacı, girişimcilik faaliyetlerinde seçici bir göstergedir.⁴⁰⁹

McClelland, girişimciliğin gelişmesinin ekonomik güdülerden ziyade, psikolojik bir değişken olan başarıma ihtiyacına bağlı olduğunu belirtmektedir. Bu anlamda girişimciliğin gelişmesinde hükümetin yapmış olduğu destek ve teşvikler önemli olsa bile, girişimciliğin başlangıcı psikolojik bir olgudur.⁴¹⁰

McClelland girişimcilikte yüksek başarı için üç davranış özelliğine dikkat çekmektedir. Birincisi sorunlara çözüm bulmak için kişisel sorumluluk alma ve inisiyatifi başlatmak. İkincisi makul bir başarı amacı belirlemek ve bu amaca ulaşmak için makul bir riski üstlenmek. Üçüncüsü de performansla ilgili sağlam bir arzu duymak ve istemektir.⁴¹¹

Girişimcilikte başarı yaklaşımıyla ilgili ikinci kategori girişimcilik başarılarında çevresel etki düşüncesidir. Bu yaklaşımda girişimci başarıları, kişiliği

⁴⁰⁹ Seyfi TOP, *age*, s: 75.

⁴¹⁰ Murat DEMİREZ ve Rifat CEBECİ, *age*, s: 42.

⁴¹¹ Seyfi TOP, *age*, s: 76.

etkileyen çevresel faktörlerle açıklanır ve girişimcilik başarısını kişilerin kendi içsel dürtü ve yeteneklerinden alıp çevresel gelen dışsal dürtü boyutuna taşır. Yani dışsal çevrenin kontrol edilme arzusu kişilerin girişimci olup olmamasında oldukça önemli bir etkiye sahiptir. Aileden, akrabadan, arkadaşlıktan, yakınlardan gelen olumlu-olumsuz davranışlar, meslektaşlardan ve sosyal çevreden gelen sosyal etkilenmeler, iş çevresi, müşteri, tedarikçi, rakiplerden gelen sinyaller ile iş ağları, pazar özellikleri, teknolojik fırsatlar, yeniliklerden ve değişimden gelen fırsat ve tehditler girişimci kişiliğine ve onların başarı ihtiyacına etki eden çevresel faktörlerden bazılarıdır.⁴¹²

2.1.2.2. Girişimcilikte Girişimci Kişilik Yaklaşımı

Girişimci ruhun ortaya çıkmasında rol oynayan en önemli unsurlardan biri de kişiliktir. Bu anlamda girişimcilik bir takım kişilik özelliklerinin bir bileşimidir.⁴¹³ Girişimcilikle ilgili kişilik yaklaşımları girişimcinin özel bir insan olduğunu varsaymaktadır.⁴¹⁴ Bu yaklaşıma göre bir girişimci daima bir girişimcidir ve girişimci kişiliği kaybolmayan bir nitelik arz etmektedir.⁴¹⁵ Bu açıdan kişilik özellikleri girişimciler ve girişimci olmayanlar arasında önemli bir ayırt edici unsurdur. Çünkü girişimcilerin kişilik özellikleri ile girişimci olmaları arasında yakın bir ilişki vardır.⁴¹⁶

Literatüre bakıldığında girişimci kişilik yaklaşımıyla ilgili en önde gelen yaklaşımlar kişilik imajı (tayf teorisi) yaklaşımı, yapısal kişilik yaklaşımı ve durumsal kişilik yaklaşımıdır.

Lessem tarafından ortaya konulan kişilik imajı yaklaşımına göre, tıpkı ana ışığın bir prizma yardımı ile kırılıp yedi ayrı renge ayrılması gibi, insanlar da yedi ayrı kişilik özelliği arz etmektedir. Gökkuşağında güneş ışınları yağmur damlalarında

⁴¹² Seyfi TOP, *age*, s: 79.

⁴¹³ Nigar DEMİRCAN, *age*, s: 46.

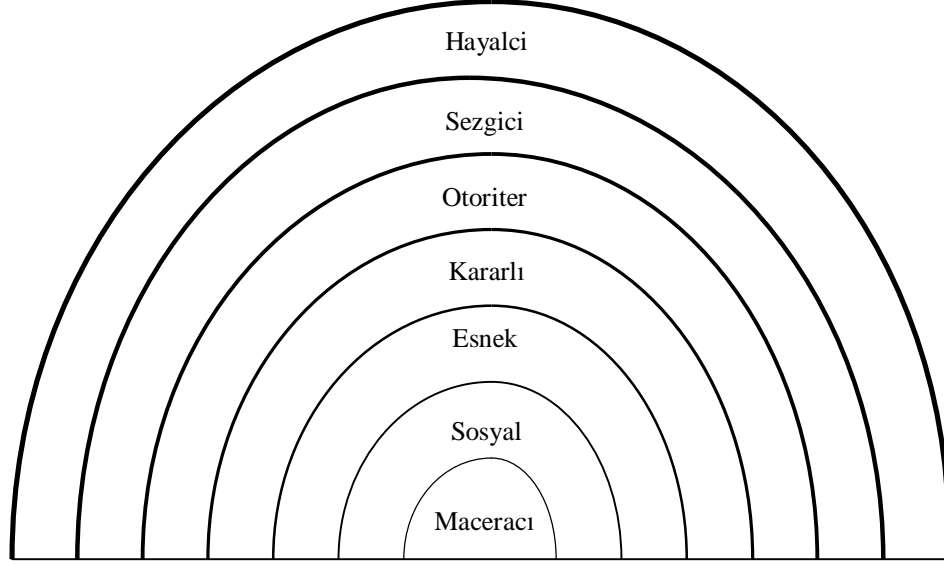
⁴¹⁴ Sven RIPSAS, *age*, s: 112.

⁴¹⁵ William B. GARTNER, *age*, s: 12.

⁴¹⁶ Andreas RAUCH ve Michael FRESE, "Psychological Approaches to Entrepreneurial Success: A General Model and An Overview of Findings", In C.L. Cooper ve I.T. Robertson (Eds.), **International Review of Industrial and Organizational Psychology**, Chichester: Wiley, 2000, s: 108.

kırıldıktan sonra nasıl yedi renge ayrılıyorsa, girişimcilerde girişimcilik niyetlerine göre yedi girişimci kişiliğe ayrılmaktadır.⁴¹⁷

Şekil 2.5. Girişimci Kişilik Tayfı



Kaynak: Seyfi TOP, **age**, s: 82.

Tayf teorisinde her renk kişilerin kendi hakim kişilik eğilimlerini belirtmek için kullanılır. Girişimciler ve insanlar, çevrelerine yedi çeşit sosyopsiko-enerji yayarlar (ışın gibi) ve başkalarından yayılan benzer kişilik ışınlarını (enerjilerini) algırlarlar. Yayılan ve algılanan bu enerjiler tıpkı ışıktaki yedi renk gibi insanlardaki yedi sosyo-psikolojik kişiliği yansıtır. Eğer bu psiko-enerjiler doğru algılanabilir, doğru yorumlanabilirse kişilerin kişilikleri ve kapasiteleri tanımlanarak onların girişimci kişilikleri hakkında bilgi edinilebilir.⁴¹⁸

Girişimci kişilik yaklaşımında yer alan diğer bir yaklaşım yapısal kişilik yaklaşımıdır. Yapısal kişilik yaklaşımı girişimcilerin öznel yapılarına bağlı olarak gösterdikleri davranış özellikleri olarak açıklanmaktadır. Bu yaklaşıma göre girişimci karakteristiği öz güven olan bir girişimci, bağımsızlık ve kontrol etme kişilik özelliklerine sahiptir. Karakteristiği sonuç almaya yönelik olan bir girişimcinin ise kişilik özelliği başarıya azimli değildir. Yine karakteristiği risk alma olan bir girişimci ise, riske göze alabilen bir kişilik yansıtmaktadır. Karakteristiği açık zihinli,

⁴¹⁷ Seyfi TOP, **age**, s: 81.

⁴¹⁸ Seyfi TOP, **age**, s: 81.

bilgili, çok yönlü olan bir girişimci ise yenilikçi ve yaratıcı kişilik özellikleriyle karşımıza çıkmaktadır. Son olarak karakteristiği algılama ve vizyon olan bir girişimcinin ise kişilik özelliği kuvvetli ön sezileri olan ve geleceği gören biri olarak yansımaktadır.⁴¹⁹

Kişilik açısından diğer bir açıklama da Gerber tarafından yapılan durumsal girişimci kişilik özellikleridir. Gerber girişimciye has kişilik özelliklerinin girişimcilik öncesi hazırlık aşamasında, işin kurulması sırasında, fırsatın, çevrenin değişen yüzünü görme sırasında, büyümeye ve değişim sırasındaki durumlara bağlı olarak değiştiğini vurgulamaktadır. Ona göre girişimcilerde üç önemli girişimcilik kişiliği vardır. Bunlar girişimci benlik, yönetici benlik ve teknisyen (usta) benliktir.

Gebere'e göre girişimcilerin sahip olduğu girişimci benlik gelecekte yaşar, bilinmeyenler ilgisini çeker, geleceği bugüne taşır. Girişimci benlik vizyon sahibidir ve fırsatları kolayca görebilir. Yeniliğe ve değişime ilgisi büyüktür. Kontrol etmeye karşı büyük ilgisi vardır. Yönetici benlik ise geçmişte yaşar. Girişimci benliğin kurduğu işi maharetle yürütür. Kurulan işi organize eder ve girişimi her türlü tehlikeye karşı savunur. Girişimci benliğin arkasından ortaya çıkan her şeyi derler, toplarlar ve düzenler. Problemleri görür, akılcıdır, işleri olduğu gibi tutmaya çalışır. Son olarak usta benlik ise günümüzde yaşar, yaptığı işten mutluluk ve huzur duyar. Eğer bir başkası adına çalışıyorsa ona güvenmez. Kendi adına çalışıyorsa işle ilgili olmayan her türlü düşünceyi engeller. İşin doğru yapılmasında ısrarcıdır. Bireycidir ve aşırı çalışır. İş bizzat kendisi icra eder.⁴²⁰

Her girişimcinin içinde bu üç benlikte yer almaktadır. Bu üç benlikten girişimci benlik hayal eder, yönetici benlik onu süsler, usta benlik ise gerçekleştirir. Fakat girişimcilerin sahip oldukları bu üç benlik belli durum ve koşullar altında belli önceliklere göre sıralanmaktadır. Bu kişilik özelliklerinin sırası durum ve koşullara göre doğru belirlenirse girişimci için başarı da o ölçüde yükselir.⁴²¹

⁴¹⁹ Seyfi TOP, **age**, s: 84.

⁴²⁰ Seyfi TOP, **age**, s: 85.

⁴²¹ Michael B. GERBER, **age**, s: 27; Seyfi TOP, **age**, s: 85.

2.1.2.3. Kontrol Alanı Teorisi

Girişimciliği psikolojik açıdan ele alan bir diğer yaklaşım kontrol alanı teorisidir. Kontrol alanı teorisi, girişimcilerin algılanmış yeteneklerinin olaylar ve sonuçlar tarafından etkilenmesine dayanır. Her kişinin bir yaşam alanı bulunur ve bu yaşam alanını koruma ve geliştirme güdüsü ile hareket eder.⁴²² Kontrol alanı içsel ve dışsal olmak üzere iki kutuplu bir yapıya sahiptir. İç kontrol odaklı bireyler kendilerini aktif bir birey olarak görmekte ve çevrelerini etkileyebilme kapasitelerine çok güvenmektedirler. İç kontrol odaklı bireyler, hayatlarındaki olayları kendi yetenekleri ve çabalarıyla kontrol edebileceklerine inanmaktadırlar. Buna karşın dış kontrol odaklı insanlar, kendilerini nispeten pasif bir birey olarak görmekte ve hayatındaki olayların kontrol edilemeyen güçlere bağlı olduğu inancını taşımaktadırlar. Dış kontrol odaklı bireyler istedikleri hedeflere ulaşmalarının şansa, talihe, güçlü bireylere ya da kurumlara bağlı olduğunu düşünmektedir.⁴²³

İç kontrol odaklı insanlar, dış kontrol odaklılara göre daha başarılı sonuçlar elde etmekte, fakat başarısızlık söz konusu olduğunda ise dış kontrol odaklı bireyler sorumluluk almaya daha yatkın olmaktadır.

Girişimcilerin iç kontrol odaklı bireyler olduğu düşünülmektedir. Genel bir kanıya göre girişimciler, hakimiyeti dışsal faktörlere bırakmak yerine tümüyle ellerinde tutmayı tercih etmektedirler.⁴²⁴

2.1.2.4. Girişimcilikte Bilişsel Duygusal Yaklaşım

Girişimcilikte bilişsel duygusal yaklaşım, girişimcilerin işletmelerini kurmak ve büyütme için gerekli olan kaynakları ve yeni ürün ya da hizmetleri teşhis edip geliştirmelerine yardım eden zihinsel modelleri nasıl kullandıkları ile ilgilidir. Girişimsel biliş, bireylerin fırsatları değerlendirmek, karar almak ve girişim yaratmak için kullandıkları bilgi ağlarıdır.⁴²⁵

⁴²² Seyfi TOP, *age*, s: 89.

⁴²³ Ramazan UYGUN, *age*, s: 29-30.

⁴²⁴ Ramazan UYGUN, *age*, s: 31-32.

⁴²⁵ Ronald K. MITCHELL, Lowell BUSENITZ, Theresa LANT, Patricia P. MCDUGALL, Eric A. MORSE ve Brock J. SMITH, "Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol: 27, 2002, s: 97.

Bilişsel yaklaşıma göre, girişimi başlatma kararına bireylerin algıları yön verir. Bireyler, fırsatları ve riski zihinlerinde kurgulamaktadırlar. Bu sebepten dolayı algı ve diğer bilişsel fenomenler fırsatların değerlendirilmesi ve riskin algılanması için kritik bir öneme sahiptir. Bilişsel yaklaşım girişimcilerin; algılarının, hafızalarının, eğilimlerinin, bilişsel mekanizmalarının, niyetlerinin ve dış çevrenin zihinde temsil edilmesinin, davranışlarını; nasıl ve hangi yönde etkilediğini araştırmaktadır.⁴²⁶

Girişimciler çevrelerindeki hızın, dinamizmin ve değişimin etkisiyle çoğu zaman duygusal ve bilişsel kısa yola güvenmeyi tercih etmektedirler. Girişimcilik kararında ve girişimciliğin keşif sürecinde bilgi en temel sürükleyicidir. Girişimcilik konumu diğerlerinden farklı bilgilere sahip olmayı gerektirmektedir. Bu ise fırsatları görüp pazarın ihtiyaçlarını kolaylıkla anlamayı sağlamaktadır. Gereksiz ve yetersiz bilgi ise girişimcinin fırsatları doğru bir şekilde algılayamayıp yanlış alanlara yatırım yapmasına neden olmaktadır. Girişimciler için altı önemli bilişsel mekanizma vardır. Bunlar zihinsel tetikte olma, pişmanlık düşüncesi, yanlış düşünce planlaması, keşif süreci, aşırı güven ve öz çıkardır.⁴²⁷

Zihinsel tetikte olma, girişimcilerin davranış fonksiyonları için oldukça önemlidir. Bu yüzden de girişimcilik yeteneklerinden biri de uyanıklılık veya tetikte olma halini olumlu ve uyumlu halde tutmak ve bu uyumu sürdürmektir. Girişimciler bu sayede fırsatları görüp, bunları değerlendirebilme adına bilinçlerine yerleştirirler.

Girişimciler dinamik ve belirsizliğin oldukça yüksek olduğu bir çevre içinde iş yaptıkları veya buldukları için pek çok fırsatlarla karşı karşıya gelirler. Bu fırsatlardan bazılarını kaçıırırlar, bazılarını ise yakalayıp değerlendirirler. Girişimciler göremedikleri veya kullanamadıkları fırsatlardan dolayı pişmanlık duyarlar. Genel olarak kaybettikleri fırsatların kullanabildikleri fırsatlardan daha büyük olduğuna inanırlar. Bundan dolayı da pişmanlık düşüncesine çok fazla eğilimlidirler.⁴²⁸

Girişimciler faaliyet gösterdikleri ortamlardan gelen etkilenmelerle, çoğu zaman bu çevrenin zaman baskısı nedeniyle hızla alınan bilgilerle birikimli hale gelir ve bu bilgilere yoğunlaşırlar. Yoğun, kapsamlı ve ayrıntılı bu bilgiler ise bazen girişimcilerin düşünme biçimlerinde hatalara yol açabilmektedir. Bilgiler ne kadar

⁴²⁶ Ramazan UYGUN, *age*, s: 51.

⁴²⁷ Seyfi TOP, *age*, s: 91-92.

⁴²⁸ Seyfi TOP, *age*, s: 92-94.

yoğun ve doğru olursa olsun girişimciler genellikle görünen riski görünenden daha düşük algılamaya, görünen başarı olasılığını da görünenden daha yüksek olarak algılamaya eğilimindedirler.⁴²⁹ Bir diğer ifadeyle girişimciler diğer insanlara göre planlama yanlılığı eğilimindedirler.⁴³⁰

Keşif süreci, bazı hallerde hatalara yol açsa bile bilişsel duygusallığın kullanılması ile belirsizliğin baş edildiğine ve bilginin yönetilme hipotezine dayandırılır. İnsanların bir bölümü bilişsel hata yapmaya meyillidir. Özellikle girişimciler hatalara yol açıp riske kalma olasılığını artırsa bile duygusal düşünceye önem vermektedirler. Günümüzde aşırı üretim, aşırı dağıtım ve aşırı bilgi girişimcilerin bilgi sürecinin önündeki yeteneklerini aşırı şekilde zorlamaktadır. Çünkü bilgiyi elde etmek, üretmek, değiştirmek ve yaymak çok ucuzlamıştır. Girişimciler, bilgiyi sindirme ve işletme yetenekleri sınırlı olduğundan kararlarında yarı rasyonel olmaya başlamaktadırlar. Bundan dolayı da girişimcilik bağlamında belirsiz piyasalarda aşırı bilgilerin bazı mekanizmalarla bilgi trafiğini azalttığı ifade edilmektedir. Fakat aşırı ve sınırsız bilgiler zararlıdır. Bu yüzden de girişimciler, girişimcilik sorunları ile mücadele edecek bilişsel dayanıklılığı inşa etmek için aşırı bilgilerin önünü keser ve zihinlerinin serbest kalmasını sağlarlar.⁴³¹

Aşırı güven eğilimi, bireyin sahip olduğu bilginin sınırlarını görebilmede başarısız olması ile ilgilidir. Girişimciler aldıkları kararlarda aşırı güven eğilimi göstermektedirler. Aşırı güveni sergileyen girişimciler, kendi düşüncelerini gerçek olarak görmeye eğilimlidirler ve bu düşüncelerinden kaynaklanan sonuçlarla ilgili belirsizliği görememekte ve bu nedenle de daha az risk algılamaktadırlar. Aşırı güvenin önem ve tehlikesi girişimciler için bir çatışma içermektedir. Risk alan, yatırımcı ve çalışanları yüksek belirsizlik taşıyan çabalarda kendilerine katılmaları için ikna etmek zorunda kalan girişimciler, diğerlerini girişimlerinin akla yatkın olduğuna inandırmak için tüm gerekli şeylerin tamamlanmasını bekleyecek olurlarsa, gerekli bütünsel veriler toplanıncaya kadar yakaladıkları fırsatın kaçma ihtimali

⁴²⁹ Seyfi TOP, *age*, s: 94.

⁴³⁰ Ramazan UYGUN, *age*, s: 64.

⁴³¹ Seyfi TOP, *age*, s: 96.

yüksektir. Bu nedenle girişimciler, aşırı güven sergileyerek algıladıkları fırsatı değerlendirmek için harekete geçeceklerdir.⁴³²

Öz çıkar, psikolojik bağlamda işle ilgili kişisel bilinç, inanç olup çeşitli görev ve işlerin başarılı bir şekilde icrası için bir inanma yeteneğidir. Öz çıkar girişimciler için olması gereken kritik bir faktördür. Öz çıkar bir eylem ve karmaşık bir girişimcilik karar süreci içinde benzersiz tek bir kişisel karakter işaret eder.⁴³³

2.1.2.5. Temsilci Kişilik Yaklaşımı

Girişimci kişiliğini açıklayan diğer bir yaklaşım temsilci kişilik yaklaşımıdır. Bu yaklaşımda girişimciler çevresel olaylar tarafından yönlendirilen nesnelere daha çok, içsel destek mekanizmalarını kendi yaşam koşulları içinde faaliyet gösteren temsilciler olarak izah edilir. Bir kişinin düşünce sürecinin üstünde bir kontrol uygulama kapasitesi ve kendi motivasyonunu harekete geçirici eylemi, kişilerin kişisel temsil mekanizmaları yolu ile harekete geçtiğini öne sürer. İnsan faaliyetleri sosyo-psikolojik bir olgu olarak etkilenen kişilik ve durumların birbirini oyuna sokan bir üründür.

Bu yaklaşıma göre insanlar (girişimciler) çevrede hareket ettikleri zaman kendilerinin temsilciliğini, kendi kendilerine hareket ettikleri zaman da kendilerinin nesnesini yansıtır. Özün bu ikili tipik fonksiyonu birbirini etkileyerek çalışır. Çevrede faaliyette bulunucu olarak öz etkilenmeye gayret sarf ederler. Kişilerin deneyimlerini yansıtıcı olarak izlerler. Dışsal etkilenmenin nesnesi oldukları zaman uyarıcılara pasif kalmazlar. Duygusal ve davranışsal yollarla temsilci olarak iştirak ederler. Bu durum aynı temsilcinin farklı iki temsilinden dolayı bir değişimdir.

Sosyo-bilişsel temsilci görüşünde girişimciler, kendilerini iyi yöne organize eden, kendilerini yansıtan, düzenleyen dışsal olaylar tarafından biçimlendirilen organizmalar değil, bizzat belli sonuçları üretecek ve kendi faaliyetlerini kendileri etkileyen kişilerdir. Girişimciler maruz bırakıldıkları veya maruz kaldıkları pasif deneyimlerden çok kendi aktif deneyimlerinin temsilcisi olarak hareket ederler. Diğer bir ifadeyle kendi kendilerinin temsilcisi olarak hareket ederler.⁴³⁴

⁴³² Ramazan UYGUN, *age*, s: 66-67.

⁴³³ Seyfi TOP, *age*, s: 97.

⁴³⁴ Seyfi TOP, *age*, s: 97-98.

2.1.3. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ SOSYOLOJİK TEMELLİ YAKLAŞIMLAR

Klasik ve modern sosyolojiye göre bireyler ve organizasyonlar içinde buldukları sosyal bağlamı etkilemekte ve ondan etkilenmektedirler.⁴³⁵ Dolayısıyla da girişimciliğin gelişmesinde, girişimci sınıfın değer sistemi ve onların davranışlarına yön veren sosyal normların niteliği oldukça önem arz etmektedir. Bu değer sisteminin bir kültür içinde ağır basması ise, söz konusu toplumda girişimci grubun güçlenip gelişmesi anlamına gelmektedir. Bu bağlamda bir girişimcinin rolünü karakterize etme, çevresel değer (sosyal) bağlamında da yapılabilir.⁴³⁶

Girişimcilik konusu, sosyolojide çok popüler bir konu olmamasına rağmen, son yıllarda modern sosyolojide büyüyen bir alandır. Sosyologlar girişimciliği sosyal bir hareket olarak kavramsallaştırmaktadırlar. Bu bağlamda S.M. Lipset “*Values and Entrepreneurship in the Americas*” adlı çalışmasında kültürel değerlerin girişimciliği ve ekonomik gelişme seviyesini derinden etkilediğini iddia etmektedir.⁴³⁷

Sosyoloji, makro seviyede bütünleştirici bir bakış açısı ile etnik ve kültürel fenomenlere odaklanarak girişimciliği anlamada önemli araçlar sunabilmektedir.⁴³⁸ Sosyolojik yaklaşımlar, girişimciliğin anlaşılmasında üç önemli katkı sağlamaktadır. Birincisi, girişimcilik rol ve fonksiyonunu içeren üretim faaliyetleri ile ilgili toplumsal kavramların gelişimi aracılığıyla gerçekleşmektedir. İkincisi, girişimciliği etkileyen spesifik toplumsal niteliklere dikkat çekmektedir. Üçüncüsü ise, bireylerin girişimsel faaliyetlerle meşgul olma kararını almalarına sosyal bağlamın etkilerini içermektedir.⁴³⁹

Reynolds, girişimcilikte sadece kişilik özellikleri teorilerinin yetersiz olduğunu, bireylerin kararlarını gerçekleştirmesinde etkili olan sosyal içeriğinde önem verilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Dolayısıyla da sosyal içerik bir

⁴³⁵ Patricia H. THORNTON, “The Sociology of Entrepreneurship”, **Annual Review of Sociology**, Vol: 25, No: 1, 1999, s: 21.

⁴³⁶ Markku VIRTANEN, **age**, s: 8.

⁴³⁷ Richard SWEDBERG, **age**, s: 28-29.

⁴³⁸ Salvatore SCIASCIA ve Riccardo DE VITA, **age**, s: 27.

⁴³⁹ Paul D. REYNOLDS, “Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions”, **Entrepreneurship, Theory and Practice**, Vol: 16, No: 2, 1991, s: 47.

girişimcinin fırsatları değerlendirme koşullarının tanımlanmasında oldukça yararlı olacaktır.⁴⁴⁰

Sosyolojik girişimin temel odağı bu sosyal durumu tespit etmektir. Reynolds, girişimsel fırsatları “*sosyal ağlar*” (social networks), “*yaşam yolu aşaması*” (life course stage), “*etnik kimlik*” (ethnic identification) ve “*nüfus-çevre*” (population ecology) aşaması şeklinde dört sosyal duruma ayırmıştır. Girişimci için informal ağların içine karışması önemli bir avantaj yaratabilir. İşlem maliyetleri yaklaşımının aksine sosyal network teorileri, ilişkinin ayrılmaz bir parçası olarak güveni ve fırsatçı olmamayı vurgular. Sosyal kontrol ve ekonomik değişim faktörleri, uzun dönemli ilişkilerde birbirlerini yakından etkiler. Yaşam yolu bağlamı, girişimci olmaya karar veren bireylerin yaşam durumlarını ve karakteristiklerini analiz etmeyi kapsar. Sosyal bağlam ve yaşam yolu aşaması tektir (benzersizdir) ve bir yere kadar tahmin edilebilir.⁴⁴¹ Etnik kimlikten başlayan sosyolojik teoriler, bireyin sosyolojik geçmişinin bir girişimci olmada belirleyici itici faktörlerden biri olduğu bir süreç olarak girişimciliği açıklamaya çalışır. Nüfus-çevre perspektifi, çevresel faktörlerle ilişkin organizasyonların hayatta kalmasını açıklar.⁴⁴² Nüfus-çevre teorisi, nedensel bir güç olarak bireysel amaç ve gayelerden ziyade dış güçlerin önemini vurgulamaktadır.⁴⁴³ Nüfus-çevre yaklaşımı, oganizasyonların çevrelerine adapte olabildikleri ölçüde varlıklarını sürdürebileceklerini ve bu nedenle kuruldukları ilk yıllarda ya da çevredeki değişikliklere bağlı olarak sonraki yıllarda korunmasız olabileceklerini belirtmektedir.⁴⁴⁴

Sosyoloji, girişilen girişimsel aktivitelerin toplumu nasıl etkilediğini ve toplumda girişimciliğin rolünü anlamaya çabalayarak girişimcilik bilimine oldukça önemli bir katkı sağlamıştır. Sosyolojik teori içinde girişimcilik alanındaki mantık Max Weber tarafından yapılan çalışmalara dayandırılabilir. Weber’in temel amacı sosyal sistemlerin sabit bir durumdan bir diğerine nasıl değiştiğini açıklamaya çalışmaktadır. Çoğunlukla özel bir birey tipi olan “karizmatik liderlik”, diğer insanların kendisine uymasını sağlayarak bu değişimde önemli bir rol oynar. Bu

⁴⁴⁰ Paul D. REYNOLDS, *age*, s: 61-62.

⁴⁴¹ Paul D. REYNOLDS, *age*, s: 63.

⁴⁴² Markku VIRTANEN, *age*, s: 8-9.

⁴⁴³ Patricia H. THORNTON, *age*, s: 34.

⁴⁴⁴ Ramazan UYGUN, *age*, s: 22.

karizmatik liderlik girişimci olarak adlandırdığımız insan tipiyle bazı benzerliklere sahip olabilir. Fakat sıklıkla yanlış yorumlanmasına rağmen Weber'in karizma kavramı girişimcilikle aynı değildir. Weber, karizmatik liderin insanlığın ilk evresi boyunca sadece değişimin önemli bir motoru olarak çalıştığını ve kapitalist toplumda oldukça az önemli olduğunu iddia etmektedir. Weber için girişimcilik tek bir bireysel ekonomik işlemde ziyade piyasa ekonomisindeki fırsatları karşılayarak girişimin yönünü başarıyla yönetmektedir.⁴⁴⁵

Girişimciliğin değer yüklü yönüne ilk olarak Max Weber değinmiştir. Max Weber, ideolojik değerlerin girişimci davranışlara yol açtığını ilk ifade eden bilim adamlarındandır. Weber kapitalizmin batı medeniyetlerinde diğer medeniyetlere göre niçin daha başarılı olduğunu açıklamak için çok boyutlu ekonomik ve sosyal koşullar modeli geliştirmiştir. Weber'in modelinin sosyal yönü, "*Protestan Çalışma Ahlakı*" olarak ifade edilmiştir. Weber'e göre Protestan çalışma ahlakı, girişimci faaliyet ve davranışların arkasında itici güç oluşturmuştur. Bu yüzden kültürü, bazı insanları girişimci, bazılarını da bu tür faaliyetlerden alıkoyan açıklayıcı bir değişken olarak kabul etmektedir. Çilecilik, tutumluluk ve kanaatkarlık gibi belirli kültürel değerlere sahip bazı kültürel grupların girişimsel bir profesyonelliği kazanmada başarılı olduklarını belirtmektedir.⁴⁴⁶

Bir kısım sosyolog, girişimcilik ve cinsiyet konusuyla da uğraşmışlardır. Bu çalışmalarda kadının organizasyonun satışında önemli bir rol oynadığı sonucuna varılmıştır. Bunun yanında diğer bazı çalışmalarda ise kadın çalışanların genellikle kendi işinde çalıştıklarını ortaya koymaktadır.⁴⁴⁷

Girişimcilikle ilgili sosyolojik teoriler, iki temel yaklaşım içerisinde ele alınabilir.

2.1.3.1. Girişimcilikte Sosyal Çevre

Toplumsal düzeyde girişimcilik seviyesi nüfusun yetenek ve tercihleri yanı sıra çevre tarafından sağlanan fırsatlara bağlıdır. Bu görüş sırasıyla kullanılabilir

⁴⁴⁵ Hans LANDSTRÖM, *age*, s: 44-45.

⁴⁴⁶ Murat DEMİREZ ve Rifat CEBECİ, *age*, s: 38.

⁴⁴⁷ Richard SWEDBERG, *age*, s: 31.

teknolojiden, ekonomik gelişme seviyesinden, kültürden, kurumlardan ve toplumun demografik yapısından etkilenmektedir.⁴⁴⁸

Girişimcilik seviyesini etkileyen ekonomik faktörler önemli olmasına rağmen, sadece ekonomik değişkenler dikkate alındığında ülkeler arasındaki değişim açıklanmamış olur. Dolayısıyla yakın geçmişte, araştırmacılar bu değişimi açıklamak için kültürel faktörlere odaklanmıştır.⁴⁴⁹ Çünkü bazı kültürlerin diğerlerine göre girişimciliğe daha uyumlu olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalara göre kültürel değerler ve girişimsel aktiviteler arasında önemli bir ilişki vardır.⁴⁵⁰ Bu bağlamda girişimcilik düşüncesi, kişinin ait olduğu toplumun kültürü, etkilendiği alt kültürler, ailesi, arkadaşları, aldığı eğitim ve öğretmenlerinden gelen ilhama bağlıdır.⁴⁵¹

Davidson, kültürel değerler ve girişimsel davranış arasındaki ilişki hakkında iki kapsamlı görüş tanımlamaktadır. Birincisi girişimcilik için bütünleştirici psikolojik kişilik özellikleri açıklamasıdır. Bu görüş, eğer bir toplum girişimsel değerlerle ilgili birçok insan içerirse, o toplumda birçok insan girişimci olabilir düşüncesine dayanır. Davidson, bu perspektifin McClelland ve kültürün bireysel görüşünü öne süren diğer kimseler tarafından alındığına işaret etmiştir. Davidson'un tanımladığı ve ilk olarak Etzioni (1987) tarafından öne sürülen ikinci görüşü, sosyal meşrulaşma olarak adlandırılır. Bu son görüş girişimcilikteki değişimin bir bütün olarak nüfusun ve potansiyel girişimcilerin arasındaki değer ve inanışlar farklılığına dayandığını farzeder.⁴⁵²

Girişimci için sosyal çevre, girişimcilerin belli bir yer, zaman ve iş üzerinde oluşturdukları etkileme ve etkilenme biçimleri şeklinde tanımlanabilir. Sosyo-kültürel değerler girişimciliği oluşturmada hem destekleyici hem de engelleyici temel öğelerden birisidir. Çevre girişimcilerden, girişimciler de kendileri için her türlü

⁴⁴⁸ Geert HOFSTEDE, Niels G. NOORDERHAVEN, A. Roy THURIK, Lorraine M. UHLANER, Alexander R.M. WENNEKERS ve Ralph E. WILDEMAN, "Culture's Role in Entrepreneurship: Self-employment out of Dissatisfied faction", (Edt.) Terence E. BROWN ve Jan ULIJN, **Innovation, Entrepreneurship and Culture The Interaction Between Technology, Progress and Economic Growth**, Edward Elgar Publishing, s: 165-166, 2004, ss: 162-203.

⁴⁴⁹ Geert HOFSTEDE ve diğerleri, **age**, s: 171.

⁴⁵⁰ C. Christopher BAUGHN ve Kent E. NEUPERT, "Culture and National Conditions Facilitating Entrepreneurial Start-ups", **Journal of International Entrepreneurship**, No: 1, 2003, s: 314.

⁴⁵¹ Erkan Turan DEMİREL, **age**, s: 125.

⁴⁵² Geert HOFSTEDE ve diğerleri, **age**, s: 172.

makro ve mikro motivasyon sunan, kaynak sağlayan ve yetenek sunan çevreden etkilenir.⁴⁵³

Kültür, girişimcilik bağlamında iş yapma, birlikte yaşama, yeni değerler üretme ve birlik olmada etkili olan önemli bir faktördür. Çok çeşitli tanımları olan kültürü Hofstede, insan gruplarını diğerlerinden ayıran düşüncenin kolektif programlanması olarak tanımlar. Bu tanım aile, etnik grup, firma veya diğer organizasyon ve toplum veya ulus seviyesini kapsayan farklı analiz seviyelerine uygun düşmektedir.⁴⁵⁴

Kültürel çevre her türlü örgütlenmenin oluşturulmasında önemli bir role sahiptir. Kültürel çevre ekonomik bağlamda girişimcilere pozitif etkileme, piyasada tutunma, öğrenme ve bilgi birikimi için açılım ve fırsatlar sunan bir çevredir. Dolayısıyla da girişimcilik faaliyetlerinin düzeyi ile kültür arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Kültürel çevre, insanların davranışlarında kendini gösteren ortak bir değerler sistemidir. Kültür faktörleri açık bir şekilde elle tutulup gözle görülemez, fakat fırsatlardan iş fikri çıkaran girişimcileri teşvik eder, cesaretlendirir ya da pasifleştirir.

Kültür, girişimcilik bağlamında girişimcinin ahlaki alışkanlıkları olarak da ifade edilebilir. Kültür, davranışları etkiler ve davranışlardan da etkilenir. Bu açıdan kültürel çevre, bir toplumdaki girişimci kişiliğin gelişmesinde ve şekillenmesinde önemli bir faktördür.⁴⁵⁵

Bireylerin sahip oldukları girişimcilik kültürü, içinde yaşamış oldukları toplumun kültürü ile yakından ilişkilidir. Bir toplumun çalışma yaşamına ilişkin sahip olduğu kültürel değerler, bireylerin girişimci anlayış ve davranışları üzerinde oldukça önemli bir etkiye sahiptir. Bu açıdan girişimcilik kültürü, bir girişimcinin inisiyatif ruhu, risk eğilimi, yenilikçi yetenek ve işletmenin ekonomik çevre ile ilişkilerini yönetme tarzına şekil veren kişisel değer, davranış, deneyim ve yönetim becerisinin bileşiminden meydana gelen bir bütün olarak tanımlanabilir.⁴⁵⁶

⁴⁵³ Seyfi TOP, *age*, s: 108.

⁴⁵⁴ Ingrid VERHEUL, Sander WENNEKERS, David AUTRETSCH ve Roy THURIK, *age*, , s: 11.

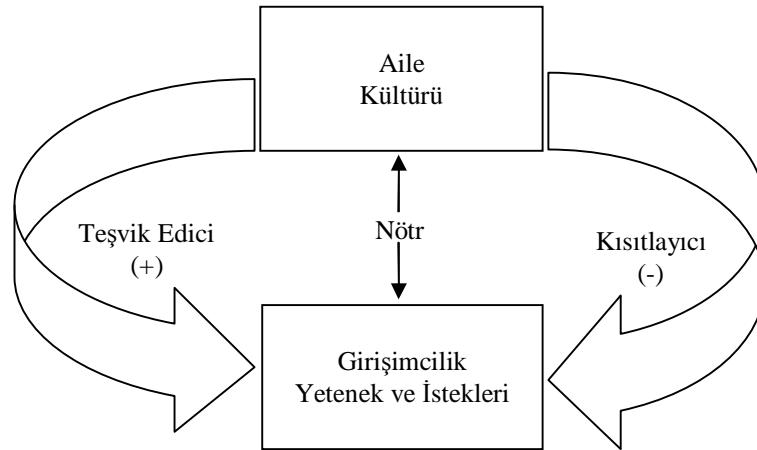
⁴⁵⁵ Seyfi TOP, *age*, s: 108-111.

⁴⁵⁶ Rıfat İRAZ, *age*, s: 184-185.

Hiçbir kültür, girişimciliği destekleyen ya da karşı olan bir kültür olarak tanımlanamaz. Kültürel bütünü oluşturan çok sayıdaki alt kültürde girişimciliği olumlu veya olumsuz şekilde etkileyen ortamlar bulunmaktadır.⁴⁵⁷

Kişilerin aile yapıları da girişimci kişiliğin oluşmasında son derecede etkili olmaktadır. Ailenin girişimcilik üzerindeki etkisi teşvik edici etki, kısıtlayıcı etki ve kararsızlık yaratıcı etki olmak üzere üç grupta incelenebilir. Teşvik edici etki durumunda aile, çocuğu hayatını serbest kazanma, kendi işini kurma konusunda teşvik eder. Ailede girişimci kişiler var ise, bu kişiler çocuğa örnek gösterilir, onun gibi olması ve hatta onu geçmesi istenir. Kısıtlayıcı etki durumunda, aile içinde maddi imkansızlıkların yarattığı etki veya tarıma dayalı yaşamını sürdürme, çocuğun girişimci olmasını önlemektedir. Bu tür ailelerde çocuğun horlanması tek başına başarıya arzusunu köreltmektedir. Kararsızlık yaratıcı etki durumunda ise aile, özellikle modern toplumlarda çocuğu toplumsallaştırmak yerine eğitim ve formel toplumsallaştırma rolünü üzerine alır. Uzun süre okula devam etmesi beklenen ve başarılması güç işlere zorlanan bu çocuklar ailede aldıkları eğitim yeterli olmadığı için ikilimde kalırlar.⁴⁵⁸

Şekil 2.6. Ailenin Girişimcilik Üzerine Etkisi



Kaynak: Rıfat İRAZ, *age*, s: 177.

⁴⁵⁷ Erkan Turan DEMİREL, *age*, s: 126.

⁴⁵⁸ Rıfat İRAZ, *age*, s: 176-177.

Girişimciliğin gelişmesinde eğitimde oldukça önemlidir. Çocuğun okul hayatında karşılaşacağı girişimcilik özelliklerini köreltici baskı ve davranışlar ileride meslek seçiminde daha az riskli, yenilik ve yaratıcılıktan uzak rutin işleri tercih etmesine neden olabilir. Ezberciliğe yönelmiş bir eğitim sistemi yerine kişisel yetenek ve yaratıcılığın dışa yansımaları kolaylaştıran bir eğitim sisteminin yürütülmesi ise girişimciliği olumlu yönde etkileyecektir.⁴⁵⁹

2.1.3.2. Girişimcilikte Güven ve Ahlak

Güven toplumsal yaşamda kişileri ve toplumu bir arada tutan önemli bir sosyal harçtır. Güven, girişimcilik faaliyetlerinde iş birliğini, birlikte iş yapmayı öz çıkarı doğru şekilde takip etmeyi mümkün kılan önemli bir kavramdır.

Girişimcilik davranışını anlamak için, yetersiz formel ve informel kurumlara karşı hesaplanmış reaksiyon ve akıllı bir çıkış yoluna götürecek formel kurumlara gereksinim vardır. Çünkü irrasyonel ekonomik davranışlar kadar, irrasyonel ruhsal ve duygusal davranış tiplerini de anlamaya gerek vardır. Bu bağlamda güven, iyi bir karar nedenini geçerli hale getirecek toplam tehlike, tehdit ve engel bilincinin yetersizliği ile toplumda oluşan önemli itimat açığına kapatan bir davranıştır. Davranış olarak güven de, bazen bilgilerin açıkça paylaşılmasını ve iş birliğini gerekli kılan diğer konseptlerle de örtüşür.

Girişimciler, gerektiği hallerde ünlerini, şöhretlerini ve sosyal statülerini bilgi kaynağı olarak kullanırlar ve gelecekte de bundan ekonomik olarak yararlanmak ve bunu bir güç kaynağı olarak kullanmak gibi rasyonel tutum takınırlar. Bu tutum bir anlamda öz çıkarı esas alan güvendir. Bu bağlamda güven bir risk olarak sonuçlara katlanmanın sigortasıdır. Yani bir girişimcilik seçimidir.⁴⁶⁰

Ahlak ise, toplumların ve bireylerin hem ferdi olarak iş yapmada hem de birlikte iş yapma da sahip oldukları sosyal bir sermayedir. Girişimcilerin ise iş yapma uygulamalarının işe yansıtılmasıdır. Adam Smith'in de ifade ettiği gibi piyasadaki görünmeyen ancak düzenleyici olan ellerden birisidir. Herkes bir toplumda kendi

⁴⁵⁹ Rifat İRAZ, *age*, s: 176.

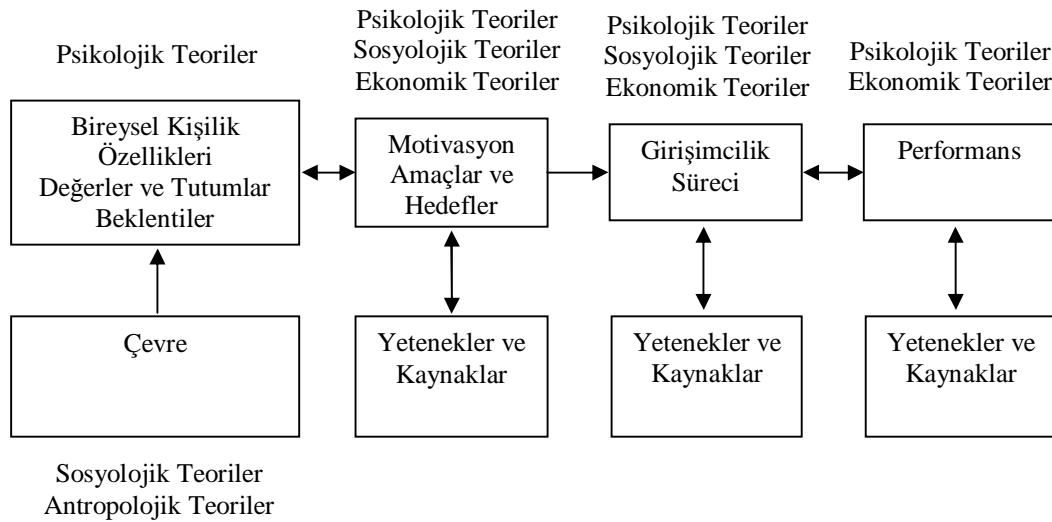
⁴⁶⁰ Seyfi TOP, *age*, s: 128-129.

başına buyruk davranır ve farklı sosyal ve bencil bir tutum takınır, toplumu ve insanları istismar ederse, bu ahlaksızlığa yol açar, ahlaksızlıkta toplumları sarsar ve çökertir. İşle ilgili ahlaki değerleri çok yüksek olan toplumlar, diğer toplumlara göre girişimcileri, işe başlamanın zorluklarının üstesinden gelebilmede daha fazla cesaretlendirmektedir.⁴⁶¹

2.1.4. GİRİŞİMCİLİK TEORİLERİNİN BÜTÜNLEŞİK DEĞERLENDİRMESİ

Girişimcilik, ekonomi, psikoloji, sosyoloji, antropoloji gibi bir çok sosyal bilimin üzerinde çalışma yaptığı geniş bir alandır. Bu bilimlerin her biri girişimciliğin ayrı ayrı noktalarına ışık tutarak, girişimcilik teorisine önemli katkılar sağlamaktadır. Dolayısıyla da girişimcilik tek bir bilimsel disiplinle açıklanması mümkün olamayan bir alandır. Bu anlamda literatürde girişimciliği açıklamada en önde gelen disiplinler olarak karşımıza ekonomi, psikoloji ve sosyoloji bilimleri gelmektedir.

Şekil 2.7. Girişimciliği Açıklayan Farklı Teoriler



Kaynakça: Markku VIRTANEN, *age*, s: 12.

⁴⁶¹ Seyfi TOP, *age*, s: 123-124.

Şekil 2.7.'den de anlaşılabilceği gibi girişimcilik olgusunu açıklayabilecek çok sayıda girişimcilik teorisi bulunmaktadır. Bu teorilerin hepsi girişimciliğin farklı noktalarına odaklanarak girişimcilik olgusunu açıklamaya çalışmaktadır. Örneğin psikolojik ve sosyolojik teoriler bireysel kişilik özelliklerine, değerlere, tutumlara beklentilere odaklanmaktadır. Ekonomik teoriler ise amaçlara, hedeflere, girişimcilik sürecine ve performansa odaklanmaktadır.⁴⁶² Bu bağlamda girişimcilikle ilgili ekonomik temelli yaklaşımlar, genellikle ekonomik gerçeklik için açıklayıcı bir değişken olarak girişimcilik düşüncesi ve girişimcinin rolü üzerinde durmaktadır. Psikolojik temelli yaklaşımlar ise, insanların girişimci olmasını belirleyen kişilik özelliklerine odaklanmaktadır. Sosyolojik temelli yaklaşımların temel amacı ise insanların girişimci olmasını etkileyen aile, eğitim, sosyal çevre gibi sosyal değerleri ortaya koymaktır.

Tablo 2.2. Girişimcilik Teorilerinin Odak Noktası

	Odak Noktası
Ekonomik Teoriler	Girişimcinin ekonomideki rolü
Psikolojik Teoriler	Girişimcinin kişilik özellikleri
Sosyolojik Teoriler	Girişimci olmayı etkileyen sosyal değerler

2.2. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ TİPOLOJİ TARTIŞMALARI

Girişimciler, son derece heterojen bir grubu tasvir ettiği için, tipler ve alt gruplar içinde sınıflandırılmaya çalışılmaktadır. Literatüre bakıldığında birçok araştırmacı farklı farklı girişimci tipleri öne sürmektedir. Literatürdeki bu tipoloji farklılığı, girişimcilerin demografik özellikleri, psikolojik özellikleri veya iş stratejileri gibi farklı özelliklerinin kullanılmasından kaynaklanmaktadır.⁴⁶³

2.2.1. Girişimsel Bir Tipoloji Oluşturmanın Önemi

Girişimsel süreç karmaşık girişimcilik çok farklı türden insanları kapsamaktadır. Fakat 1970'ler süresince girişimcilik araştırmaları ile ilgili

⁴⁶² Markku VIRTANEN, *age*, s: 11.

⁴⁶³ Andreas RAUCH ve Michael FRESE, *age*, s: 118.

çalışmaların temel yönelimi ve bir çok çalışma girişimcileri oldukça dar bir modelde kullanmışlardır. Elbette genel karakteristiklerden öğrenilecek çok şey var, fakat ortalama yönelimler olgudaki büyük farklılıkları ihmal etmiştir. Girişimsel farklılıkları ayırmaya oldukça az dikkat edilmiş ve birçok endüstriyi, farklı zaman periyotlarını ve coğrafi alanları kapsayan modelleri sistematik olarak geniş bir şekilde kullanan oldukça az araştırmacı vardır.⁴⁶⁴

Girişimciler bir takım yönleriyle birbirlerine benzememektedirler. Farklılıklar onların sadece geçmişlerini kapsamamaktadır. Bunun yanında onların motivasyonunu ve firmalar için beklentilerini de kapsamaktadır. Tipolojiler girişimciliği anlamak için son derece önemlidir. Çünkü girişimciler çoğunlukla niteliksel olarak birbirlerinden farklı kombinasyonlardan meydana gelmektedir. Ek olarak tipolojiler potansiyel girişimci profillerinin kontrol edilebilirliğini azaltmaktadır. Dolayısıyla tipolojiler girişimcilerin tanımında oldukça az detay verebilirken karmaşık bir fenomen içerisindeki modelleri tanımlamaya imkan veren düzenleme yönünde bir çeşitlilik sağlamaktadır. Ayrıca girişimsel davranışın ve performansın tahmini belirli tipolojilere dayandırılarak daha iyi yapılabilir.⁴⁶⁵

Girişimcilerin farklı niteliksel özelliklere sahip olması, girişimciliğin artmasına yönelik uygulanacak politikalar için oldukça önem arz etmektedir. Girişimci tipolojisi girişimcilerin hangi açılardan eksik olduğunu ve hangi yönlerden stratejik üstünlüklerinin bulunduğunu sergilemektedir. Dolayısıyla da her bölgede veya ülkede girişimci tipolojisinin oluşturulması politika yapıcılar için önemli bir kaynak niteliğindedir.⁴⁶⁶

2.2.2. Girişimci Tipolojileri

Girişimcilerin oldukça heterojen bir yapıya sahip olduklarını ilk vurgulayanlar arasında, büyük firmalardaki yöneticiler ve girişimciler arasındaki

⁴⁶⁴ Hans LANDSTRÖM, *age*, s: 275.

⁴⁶⁵ Hans LANDSTRÖM, *age*, s: 275.

⁴⁶⁶ Murat Ali DULUPÇU, Onur SUNGUR, Hakan DEMİRGİL, Canan ŞENTÜRK, Gökhan ÖZKUL ve Aykut SEZGİN, *Yenilik, İşbirliği ve Girişimcilik: Batı Akdeniz Bölgesi (Antalya-Isparta-Burdur İBBS TR61) KOBİ'lerinin Tutumlarının Değerlendirilmesi*, Edit: M.A. DULUPÇU ve O. SUNGUR, Ankara, 2007, s: 74.

farklılığı açıklayan Orvis Collins, David Moore ve Darab Unwalle ile girişimcileri farklı tiplerde tanımlayan Norman Smith bulunmaktadır.⁴⁶⁷

Collins, Moore ve Unwalle 1964'de Warner ve Martin'in "*The Industrial Man*" (1959) adlı çalışmasına dayanarak başarılı yöneticileri karakterize etmeye çalışmışlardır. Buna göre yöneticiler ve girişimciler arasında farklılıklar bulmuşlardır. Yönetici, sistemin içinde oturur ve hiyerarşide bir kariyer yapma düşüncesindedir. Halbuki girişimci sistemin bir mahkumuymuş gibi hisseder ve özgürlüğünü koparmak ister. Collins, Moore ve Unwalle, girişimcilerin bireylerin heterojen bir grubunu oluşturduğunu ve girişimcilerin farklı tipler halinde sınıflandırılmasının bir ihtiyaç olduğunu keşfetmişlerdir.⁴⁶⁸

Girişimcilikle ilgili birçok tipolojiler ortaya konmuştur. Bunlar arasında muhtemelen en bilineni Norman Smith'in 1967 yılında yapmış olduğu sınıflandırmadır. Norman R. Smith, 1967 yılında yapmış olduğu "*The Entrepreneur and His Firm: The Relationship Between Type of Man and Type of Company*" adlı çalışmasında girişimcileri "*esnaf girişimci*" (craftsman entrepreneurs) ve "*fırsatçı girişimci*" (opportunistic entrepreneurs) olarak iki tipe ayırmıştır. Esnaf girişimci; işçilik deneyiminden gelmiş, düşük bir eğitim seviyesine sahip, yönetim becerisi olmayan ve finansal kaynakları kişisel birikimleri ile akraba ve arkadaşlarından aldığı paralarla sınırlı olan bir girişimci tipidir. Esnaf girişimciler esnek olmayan katı firmalara sahip olma eğilimindedirler. Buna karşın fırsatçı girişimci; orta sınıf bir geçmişe sahip, daha geniş bir eğitim almış, yönetim deneyimi olan, yeni fırsatları görebilen, çok yenilikçi ve çok çeşitli stratejiler geliştirebilen, çok çeşitli finansal kaynaklar kullanan bir girişimci tipidir. Fırsatçı girişimciler esnek ve uyumlu bir yapılanması olan firmalara sahip olma eğilimindedirler. Fırsatçı girişimcilerin firmaları, esnaf girişimcilerinkine göre daha yüksek büyüme oranlarına sahiptir.⁴⁶⁹

Smith girişimci tipi ve firma tipi arasındaki ilişkiyle de ilgilenmiştir. Smith, esnaf girişimci tarafından yönetilen bir firmanın tüketici gruplarındaki değişikliklere katı, ürünlerin küçük, üretim ekipmanlarını bulunmuş olduğu yerden tedarik ettiğini, pazarının yerel veya bölgesel olduğunu keşfetmiştir. Buna karşın fırsatçı

⁴⁶⁷ Hans LANDSTRÖM, *age*, s: 44.

⁴⁶⁸ Hans LANDSTRÖM, *age*, s: 44.

⁴⁶⁹ Andreas RAUCH ve Michael FRESE, *age*, s: 118.

girişimcilerin ise daha çok adaptive bir firmayla işe başlama eğiliminde olduklarını öne sürmektedir.⁴⁷⁰

Filley ve Aldag (1978), girişimcileri “*esnaf*” (craftsman), “*promosyon*” (promotion) ve “*yönetici*” (administrator) tipleri olarak sınıflandırmıştır. Esnaf girişimci oldukça az uyumlu olan, riskten kaçınmaya istekli olan, konforlu bir yaşamı olmasına konsantre olmuş ve firmaları sabit olan bir girişimcidir. Promosyon firma, rekabet avantajının bazı tiplerini kullanmak için gayri resmi olarak organize olmuş firmadır. Bu firmalar merkezi olarak kontrol edilir ve sıklıkla kısa yaşarlar. Yönetici firmalar ise büyük ve profesyonel olarak hareket eden firmalardır.⁴⁷¹

Dunkelberg ve Cooper (1982), iş sahiplerini (girişimcileri) geçmişteki deneyimleri açısından üç tipte sınıflandırmıştır.⁴⁷²

- “*Büyüme yönelimli sahipler*” (Growth-oriented owners); mevcut büyük iş kollarını kovalayan girişimcilerdir. Bu girişimciler beş yıllık bir periyotta % 30’den daha fazla bir büyüme göstermeye isteklidirler.
- “*Bağımsızlık yönelimli sahipler*” (Independence-oriented owners); başkaları için çalışmaktan son derece kaçınan girişimcilerdir. Bu girişimciler tarım ve dışçılık, mühendislik ve muhasebecilik gibi mesleki uygulamalarda çok sık bulunur. Diğer gruptan iş sahipleriyle karşılaştırıldığında, bunlar sıklıkla firmalarını satın alırlar.
- “*Esnaf yönelimli iş sahipleri*” (Craftsman-oriented owners); güçlü bir şekilde işin özel bir çeşidini yapmaya doğru çekilen girişimcilerdir. Bunlar oldukça az formal eğitime sahip olma eğilimindedirler ve firmalarını kendileri kurarlar.

Dunkelberg ve Cooper’ın yapmış olduğu bu girişimci tip ayrımı önceki tipolojilerle karşılaştırıldığında sadece bağımsız yönelimli girişimciler farklı bir tip olarak öne çıkmaktadır.

⁴⁷⁰ Hans LANDSTRÖM, *age*, s: 44.

⁴⁷¹ Hans LANDSTRÖM, *age*, s: 275-276.

⁴⁷² Hans LANDSTRÖM, *age*, s: 276.

Carolyn Y. Woo, Arnold C. Cooper, ve William C. Dunkelberg'in 1988 yılında yapmış oldukları "*Entrepreneurial Typologies: Definition and Implication*" adlı çalışmada Norman R. Smith'in çalışmasındaki iki girişimci tipini onaylayarak, 1992 yılında yapmış oldukları bir başka çalışmada "icatçı girişimciyi" ayırt edilebilir üçüncü bir tip olarak ortaya koymuşlardır. İcatçı girişimci temel özelliği ürün geliştirme olan ve belirli bir zanaatkarlık yönelimine sahip bir girişimci tipidir.⁴⁷³

E. Chell, Jean Haworth ve Sally Brearley'in 1991'de yapmış oldukları "*The Entrepreneurial Personality: Concepts, Cases, and Categories*" adlı çalışmalarında kişilik özelliklerini, stratejilerini ve demografik özelliklerini kullanarak girişimcileri sınıflandırmışlardır. "*Prototipçi girişimci*" (prototypical entrepreneur), mevcut kaynakları ne olursa olsun yeni iş fırsatları için daima tetiktedir, yenilikçidir ve çok çeşitli finans kaynaklarını kullanır. Yüksek bir fikir yaratıcı profili vardır ve en iyisi olmak için uğraşır. O, sürekli çevresini değiştirmeyi dener ve değişimle sonuçlanan durumlar yaratır. Buna karşın "*geçici girişimci*" (caretaker entrepreneur) bu davranışları göstermez. Bu iki uç nokta arasında tanımlanan iki tip daha vardır. "*Yarı girişimci*" (quasi-entrepreneur), girişimciye benzer, fakat girişimcinin karakteristiklerinin hepsine sahip değildir. Örneğin daha az yenilikçi ve daha az inisiyatifli ele almaktadır. "*Yönetici girişimci*" (administrator entrepreneur), çok tepkiseldir ve fırsatları yakalar, fakat mevcut kaynakları göz önünde bulundurarak fırsatları değerlendirmeye çalışır.⁴⁷⁴

Olaf Isachsen, 1996'daki "*Joining the Entrepreneurial Elite*" adlı eserinde girişimcileri yönetici girişimci, taktikçi girişimci, stratejist girişimci ve idealist girişimci olarak dört farklı tipte sınıflandırmıştır.⁴⁷⁵ "*Yönetici girişimci*", varolan mevcut kurulu bir işletmeyi yöneten girişimci tipidir. Daha önce kurulmuş işletmelerde girişimcilik yaparlar. Bu bağlamda mevcut ve bilinen bir sektör içinde ve mevcut bir girişimciliği, günün şartlarına uyduran, işi yeniden yapılandıran ve devam ettiren girişimciliktir. Aile işletmelerinde girişimlerin yönetimini devralan

⁴⁷³ Andreas RAUCH ve Michael FRESE, *age*, s: 118-119.

⁴⁷⁴ E. CHELL, Jean HAWORTH ve Sally BREARLEY, **The Entrepreneurial Personality: Concepts, Cases, and Categories**, New York: Routledge, London, 1991, s: 72.

⁴⁷⁵ Anna LEVANDER ve Isabella RACCUIA, "Entrepreneurial Profiling, Stimuli Reaction, Action", **A Cognitive Approach to Entrepreneurship**, Stockholm Schools of Economics, Seminar Presentation: January 19th 2001, s: 8.

ikinci ve üçüncü nesil girişimcilik buna örnek gösterilebilir.⁴⁷⁶ “*Taktikçi girişimci*”, bilinen bir teknoloji içinde olağanüstü bir performans sergileyen girişimci tipidir.⁴⁷⁷ Bu tür girişimciler mevcut teknolojiler altında bir işi yeniden yapılandırmakta, iş yöntemini değiştirmekte veya belirli bir alanda ilave bir yenilik ve gelişme sağlayan projeler geliştirmektedir. Aynı zamanda taklitçi ve esnek bir yapıya sahip olan bu girişimciler, ürün üzerindeki bir yeniliğe veya kaliteye angaje olup, rakiplerine fark yaratırlar. “*Stratejist girişimci*”; fırsatları arayan, algılayan, tanımlayan, yakalayan ve onları gerçek hale getiren bir girişimci tipidir. “*İdealist girişimci*” ise; hayalini, düşünüyü, umudunu ve tutkusunu veya kendine özgü yepyeni bir iş fikrini ilk defa girişime dönüştüren girişimci tipidir. Bunlar yaratıcı, yenilikçi, keşifçi, maceracı, meraklı, icatçı, aşırı risk alan vizyon sahibi girişimcilerdir.⁴⁷⁸

John B. Miner ise 1996’da “*The Four Routes to Entrepreneurial Success*” adlı çalışmasında girişimcileri psikolojik özellikleri kullanarak dört farklı kişilik tipi içerisinde kategorize etmiştir. “*Kişisel başarılar*” (personal achievers) McClellan (1961) tarafından sunulan klasik girişimciye benzer. Onun karakteristikleri başarıya ihtiyaç duyma, geri besleme alma isteği, hedeflerini belirleme ve planlama, güçlü kişisel inisiyatif, yüksek derecede risk üstlenebilme ve başkalarının amaçlarından ziyade kendi amaçlarına inanmaktır. “*Süper satıcı kişiler*” (supersales persons) biçimi beş karakteristikten oluşmaktadır. Bunlar başka insanları anlama kapasitesi, diğerlerine yardım etme arzusu, sosyal süreçlerin çok önemli olduğuna inanma, diğerleriyle pozitif ilişkinin bir gereksinim olduğu ve satış ekibinin (sales force) şirket stratejilerini gerçekleştirmede çok önemli olduğuna inanmadır. “*Gerçek yöneticiler*” (real manager), yöneticilere benzeyen on üç karakteristiğe sahiptir. Karakteristiklerinin bazıları: yüksek bir yönetsel kabiliyet, mesleki başarı için bir gereksinim duyma, kendini gerçekleştirme gereksinimi, otorite yönünde pozitif tutum ve diğerleriyle yarışma içinde olmaya istekli olmaktır. Dördüncü tip olan “*uzman fikir yaratıcı*” (expert idea- generator); kişisel olarak yenilik yapmaya istekli, yeni ürün geliştirmeye inançlı, yüksek zekalı ve riskten kaçınmaya istekli olarak

⁴⁷⁶ Seyfi TOP, *age*, s: 20.

⁴⁷⁷ Anna LEVANDER ve Isabella RACCUA, *age*, s: 8.

⁴⁷⁸ Seyfi TOP, *age*, s: 18-20.

karakterize edilir. Miner, kişilik davranışlarıyla kurulan firmaların, diğer tiplere göre daha çok büyüdüğünü ortaya koymuştur.⁴⁷⁹

Karl Vesper, 1999'daki “*Unfinished Business (Entrepreneurship) of the 20th Century*” adlı çalışmasında girişimcileri dokuz tipe sınıflandırmıştır. Vesper bu girişimsel tipolojisini girişimsel davranışa göre oluşturmuştur. Vesper girişimsel davranış ile ilgili aktiviteleri derecelendirmeye çalışmamıştır. Fakat yine de yan yana varolan farklı girişimsel aktivite tiplerinin olduğunu kabul etmiştir. Vesper, araştırmacıların girişimcinin ne olduğuna yönelik bilmeceyi çözmek yerine farklı girişimci tiplerini tanımlayan bir görüşü kabul etmeleri gerektiğini savunmaktadır.⁴⁸⁰

Tablo 2.3. Vesper'in Girişimsel Tipolojisi

Girişimci Tipi	Girişimsel Aktivite
Başlatıcı (Starter)	Yeni bir iş yaratarak bağımsız bir işe girerler
Elde Edici (Acquirer)	Devam eden bir işi sonradan edinerek bağımsız bir işe girerler
Koşucu (Runner)	Başlatmanın ötesinde orta durumdaki küçük bir firmayı yönetir
Havalanan (Take-Off Artist)	Yüksek bir büyüme trendi içindeki bir şirketi yönetir.
Revizyon (Turnaround Artist)	Başarısız bir şirketi kurtarır
Yenilikçi (Innovator)	Bir şirketi olmadan yeni olan bir şeyler yapar
Destekleyici (Champion)	Yenilikçileri destekler
İçgirişimci (Intrapreneur)	Kurulu bir firmanın içinde iş birimi yaratmak için inisiyatif alır
Endüstri Kaptanı (Industry Captain)	Büyük bir firmayı işletir

Kaynak: Ingrid Verheul, Lorraine Uhlener ve Roy Thurik, *age*, s: 37.

Justo De Jorge Moreno, Leopoldo Laborda Catillo ve Elio De Zuani Masere'nin 2007'de yaptıkları “*Influence of Entrepreneur Type, Region and Sector Effects on Business Self-confidence: Empirical Evidence from Argentine Firms*” adlı çalışmalarında girişimci tiplerini yedi grupta sınıflandırmışlardır.⁴⁸¹

⁴⁷⁹ Andreas RAUCH ve Michael FRESE, *age*, s: 119-120.

⁴⁸⁰ Ingrid VERHEUL, Lorraine UHLANER ve Roy THURIK, “Business Accomplishments, Gender and Entrepreneurial Self-image”, **Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy**, Max Planck Institute, 2004, s: 7.

⁴⁸¹ Justo De Jorge MORENO, Leopoldo Laborda CATILLO ve Elio De Zuani MASERE, “Influence of Entrepreneur Type, Region and Sector Effects on Business Self-confidence: Empirical Evidence from Argentine Firms” **Entrepreneurship & Regional Development**, Vol: 19, No: 1, 2007, s: 36-38.

- “*İmtiyazlı girişimci*” (privileged entrepreneur); kamunun kredi destek politikalarından faydalanan firmalar olarak karakterize edilir.
- “*Dağıtılmış girişimci*” (decentralized entrepreneur); firmanın genellikle yaşadığı ve ilk yerleştiği yerin dışında bir yerde yeni iş aktivitelerini kurup yerleştiren girişimcidir.
- “*Kuşkucu girişimci*” (sceptical entrepreneur); kriz döneminin devam edeceğini, kısa dönemde durumların değişmeyeceğini hisseden girişimcilerdir.
- “*Mesleği olmayan girişimci*” (entrepreneur without vocation); mesleğini değiştirmeyi arzu eden girişimcilerdir.
- “*Modern girişimci*” (modern entrepreneur); modern bilgi ve iletişim teknolojilerine ve onları kullanabilmeyi sağlayan yetenek ve becerilere sahip olmayla karakterize edilir.
- “*Tipik olmayan girişimci*” (atypical entrepreneur); firmanın kurucusu olmayan, firmayı satın almış olan girişimcilerdir.
- “*Geleneksel girişimci*” (traditional entrepreneur); bilgi ve iletişim teknolojileri ile onları kullanabilme yetenek ve becerisi eksikliği bulunan girişimcilerdir.

2.2.3. Girişimci Tipolojilerine Yapılan Eleştiriler

Tipolojiler bizim küçük ölçekli girişimler hakkındaki bilgimizi geliştirmektedir. Çünkü onlar girişimcilerin tanımına ve girişimcilerin davranışına katkı sağladığı gibi teorik yapıya da katkı sağlamaktadır. Fakat bunun yanında girişimcilikle ilgili tipolojiler hakkında önemli eleştiriler vardır. Bunlardan ilki; farklı araştırmalarda, farklı modeller ve farklı özellikler kullanılarak girişimciler kategorize edilmiştir. Birçok tipoloji benzer değildir. Hatta birçok tipoloji girişimciliği test etmede yetersizdir. İkinci bir sorun tipolojilerin isimleridir. Üçüncüsü tipolojiler basittir. Çünkü onlar en uç noktalara odaklanmış ve iş sahiplerinin sadece küçük bir parçası belirli bir tipe tamamen uymaktadır. Bir dördüncüsü ve muhtemelen en

önemli eleştiri, tipolojiler genelde tanımlayıcıdır ve girişimcilikle ilgili teorik gelişmeye pek vurgu yapmamaktadır.⁴⁸²

2.2.4. Girişimci Tipolojileri ve Girişimcilik Teorileri Arasındaki İlişki

Girişimcilik alanı yeni ve hala gelişimini sürdürmekte olan bir alandır. Ana teması insan olduğu için tek bir bilimsel disiplinle açıklanması mümkün olmayan çok disiplinli bir alandır. Hem yeni hem de çok disiplinli bir alan olması ise bu konu ile ilgili teorik bir karmaşıklığa ve boşluğa neden olmaktadır. Bunun en büyük örneklerinden biri ise girişimci tipolojileridir. Bu anlamda birçok yazar çeşitli girişimci tipolojileri oluşturmuş, fakat birçoğu bunu mevcut teorik çerçeveye dayandırmadan yapmıştır.

Yukarıda bahsedilen çeşitli yazarların yapmış olduğu girişimci tipolojilerine bakıldığında, birçoğu psikolojik temelli yaklaşımlara uygun ayırmalar yapmışlardır. Bir diğer ifadeyle kişilik özelliklerine göre girişimcileri tiplere ayırmaya çalışmışlardır.

Bu çalışmada temel alınan Norman Smith'in 1967 yılında yapmış olduğu esnaf girişimci tipi – fırsatçı girişimci tipi ayırımına bakıldığında hem ekonomik, hem psikolojik, hem de sosyolojik teorilerin etkilerini görmek mümkündür. Smith'in bu ayırımında eğitim seviyesi gibi sosyal etmenler; riske girme eğilimi gibi kişilik özelliklerine gösteren psikolojik etmenler ve yenilikçi olma gibi girişimcinin rolünü belirleyen ekonomik etmenler belirleyici rol oynamaktadır. Dolayısıyla da tipolojiler teorik çerçeveden bağımsız olarak oluşturulmuş olsa bile, yine de teorik çerçevenin etkilerini üzerlerinde barındırmaktadır.

⁴⁸² Andreas RAUCH ve Michael FRESE, *age*, s: 120.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İBBS DÜZEY 2 TR61 (ANTALYA-BURDUR-ISPARTA) BÖLGESİNDEKİ GİRİŞİMCİ TİPLERİNİN KARŞILAŞTIRMALI İNCELENMESİ

3.1. İBBS DÜZEY 2 TR61 BÖLGESİNİN GENEL YAPISI

Türkiye, bölgesel gelişme politikalarının daha etkin uygulanması, analizi ve AB'ye uyumun sağlanması amacıyla yönelik olarak 2002 yılında 26 İstatistik Bölge Birimi (İBB) Düzey-II bölgesine ayrılmıştır.⁴⁸³

İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırmasında iller "Düzey 3" olarak tanımlanmış; ekonomik, sosyal ve coğrafi yönden benzerlik gösteren komşu iller ise bölgesel kalkınma planları ve nüfus büyüklükleri ile dikkate alınarak "Düzey 1" ve "Düzey 2" olarak gruplandırılmak suretiyle hiyerarşik İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması yapılmıştır. "Düzey 3" kapsamındaki İstatistik Bölge Birimleri 81 adet olup il düzeyindedir. Her il bir İstatistik Bölge Birimini tanımlamaktadır. "Düzey 2" İstatistik Bölge Birimleri, "Düzey 3" kapsamındaki komşu illerin gruplandırılması sonucu tanımlanmış olup, 26 adettir. "Düzey 1" İstatistik Bölge Birimleri ise "Düzey 2" İstatistik Bölge Birimlerinin gruplandırılması sonucu tanımlanmış olup, 12 adettir.⁴⁸⁴

Bu çalışmada ise İBBS Düzey 2 TR61 bölgesini oluşturan Antalya, Burdur ve Isparta illeri incelenecektir. Bu anlamda bu kısımda TR61 bölgesini oluşturan Antalya, Isparta ve Burdur illerinin ekonomik ve sosyal yapısı hakkında bilgi verilecektir.

TR61 bölgesi, 2000 yılı nüfus sayımına göre 2.490.235'lik toplam nüfusu ile Türkiye'de % 3.67 oranında nüfusa ve 35.837'lik toplam yüzölçümü ile % 4.66

⁴⁸³ DPT, *Türkiye Cumhuriyeti Ön Ulusal Kalkınma Planı (2004-2006)*, Ankara, 2003, s: 37.

⁴⁸⁴ DPT, *İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması (2003)*, Yayın No: DPT 2671, 2003, s: 109.

oranında yüzölçümüne sahip bir bölgedir. Bölgede üç il içinde en fazla nüfusa sahip olan il ise Antalya'dır. Her üç ilin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasına baktığımızda; Antalya ilinin 10., Burdur ilinin 31. ve Isparta ilinin ise 28. sırada yer aldığı görülmektedir.

Tablo 3.1. Bölge İllerinin Demografik Göstergeleri

DEMOGRAFİK GÖSTERGELER	BİRİM	ANTALYA	BURDUR	ISPARTA	TÜRKİYE
Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması	-	10	31	28	-
Toplam Nüfus	Kişi	1.719.751	256.803	513.681	67.803.927
İlin Yüzölçümü	Km ²	20.722	6.840	8.275	769.503
Nüfus Yoğunluğu	Kişi/Km ²	82	37	62	88

Kaynak: KOSGEB, *Bölgesel Kalkınma Araştırma Raporu TR61 Antalya Alt Bölgesi (Antalya, Isparta, Burdur)*, Ankara, 2006, s: 16.

Türkiye'de 2001 yılı verilerine göre kişi başı GSYİH değeri 2.146 \$ iken, bölgede yer alan Antalya ilinde bu değer daha fazla olduğu, bölgedeki diğer iki ilin kişi başı GSYİH değerinin ise Türkiye ortalamasının altında kaldığı görülmektedir. Bu anlamda Antalya GSYİH'dan % 2,6'lık bir pay alırken, Burdur % 0,3, Isparta ise % 0,5'lik bir pay almaktadır.⁴⁸⁵

Tablo 3.2. Bölge İllerinde Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) Oranları (2001)

GSYİH	BİRİM	ANTALYA	BURDUR	ISPARTA	BÖLGE	TÜRKİYE
Kişi Başı GSYİH	\$	2.193	1.951	1.510	2.030	2.146
Paylar	%	2,6	0,3	0,5	3,5	100

Kaynak: KOSGEB, *age*, s: 17.

TR61 bölgesini oluşturan üç il de, coğrafi yapıları ile şekillenen bir ekonomik yapıya sahiptir. İller sahip oldukları dinamikleri kullanarak özellikle hizmetler sektöründe son 20 yılda kayda değer bir gelişme sağlamışlardır. Antalya ili turizmdeki stratejik üstünlüğünü çok iyi kullanarak hizmetler sektöründe yaklaşık

⁴⁸⁵ KOSGEB, *age*, s: 17.

ikiye katlanan bir büyüme sergilemiştir. Her üç ilin de sanayi alanındaki büyüme göstergelerine bakıldığında, sahip oldukları kaynaklar ve kurumlar düşünüldüğünde istenen büyümeyi sağlayamadıkları ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3.3. Bölge İllerinde GSYİH'nın Sektörlere Göre Dağılımı (Milyar TL)

SEKTÖRLER	YIL	ANTALYA	BURDUR	ISAPARTA	BÖLGE	TÜRKİYE
Tarım	1987	428	115	121	664	13.314
	2000	561	116	167	844	15.962
Sanayi	1987	154	22	83	259	19.276
	2000	245	33	108	386	33.738
Hizmetler	1987	964	157	201	1.322	42.132
	2000	2.133	267	295	2.695	69.089
Toplam	1987	1.547	294	405	2.246	74.722
	2000	2.939	416	570	3.925	118.789

Kaynak: KOSGEB, age, s: 17.

Bölgede istihdamın sektörel dağılımına bakıldığında, bölgenin tarım sektöründeki istihdamda 343.000 ile Türkiye toplamı içerisinde % 4,64'lük, sanayi sektöründeki istihdamda 152.000 ile Türkiye toplamı içerisinde % 3,03'lük, hizmetler sektöründeki istihdamda ise 505.000 ile Türkiye genelinde % 5,39'luk bir orana sahip olduğu görülmektedir. Bu anlamda bölgede istihdam edilenlerin sektörel dağılımı sıralamasında ilk sırada hizmetler, ikinci sırada tarım, son sırada ise sanayi sektörü yer almaktadır.

Bölge'de sektörel yoğunlaşmaya bakıldığında, Antalya ilinde gıda, kimya ve metal eşya sektörlerinde kısmi bir yoğunlaşma görülmektedir. Antalya ilinin narenciye ve seracılık başta olmak üzere büyük ve verimli tarım arazilerine sahip olması gıda endüstrisini de ön sıralara taşımıştır. İlde 7 adet küçük sanayi sitesi bulunmakta ve metal eşya sektörü büyük oranda bu sitelerde faaliyet göstermektedir. Burdur ve Isparta'da genellikle hafif metal işlendiği görülürken, Antalya sahip olduğu teknoloji ve ölçek üstünlüğü ile ağır metal üretimi de yapmaktadır. Isparta ilinin sektör odakları ise tekstil, gıda ve ormanda toplanmaktadır. Bu, özellikle faktör üstünlüklerinden ileri gelmektedir. Bu sektörler dışında gelişen diğer sektörler ise kozmetik, makine metal işleme sanayi, taş ve toprağa dayalı sanayi olarak karşımıza

çıkılmaktadır. Burdur ilinde tarım işkolu dışında hayvancılık, mermer ve benzeri madenlerin işlenmesi alanlarında faaliyet gösteren sektörler diğer sektörlerle nispeten daha gelişmiş durumdadır.⁴⁸⁶

TR61 bölgesini oluşturan üç il de 2001 yılı teşvik uygulamasında, kişi başına düşen gelirleri 1500 doların üzerinde olduğu için, teşvik kapsamına girememiştir. Bu durum illerdeki sektörleri çeşitli arayışlara itmiştir. Genel olarak bakıldığında, bölgenin sanayileşme ve yüksek katma değer üretme yönünde yeterli gelişim sağlayamamış olduğunu söylemek mümkündür. Kurulma aşamasını henüz tamamlamış olan Göller Bölgesi Teknokenti ve henüz büyümekte olan Akdeniz Üniversitesi Teknokentinin, bu çerçevede ulusal ekonomiye katkı sağlaması ve bölgesel ekonominin gelişimi için önemli bir dinamizm oluşturması beklenmektedir. Her iki ilde de sanayileşme yönündeki çalışmalar devam etmekte, Sanayi ve Ticaret Odaları, Valilikler, İl Özel İdareleri ve üniversiteler bu konuda çeşitli girişimlerde bulunmaktadır. Batı Akdeniz Ekonomisini Geliştirme Vakfı (BAGEV), bu çerçevedeki önemli girişimlerden birisi olarak çeşitli sivil toplum kuruluşları arasında ön plana çıkmaktadır.⁴⁸⁷

3.2. LİTERATÜRDEKİ TÜRKİYE ÜZERİNE BAZI AMPİRİK ÇALIŞMALAR

Türkiye’de girişimcilik üzerine yapılmış birçok ampirik çalışma bulunmaktadır. Bu bağlamda bu kısımda bu çalışmalardan bazılarını değinilecektir.

Türkiye’de girişimcilik özelliklerinin belirlenmesine yönelik en eski çalışma Alec Alexander tarafından 1960 yılında yapılmıştır. Alexander, Osmanlı İmparatorluğu sonrasında Türk ekonomisini incelemiş, sanayi ve ticaretin azınlık mesleği olmaktan devlet eliyle çıkarılması sürecini dikkate alarak 1950’li yılları izleyen endüstrileşme ve bu süreçte sanayicinin kapasitesi, önemi ve kökenleri üzerinde durmuştur

Arif Payaslıoğlu tarafından 1961 yılında Dünya Bankası desteği ile gerçekleştirilen diğer bir araştırmada o yıllarda 50 ve daha fazla çalışanı olan işletme sayısı 367’dir ve bunlar daha çok İstanbul ve İzmir çevresinde yoğunlaşmak üzere;

⁴⁸⁶ Murat Ali DULUPÇU ve diğerleri, **age**, s: 17-18.

⁴⁸⁷ Murat Ali DULUPÇU ve diğerleri, **age**, s: 17-18.

Adana, Ankara, Bursa ve Eskişehir’de bulunmaktadır. Payaslıoğlu; yaptığı araştırmada büyük sermaye sahiplerinin henüz holdingleşme aşamasında olduğunu ve en büyük şirketlerin dahi yönetiminde kan bağı bulunduğunu belirlemiştir

1973 yılında Donald La Vere Bates tarafından yapılan araştırma ise; 20 sanayici-yönetici üzerinde yapılan bir çalışmadır. Ona göre; Türk Sanayicisinin önündeki üç engeli aşması aday olduğu AET’ye ülkesini taşıyabilmesi için gerekli şarttır. Bu engeller; a) İslami yapı, b) Geleneksel Değerler, c) Ekonomik Kısıtlamalardır. Ekonomik kısıtlamalar; finans yetersizlikleri, teknik bilgi birikiminin yokluğu, uluslararası pazarlarla ilişkilerin azlığı, girişimci sayısının kısıtlılığı ve en önemlisi de yönetici yoksunluğudur

Bu çalışmaların dışında en kapsamlı çalışma 1974 yılında Erdoğan Soral tarafından yapılanıdır. Soral iki yıl süren bu çalışmasında tarım, sanayi ve mali alanda faaliyet gösteren büyük işletmeleri araştırmıştır.

1992 yılında Neşe Özgen “*Ege Bölgesinin Kalkınmasında İmalat Sanayinde Müteşebbis Tiplerinin Rolü*” adlı doktora tezinde Ege Bölgesi Sanayi Odası’na kayıtlı İzmir, Manisa, Aydın ve Muğla illerinde kurulmuş bulunan ve en az on yıllık bir geçmişe sahip, orta ve büyük ölçekli olması, kamuya ait olmayan, bölgeye ait sermaye ile kurulmuş 50 ve üzeri işçi çalıştıran 130 firma üzerinde araştırma yapmıştır. Çalışmada girişimsel performans ile batı analogjili ideal tipler karşılaştırılarak benzerliklerin veya farklılıkların sorgulanarak kalkınma ve girişimsel performansın anlatılmaya çalışılmasındaki sakıncalar belirtilmiştir. Bu sebeple çalışma sonucu çıkan sonuçlar ışığında bölge girişimcisi cluster analizi ile tipeştirilmeye ve gruplaştırılmaya çalışılmıştır.

1993 yılında Neşe Kumral, “*Bölgesel Gelişme Politikası Aracı Olarak Ekonomik Kalkınma Ajansları ve Girişimciliğin Teşviki*” adlı doktora tezinde Türkiye’de çok az bilinen ve henüz faaliyet göstermeyen kalkınma ajanslarını tanıtmak ve bu kurumların girişimciye sağlayacağı hizmetler ile bölgesel gelişmeye olan katkılarını incelemek amacıyla yaptığı araştırmasında İzmir ilinde 100 girişimci üzerinde bir anket çalışması yapmıştır.

1999 yılında Recep Aytaç, “*Elazığ’da Girişimcilik ve Girişimci Kültürü; Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası’na Kayıtlı İş Adamları Üzerine Sosyolojik Bir*

İnceleme” adlı yüksek lisans tezinde Elazığ sanayi ve Ticaret Odası’na kayıtlı 64 işadami üzerinde yaptığı anket çalışmasında Anadolu’da girişimci bireylerin, toplumsal ve sınıfsal kökenlerini, içinde doğdukları ve kendilerini geliştirebildikleri toplumsal-iktisadi-siyasi ve kültürel koşulların neler olduğunu, dünya görüşlerini, zihniyet yapılarını, gündelik hayatlarını, hayatı yaşama ve kavrama düzeylerini ve gelecek vizyonlarının neler olduğunu ortaya çıkarmaya çalışmıştır.

2000 yılında Nigar Demircan “Girişimcilik ve Girişimcilerin Kişilik Özellikleri Konusunda Bir Uygulama” adlı yüksek lisans tezinde Düzce ilindeki küçük işletme sahiplerinin girişimci kişilik özelliklerini ve bu kişilik özellikleri ile başarı, güç ve bağlılık güdüleri arasındaki istatistiksel olarak anlamlı ilişkileri ortaya çıkarmak, bazı demografik ve sosyal değişkenlerin bu kişilik özellikleri üzerindeki etkisini araştırmak ve girişimde bulunmalarında onları etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla yapmış olduğu araştırmasında Düzce Ticaret Odasına kayıtlı 5 ve daha fazla işçi çalıştıran 97 girişimci üzerinde anket çalışması yapmıştır

2002 yılında Ebru Aykan, “*Girişimcilik ve Girişimcilerin Liderlik Davranışları (Kayseride Bir Uygulama)*” adlı yüksek lisans tezinde Kayserili girişimcilerin özellikleri ve sergiledikleri liderlik davranışlarını belirlemeye çalışmıştır.

2002 yılında TÜSİAD tarafından yapılan “*Türkiye’de Girişimcilik*” adlı çalışmada, ekonomik gelişme için girişimciliğin sahip olduğu önemli rolü gösterebilme adına Türkiye’de mevcut olan girişimci altyapısı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerle karşılıklı olarak incelenmiş ve Türkiye’nin girişimcilik performansı değerlendirilmiştir.

2003 yılında Erkan Turan Demirel, “*Girişimcilik Kültürü*” adlı yüksek lisans tezinde Elazığ’da girişimcilik kültürü özelliklerini belirlemeye yönelik bir araştırma yapmıştır.

2006 yılında Sadık Gözek tarafından yapılan “*Girişimci Adayının Özellikleri, Girişimcilik Eğilimleri ve Girişimci Adaylarına Sağlanan Destekler*” adlı yüksek lisans tezinde girişimci adayın iş kurma sürecinde sahip olması gereken özelliklerin, girişimcilere destek veren kurum ve kuruluşların ve girişimci adaylarının girişimcilik eğilimleri ve sorunları yer almaktadır.

2006 yılında Esen Şahin, “*Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama*” adlı yüksek lisans tezinde Konya ilindeki kadın girişimcilerin liderlik ve yöneticilik bağlamında genel profil özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

2006 yılında Ramazan Uygun, “*Türkiye’de Girişimcilik Kültürünü Yönlendiren Öncü Girişimciler ve İbrahim Bodur Modeli*” adlı yüksek lisans tezinde Kale Grubu’nun kurucusu olan İbrahim Bodur’un girişimcilik kariyerine tercih etmesine etki eden dinamiklerin tespit edilerek, başarısının altında yatan sahip olduğu girişimcilik ve işletmecilik felsefe ve eğilimlerinin analiz edilmesi amaçlanmıştır.

3.3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE ÖZELLİKLERİ

Çalışmanın bu kısmında, araştırmanın kapsam ve özelliklerine yer verilecektir.

3.3.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı; İBBS Düzey 2 TR61 bölgesinde yer alan Antalya, Burdur ve Isparta illerinde imalat sanayi sektöründe girişimci olmayı etkileyen ekonomik, psikolojik ve sosyolojik faktörlerin neler olduğunu tespit ederek, bölgedeki girişimci tiplerini ortaya koymaktır. Bu amaçla da 3 ilde yer alan girişimcilerin birbirleriyle olan farklılıkları tespit edilerek, bu farklılıkların nedenleri ortaya konmaya çalışılacaktır. Böylelikle bölgede imalat sanayi alanında girişimci tipolojisi oluşturmaya yönelik bir ön değerlendirme yapılarak, girişimciliğin nasıl artırılacağına ilişkin yapılacak daha sonraki çalışmalara bir altyapı hazırlamak hedeflenmektedir.

3.3.2. Araştırmanın Yöntem ve Kapsamı

Çalışma, girişimcilerle yapılacak yüz yüze görüşmeler ve bu esnada uygulanacak anket yöntemine dayanmaktadır. Bu bağlamda görüşülen girişimcilere bir tutum anketi uygulanmıştır. Uygulanan tutum anketi literatürdeki mevcut

anketlerden de faydalanarak Ocak-Şubat 2007 tarihleri arasında tasarlanmıştır. Bu anket 3 ilden toplam 153 girişimciye uygulanmıştır. Bu girişimciler KOSGEB veritabanından tesadüfi olarak seçilmiştir. Görüşmeler ise Mart-Ağustos 2007 tarihleri arasında yapılmıştır. Araştırma kapsamında girişimcilerden elde edilecek bilgilerin mümkün olduğunca güvenilir ve doğru olmasını sağlamak amacıyla görüşmeler yüz yüze yapılmış ve anket ile ilgili gerekli açıklamalar yapıldıktan sonra anket soru-cevap şeklinde doldurulmuştur.

3.3.3. Anakütle ve Örneklem

Araştırmanın anakütlesini Antalya, Burdur ve Isparta illerinde imalat sanayi sektöründe faaliyet gösteren ve KOSGEB veritabanına kayıtlı olan tüm firmalar oluşturmaktadır. KOSGEB'in 2006 yılı TR61 Antalya Alt Bölgesi (Antalya, Isparta, Burdur) Bölgesel Kalkınma Araştırma Raporundan alınan verilere göre; Antalya'da 645, Isparta'da 216 ve Burdur'da da 123 olmak üzere bölgede toplam 984 imalat sanayi firması bulunmaktadır.

Araştırmanın örnekleme ise 3 ilden de rasgele seçilen Antalya'dan 71, Isparta'dan 50 ve Burdur'dan da 32 olmak üzere toplam 153 firmadan oluşmaktadır. Çalışmada örneklem olarak anakütlenin % 10'u hedeflenmiş olup, firma yoğunluğu düşük olan Isparta ve Burdur illerinde bu oranın % 20'nin üstünde olması hedeflenmiştir. Buna göre firma yoğunluğu yüksek olan Antalya'da anakütlenin % 11'ine, firma yoğunluğu düşük olan Isparta ve Burdur'da ise sırasıyla anakütlenin % 23,1 ve % 26'sına ulaşılmış olup, toplamda anakütlenin % 15,5'ine ulaşılmıştır.

3.3.4. Araştırma Hipotezleri

Araştırmada, aşağıdaki hipotezler test edilmektedir:

1. Hipotez:

H_0 = Girişimcilerin bekar olmalarının fırsatçı girişimci olmalarında etkisi yoktur.

H_a = Girişimcilerin bekar olmalarının fırsatçı girişimci olmalarında etkisi vardır.

2. Hipotez:

H_0 = Girişimcilerin girişimcilikle ilgili eğitim, kurs, sertifika almalarının fırsatçı girişimci olmalarında etkisi yoktur.

H_a = Girişimcilerin girişimcilikle ilgili eğitim, kurs, sertifika almalarının fırsatçı girişimci olmalarında etkisi vardır.

3. Hipotez:

H_0 = Girişimcilerin yabancı dil bilmelerinin fırsatçı girişimci olmalarında etkisi yoktur.

H_a = Girişimcilerin yabancı dil bilmelerinin fırsatçı girişimci olmalarında etkisi vardır.

4. Hipotez:

H_0 = Girişimcilerin bilgisayar kullanmayı bilmelerinin fırsatçı girişimci olmaları üzerinde etkisi yoktur.

H_a = Girişimcilerin bilgisayar kullanmayı bilmelerinin fırsatçı girişimci olmaları üzerinde etkisi vardır.

5. Hipotez:

H_0 = Girişimcilerin yurt dışına gitmelerinin fırsatçı girişimci olmaları üzerinde etkisi yoktur.

H_a = Girişimcilerin yurt dışına gitmelerinin fırsatçı girişimci olmaları üzerinde etkisi vardır.

3.4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Çalışmanın bu kısmında, İBBS Düzey 2 TR61 bölgesinde yer alan Antalya, Burdur ve Isparta illerinde imalat sanayi sektöründeki girişimciler üzerine uygulanan anketin bulgularına yer verilecektir.

3.4.1. Girişimciler Hakkında Genel Bilgiler

Araştırma kapsamında 3 ilde görüşülen girişimcilerin cinsiyete göre dağılımı Tablo 3.4. yardımıyla sunulmaktadır. Buna göre her 3 ilde de ağırlıklı olarak erkek girişimciler öne çıkmaktadır. Görüşme yapılan toplam 153 girişimcinin 146 tanesi erkek girişimci olup sadece 7 tanesi kadın girişimcidir. Bölgedeki kadın girişimcilerin toplam içindeki oranı % 4,6 gibi düşük bir oranda kalmaktadır. Kadın girişimcilerin en yoğun bulunduğu il % 7 ile Antalya'dır. Bunu % 4 ile Isparta takip ederken, Burdur'da görüşme yapılan girişimciler arasında hiç kadın girişimciye rastlanmamıştır.

Tablo 3.4. Girişimcilerin Cinsiyete Göre Dağılımı

	ANTALYA		BURDUR		ISPARTA		BÖLGE	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Erkek	66	93,0	32	100,0	48	96,0	146	95,4
Kadın	5	7,0	0	0	2	4,0	7	4,6
Toplam	71	100,0	32	100,0	50	100,0	153	100,0

Görüşülen girişimcilerin ortalama yaşı ve firmalarını kurma yaşı Tablo 3.5. yardımıyla sunulmaktadır.

Tablo 3.5. Girişimcilerin Ortalama Yaşı ve Firmalarını Kurma Yaşı

	ANTALYA	BURDUR	ISPARTA	BÖLGE
Minimum Yaş	23	25	21	21
Maksimum Yaş	68	65	79	79
Ortalama Yaş	42,48	45,00	41,80	42,78
Firmalarını Kurma Minimum Yaş	17	15	16	15
Firmalarını Kurma Maksimum Yaş	60	60	59	60
Firmalarını Kurma Ortalama Yaş	32,46	32,50	30,94	31,97

Antalya’da görüŖülen giriŖimcilerin ortalama yaŖı 42,48 iken, Burdur’daki giriŖimcilerin ortalama yaŖı 45 ve son olarak Isparta’daki giriŖimcilerin ortalama yaŖı ise 41,80’dir. Bölgedeki toplam giriŖimcilerin ortalama yaŖı ise 42,78 olup, en genç giriŖimci 21 yaŖında, en yaŖlı giriŖimci 79 yaŖındadır. GiriŖimcilerin firmalarını kurma yaŖına bakıldığında ise, Antalya’da ortalama firma kurma yaŖı 32,46, Burdur’da 32,50 Isparta’da ise 30,94’dir. Buna göre firma kurma yaŖı en düşük il olarak Isparta öne çıkmaktadır. Tüm bölgede giriŖimcilerin ortalama firma kurma yaŖı ise 31,97’dir.

Tablo 3.6. GiriŖimcilerin Medeni Durumu

	ANTALYA		BURDUR		ISPARTA		BÖLGE	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Bekar	16	22,5	2	6,3	7	14,0	25	16,3
Evli	55	77,5	30	93,8	43	86,0	128	83,7
Toplam	71	100,0	32	100,0	50	100,0	153	100,0

GörüŖülen giriŖimcilerin medeni durumuna bakıldığında toplam 153 giriŖimcinin 25’i (% 16,3) bekar iken kalan 128’i (% 83,7) evli olarak karŖımıza çıkmaktadır. 3 il karŖılaŖtırıldıđında bekar giriŖimcilerin oranı Antalya’da % 22,5 iken, Isparta’da bu oran % 14, Burdur’da ise % 6,3’dür. Evli olan giriŖimcilerin oranına bakıldığında ise Antalya’da % 77,5, Isparta’da % 86,0, Burdur’da % 93,8’dir. Dolayısıyla da bekar giriŖimcilerin en yoğun olduğu il olarak Antalya dikkat çekerken, evli giriŖimcilerin en yoğun olduğu il olarak ise Burdur dikkat çekmektedir.

Tablo 3.7. Evli Olan GiriŖimcilerin EŖlerinin Çalışıp Çalışmama Durumu

	ANTALYA		BURDUR		ISPARTA		BÖLGE	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
EŖi Çalışanlar	21	38,2	4	13,3	14	32,6	39	30,5
EŖi Çalışmayanlar	34	61,8	26	86,7	29	67,4	89	69,5
Toplam	55	100,0	30	100,0	43	100,0	128	100,0

Evli olan girişimcilerin eşlerinin çalışıp çalışmadığına bakıldığında eşi çalışanlar Antalya’da % 38,2, Isparta’da % 32,6 ve Burdur’da % 13,3 olup toplamda % 30,5’dir. Bölgede bekar girişimci yoğunluğu Antalya’da daha çok olmasına rağmen, eşi çalışan girişimcilerin yoğunluğu da yine Antalya’da diğer illere göre yüksektir.

Tablo 3.8. Evli Olan Girişimcilerin Eşlerinin Hangi Sektörde Çalıştığı Durumu

	ANTALYA		BURDUR		ISPARTA		BÖLGE	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kamu Sektörü	8	38,1	4	100,0	3	21,4	15	38,5
Özel Sektör	13	61,9	0	0	11	78,6	24	61,5
Toplam	21	100,0	4	100,0	14	100,0	39	100,0

Eşi çalışan girişimcilerin eşlerinin çalışma alanlarına bakıldığında ise, Antalya’da eşi çalışan girişimcilerin % 38,1’i kamu sektöründe, kalan % 61,9’u ise özel sektörde çalışmaktadır. Isparta’da ise eşi kamu sektöründe çalışan girişimci oranı % 21,4 iken, özel sektörde çalışan oranı % 78,6’dır. Son olarak Burdur bakıldığında ise eşi çalışan girişimcilerin hepsinin kamu sektöründe çalıştığı görülmektedir. Bölge itibariyle değerlendirildiğinde, bölgede eşi çalışan girişimcilerin % 38,5’i kamu sektöründe, % 61,5’i ise özel sektörde çalışmaktadır.

Tablo 3.9. Girişimcilerin Eğitim Seviyesi

	ANTALYA		BURDUR		ISPARTA		BÖLGE	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
İlköğretim	8	11,3	12	37,5	11	22,0	31	20,3
Lise	23	32,4	7	21,9	19	38,0	49	32,0
Ön Lisans	2	2,8	4	12,5	1	2,0	7	4,6
Lisans	31	43,7	8	25,0	18	36,0	57	37,3
Master / Doktora	7	9,9	1	3,1	1	2,0	9	5,9
Toplam	71	100,0	32	100,0	50	100,0	153	100,0

3 ilde girişimcilerin eğitim düzeylerinin ilköğretim, lise, ön lisans, lisans, master/doktora şeklinde dağılımına bakıldığında Antalya’da % 43,7 ile lisans mezunu girişimciler, Isparta’da % 38 ile lise mezunu girişimciler, Burdur’da ise % 37,5 ile ilköğretim mezunu girişimciler çoğunluğu oluşturmaktadır. Tüm bölgede ise % 37,3 ile lisans mezunu girişimciler ağırlıktadır. Girişimciler üniversite eğitimi (ön lisans, lisans, master/doktora) alma açısından değerlendirildiğinde Antalya dikkat çekici bir şekilde ön plana çıkmaktadır. Bu anlamda Antalya’daki girişimcilerin % 56,4’ü üniversite eğitimi almış iken, Burdur’da bu oran % 40,6, Isparta’da ise % 40 olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 3.10.Girişimcilerin Girişimcilikle İlgili Eğitim, Kurs Alma Durumları

	ANTALYA		BURDUR		ISPARTA		BÖLGE	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet Aldım	21	29,6	9	28,1	9	18,0	39	25,5
Hayır Almadım	50	70,4	23	71,9	41	82,0	114	74,5
Toplam	71	100,0	32	100,0	50	100,0	153	100,0

Girişimcilerle yapılan görüşmelerde, formal eğitimleri dışında girişimcilikle ilgili herhangi bir eğitim, kurs, sertifika alıp almadıkları sorulduğunda, toplam 153 girişimcinin 39 tanesi (% 25,5) evet aldım cevabı verirken, kalan 114 girişimci (% 74,5) hayır almadım cevabı vermiştir. İller itibariyle bir karşılaştırma yapıldığında girişimcilikle ilgili eğitim, kurs, sertifika alma oranının formal eğitim seviyesi yüksek olan Antalya’da, Burdur ve Isparta’ya göre daha yüksek çıkması dikkat çekici bir neticedir. Buna göre Antalya’da girişimcilikle ilgili eğitim, kurs, sertifika alan girişimci sayısı % 29,6 iken, Burdur’da % 28,1, Isparta’da ise % 18’dir.

Girişimcilerin yaşamlarının büyük bir bölümünü geçirdiği yere bakıldığında 3 ilde de ağırlıklı olarak il olduğu ortaya çıkmaktadır. Bölgedeki girişimcilerin % 90,8’i ilde, % 5,9’u ilçede, % 2’si köyde ve % 1,3’ü kasabada yaşamlarının büyük bir bölümünü geçirmiştir.

Tablo 3.11. Girişimcilerin Yaşamlarının Büyük Bir Bölümünü Geçirdiği Yer

	ANTALYA		BURDUR		ISPARTA		BÖLGE	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Köy	1	1,4	1	3,1	1	2,0	3	2,0
Kasaba	2	2,8	0	0	0	0	2	1,3
İlçe	7	9,9	1	3,1	1	2,0	9	5,9
İl	61	85,9	30	93,8	48	96,0	139	90,8
Toplam	71	100,0	32	100,0	50	100,0	153	100,0

Girişimcilerin yabancı dil bilme oranlarına bakıldığında formal eğitim düzeyleriyle paralellik gösterdiği ortaya çıkmaktadır. Girişimcilerin formal eğitim düzeyi çoğunlukla lisans olan Antalya’da, girişimcilerin iyi derecede yabancı dil bilme oranı % 56,3’dür. Buna karşın bu oran formal eğitim düzeyi ağırlıklı olarak lise olan Isparta’da % 36’ya düşmektedir. Formal eğitim düzeyi ağırlıklı olarak ilköğretim olan Burdur’da ise % 18,8’dir. Tüm bölge değerlendirildiğinde ise 153 girişimcinin % 41,8’i iyi derecede yabancı dil bilmektedir.

Tablo 3.12. Girişimcilerin Yabancı Dil Bilme Oranları

	ANTALYA		BURDUR		ISPARTA		BÖLGE	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Yabancı Dil Bilenler	40	56,3	6	18,8	18	36,0	64	41,8
Yabancı Dil Bilmeyenler	31	43,7	26	81,3	32	64,0	89	58,2
Toplam	71	100,0	32	100,0	50	100,0	153	100,0

Girişimcilerin bilgisayar kullanmayı bilme oranları da yine formal eğitim düzeyleriyle paralellik göstermektedir. Antalya’daki girişimcilerin % 90,1’i bilgisayar kullanmayı bilenken, Isparta’da bu oran % 80’e, Burdur’da ise % 56,3’e düşmektedir. Bölgeyi bir bütün olarak değerlendirdiğimizde ise girişimciler arasında bilgisayar kullanmayı bilenlerin oranı % 79,7’dir.

Tablo 3.13. Girişimcilerin Bilgisayar Kullanmayı Bilme Oranları

	ANTALYA		BURDUR		ISPARTA		BÖLGE	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Bilenler	64	90,1	18	56,3	40	80,0	122	79,7
Bilmeyenler	7	9,9	14	43,8	10	20,0	31	20,3
Toplam	71	100,0	32	100,0	50	100,0	153	100,0

TR61 bölgesinde girişimcilerin yurt dışına gitme oranını gösteren Tablo 3.14.'e bakıldığında, toplam 153 girişimcinin % 66,7'sinin yurt dışına gittiği görülmektedir. 3 il karşılaştırıldığında ise bu oran sırasıyla Antalya'da, % 76,1, Burdur'da % 59,4, Isparta'da ise % 58'dir.

Tablo 3.14. Girişimcilerin Yurt Dışına Gitme Oranları

	ANTALYA		BURDUR		ISPARTA		BÖLGE	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Yurt Dışına Gidenler	54	76,1	19	59,4	29	58,0	102	66,7
Yurt Dışına Gitmeyenler	17	23,9	13	40,6	21	42,0	51	33,3
Toplam	71	100,0	32	100,0	50	100,0	153	100,0

3 ilde de girişimcilerin bir miktarı mevcut şuan ki işletmeleri dışında başka firmaların kuruluşunda da rol oynamıştır. Antalya'daki girişimcilerin % 47,9'u mevcut işletmeleri dışında başka bir işletme de kurmuştur. Isparta'da bu oran % 34, Burdur'da ise % 31,3'dür. Bölgede ise toplam 153 girişimciden % 39,9'u başka bir işletmenin kuruluşunda da rol oynarken, % 60,1'i mevcut işletmeleri dışında başka bir işletme kurmamışlardır.

Tablo 3.15. Mevcut İşletmeleri Dışında Daha Önce Başka Firma Kuran Girişimciler

	ANTALYA		BURDUR		ISPARTA		BÖLGE	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Başka Firma Kurdu	34	47,9	10	31,3	17	34,0	61	39,9
Başka Firma Kurmadı	37	52,1	22	68,8	33	66,0	92	60,1
Toplam	71	100,0	32	100,0	50	100,0	153	100,0

Bölgede mevcut işletmeleri dışında daha önce işletme kurduğunu söyleyen girişimcilerin bu işletmelerinin ne olduğuna bakıldığında, % 8,1'inin iflas ettiği, % 27,4'ünün hala başarılı olduğu, % 27,4'ünün satıldığı, % 37,1'inin ise tabloda diğer olarak ifade edilen ve o işletmelerin şuan ki işletmelerine dönüştüğüdür.

Tablo 3.16. Girişimcilerin Kurmuş Olduğu Diğer Firmaların Durumu

	ANTALYA		BURDUR		ISPARTA		BÖLGE	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
İflas Etti	1	2,9	0	0	4	23,5	5	8,1
Hala Başarılı	13	38,2	1	9,1	3	17,6	17	27,4
Satıldı	9	26,5	4	36,4	4	23,5	17	27,4
Diğer	11	32,4	6	54,5	6	35,3	23	37,1
Toplam	34	100,0	11	100,0	17	100,0	62	100,0

Girişimcilerin iş kurma fikirlerini faaliyete geçirme süreçlerine bakıldığında, girişimcilerin iş fikirlerini en hızlı bir şekilde hayata geçirdiği il olarak Burdur karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda Burdur'daki girişimcilerin % 81,3'ü iş fikirlerini 6 aydan az bir sürede hayata geçirebilmektedirler. Buna karşın bu oran Isparta'da % 74, Antalya'da ise % 53,5'dir. Bölge genelinde de girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirme süreleri oldukça kısadır. Bölgedeki toplam 153 girişimcinin % 66'sı iş fikirlerini 6 aydan az bir sürede hayata geçirebilmiştir.

Tablo 3.17. Girişimcilerin İş Kurma Fikri ile Faaliyete Geçiş Süreci Arasındaki Fark

	ANTALYA		BURDUR		ISPARTA		BÖLGE	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
6 Aydan Az	38	53,5	26	81,3	37	74,0	101	66,0
6 – 12 Ay	12	16,9	3	9,4	5	10,0	20	13,1
1 – 2 Yıl	7	9,9	0	0	4	8,0	11	7,2
2 – 5 Yıl	5	7,0	2	6,3	2	4,0	9	5,9
5 Yıdan Çok	9	12,7	1	3,1	2	4,0	12	7,8
Toplam	71	100,0	32	100,0	50	100,0	153	100,0

Girişimcilerin firmalarında kullandıkları kaynaklara bakıldığında, her üç ilde de girişimcilerin en fazla kendi kişisel sermayelerini finansal kaynak olarak kullandığı görülmektedir. Her 3 ilde de girişimciler için ikinci büyüklükteki finansal kaynak olarak ise banka kredileri ön plana çıkmaktadır. Bunu daha sonra ise aileden alınan borçlar takip etmektedir.

Tablo 3.18. Girişimcilerin Firmalarında Kullandığı Finansal Kaynaklar

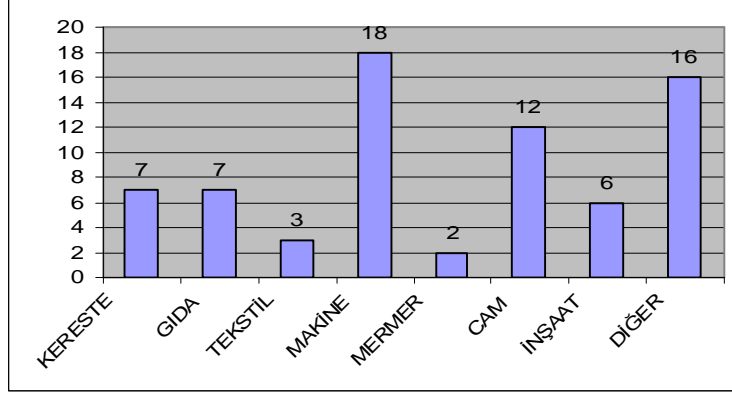
	ANTALYA		BURDUR		ISPARTA		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kendi Sermayesi	71	100	32	100	50	100,0	153	100
Arkadaşlardan Borç	2	2,8	5	15,6	10	20,0	17	11,1
Aileden Borç	13	18,3	6	18,8	11	22,0	30	19,6
Banka Kredisi	50	70,4	21	65,6	36	72,0	107	69,9
KOSGEB'den Kredi	7	9,9	10	31,3	17	34,0	34	22,2
Mesleki Örgütlerden Kredi	0	0	0	0	1	2,0	1	0,7
AB Kredileri	0	0	0	0	2	2,0	1	0,7
Diğer	0	0	0	0	2	4,0	2	1,3

Araştırmada girişimcilerin, faaliyet gösterdikleri sektörler itibariyle değerlendirilmesi için, imalat sanayi sektörleri alt sektörler itibariyle 9'a ayrılmıştır. Bu sektörler; 1. Kereste, Orman Ürünleri, Ahşap, Mobilya , 2. Gıda, İçecek, Süt ve Süt Ürünleri, 3. Tekstil, Konfeksiyon, Giyim, Deri 4. Kozmetik, 5. Makine, Metal İşleme, Demir-Çelik, 6. Mermer, 7. Cam, Plastik, 8. İnşaat, Yapı Malzemeleri, Yapı Elemanları, 9. Diğer olarak belirlenmiştir.

Antalya'da görüşülen firmaların alt sektörler itibariyle dağılımı aşağıda Şekil 3.1. yardımıyla sunulmaktadır. Antalya ilinde ankete katılan girişimcilerin büyük çoğunluğu makine ve metal işleme sektöründe faaliyet göstermektedir. Görüşülen 71 girişimcinin 18'i (% 25,4) bu alanda faaliyet göstermektedir. 12 girişimci (% 16,9) cam-plastik sektöründe, 7 girişimci (% 9,9) gıda sektöründe, yine 7 girişimci (% 9,9) kereste ve orman ürünleri sektöründe, 6 girişimci (% 8,5) inşaat sektöründe, 3 girişimci (% 4,2) tekstil sektöründe ve 2 girişimci de (% 2,8) mermer sektöründe faaliyet göstermektedir. 16 girişimci de (% 22,5) sektörü itibariyle "diğer"

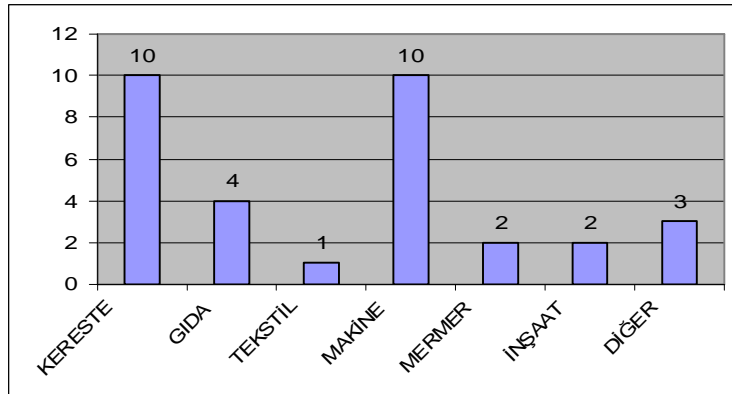
kategorisinde yer almaktadır. Antalya’da kozmetik sektörlerinde ise ankete katılan girişimci bulunmamaktadır.

Şekil 3.1. Antalya’da Girişimcilerin Sektörel Dağılımı



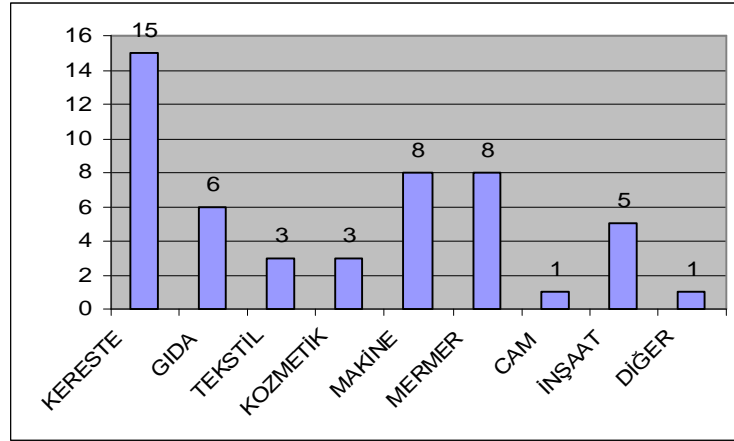
Burdur ilinde yer alan girişimciler ise 7 sektörde toplanmaktadır. Bu ilde yoğunlaşmanın kereste ve makine sektöründe olduğu görülmektedir. 32 girişimcinin 10’arı (% 31,3’er) kereste sektörü ve makine-metal işleme sektöründe faaliyet göstermektedir. 2. sırada 4 girişimci (% 12,5) ile gıda sektörü yer almaktadır. 2’şer girişimci (% 6,3) mermer ve inşaat sektöründe ve 1 girişimci de (% 3,1) tekstil sektöründe yer almaktadır. 3 girişimci (% 9,4) diğer sektörler grubuna dahil edilmiştir. Burdur’da kozmetik ve cam sektörlerinde ankete katılan girişimci bulunmamaktadır.

Şekil 3.2. Burdur’da Girişimcilerin Sektörel Dağılımı



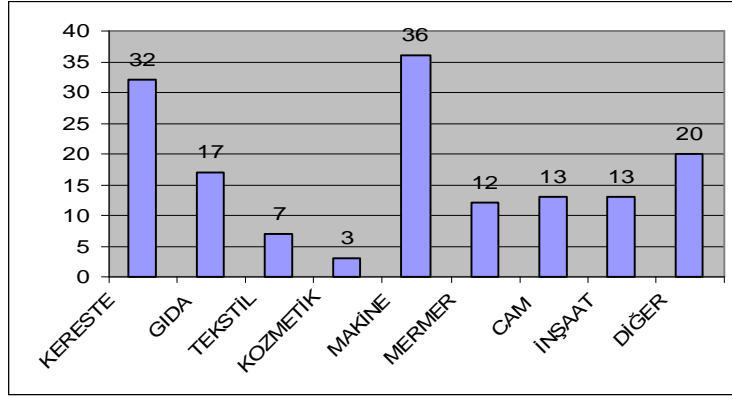
Isparta’da yer alan girişimciler ise kereste ve orman ürünleri sektöründe yoğunlaşmaktadır. 15 girişimci (% 30) kereste ve orman ürünleri sektöründe faaliyet göstermektedir. Bu sektörü 8’er girişimci (% 16’şar) ile makine ve metal işleme sektörü ve mermer sektörü izlemektedir. 6 girişimci (% 12) gıda sektöründe, 5 girişimci (% 10) inşaat sektörlerinde, 3’er girişimci (% 6’şar) tekstil ve kozmetik sektöründe, 1 girişimci (% 2) ise cam-plastik sektöründe faaliyet göstermektedir. Yine 1 girişimci de (% 2) sektörü itibariyle “diğer” kategorisinde yer almaktadır.

Şekil 3.3. Isparta’da Girişimcilerin Sektörel Dağılımı



TR61 Bölgesinde ankete katılan girişimcilerin büyük çoğunluğu makine ve metal işleme sektöründe faaliyet göstermektedir. Görüşülen 153 girişimcinin 36’sı (% 23,5) bu alanda faaliyet göstermektedir. 32 girişimci (% 20,9) kereste ve orman ürünleri sektöründe, 17 girişimci (% 11,1) gıda sektöründe, 13’er girişimci (% 8,5’er) cam-plastik sektörü ve inşaat sektöründe, 12 girişimci (% 7,8) mermer sektöründe, 7 girişimci tekstil sektöründe (% 4,6), 3 girişimci ise (% 2) kozmetik sektöründe faaliyet göstermektedir. 20 girişimci de (% 13,1) sektörü itibariyle “diğer” kategorisinde yer almaktadır.

Şekil 3.4. TR61 Bölgesinde Girişimcilerin Sektörel Dağılımı



3.4.2. Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile İlgili Araştırma Bulguları ve Girişimcilik Teorileri Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Bu bölümde girişimcilerin, girişimci olmasını tetikleyen ekonomik, psikolojik ve sosyal sebeplerin neler olduğu incelenecektir.

Bölgede girişimcilerin girişimci olmasını tetikleyen sebeplerin ne olduğuna yönelik 3 temel başlıkta 22 tane unsur sorulmuştur. Buna göre girişimciler beşli bir ölçekte (yok, çok düşük, düşük, orta, yüksek) bu unsurların kendilerinin girişimci olmasında ne kadar etkili olduğunu cevaplamışlardır. Bu anlamda eğer bu unsur kendilerinin girişimci olmasında hiç etkilemediyse “yok” anlamına gelen 1’i, “çok düşük” etkilediyse 2’yi, “düşük etkilediyse” 3’ü, “orta” düzeyde etkilediyse 4’ü ve son derece “yüksek” etkilediyse 5’i işaretlemişlerdir.

3.4.2.1. Girişimci Olmayı Tetikleyen Ekonomik Sebepler

Girişimcilerin girişimci olmasını tetikleyen ilk temel başlığımız ekonomik sebeplerdir. Ekonomik sebepler altında 5’i genel, kalan 4’ü ise ekonomik teoride girişimcinin rolünü anlatan toplam 9 unsur sorulmuştur.

Antalya’daki girişimcilerin girişimci olmasını tetikleyen en önemli ekonomik sebep 3,94 ortalamayla “ülke ekonomisine katkı sağlamak” isteğidir. Bunu ise daha sonra 3,79 ortalamayla “Başkalarını yönlendirebildiğim ve sınırlı kaynakları koordine edip, etkili bir şekilde kullanabildiğim için” girişimci oldum cevabı takip etmektedir. Bu ise Casson’un girişimci tanımıyla örtüşmektedir. Çünkü Casson,

girişimciyi kıt kaynakların koordinasyonu hakkında yargısal kararlar almada uzmanlaşmış birileri olarak tanımlar. Dolayısıyla da kişinin girişimci olmasını sağlayacak en önemli sebeplerden biri sınırlı kaynakları etkili bir şekilde kullanabilme kabiliyetidir. Bu unsura sahip olmak ise Antalya'daki girişimcilerin girişimci olmasını tetikleyen ikinci temel etken olarak karşımıza çıkmaktadır.

Antalya'da girişimci olmayı tetikleyen üçüncü ekonomik sebep, “Her durumdan bir fırsat çıkarabildiğim ve ticari potansiyeli olan iş fırsatlarını sürekli görebildiğim için” girişimci oldum cevabıdır. Kirzner'e göre girişimci ekonomideki fırsatlardan yararlanan en uyanık insandır. Çünkü girişimci, tüketicilerin henüz varolmayan değerlerini önceden tahmin eder ve buna göre hareket eder. Dolayısıyla da girişimci olmak her durumda fırsatları görebilmeyi ve kullanabilmeyi gerektirmektedir. Böyle bir özelliğe sahip olmak ise 3,79 ortalamayla Antalya'daki girişimcilerin girişimci olmasını tetikleyen üçüncü temel unsurdur.

Tablo 3.19. Girişimci Olmayı Tetikleyen Ekonomik Sebepler

1=Yok, 2=Çok Düşük, 3=Düşük, 4=Orta, 5=Yüksek	ANTALYA	BURDUR	ISPARTA	BÖLGE
Uzun süre işsiz kalmam ve iş bulamamam	1,32	1,00	1,02	1,16
Daha çok para kazanmak ve daha iyi bir yaşama sahip olmak	3,63	4,09	4,26	3,93
İş yaratmak / istihdam yaratmak	3,65	3,28	3,00	3,36
Ülke ekonomisine katkı sağlamak	3,94	3,13	2,54	3,31
Girişimciliğe yönelik desteklerin artması (teşvik, sübvansiyon vs)	1,93	1,13	1,00	1,46
Başkalarının göremediği bir ürün/hizmet/üretim tekniği/ Pazar/ hammadde kaynağını görüp bunları hayata geçirmek için	3,62	2,81	2,76	3,17
İş yaratma ve büyütme ile belirsizlikleri analiz edebildiğim ve riski yönetebildiğim için	3,30	1,97	2,18	2,65
Her durumdan bir fırsat çıkarabildiğim ve ticari potansiyeli olan iş fırsatlarını sürekli görebildiğim için	3,73	2,28	2,28	2,95
Başkalarını yönlendirebildiğim ve sınırlı kaynakları koordine edip, etkili bir şekilde kullanabildiğim için	3,79	2,25	2,06	2,90
ORTALAMA	3,21	2,43	2,34	2,76

Antalya'daki girişimcilerin girişimci olmasını tetikleyen dördüncü ekonomik sebep 3,65 ortalama ile iş yaratmak / istihdam yaratmak isteğidir. Ardından ise 3,63 ortalama ile *“Daha çok para kazanmak ve daha iyi bir yaşama sahip olmak”* isteğinden dolayı girişimci oldum cevabı gelmektedir.

Antalya'daki girişimcilerin girişimci olmasını tetikleyen altıncı ekonomik sebep 3,62 ortalama ile *“Başkalarının göremediği bir ürün/hizmet/üretim tekniği/pazar/hammadde kaynağını görüp bunları hayata geçirmek için”* girişimci oldum cevabıdır. Schumpeter'e göre girişimci ekonomik gelişmenin en önemli aktörüdür. Çünkü girişimci ekonomide yeniliği sunan kişidir. Bu yenilik yeni bir mal oluşturma veya bir malın kalitesini artırma, yeni bir üretim metodu oluşturma, yeni bir pazara açılma, hammaddeler veya ara malları için bazı yeni arz kaynaklarını kullanma ve bazı yeni organizasyonel endüstriler başarma şeklinde olabilir. Dolayısıyla da yenilik yapmak için, yani yeni bir ürün/hizmet/üretim tekniği/pazar/hammadde kaynağını görüp bunları değerlendirebilmek için girişimci olmak, Antalya'da girişimci olmayı tetikleyen altıncı temel unsurdur.

Antalya'da girişimci olmayı tetikleyen diğer bir sebep, 3,30 ortalama ile *“İş yaratma ve büyüme ile belirsizlikleri analiz edebildiğim ve riski yönetebildiğim için”* girişimci oldum cevabıdır. Ekonomik teoride Cantillon, Thünen ve Knight girişimciyi belirsizliğe katlanıp, riski üstlenmek zorunda kalan ekonomik aktörler olarak tanımlamışlardır. Örneğin Knight'e göre girişimcinin ana misyonu, gelecekteki şartlar hakkında tam bilgiye sahip olmaksızın neyin yapılması gerektiğini ve nasıl yapılması gerektiğini karar vermektir. Dolayısıyla da kişinin girişimci olmasını etkileyen en önemli ekonomik sebeplerden biri de kişinin riske girebilme ve bu riski başarıyla yönetebilme becerisidir.

Antalya'da girişimci olmayı tetikleyen son iki sebep ise sırasıyla 1,93 ve 1,32 ortalama ile *“Girişimciliğe yönelik desteklerin artması (teşvik, sübvansiyon vs)”* ve *“Uzun süre işsiz kalmam ve iş bulamamam”* cevaplarıdır. Bu anlamda Antalya'daki girişimcilerin girişimci olmasında en etkisiz unsur uzun süre işsiz kalmam ve iş bulamam unsurudur. Bunu ise girişimciliğe yönelik desteklerin artması takip etmektedir. Dolayısıyla da ilde girişimciliğe yönelik desteklerin çok düşük düzeyde kaldığı ortaya çıkmaktadır.

Isparta'daki girişimcilerin girişimci olmasını tetikleyen ekonomik sebeplere bakıldığında ise Antalya'dan farklı olarak birinci unsur olarak 4,26 ortalamayla *“Daha çok para kazanmak ve daha iyi bir yaşama sahip olmak”* isteği yatmaktadır. Bunu 3 ortalamayla *“İş yaratmak / istihdam yaratmak”* isteği takip ederken, üçüncü unsur olarak ise 2,76 ortalamayla Schumpeter'in girişimci tanımına uyan *“Başkalarının göremediği bir ürün/hizmet/üretim tekniği/pazar/hammadde kaynağını görüp bunları hayata geçirmek için”* girişimci oldum cevabı karşımıza çıkmaktadır.

Isparta'da girişimci olmayı tetikleyen dördüncü ekonomik unsur, Antalya'da birinci ekonomik unsur olan *“ülke ekonomisine katkı sağlamak”* isteğidir. Ardından ise 2,28 ortalamayla *“Her durumdan bir fırsat çıkarabildiğim ve ticari potansiyeli olan iş fırsatlarını sürekli görebildiğim için”* girişimci oldum cevabı gelmektedir.

Isparta'da girişimci olma üzerinde hiç etkisi olmayan unsur ise *“Girişimciliğe yönelik desteklerin artması (teşvik, sübvansiyon vs)”*dir. Bu da Isparta'da girişimciliğin artması ve gelişmesine yönelik teşvik ve sübvansiyonların olmadığını göstermektedir.

Burdur'a bakıldığında ise Isparta'daki gibi girişimci olmayı tetikleyen en önemli ekonomik sebep olarak 4,09 ortalamayla *“Daha çok para kazanmak ve daha iyi bir yaşama sahip olmak”* isteği karşımıza çıkmaktadır. Ardından ise 3,28 ortalamayla *“İş yaratmak / istihdam yaratmak”* isteği gelmektedir.

Burdur'da *“ülke ekonomisine katkı sağlamak”* 3,13 ortalamayla girişimci olmayı tetikleyen üçüncü temel unsurdur. *“Başkalarının göremediği bir ürün/hizmet/üretim tekniği/pazar/hammadde kaynağını görüp bunları hayata geçirmek için”* girişimci oldum cevabı ise 2,81 ortalamayla dördüncü temel unsurdur.

Burdur'da girişimci olma üzerinde etkisi olmayan değişken ise *“Uzun süre işsiz kalmam ve iş bulamamam”* unsurudur. Yine Isparta'da olduğu gibi *“Girişimciliğe yönelik desteklerin artması (teşvik, sübvansiyon vs)”*ndan dolayı girişimci oldum cevabı hemen hemen sifıra yakındır.

Bölge geneline bakıldığında ise girişimci olmayı tetikleyen en önemli ekonomik sebep olarak 3,93 ortalamayla *“Daha çok para kazanmak ve daha iyi bir yaşama sahip olmak”* isteği karşımıza çıkmaktadır. Bunu 3,36 ortalamayla *“İş yaratmak / istihdam yaratmak”* isteği, 3,31 ortalamayla *“ülke ekonomisine katkı sağlamak”* isteği takip etmektedir. *“Başkalarının göremediği bir ürün/hizmet/üretim*

teknîği/pazar/hammadde kaynağını görüp bunları hayata geçirmek için” girişimci oldum cevabı ise 3,17 ortalamayla dördüncü temel unsurdur. Bölgede girişimci olma üzerinde oldukça az etkisi olan unsur ise “Uzun süre işsiz kalmam ve iş bulamamam”dır. Yine 1,46 ortalamayla “Girişimciliğe yönelik desteklerin artması (teşvik, sübvansiyon vs)”ndan girişimci oldum cevabı çok düşük düzeydedir.

3.4.2.2. Girişimci Olmayı Tetikleyen Psikolojik Sebepler

Girişimcilerin girişimci olmasını tetikleyen ikinci temel başlığımız psikolojik sebeplerdir. Psikolojik sebepler altında girişimcilere 6 temel unsur sorulmuştur.

Antalya’da girişimci olmayı tetikleyen psikolojik sebeplerin başında 4,48 ortalamayla “Yeteneklerime uygun, kendi zevk aldığım bir işi yapma isteği” gelmektedir. Yine 4,42 ortalamayla “Başkasına bağlı çalışmayıp kendi kararlarını özgürce alabilme isteği” de ilde girişimci olmayı tetikleyen önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. İldeki üçüncü temel unsur ise “Kendimi gerçekleştirmek ve kanıtlama isteği”dir. Antalya’da girişimci olmayı tetikleyen psikolojik sebepler arasında en etkisiz olanı ise “Toplumda sosyal statü ve saygınlık kazanma isteği”dir.

Tablo 3.20. Girişimci Olmayı Tetikleyen Psikolojik Sebepler

1=Yok, 2=Çok Düşük, 3=Düşük, 4=Orta, 5=Yüksek	ANTALYA	BURDUR	ISPARTA	BÖLGE
Kendimi gerçekleştirmek ve kanıtlama isteği	3,37	2,06	1,64	2,53
Başkasına bağlı çalışmayıp kendi kararlarını özgürce alabilme isteği	4,42	3,75	3,82	4,08
Yeteneklerime uygun, kendi zevk aldığım bir işi yapma isteği	4,48	4,03	3,92	4,20
Karşılaştığım problemlere kısa sürede çözüm üretebilme yeteneği	3,34	1,50	2,02	2,52
Toplumda sosyal statü ve saygınlık kazanma isteği	2,61	2,03	1,94	2,27
Kişisel sorumluluk ve inisiyatif alabilme isteği ve yeteneği	3,31	1,47	1,74	2,41
ORTALAMA	3,58	2,47	2,52	3,00

Isparta’da da girişimci olmayı tetikleyen en önemli psikolojik sebep “*Yeteneklerime uygun, kendi zevk aldığım bir işi yapma isteği*”dir. Fakat bu unsur Antalya’daki kadar güçlü değildir. “*Başkasına bağlı çalışmayıp kendi kararlarını özgürce alabilme isteği*” ise 3,82 ortalamayla ikinci psikolojik unsurdur. 2,02 ortalamayla “*Karşılaştığım problemlere kısa sürede çözüm üretebilme yeteneği*” ise üçüncü psikolojik unsurdur. Isparta’da girişimci olmayı tetikleyen psikolojik sebepler arasında en etkisiz olanı ise 1,64 ortalamayla “*Kendimi gerçekleştirmek ve kanıtlama isteği*”dir.

Burdur’da da diğer iki ilde olduğu gibi “*Yeteneklerime uygun, kendi zevk aldığım bir işi yapma isteği*” kişilerin girişimci olmasındaki en önemli psikolojik sebeptir. “*Başkasına bağlı çalışmayıp kendi kararlarını özgürce alabilme isteği*” ise 3,75 ortalamayla ikinci psikolojik unsurdur. Ardından ise 2,06 ortalamayla “*Kendimi gerçekleştirmek ve kanıtlama isteği*” gelmektedir. “*Kişisel sorumluluk ve inisiyatif alabilme isteği ve yeteneği*” ise 1,47 ortalamayla Burdur’da girişimci olmayı tetikleyen en etkisiz unsurdur.

TR61 bölgesine bakıldığında ise 4,20 ortalamayla “*Yeteneklerime uygun, kendi zevk aldığım bir işi yapma isteği*” birinci psikolojik unsur iken, 4,08 ortalamayla “*Başkasına bağlı çalışmayıp kendi kararlarını özgürce alabilme isteği*” ikinci psikolojik unsurdur. Bölgede girişimci olmayı tetikleyen üçüncü psikolojik unsur ise “*Kendimi gerçekleştirmek ve kanıtlama isteği*”dir. Bölgede girişimci olma üzerinde en etkisiz psikolojik sebep ise 2,27 ortalamayla “*Toplumda sosyal statü ve saygınlık kazanma isteği*”dir.

3.4.2.3. Girişimci Olmayı Tetikleyen Sosyal Sebepler

Girişimcilerin girişimci olmasını tetikleyen üçüncü temel başlığımız sosyal sebeplerdir. Sosyal sebepler altında girişimcilere 7 temel unsur sorulmuştur.

Antalya’da girişimci olmayı tetikleyen sosyal sebeplerin başında 3,23 ortalamayla “*Ailem desteklediği ve teşvik ettiği için*” girişimci oldum cevabı gelmektedir. İkinci sosyal neden ise girişimcilerin “*İş deneyimi olan bir aileden gelmeleri*”dir. Girişimcilerin girişimci olmasında tetikleyici rol oynayan üçüncü sosyal neden ise 2,65 ortalamayla “*Aldığım eğitimin ve öğretmenlerimin etkisiyle*”

girişimci oldum cevabıdır. Antalya'daki girişimcilerin girişimci olmalarında en etkisiz sosyal sebebe bakıldığında ise 1,08 ortalamaıyla “*Kariyer danışmanlığı şirketlerinin yönlendirmesi*” gelmektedir.

Tablo 3.21. Girişimci Olmayı Tetikleyen Sosyal Sebepler

1=Yok, 2=Çok Düşük, 3=Düşük, 4=Orta, 5=Yüksek	ANTALYA	BURDUR	ISPARTA	BÖLGE
İş deneyimi olan bir aileden geldiğim için	2,90	3,19	3,56	3,18
Ailem desteklediği ve teşvik ettiği için	3,23	4,19	4,00	3,68
Arkadaşlarım desteklediği ve teşvik ettiği için	1,55	1,53	1,44	1,51
Aldığım eğitimin ve öğretmenlerimin etkisiyle	2,65	2,13	1,84	2,27
Kariyer danışmanlığı şirketlerinin yönlendirmesiyle	1,08	1,00	1,00	1,04
Medyada yer alan başarılı girişimcilerden etkilenerek	1,51	1,28	1,12	1,33
Yaşadığım çevrenin sosyo-kültürel yapısı girişimci olmayı gerektirdiği için	2,32	1,81	1,78	2,04
ORTALAMA	2,17	2,16	2,10	2,15

Isparta ve Burdur'a bakıldığında ise girişimci olmayı tetikleyen sosyal sebepler bakımından Antalya ile aynı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Bu iki ilde de girişimci olmayı tetikleyen en önemli sosyal sebep “*Ailem desteklediği ve teşvik ettiği için*” girişimci oldum cevabıdır. Bunu ise sırasıyla “*İş deneyimi olan bir aileden geldiğim için*” ve “*Aldığım eğitimin ve öğretmenlerimin etkisiyle*” girişimci oldum cevaplarıdır. Yine girişimci olmada hiç etkisi olmayan sosyal unsur ise “*Kariyer danışmanlığı şirketlerinin yönlendirmesi*”dir. Tüm bölgeyi oluşturan 153 girişimcinin cevapları değerlendirildiğinde ise yine aynı sonuçlar ortaya çıkmaktadır.

3.4.2.4. Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebeplerin Bütünleşik Değerlendirilmesi

Girişimci olmayı tetikleyen ekonomik, psikolojik ve sosyal sebepler bir bütün olarak değerlendirildiğinde, her 3 ilde de girişimci olmada psikolojik sebeplerin daha baskın olduğu ortaya çıkmaktadır. Psikolojik sebeplerin ardından ise ekonomik

sebepler gelmektedir. Sosyal sebepler ise her 3 ilde de girişimci olmada en az etkili olan unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 3.22. Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebeplerin Bütünleşik Değerlendirilmesi

1=Yok, 2=Çok Düşük, 3=Düşük, 4=Orta, 5=Yüksek	ANTALYA	BURDUR	ISPARTA	BÖLGE
Ekonomik Sebepler	3,21	2,43	2,34	2,76
Psikolojik Sebepler	3,58	2,47	2,52	3,00
Sosyal Sebepler	2,17	2,16	2,10	2,15

3.4.3. Girişimci Tipleri ile İlgili Araştırma Bulguları

Bu bölümde Norman Smith'in 1967 yılında yapmış olduğu sınıflandırmaya göre TR61 bölgesinin girişimci tipolojisi oluşturulmaya çalışılacaktır. Norman Smith, girişimcileri “*esnaf girişimci*” (craftsman entrepreneurs) ve “*fırsatçı girişimci*” (opportunistic entrepreneurs) olarak iki tipe ayırmıştır.

Araştırmada girişimci tiplerinin belirlenmesinde girişimcilerin eğitim seviyesi, işçilik deneyimi, yönetim deneyimi, finansal kaynak çeşitliliği, firma yapısı, riske girme eğilimi, fırsatları görebilme düzeyi, belirsizlik durumlarına bakışı, yeniliğe bakışı, kişisel yapısı ve karar alma süreci dikkate alınmıştır.

Tablo 3.23. Girişimci Tiplerinin Temel Özellikleri

	Esnaf Girişimci	Fırsatçı Girişimci
Eğitim Seviyesi	Düşük	Yüksek
İşçilik Deneyimi	Yüksek	Düşük
Yönetim Deneyimi	Düşük	Yüksek
Kaynak Çeşitliliği	Düşük	Yüksek
Firma Yapısı	Katı Bir Yapı	Esnek Bir Yapı
Riske Girme	Düşük	Yüksek
Fırsatları Görebilme	Düşük	Yüksek
Belirsizlik Durumları	Her Zaman Kötüdür	Yeni Fırsatlar Demektir
Yeniliğe Bakışı	Düşük	Yüksek
Kişisel Yapısı	Katı	Esnek
Karar Alma Süreci	Sadece Bugünü Düşünür	Geçmiş, Geleceği ve Bugünü Bir Bütün Olarak Ele Alır

3.4.3.1. Girişimcilerin Eğitim Seviyesine Göre Girişimci Tipleri

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak olan ilk değişken girişimcilerin “eğitim seviyesi”dir. Girişimcilerin eğitim seviyesi yükseldikçe fırsatçı girişimci olma meyilleri artarken, eğitim seviyeleri düştükçe esnaf girişimci olma meyilleri artmaktadır.

Girişimcilere beşli bir ölçekte (master/doktora, lisans, ön lisans, lise, ilköğretim) eğitim seviyelerinin ne olduğu sorulmuştur. Bu anlamda master/doktora diyenler 1’i, lisans diyenler 2’yi, ön lisans diyenler 3’, lise diyenler 4’ ve ilköğretim diyenler 5’i işaretlemiştir. Buna göre ortalama 3 olduğu için ortalamanın altında kalanlar fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik taşırken, ortalamanın üstünde olanlar esnaf girişimci olma özelliği taşımaktadırlar.

Tablo 3.24. Girişimcilerin Eğitim Seviyesine Göre Girişimci Tipleri

	N	Ortalama	Girişimci Tipi
ANTALYA	71	2,92	Fırsatçı Girişimci
BURDUR	32	3,53	Esnaf Girişimci
ISPARTA	50	3,42	Esnaf Girişimci
BÖLGE	153	3,24	Esnaf Girişimci

1=Master/Doktora, 2=Lisans, 3=n Lisans, 4=Lise, 5=Ilköğretim

Antalya ilindeki girişimcilerin ortalama eğitim seviyesi 2,92 ile n lisans seviyesinin biraz üstünde olup, bu ildeki girişimciler eğitim seviyelerine göre fırsatçı girişimci özelliği taşımaktadırlar. Isparta ve Burdur’daki girişimcilerin ortalama eğitim seviyesi ise 3,42 ve 3,53 ile n lisans seviyesinin altında kalmış olup, lise seviyesine yakındır. Dolayısıyla da Isparta ve Burdur’daki girişimciler eğitim seviyelerine göre esnaf girişimci özelliği taşımaktadırlar. Tüm bölge değerlendirildiğinde ise, ortalama eğitim seviyesi 3,24 ile yine lise seviyesine yakın olduğu için esnaf girişimci özelliği göstermektedir.

3.4.3.2. Girişimcilerin İşçilik Deneyimine Göre Girişimci Tipleri

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak ikinci değişken girişimcilerin “çıraklık, kalfalık, ustalık deneyimleri”nin olup olmamasıdır. Girişimcilerin çıraklık, kalfalık, ustalık deneyimi arttıkça esnaf girişimci olma meyilleri artarken; çıraklık, kalfalık, ustalık deneyimi azaldıkça fırsatçı girişimci olma meyilimi artmaktadır.

Girişimcilere beşli bir ölçekte (yok, 1 yıldan az, 1-2 yıl, 2-5 yıl, 5 yıldan çok) çıraklık, kalfalık, ustalık deneyimlerinin olup olmadığı sorulmuştur. Bu anlamda “yok” diyenler 1’i, “1 yıldan az” diyenler 2’yi, “1-2 yıl” diyenler 3’ü, “2-5 yıl” diyenler 4’ü ve “5 yıldan çok” diyenler 5’i işaretlemiştir. Buna göre yine ortalama 3 olduğu için ortalamanın altında kalanlar fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik taşıırken, ortalamanın üstünde olanlar esnaf girişimci olma özelliği taşımaktadırlar.

Tablo 3.25. Girişimcilerin İşçilik Deneyimine Göre Girişimci Tipleri

	N	Ortalama	Girişimci Tipi
ANTALYA	71	3,14	Esnaf Girişimci
BURDUR	32	4,03	Esnaf Girişimci
ISPARTA	50	3,38	Esnaf Girişimci
BÖLGE	153	3,41	Esnaf Girişimci
1=Yok, 2=1 Yıldan Az, 3=1-2 Yıl, 4=2-5 Yıl, 5=5 Yıldan Çok			

Antalya ilindeki girişimcilerin ortalama çıraklık, kalfalık, ustalık deneyimi 3,14 ile 1-2 yılın biraz üstünde olup, bu ildeki girişimciler çıraklık, kalfalık, ustalık deneyimi göre esnaf girişimci özelliği taşımaktadırlar. Isparta’daki girişimciler ise 3,38 ortalama ile Antalya’daki girişimcilerle hemen hemen aynı özelliği taşımaktadırlar. Bu ildeki girişimcilerin de ortalama işçilik deneyimi 1-2 yılın biraz üstünde olup esnaf girişimci özelliği taşımaktadırlar. Burdur’daki girişimciler ise ortalama 4,03’lük işçilik deneyimiyle, 3 ildeki girişimciler arasında en yüksek işçilik deneyimine sahip olanlardır. Çünkü Burdur’daki girişimciler yaklaşık olarak 2-5 yıllık bir işçilik deneyimine sahiptir. Buna göre Burdur’daki girişimciler de işçilik deneyimine sahip olma yönünden esnaf girişimci olma özelliği taşımaktadır. Tüm bölge değerlendirildiğinde ise, ortalama işçilik deneyimi 3,41 olduğu için girişimciler esnaf girişimci tipi özelliği göstermektedir.

3.4.3.3. Girişimcilerin Yönetim Deneyimine Göre Girişimci Tipleri

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak üçüncü değişken girişimcilerin daha önceden bir “*yönetim deneyimlerinin/tecrübeleri*”nin olup olmamasıdır. Girişimcilerin yönetim deneyimi arttıkça fırsatçı girişimci olma meyilleri artarken; yönetim deneyimi azaldıkça esnaf girişimci olma meyilimi artmaktadır.

Girişimcilere beşli bir ölçekte (5 yıldan çok, 2-5 yıl, 1-2 yıl, 1 yıldan az, yok) daha önceden bir yönetim deneyimlerinin/tecrübelerinin olup olmadığı sorulmuştur. Bu anlamda “5 yıldan çok” diyenler 1’i, “2-5 yıl” diyenler 2’yi, “1-2 yıl” diyenler 3’ü, “1 yıldan az” diyenler 4’ü ve “yok” diyenler 5’i işaretlemiştir. Buna göre yine ortalama 3 olduğu için ortalamannın altında kalanlar fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik taşıırken, ortalamannın üstünde olanlar esnaf girişimci olma özelliği taşımaktadırlar.

Tablo 3.26. Girişimcilerin Yönetim Deneyimine Göre Girişimci Tipleri

	N	Ortalama	Girişimci Tipi
ANTALYA	71	3,42	Esnaf Girişimci
BURDUR	32	4,53	Esnaf Girişimci
ISPARTA	50	3,94	Esnaf Girişimci
BÖLGE	153	3,82	Esnaf Girişimci
1=5 Yıldan Çok, 2=2-5 Yıl, 3=1-2 Yıl, 4=1 Yıldan Az, 5=Yok			

Antalya ilindeki girişimcilerin ortalama yönetim deneyimi 3,42 ile 1-2 yılın biraz altında olup, bu ildeki girişimciler yönetim deneyimine göre esnaf girişimci özelliği taşımaktadırlar. Isparta’daki girişimciler ise 3,94 ortalama ile yaklaşık olarak 1 yıldan az olan bir yönetim deneyimine sahiptirler. Dolayısıyla da Isparta’daki girişimcilerde esnaf girişimci özelliği taşımaya meyillidirler. Burdur’daki girişimciler ise ortalama 4,53’lük yönetim deneyimiyle 3 il arasında en düşük yönetim deneyimine sahip olan ildir. Buna göre Burdur’daki girişimciler yönetim deneyimine sahip olmaları yönünden en fazla esnaf girişimci olma özelliğini taşıyan

ildir. 3 ildeki girişimcilerin yönetim deneyimi açısından esnaf girişimci tipi özelliği taşıması bölge ortalamasına da yansımıştır. Toplam 153 firma, 3,82'lik ortalamayla 1 yıldan az bir yönetim deneyimine sahip olmaya yakındırlar. Bu yüzden de yönetim deneyimine sahip olma yönünden bölgedeki girişimciler esnaf girişimci özelliği taşımaktadırlar.

3.4.3.4. Girişimcilerin Finansal Kaynak Çeşitliliğine Göre Girişimci Tipleri

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak dördüncü değişken girişimcilerin sahip oldukları “*finansal kaynak çeşitliliği*”dir. Girişimcilerin finansal kaynak çeşitliliği arttıkça fırsatçı girişimci olma mehilleri artarken; finansal kaynak çeşitliliği azaldıkça esnaf girişimci olma mehilimi artmaktadır.

Girişimcilere kullanmakta olduğu finansal kaynaklar beşli bir ölçekte (çok çeşitli, çeşitli, normal, sınırlı, çok sınırlı) sınıflandırılmıştır. Bu anlamda finansal kaynak çeşitliliği, “çok çeşitli” olanlar 1’i, “çeşitli” olanlar 2’yi, “normal” olanlar 3’ü, “sınırlı” olanlar 4’ü ve “çok sınırlı” olanlar 5’i işaretlemiştir. Buna göre yine ortalama 3 olduğu için ortalamanın altında kalanlar fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik taşıırken, ortalamanın üstünde olanlar esnaf girişimci olma özelliği taşımaktadırlar.

Tablo 3.27. Girişimcilerin Finansal Kaynak Çeşitliliğine Göre Girişimci Tipleri

	N	Ortalama	Girişimci Tipi
ANTALYA	71	3,86	Esnaf Girişimci
BURDUR	32	3,75	Esnaf Girişimci
ISPARTA	50	3,32	Esnaf Girişimci
BÖLGE	153	3,66	Esnaf Girişimci
1=Çok Çeşitli, 2=Çeşitli, 3=Normal, 4=Sınırlı, 5=Çok Sınırlı			

Antalya ilindeki girişimcilerin ortalama finansal kaynak çeşitliliği 3,86 ile sınırlı düzeye yakındır. Antalya’daki girişimcilerin kaynak çeşitliliğinin sınırlı olması bu anlamda onların esnaf girişimci olma özelliği taşıdığı bir göstergesidir. Isparta’daki girişimciler ise 3,32 ortalamayla 3 il arasında kaynak çeşitliliği en fazla

olan ildir. Fakat bu ildeki girişimcilerin de finansal kaynak çeşitliliği çok iyi olmadığı için, finansal kaynak çeşitliliğine göre esnaf girişimci özelliği taşımaktadır. Burdur'daki girişimcilerin ortalama finansal kaynak çeşitliliği ise 3,75 ile Antalya'daki girişimcilerden biraz daha iyi olmasına rağmen, Isparta'dakilerden daha kötüdür. Burdur'daki girişimciler de finansal kaynak çeşitliliğine göre esnaf girişimci tipi özelliğindedir. 3 ilin ortalamasına bakıldığında ise 3,66 ile bölgedeki girişimciler esnaf girişimci tipi özelliği taşımaktadır.

3.4.3.5. Girişimcilerin Firma Yapısına Göre Girişimci Tipleri

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak beşinci değişken girişimcilerin firma yapısıdır. Firmaları esnek bir yapıya sahip olan girişimciler fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik arz ederken, firmaları katı bir yapıya sahip olan girişimciler ise esnaf girişimci olma yönünde bir özellik arz etmektedir.

Girişimcilerin firma yapısını ölçmek için katılıp katılmama konusunda beşli bir ölçekte (hiç katılmıyorum, kısmen katılmıyorum, kararsızım, kısmen katılıyorum, kesinlikle katılıyorum) cevap verebilecekleri “*sektörde meydana gelen teknolojik gelişmelere hemen ayak uydurmak her zaman anlamlı değildir*” cümlesi okunmuştur. Bu anlamda bu cümleye “hiç katılmıyorum” diyenler 1’i, “kısmen katılmıyorum” diyenler 2’yi, “kararsızım” diyenler 3’ü, “kısmen katılıyorum” diyenler 4’ü ve “kesinlikle katılıyorum” diyenler 5’i işaretlemiştir. Buna göre 1’e yakın cevap veren girişimciler esnek bir firma yapısına sahip iken, 5’e yakın cevap veren girişimciler katı bir firma yapısına sahiptir. Dolayısıyla da ortalama 3 olduğu için ortalamanın altında kalanlar fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik taşıırken, ortalamanın üstünde olanlar ise esnaf girişimci olma özelliği taşımaktadırlar.

Tablo 3.28. Girişimcilerin Firma Yapısına Göre Girişimci Tipleri

	N	Ortalama	Girişimci Tipi
ANTALYA	71	2,92	Fırsatçı Girişimci
BURDUR	32	2,56	Fırsatçı Girişimci
ISPARTA	50	2,18	Fırsatçı Girişimci
BÖLGE	153	2,60	Fırsatçı Girişimci
1=Hiç Katılmıyorum, 2=Kısmen Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Kısmen Katılıyorum,5=Kesinlikle Katılıyorum			

Antalya ilindeki girişimcilerin firma yapısı 2,92 ile ortalamanın altında olduğu için esnek bir yapı arz etmektedir. Dolayısıyla da firma yapısına göre bu ildeki girişimciler fırsatçı girişimci olmaya daha yakındırlar. Fakat alınan cevaplar ortalamaya yakın olduğu için net bir şekilde fırsatçı girişimci özelliği taşıdıkları söylenemez. Isparta'daki girişimciler ise finansal kaynak çeşitliliğinde olduğu gibi firma yapısında da Antalya'ya göre daha iyi olup, 2,18 ortalamayla daha esnek bir yapıya sahiptirler ve bu yüzden de fırsatçı girişimci özelliği taşımaktadırlar. Burdur'daki girişimcilerde 2,56 ortalamayla fırsatçı girişimci olma yönündedirler. Tüm bölge değerlendirildiğinde ise 2,60 ortalamayla yine fırsatçı girişimci özelliği arz etmektedir.

3.4.3.6. Girişimcilerin Riske Girme Eğilimine Göre Girişimci Tipleri

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak altıncı değişken girişimcilerin riske girme düzeyidir. Riske girme düzeyi yüksek olan girişimciler fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik arz ederken, riske girme düzeyi düşük olan girişimciler ise esnaf girişimci olma yönünde bir özellik arz etmektedir.

Girişimcilerin riske girme düzeyini ölçmek için katılıp katılmama konusunda beşli bir ölçekte (hiç katılmıyorum, kısmen katılmıyorum, kararsızım, kısmen katılıyorum, kesinlikle katılıyorum) cevap verebilecekleri “*bir işin başarısızlığa uğrama olasılığı varsa o işe hiç girilmemelidir*” cümlesi okunmuştur. Bu anlamda bu cümleye “hiç katılmıyorum” diyenler 1’i, “kısmen katılmıyorum” diyenler 2’yi, “kararsızım” diyenler 3’ü, “kısmen katılıyorum” diyenler 4’ü ve “kesinlikle katılıyorum” diyenler 5’i işaretlemiştir. Buna göre riske girme eğilimi yüksek olan girişimciler 1’e yakın bir cevap verirken, riske girme eğilimi düşük olan girişimciler 5’e yakın bir cevap vermişlerdir. Dolayısıyla da ortalama 3 olduğu için ortalamanın altında kalanlar fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik taşıırken, ortalamanın üstünde olanlar ise esnaf girişimci olma özelliği taşımaktadırlar.

Bölgedeki girişimciler arasında riske girme eğilimi en yüksek olan girişimciler Antalya'dadır. Antalya'daki girişimciler 2,13 ortalamayla “*bir işin başarısızlığa uğrama olasılığı varsa o işe hiç girilmemelidir*” sorusuna kısmen

katılmıyorduma yakın bir cevap vererek, fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik arz etmektedirler. Isparta ve Burdur'daki girişimciler ise riske girme konusunda Antalya'daki girişimcilere göre daha temkinli olup, sırasıyla 3,14 ve 3,19 ortalamayla esnaf girişimci tipine daha yakındırlar. TR61 bölgesi bir bütün olarak değerlendirildiğinde ise, 2,68 ortalamayla riske girme yönünde eğilimin daha fazla olmasından dolayı bölgedeki girişimciler fırsatçı girişimci tipi özelliği arz etmektedirler.

Tablo 3.29. Girişimcilerin Riske Girme Düzeyine Göre Girişimci Tipleri

	N	Ortalama	Girişimci Tipi
ANTALYA	71	2,13	Fırsatçı Girişimci
BURDUR	32	3,19	Esnaf Girişimci
ISPARTA	50	3,14	Esnaf Girişimci
BÖLGE	153	2,68	Fırsatçı Girişimci
1=Hiç Katılmıyorum, 2=Kısmen Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Kısmen Katılıyorum,5=Kesinlikle Katılıyorum			

3.4.3.7. Girişimcilerin Fırsatları Görebilme Düzeyine Göre Girişimci Tipleri

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak yedinci değişken girişimcilerin fırsatları görebilme düzeyidir. Fırsatları görebilme düzeyi yüksek olan girişimciler fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik arz ederken, fırsatları görebilme düzeyi düşük olan girişimciler ise esnaf girişimci olma yönünde bir özellik arz etmektedir.

Girişimcilerin fırsatları görebilme düzeyini ölçmek için katılıp katılmama konusunda beşli bir ölçekte (hiç katılmıyorum, kısmen katılmıyorum, kararsızım, kısmen katılıyorum, kesinlikle katılıyorum) cevap verebilecekleri “*ticari potansiyeli olan iş fırsatlarını veya iş düşüncelerini her zaman göremeyebilirim*” cümlesi okunmuştur. Bu anlamda bu cümleye “hiç katılmıyorum” diyenler 1’i, “kısmen katılmıyorum” diyenler 2’yi, “kararsızım” diyenler 3’ü, “kısmen katılıyorum” diyenler 4’ü ve “kesinlikle katılıyorum” diyenler 5’i işaretlemiştir. Buna göre fırsatları görebilme düzeyi yüksek olan girişimciler 1’e yakın bir cevap verirken, fırsatları görebilme düzeyi düşük olan girişimciler ise 5’e yakın bir cevap vermişlerdir. Dolayısıyla da ortalama 3 olduğu için ortalamanın altında kalanlar

fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik taşıırken, ortalamanın üstünde olanlar ise esnaf girişimci olma özelliği taşımaktadırlar.

Tablo 3.30. Girişimcilerin Fırsatları Görebilme Düzeyine Göre Girişimci Tipleri

	N	Ortalama	Girişimci Tipi
ANTALYA	71	3,68	Esnaf Girişimci
BURDUR	32	4,16	Esnaf Girişimci
ISPARTA	50	4,44	Esnaf Girişimci
BÖLGE	153	4,03	Esnaf Girişimci
1=Hiç Katılmıyorum, 2=Kısmen Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Kısmen Katılıyorum,5=Kesinlikle Katılıyorum			

Bölgedeki girişimciler “*ticari potansiyeli olan iş fırsatlarını veya iş düşüncelerini her zaman göremeyebilirim*” sorusuna 4,03 ortalamaıyla kısmen katılıyorum cevabı vererek esnaf girişimci tipi özelliği sergilemektedirler. Tek tek iller değerlendirildiğinde fırsatları görebilme düzeyi en yüksek olan il 3,68 ortalamaıyla Antalya iken, fırsatları görebilme düzeyi en düşük olan il Isparta’dır. Burdur’daki girişimciler ise 4,16 ortalamaıyla yine fırsatları görebilme konusunda düşük bir eğilime sahiptirler. Dolayısıyla da 3 ildeki girişimciler de fırsatları görebilme konusunda esnaf girişimci tipi özelliği göstermektedirler.

3.4.3.8. Girişimcilerin Belirsizlik Durumuna Bakışına Göre Girişimci Tipleri

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak sekizinci değişken girişimcilerin belirsizlik durumlarına bakış açısıdır. Belirsizlik durumlarını yeni fırsat ortamları olarak gören girişimciler fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik arz ederken, belirsizlik durumlarını kendileri için kötü bir durum olarak gören girişimciler ise esnaf girişimci olma yönünde bir özellik arz etmektedir.

Girişimcilerin belirsizlik durumlarına bakış açılarını ölçmek için katılıp katılmama konusunda beşli bir ölçekte (hiç katılmıyorum, kısmen katılmıyorum, kararsızım, kısmen katılıyorum, kesinlikle katılıyorum) cevap verebilecekleri “*belirsizlik durumları benim için yeni fırsatların ortaya çıktığı dönemler değildir*” cümlesi okunmuştur. Bu anlamda bu cümleye “hiç katılmıyorum” diyenler 1’i,

“kısmen katılmıyorum” diyenler 2’yi, “kararsızım” diyenler 3’ü, “kısmen katılıyorum” diyenler 4’ü ve “kesinlikle katılıyorum” diyenler 5’i işaretlemiştir. Buna göre belirsizlik durumlarını yeni fırsat ortamları olarak gören girişimciler 1’e yakın bir cevap verirken, belirsizlik durumlarını kendileri için kötü bir durum olarak gören girişimciler ise 5’e yakın bir cevap vermişlerdir. Dolayısıyla da ortalama 3 olduğu için ortalamanın altında kalanlar fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik taşıırken, ortalamanın üstünde olanlar ise esnaf girişimci olma özelliği taşımaktadırlar.

Tablo 3.31. Girişimcilerin Belirsizlik Ortamlarına Bakışlarına Göre Girişimci Tipleri

	N	Ortalama	Girişimci Tipi
ANTALYA	71	2,75	Fırsatçı Girişimci
BURDUR	32	3,62	Esnaf Girişimci
ISPARTA	50	3,10	Esnaf Girişimci
BÖLGE	153	3,05	Esnaf Girişimci
1=Hiç Katılmıyorum, 2=Kısmen Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Kısmen Katılıyorum,5=Kesinlikle Katılıyorum			

Bölgede “*belirsizlik durumları benim için yeni fırsatların ortaya çıktığı dönemler değildir*” sorusuna 3,62 ortalamayla kısmen katılıyorduma yakın bir cevap vererek, belirsizlik durumlarından en hoşnutsuz olan girişimciler Burdur ilindeki girişimciler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bundan dolayı da bu soruyla ilgili olarak esnaf girişimci tipi özelliği taşımaktadırlar. Isparta’daki girişimciler ise bu konuyla ilgili olarak 3,10 ile ortalamanın biraz üstünde oldukları için yine esnaf girişimci olmaya daha yakındırlar. Isparta ve Burdur’daki girişimcilerin tersine Antalya’daki girişimciler ise belirsizlik durumlarının kendileri için yeni fırsatların yarattığı anlamına gelen bir cevap vermişlerdir. Dolayısıyla da Antalya’daki girişimciler bu konuyla ilgili fırsatçı girişimci tipi özelliği arz etmektedirler. Belirsizlik durumlarından fırsatlar yaratabilme konusunda bölge ortalamasına bakıldığında ise girişimcilerin fırsatçı girişimci veya esnaf girişimci olma yolunda net bir eğilimi olmamakla beraber, 3,05 ortalamayla esnaf girişimci tipi özelliği sunmaya daha yakındırlar.

3.4.3.9. Girişimcilerin Yeniliğe Bakışına Göre Girişimci Tipleri

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak dokuzuncu değişken girişimcilerin yeniliğe bakışıdır. Yeniliğe bakışı yüksek olan girişimciler fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik arz ederken, yeniliğe bakışı düşük olan girişimciler ise esnaf girişimci olma yönünde bir özellik arz etmektedir.

Girişimcilerin yeniliğe bakışını ölçmek için katılıp katılmama konusunda beşli bir ölçekte (hiç katılmıyorum, kısımen katılmıyorum, kararsızım, kısımen katılıyorum, kesinlikle katılıyorum) cevap verebilecekleri “*yeni stratejiler oluşturmak ve yeni bir şeyler üretmektense, mevcut durumu muhafaza etmek daha önemlidir*” cmleri okunmuştur. Bu anlamda bu cümleye “hiç katılmıyorum” diyenler 1’i, “kısımen katılmıyorum” diyenler 2’yi, “kararsızım” diyenler 3’, “kısımen katılıyorum” diyenler 4’ ve “kesinlikle katılıyorum” diyenler 5’i işaretlemiştir. Buna göre yeniliğe bakışı yüksek olan girişimciler 1’e yakın bir cevap verirken, yeniliğe bakışı düşük olan girişimciler ise 5’e yakın bir cevap vermişlerdir. Dolayısıyla da ortalama 3 olduğu için ortalamanın altında kalanlar fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik taşırken, ortalamanın üstünde olanlar ise esnaf girişimci olma özelliği taşımaktadırlar.

Tablo 3.32. Girişimcilerin Yeniliğe Bakışına Göre Girişimci Tipleri

	N	Ortalama	Girişimci Tipi
ANTALYA	71	1,69	Fırsatçı Girişimci
BURDUR	32	1,81	Fırsatçı Girişimci
ISPARTA	50	1,84	Fırsatçı Girişimci
BÖLGE	153	1,76	Fırsatçı Girişimci
1=Hi Katılmıyorum, 2=Kısımen Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Kısımen Katılıyorum,5=Kesinlikle Katılıyorum			

Bölgede girişimcilerin yeniliğe bakışını ölçmeye yönelik “*yeni stratejiler oluşturmak ve yeni bir şeyler üretmektense, mevcut durumu muhafaza etmek daha önemlidir*” sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde, hem tek tek il düzeyinde hem de bir bütün olarak bölgede yeniliğe bakışın yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla da girişimcilerin yeniliğe bakış açısından fırsatçı girişimci tipine yakın

bir düşünce yapıları vardır. 3 ildeki girişimciler arasında yeniliğe bakışı en yüksek olanlar Antalya ilindeki girişimcilerdir.

3.4.3.10. Girişimcilerin Kişisel Yapısına Göre Girişimci Tipleri

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak onuncu değişken girişimcilerin kişisel yapısıdır. Esnek bir yapıya sahip olan girişimciler fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik arz ederken, katı bir yapıya sahip olan girişimciler ise esnaf girişimci olma yönünde bir özellik arz etmektedir.

Girişimcilerin kişisel yapısını ölçmek için katılıp katılmama konusunda beşli bir ölçekte (hiç katılmıyorum, kısmen katılmıyorum, kararsızım, kısmen katılıyorum, kesinlikle katılıyorum) cevap verebilecekleri “*her zaman katı, otoriter ve kurallara bağlı olmak gerektiğine inanırım*” cümlesi okunmuştur. Bu anlamda bu cümleye “hiç katılmıyorum” diyenler 1’i, “kısmen katılmıyorum” diyenler 2’yi, “kararsızım” diyenler 3’ü, “kısmen katılıyorum” diyenler 4’ü ve “kesinlikle katılıyorum” diyenler 5’i işaretlemiştir. Buna göre kişisel yapısı esnek olan girişimciler 1’e yakın bir cevap verirken, kişisel yapısı katı olan girişimciler ise 5’e yakın bir cevap vermişlerdir. Dolayısıyla da ortalama 3 olduğu için ortalamanın altında kalanlar fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik taşıırken, ortalamanın üstünde olanlar ise esnaf girişimci olma özelliği taşımaktadırlar.

Tablo 3.33. Girişimcilerin Kişisel Yapısına Göre Girişimci Tipleri

	N	Ortalama	Girişimci Tipi
ANTALYA	71	2,61	Fırsatçı Girişimci
BURDUR	32	2,63	Fırsatçı Girişimci
ISPARTA	50	3,08	Esnaf Girişimci
BÖLGE	153	2,76	Fırsatçı Girişimci

1=Hiç Katılmıyorum, 2=Kısmen Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Kısmen Katılıyorum,5=Kesinlikle Katılıyorum

Bölgedeki girişimciler arasında “*her zaman katı, otoriter ve kurallara bağlı olmak gerektiğine inanırım*” diyenler en çok Isparta ilinden çıkmıştır. Isparta’daki girişimciler diğer iki ile göre değerlendirildiğinde her zaman otoriter ve kurallara

bağlı olmak gerektiğine inanan katı bir kişisel yapıya sahiptirler. Fakat kişisel yapılarını ortaya koyan soruya verdikleri cevap çok net olmamakla beraber 3,08 ortalamayla esnaf girişimci tipine yakın bir özellik arz etmektedirler. Bölgedeki girişimciler arasında en esnek yapıya sahip olan girişimciler Antalya'daki girişimcilerdir. Yine Burdur'daki girişimcilerde bu konuda Antalya'daki girişimcilere benzemektedirler. Dolayısıyla bu konuda hem Antalya'daki hem de Burdur'daki girişimciler fırsatçı girişimci özelliği taşımaktadırlar. Bölge geneline bakıldığında ise yine 2,76 ortalamayla girişimciler esnek bir yapıya daha yakın olduğu için fırsatçı girişimci özelliği arz etmektedirler.

3.4.3.11. Girişimcilerin Karar Alma Sürecine Göre Girişimci Tipleri

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak son değişken girişimcilerin karar alma sürecidir. Kararlarını sadece bugüne yani günün şartlarına göre alan girişimciler esnaf girişimci olma yönünde bir özellik arz ederken; kararlarını alırken özellikle geleceği düşünmekle beraber geçmişi, geleceği ve bugünü bir bütün olarak değerlendirip buna göre kararlarını oluşturan girişimciler ise fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik arz etmektedir.

Girişimcilerin karar alma sürecini ölçmek için katılıp katılmama konusunda beşli bir ölçekte (hiç katılmıyorum, kısmen katılmıyorum, kararsızım, kısmen katılıyorum, kesinlikle katılıyorum) cevap verebilecekleri “*Kararlarımı sadece bugüne bakarak belirlerim. Geçmiş ve gelecek benim için önemsizdir*” cümlesi okunmuştur. Bu anlamda bu cümleye “hiç katılmıyorum” diyenler 1’i, “kısmen katılmıyorum” diyenler 2’yi, “kararsızım” diyenler 3’ü, “kısmen katılıyorum” diyenler 4’ü ve “kesinlikle katılıyorum” diyenler 5’i işaretlemiştir. Buna göre karar alma süreçlerinde geçmiş, gelecek ve bugünün şartlarının bir bütün olarak etkileyici olduğuna inanan girişimciler 1’e yakın bir cevap verirken, karar alma süreçlerinde sadece günün şartlarına göre hareket eden girişimciler ise 5’e yakın bir cevap vermişlerdir. Dolayısıyla da ortalama 3 olduğu için ortalamanın altında kalanlar fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik taşırken, ortalamanın üstünde olanlar ise esnaf girişimci olma özelliği taşımaktadırlar.

Tablo 3.34. Girişimcilerin Karar Alma Sürecine Göre Girişimci Tipleri

	N	Ortalama	Girişimci Tipi
ANTALYA	71	2,25	Fırsatçı Girişimci
BURDUR	32	3,34	Esnaf Girişimci
ISPARTA	50	3,38	Esnaf Girişimci
BÖLGE	153	2,85	Fırsatçı Girişimci
1=Hiç Katılmıyorum, 2=Kısmen Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Kısmen Katılıyorum,5=Kesinlikle Katılıyorum			

Isparta ve Burdur'daki girişimciler kararlarını alırken daha çok günün şartlarına uygun olarak hareket etmektedirler. Bir diğer ifadeyle günü kurtarmaya yönelik ve bugün nasıl ayakta kalabilirim düşüncesiyle hareket etmektedirler. Antalya'daki girişimciler ise Isparta ve Burdur'dakilerin aksine kararlarını geleceğe odaklanarak almakla birlikte, geçmişi ve bugünü de düşünüp buna göre hareket etmektedirler. Yani girişimciler karar alma sürecine göre değerlendirildiğinde Isparta ve Burdur'daki girişimciler Esnaf girişimci tipine yakınken, Antalya'dakiler fırsatçı girişimci tipine daha yakındır. Bölge ortalamasına bakıldığında ise 2,85 ortalama ile yine fırsatçı girişimci tipine daha yakındır.

3.4.3.12. Girişimci Tiplerinin Bütünleşik Değerlendirilmesi

Girişimci tipini belirlemeye yönelik yukarıda bahsedilen 11 temel değişken bütünleşik olarak değerlendirildiğinde Antalya'daki, Burdur'daki, Isparta'daki ve bir bütün olarak TR61 bölgesindeki girişimcilerin hangi girişimci tipine daha yakın olduklarına yönelik bir çıkarım sağlanabilir.

Antalya'daki girişimciler işçilik deneyimi, yönetim deneyimi, finansal kaynak çeşitliliği ve fırsatları görebilme açısından esnaf girişimci tipine daha yakın özellikler sergilerken; eğitim seviyesi, firma yapısı, riske girme eğilimi, belirsizlik durumlarına bakış açısı, yeniliğe bakışı, kişisel yapısı ve karar alma sürecine göre ise fırsatçı girişimci tipine yakın özellikler sergilemektedir. Bir diğer ifadeyle girişimci tipolojisini oluşturmaya yönelik sorulmuş olan 11 temel değişkenin 7'sine Antalya'daki girişimciler fırsatçı girişimci tipine yakın bir cevap verirken, diğer 4 değişkene ise esnaf girişimci tipine yakın cevap vermiştir. Dolayısıyla da

Antalya'daki girişimciler genel olarak fırsatçı girişimci tipine yakın bir özellik arz etmektedir. Bu anlamda Antalya'daki girişimcilerin yaklaşık olarak % 65'i fırsatçı girişimci niteliğinde iken, kalan % 35'i esnaf girişimci niteliğindedir.

Tablo 3.35. TR61 Bölgesinde Girişimci Tipleri

	ANTALYA		BURDUR		ISPARTA		BÖLGE	
	Ort.	Tip	Ort.	Tip	Ort.	Tip	Ort.	Tip
Eğitim Seviyesi	2,92	Fırsatçı	3,53	Esnaf	3,42	Esnaf	3,24	Esnaf
İşçilik Deneyimi	3,14	Esnaf	4,03	Esnaf	3,38	Esnaf	3,41	Esnaf
Yönetim Deneyimi	3,42	Esnaf	4,53	Esnaf	3,94	Esnaf	3,82	Esnaf
Kaynak Çeşitliliği	3,86	Esnaf	3,75	Esnaf	3,32	Esnaf	3,66	Esnaf
Firma Yapısı	2,92	Fırsatçı	2,56	Fırsatçı	2,18	Fırsatçı	2,60	Fırsatçı
Riske Girme	2,13	Fırsatçı	3,19	Esnaf	3,14	Esnaf	2,68	Fırsatçı
Fırsatları Görebilme	3,68	Esnaf	4,16	Esnaf	4,44	Esnaf	4,03	Esnaf
Belirsizlik Durumları	2,75	Fırsatçı	3,62	Esnaf	3,10	Esnaf	3,05	Esnaf
Yeniliğe Bakışı	1,69	Fırsatçı	1,81	Fırsatçı	1,84	Fırsatçı	1,76	Fırsatçı
Kişisel Yapısı	2,61	Fırsatçı	2,63	Fırsatçı	3,08	Esnaf	2,76	Fırsatçı
Karar Alma Süreci	2,25	Fırsatçı	3,34	Esnaf	3,38	Esnaf	2,85	Fırsatçı
ORTALAMA	2,85	Fırsatçı	3,37	Esnaf	3,20	Esnaf	3,07	Esnaf

Isparta'daki girişimciler ise firma yapısı ve yeniliğe bakışı açısından fırsatçı girişimci tipine yakın cevaplar verirken, eğitim seviyesi, işçilik deneyimi, yönetim deneyimi, finansal kaynak çeşitliliği, riske girme eğilimi, fırsatları görebilme düzeyi, belirsizlik durumlarına bakış açısı, kişisel yapısı ve karar alma sürecine göre esnaf girişimci tipine yakın cevaplar vermektedir. Yani Isparta'daki girişimciler 11 değişkenin 2'sinde fırsatçı girişimci çıkarken, kalan 9'unda esnaf girişimci çıkmaktadır. Dolayısıyla da bu ildeki girişimciler esnaf girişimci tipine daha yakın özelliklere sahiptir. Isparta'daki girişimcilerin % 62'si esnaf girişimci niteliğinde iken, % 38'i fırsatçı girişimci niteliğindedir.

Burdur'daki girişimciler de Isparta'dakiler gibi esnaf girişimci tipi özelliği arz etmektedir. 11 temel değişkenin sadece firma yapısı, yeniliğe bakışı ve kişisel yapısıyla ilgili değişkenler açısından fırsatçı girişimci tipine özelliği gösterirken kalan 8 değişkenle ilgili esnaf girişimci tipine yakın özellikte sonuçlar çıkmaktadır. Burdur'daki girişimcilere bakıldığında ise yaklaşık olarak % 75'i esnaf girişimci tipinde çıkarken, % 25'i ise fırsatçı girişimci tipinde çıkmaktadır. Dolayısıyla da Burdur'daki girişimciler Isparta'dakilere göre daha fazla esnaf girişimci tipi özelliği taşımaktadır.

Tablo 3.36. TR61 Bölgesinde Girişimci Tiplerinin Dağılımı

	Fırsatçı Girişimci	Esnaf Girişimci
ANTALYA	% 65	% 35
BURDUR	% 25	% 75
ISPARTA	% 38	% 62
BÖLGE	% 47	% 53

TR61 bölgesi değerlendirildiğinde ise toplam 153 girişimci ile yapılan görüşmeler sonucunda bölgedeki girişimcilerin firma yapısı, riske girme eğilimi, yeniliğe bakışı, kişisel yapısı ve karar alma süreci açısından fırsatçı girişimci tipine yakın; eğitim seviyesi, işçilik deneyimi, yönetim deneyimi, finansal kaynak çeşitliliği, fırsatları görebilme düzeyi ve belirsizlik durumlarına bakış açısı bakımından ise esnaf girişimci tipine daha yakın olduğu ortaya çıkmıştır. Bir diğer ifadeyle bölgedeki girişimciler 5 değişken açısından fırsatçı girişimci tipine yakın bir özellik arz ederken, kalan diğer 6 değişken açısından ise esnaf girişimci tipi özelliği arz etmektedir. Sonuç olarak bölgedeki girişimcilerin esnaf girişimci mi yoksa fırsatçı girişimci mi olduğu konusunda net bir sonuca ulaşamamakla beraber, bölge girişimcilerinin esnaf girişimci tipine daha yakın oldukları ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda bölgedeki girişimcilerin % 53'ü esnaf girişimci tipinde iken kalan % 47'si fırsatçı girişimci niteliğindedir.

3.4.4. Girişimci Tipleri İle İlgili Araştırma Hipotezleri

Bu kısımda, bazı kriterlerin girişimci tiplerinin üzerinde etkisi olup olmadığı T-Testi kapsamında test edilecektir. Buna göre; araştırma kapsamında test edilecek temel hipotez ve alternatif hipotezler şu şekildedir:

1. Hipotez:

H_0 = Girişimcilerin bekar olmalarının fırsatçı girişimci olmalarında etkisi yoktur.

H_a = Girişimcilerin bekar olmalarının fırsatçı girişimci olmalarında etkisi vardır.

Yapılan analiz ile ilgili olarak gruplandırma sonuçları aşağıda Tablo 3.37’de yer almaktadır. Buna göre; Antalya’daki girişimcilerin medeni durumuna bakıldığında; 16 girişimci bekar iken 55 girişimci evlidir. Bekar olan girişimcilerin, girişimci tiplerine ilişkin sorulan sorular yardımıyla hesaplanan girişimcilik puanlarının ortalaması 2,5975 olarak hesaplanmıştır. Buna karşılık, evli girişimcilerin girişimcilik puan ortalaması 2,9244’dür. Bu bağlamda; bekar girişimcilerin fırsatçı girişimci olmaya daha yatkın oldukları söylenebilir.

Isparta’daki girişimcilerin medeni durumuna bakıldığında ise 7 girişimci bekar iken, 43 girişimci evlidir. Bekar girişimcilerin, girişimcilik puanlarının ortalaması 3,4171 iken, evli girişimcilerin 3,1667’dir. Bu bağlamda; Isparta’da, bekar girişimcilerin Antalya’dakinin tersine esnaf girişimci olmaya daha yatkın oldukları ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3.37. Medeni Durumun Fırsatçı Girişimci Olmaya Etkisi(Grup İstatistikleri)

	Medeni Durum	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ANTALYA	BEKAR	16	2,5975	,4035	,1009
	EVLİ	55	2,9244	,5415	7,301E-02
ISPARTA	BEKAR	7	3,4171	,7638	,2887
	EVLİ	43	3,1667	,6382	9,732E-02
BURDUR	BEKAR	2	3,4550	,1344	9,500E-02
	EVLİ	30	3,3737	,5379	9,822E-02
BÖLGE	BEKAR	25	2,8992	,6467	,1293
	EVLİ	128	3,1132	,6003	5,306E-02

Burdur'daki girişimcilere bakıldığında ise 2 girişimci bekarken, 30 girişimci evlidir. Bekar girişimcilerin, girişimcilik puanlarının ortalaması 3,4550 iken, evli girişimcilerin 3,3737'dir. Bu bağlamda Burdur'da da Isparta'daki gibi bekar girişimcilerin esnaf girişimci olmaya daha yatkın oldukları söylenebilir.

Tüm bölge değerlendirildiğinde ise bölgede 128 evli, 25'de bekar girişimci bulunmaktadır. Bekar girişimcilerin girişimcilik puanlarının ortalaması 2,8992, evli girişimcilerin ise 3,1132'dir. Buna göre de bölgede bekar girişimcilerin, evli girişimcilere göre fırsatçı girişimci olmaya daha fazla eğilimli oldukları ortaya çıkmaktadır.

Medeni durumun, fırsatçı girişimci olma üzerinde istatistiksel açıdan önemli bir farklılık yaratıp yaratmadığını belirlemeye yönelik olarak yapılan t testi sonuçları aşağıda Tablo 3.38.'de yer almaktadır. Buna göre; Antalya'da Sig. 2 tailed değeri 0,029'dur. Bu rakam, 0,05 değerinden küçük olduğu için, analizde H_0 hipotezi (Girişimcilerin bekar olmalarının fırsatçı girişimci olmalarında etkisi yoktur) reddedilmiştir ve H_a hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; medeni durumu bekar veya evli olanlar arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmaktadır. Mean Difference rakamına bakıldığında; medeni durumu bekar olanlar ve evli olanlar arasında -0,3269'luk bir fark olduğu görülmektedir.

Tablo 3.38. Medeni Durumun Fırsatçı Girişimci Olmaya Etkisi (T-Testi)

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	Sig. (2 tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ANTALYA	2,487	,11	,029	-,3269	,146
ISPARTA	,285	,59	,353	,2504	,267
BURDUR	2,819	,10	,835	8,133E-02	,386
BÖLGE	,022	,88	,110	-,2140	,132

Isparta'da ise Sig. 2 tailed değeri 0,353'dür. Bu rakam, 0,05 değerinden büyük olduğu için, analizde H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; Isparta'da

medeni durumu bekar veya evli olanlar arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmamaktadır.

Burdur'a bakıldığında ise, yine Isparta'daki gibi Sig. 2 tailed değeri 0,835 ile 0,05 değerinden büyük olduğu için H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

TR61 bölgesini oluşturan Antalya, Isparta ve Burdur illeri bir bütün olarak değerlendirildiğinde ise Sig. 2 tailed değeri 0,110 ile 0,05 değerinden büyük olduğu için H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; bölgede medeni durumu bekar veya evli olan girişimciler arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmamaktadır.

2. Hipotez:

H_0 = Girişimcilerin girişimcilikle ilgili eğitim, kurs, sertifika almalarının fırsatçı girişimci olmalarında etkisi yoktur.

H_a = Girişimcilerin girişimcilikle ilgili eğitim, kurs, sertifika almalarının fırsatçı girişimci olmalarında etkisi vardır.

Yapılan analiz ile ilgili olarak gruplandırma sonuçları aşağıda Tablo 3.39'da yer almaktadır. Buna göre; Antalya'da girişimcilik ile ilgili eğitim, kurs veya sertifika alan 21 girişimci bulunurken, herhangi bir eğitim, kurs veya sertifika almayan 50 girişimci bulunmaktadır. Eğitim alan girişimcilerin, sorulan sorular yardımıyla hesaplanan girişimcilik puanlarının ortalaması 2,6457 olarak hesaplanmıştır. Buna karşılık, herhangi bir eğitim, kurs veya sertifika almayan girişimcilerin puan ortalaması ise 2,9368'dir. Bu bağlamda; Antalya'da girişimcilikle ilgili eğitim kurs, sertifika alanların fırsatçı girişimci olmaya daha yatkın oldukları söylenebilir.

Isparta'daki girişimcilerin girişimcilik ile ilgili eğitim, kurs veya sertifika alıp almamaları durumuna bakıldığında ise 9 girişimci girişimcilik ile ilgili eğitim, kurs veya sertifika almışken, 41 girişimci almamıştır. Girişimcilikle ilgili eğitim alanların girişimcilik puanlarının ortalaması 2,9189 iken, almayanların 3,2639'dur. Bu bağlamda; Isparta'da da, girişimcilikle ilgili eğitim alanlar Antalya'daki gibi fırsatçı girişimci olmaya daha yatkındırlar.

Burdur'daki girişimcilere bakıldığında ise 9 girişimci girişimcilik ile ilgili eğitim, kurs veya sertifika alırken, 23 girişimci almamıştır. Eğitim alanların

girişimcilik puanlarının ortalaması 3,2522 iken, almayanların 3,4283'dir. Burdur'daki girişimciler arasında girişimcilikle ilgili eğitim almayanların esnaf girişimci olmaya daha eğilimli olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3.39. Girişimcilikle İlgili Eğitim Almanın Fırsatçı Girişimci Olmaya Etkisi (Grup İstatistikleri)

	Eğitim, Kurs, Sertifika	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ANTALYA	EVET	21	2,6457	,3486	7,606E-02
	HAYIR	50	2,9368	,5699	8,060E-02
ISPARTA	EVET	9	2,9189	,7494	,2498
	HAYIR	41	3,2639	,6247	9,757E-02
BURDUR	EVET	9	3,2522	,6883	,2294
	HAYIR	23	3,4283	,4488	9,359E-02
BÖLGE	EVET	39	2,8487	,5869	9,398E-02
	HAYIR	114	3,1568	,6018	5,636E-02

Tüm bölge değerlendirildiğinde ise bölgede girişimcilikle ilgili eğitim alanlar 39 kişi iken almayanlar 114 kişidir. Bu bağlamda girişimcilikle ilgili eğitim alanların girişimcilik puanlarının ortalaması 2,8487, almayanların ise 3,1568'dir. Buna göre de bölgede girişimcilikle ilgili eğitim alanların fırsatçı girişimci olmaya, eğitim almayanların ise esnaf girişimci olmaya eğilimi söz konusudur.

Eğitimin, fırsatçı girişimci olma üzerinde istatistiksel açıdan önemli bir farklılık yaratıp yaratmadığını belirlemeye yönelik olarak yapılan t testi sonuçları aşağıda Tablo 3.40'da yer almaktadır. Buna göre; Antalya'da Sig. 2 tailed değeri 0,033'tür. Bu rakam, 0,05 değerinden küçük olduğu için, analizde H_0 hipotezi (Girişimcilerin girişimcilikle ilgili eğitim, kurs, sertifika almalarının fırsatçı girişimci olmalarında etkisi yoktur) reddedilmiştir ve H_a hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; girişimcilik ile ilgili eğitim, kurs veya sertifika alanlar ile almayanlar arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmaktadır. Mean Difference rakamına bakıldığında; eğitim alanlar ile eğitim almayanlar arasında -0,2911'lik bir fark olduğu görölmektedir.

Tablo 3.40. Girişimcilikle İlgili Eğitim Almanın Fırsatçı Girişimci Olmaya Etkisi (T-Testi)

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	Sig. (2 tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ANTALYA	8,09	,00	,033	-,2911	,1341
ISPARTA	,831	,366	,154	-,3450	,2382
BURDUR	3,584	,068	,399	-,1760	,2058
BÖLGE	,333	,56	,006	-,3080	,1109

Isparta’da ise Sig. 2 tailed değeri 0,154’dür. Bu rakam, 0,05 değerinden büyük olduğu için, analizde H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; Isparta’da girişimcilikle ilgili eğitim, kurs veya sertifika alanlar ile almayanlar arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmamaktadır.

Burdur’a bakıldığında ise, yine Isparta’daki gibi Sig. 2 tailed değeri 0,399 ile 0,05 değerinden büyük olduğu için H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

TR61 bölgesinde ise Sig. 2 tailed değeri 0,006 ile 0,05 değerinden küçük olduğu için H_0 hipotezi reddedilmiştir. Buna göre; girişimcilik ile ilgili eğitim, kurs veya sertifika alanlar ile almayanlar arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmaktadır. Mean Difference rakamına bakıldığında; eğitim alanlar ile eğitim almayanlar arasında -0,3080’lik bir fark olduğu görülmektedir.

3. Hipotez:

H_0 = Girişimcilerin yabancı dil bilmelerinin fırsatçı girişimci olmalarında etkisi yoktur.

H_a = Girişimcilerin yabancı dil bilmelerinin fırsatçı girişimci olmalarında etkisi vardır.

Yapılan analiz ile ilgili olarak gruplandırma sonuçları aşağıda Tablo 3.41’de yer almaktadır. Buna göre; Antalya’da yabancı dil bilen girişimci sayısı 40 iken, yabancı dil bilmeyen girişimci sayısı 31’dir. Yabancı dil bilen girişimcilerin, sorulan sorular yardımıyla hesaplanan girişimcilik puanlarının ortalaması 2,6870 olarak

hesaplanmıştır. Buna karşılık, yabancı dil bilmeyen girişimcilerin puan ortalaması ise 3,0619'dur. Bu bağlamda; Antalya'da yabancı dil bilen girişimcilerin fırsatçı girişimci olmaya daha yatkın oldukları söylenebilir.

Tablo 3.41. Yabancı Dil Bilmenin Fırsatçı Girişimci Olmaya Etkisi (Grup İstatistikleri)

	Yabancı Dil	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ANTALYA	EVET	40	2,6870	,4917	7,774E-02
	HAYIR	31	3,0619	,5071	9,108E-02
ISPARTA	EVET	18	3,0056	,6860	,1617
	HAYIR	32	3,3122	,6196	,1095
BURDUR	EVET	6	2,8483	,5834	,2382
	HAYIR	26	3,5012	,4310	8,452E-02
BÖLGE	EVET	64	2,7917	,5692	7,115E-02
	HAYIR	89	3,2843	,5572	5,907E-02

Isparta'daki girişimcilerin yabancı dil bilip bilmemeleri durumuna bakıldığında ise 18 girişimci yabancı dil bilenken, 32 girişimci yabancı dil bilmemektedir. Yabancı dil bilenlerin girişimcilik puanlarının ortalaması 3,0056 iken, bilmeyenlerin 3,3122'dur. Bu bağlamda; Isparta'da da, yabancı dil bilmeyen girişimciler esnaf girişimci olmaya daha yatkındırlar.

Burdur'daki girişimcilere bakıldığında ise 6 girişimci yabancı dil bilirken, 26 girişimci yabancı dil bilmemektedir. Yabancı dil bilenlerin girişimcilik puanlarının ortalaması 2,8483 iken, bilmeyenlerin 3,5012'dir. Burdur'daki girişimciler arasında da yabancı dil bilmeyenlerin esnaf girişimci olmaya daha eğilimli olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tüm bölge değerlendirildiğinde ise bölgede yabancı dil bilen 64 girişimci bulunurken, yabancı dil bilmeyen 89 girişimci bulunmaktadır. Bu bağlamda yabancı dil bilenlerin girişimcilik puanlarının ortalaması 2,7917, bilmeyenlerin ise 3,2843'tür. Buna göre de bölgede yabancı dil bilen girişimcilerin fırsatçı girişimci olmaya, yabancı dil bilmeyenlerin ise esnaf girişimci olmaya eğilimi söz konusudur.

Yabancı dil bilmenin, fırsatçı girişimci olma üzerinde istatistiksel açıdan önemli bir farklılık yaratıp yaratmadığını belirlemeye yönelik olarak yapılan t testi sonuçları aşağıda Tablo 3.42’de yer almaktadır. Buna göre; Antalya’da Sig. 2 tailed değeri 0,002’dir. Bu rakam, 0,05 değerinden küçük olduğu için, analizde H_0 hipotezi (Girişimcilerin yabancı dil bilmelerinin fırsatçı girişimci olmalarında etkisi yoktur) reddedilmiştir ve H_a hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; yabancı dil bilen ve bilmeyen girişimciler arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmaktadır. Mean Difference rakamına bakıldığında; yabancı dil bilenler ile bilmeyenler arasında -0,3749’luk bir fark olduğu görülmektedir.

Tablo 3.42. Yabancı Dil Bilmenin Fırsatçı Girişimci Olmaya Etkisi (T-Testi)

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	Sig. (2 tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ANTALYA	,739	,393	,002	-,3749	,119
ISPARTA	,676	,415	,113	-,3066	,189
BURDUR	1,132	,296	,004	-,6528	,2083
BÖLGE	,020	,889	,000	-,4926	9,215E-02

Isparta’da ise Sig. 2 tailed değeri 0,113’dir. Bu rakam, 0,05 değerinden büyük olduğu için, analizde H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; Isparta’da yabancı dil bilen ve bilmeyen girişimciler arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmamaktadır.

Burdur’a bakıldığında ise, Sig. 2 tailed değeri 0,004’dür. Bu rakam yine 0,05 değerinden küçük olduğu için, analizde H_0 hipotezi reddedilmiştir ve H_a hipotezi kabul edilmiştir. Mean Difference rakamına bakıldığında; yabancı dil bilenler ile bilmeyenler arasında -0,6528’lik bir fark olduğu görülmektedir.

TR61 bölgesinde ise Sig. 2 tailed değeri 0,00 ile 0,05 değerinden küçük olduğu için H_0 hipotezi reddedilmiştir. Buna göre; yabancı dil bilen ve bilmeyen girişimciler arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmaktadır. Mean Difference

rakamına bakıldığında; yabancı dil bilenler ile bilmeyenler arasında -0,4926'lık bir fark olduğu görülmektedir.

4. Hipotez:

H_0 = Girişimcilerin bilgisayar kullanmayı bilmelerinin fırsatçı girişimci olmaları üzerinde etkisi yoktur.

H_a = Girişimcilerin bilgisayar kullanmayı bilmelerinin fırsatçı girişimci olmaları üzerinde etkisi vardır.

Yapılan analiz ile ilgili olarak gruplandırma sonuçları aşağıda Tablo 3.43'de yer almaktadır. Buna göre; Antalya'da bilgisayar kullanmayı bilen girişimci sayısı 64 iken, bilgisayar kullanmayı bilmeyen girişimci sayısı 7'dir. Bilgisayar kullanmayı bilen girişimcilerin, sorulan sorular yardımıyla hesaplanan girişimcilik puanlarının ortalaması 2,8130 olarak hesaplanmıştır. Buna karşılık, bilgisayar kullanmayı bilmeyen girişimcilerin puan ortalaması ise 3,1957'dir. Bu bağlamda; Antalya'da bilgisayar kullanmayı bilen girişimcilerin fırsatçı girişimci olmaya daha yatkın oldukları söylenebilir.

Tablo 3.43. Bilgisayar Kullanmayı Bilmenin Fırsatçı Girişimci Olmaya Etkisi (Grup İstatistikleri)

	Bilgisayar Kullanma	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ANTALYA	EVET	64	2,8130	,5287	6,608E-02
	HAYIR	7	3,1957	,4213	,1592
ISPARTA	EVET	40	3,1137	,6656	,1052
	HAYIR	10	3,5540	,4892	,1547
BURDUR	EVET	18	3,2989	,5835	,1375
	HAYIR	14	3,4814	,4272	,1142
BÖLGE	EVET	122	2,9855	,6130	5,550E-02
	HAYIR	31	3,4432	,4518	8,115E-02

Isparta'daki girişimcilerin bilgisayar kullanmayı bilip bilmemeleri durumuna bakıldığında ise 40 girişimci bilgisayar kullanmayı bilenken, 10 girişimci bilgisayar kullanmayı bilmemektedir. Bilgisayar kullanmayı bilenlerin girişimcilik puanlarının

ortalaması 3,1137 iken, bilmeyenlerin 3,5540'dır. Bu bağlamda; Isparta'da bilgisayar kullanmayı bilen girişimciler, bilgisayar kullanmayı bilmeyenlere göre fırsatçı girişimci olmaya daha eğilimlidirler.

Burdur'daki girişimcilere bakıldığında ise 18 girişimci bilgisayar kullanmayı bilirken, 14 girişimci bilgisayar kullanmayı bilmemektedir. Bilgisayar kullanmayı bilenlerin girişimcilik puanlarının ortalaması 3,2989 iken, bilmeyenlerin 3,4814'dür. Burdur'da da Isparta'daki gibi bilgisayar kullanmayı bilenlerin esnaf girişimci olmaya daha eğilimli olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tüm bölge değerlendirildiğinde ise bölgede bilgisayar kullanmayı bilen 122 girişimci bulunurken, bilgisayar kullanmayı bilmeyen 31 girişimci bulunmaktadır. Bu bağlamda bilgisayar kullanmayı bilenlerin girişimcilik puanlarının ortalaması 2,9855, bilmeyenlerin ise 3,4432'dir. Buna göre de bölgede bilgisayar kullanmayı bilen girişimcilerin fırsatçı girişimci olmaya, bilgisayar kullanmayı bilmeyenlerin ise esnaf girişimci olmaya eğilimi söz konusudur.

Bilgisayar kullanmayı bilmenin, fırsatçı girişimci olma üzerinde istatistiksel açıdan önemli bir farklılık yaratıp yaratmadığını belirlemeye yönelik olarak yapılan t testi sonuçları aşağıda Tablo 3.44'de yer almaktadır. Buna göre; Antalya'da Sig. 2 tailed değeri 0,069'dur. Bu rakam, 0,05 değerinden büyük olduğu için, analizde H_0 hipotezi (Girişimcilerin bilgisayar kullanmayı bilmelerinin fırsatçı girişimci olmaları üzerinde etkisi yoktur) kabul edilmiştir. Buna göre; yabancı dil bilen ve bilmeyen girişimciler arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmamaktadır.

Isparta'da ise Sig. 2 tailed değeri 0,056'dır. Bu rakam, yine 0,05 değerinden büyük olduğu için, analizde H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; Isparta'da yabancı dil bilen ve bilmeyen girişimciler arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmamaktadır.

Burdur'a bakıldığında ise, Sig. 2 tailed değeri 0,334'dür. Bu rakam yine 0,05 değerinden büyük olduğu için, analizde H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

TR61 bölgesinde ise Sig. 2 tailed değeri 0,00 ile 0,05 değerinden küçük olduğu için H_0 hipotezi reddedilmiştir. Buna göre; bilgisayar kullanmayı bilen ve bilmeyen girişimciler arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmaktadır. Mean

Difference rakamına bakıldığında; bilgisayar kullanmayı bilenler ile bilmeyenler arasında -0,4577'lik bir fark olduğu görülmektedir.

Tablo 3.44. Bilgisayar Kullanmayı Bilmenin Fırsatçı Girişimci Olmaya Etkisi (T-Testi)

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	Sig. (2 tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ANTALYA	,514	,476	,069	-,3827	,2071
ISPARTA	1,276	,264	,056	-,4403	,2250
BURDUR	1,567	,220	,334	-,1825	,1859
BÖLGE	4,146	,043	,000	-,4577	,1176

5. Hipotez:

H_0 = Girişimcilerin yurt dışına gitmelerinin fırsatçı girişimci olmaları üzerinde etkisi yoktur.

H_a = Girişimcilerin yurt dışına gitmelerinin fırsatçı girişimci olmaları üzerinde etkisi vardır.

Yapılan analiz ile ilgili olarak gruplandırma sonuçları aşağıda Tablo 3.45'de yer almaktadır. Buna göre; Antalya'daki girişimcilerin yurt dışına gitmelerine bakıldığında; 54 girişimci yurt dışına gitmiş iken, 17 girişimci hiç gitmemiştir. Yurt dışına giden girişimcilerin, girişimci tiplerine ilişkin sorular yardımıyla hesaplanan girişimcilik puanlarının ortalaması 2,8137 olarak hesaplanmıştır. Buna karşılık, yurt dışına gitmeyen girişimcilerin girişimcilik puan ortalaması 2,9682'dir. Bu bağlamda; yurt dışına giden girişimcilerin fırsatçı girişimci olmaya daha yatkın oldukları söylenebilir.

Isparta'daki girişimcilerin yurt dışına gidip gitmeme durumlarına bakıldığında ise 29 girişimci yurt dışına gitmiş iken, 21 girişimci gitmemiştir. Yurt dışına giden girişimcilerin, girişimcilik puanlarının ortalaması 3,0252 iken, gitmeyenlerin 3,4457'dir. Bu bağlamda; Isparta'da, yurt dışına gitmeyen girişimcilerin esnaf girişimci olmaya daha yatkın oldukları söylenebilir.

Tablo 3.45. Yurt Dışına Gitmenin Fırsatçı Girişimci Olmaya Etkisi (Grup İstatistikleri)

	Yurt Dışına Gitme	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ANTALYA	EVET	54	2,8137	,5462	7,432E-02
	HAYIR	17	2,9682	,4663	,1131
ISPARTA	EVET	29	3,0252	,5874	,1091
	HAYIR	21	3,4457	,6771	,1477
BURDUR	EVET	19	3,3737	,4880	,1120
	HAYIR	13	3,3862	,5870	,1628
BÖLGE	EVET	102	2,9790	,5828	5,770E-02
	HAYIR	51	3,2767	,6238	8,735E-02

Burdur'daki girişimcilere bakıldığında ise 19 girişimci yurt dışına gitmişken, 13 girişimci gitmemiştir. Yurt dışına giden girişimcilerin, girişimcilik puanlarının ortalaması 3,3737 iken, yurt dışına gitmeyenlerin 3,3862'dir. Bu bağlamda Burdur'da da Isparta'daki gibi yurt dışına gitmeyen girişimcilerin esnaf girişimci olmaya daha yatkın oldukları söylenebilir.

Tüm bölge değerlendirildiğinde ise bölgede 102 girişimci yurt dışına gitmişken, 51 girişimci hiç gitmemiştir. Yurt dışına gidenlerin girişimcilik puanlarının ortalaması 2,9790, gitmeyenlerin ise 3,2767'dir. Buna göre de bölgede yurt dışına giden girişimcilerin fırsatçı girişimci olmaya, yurt dışına gitmeyen girişimcilerin ise esnaf girişimci olmaya eğilimli oldukları ortaya çıkmaktadır.

Yurt dışına gitmenin, fırsatçı girişimci olma üzerinde istatistiksel açıdan önemli bir farklılık yaratıp yaratmadığını belirlemeye yönelik olarak yapılan t testi sonuçları aşağıda Tablo 3.46'da yer almaktadır. Buna göre; Antalya'da Sig. 2 tailed değeri 0,297'dir. Bu rakam, 0,05 değerinden küçük olduğu için, analizde H_0 hipotezi (Girişimcilerin yurt dışına gitmelerinin fırsatçı girişimci olmaları üzerinde etkisi yoktur) kabul edilmiştir. Buna göre; yurt dışına giden girişimlerle yurt dışına gitmeyenler arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmamaktadır.

Isparta'da ise Sig. 2 tailed değeri 0,023'dür. Bu rakam, 0,05 değerinden küçük olduğu için, analizde H_0 hipotezi reddedilmiştir ve H_a hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; Isparta'da yurt dışına giden girişimlerle yurt dışına

gitmeyenler arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmaktadır. Mean Difference rakamına bakıldığında; yurt dışına giden girişimlerle yurt dışına gitmeyenler arasında -0,4205'lik bir fark olduğu görülmektedir.

Tablo 3.46. Yurt Dışına Gitmenin Fırsatçı Girişimci Olmaya Etkisi (T-Testi)

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	Sig. (2 tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ANTALYA	,367	,547	,297	-,1545	,1470
ISPARTA	,001	,973	,023	-,4205	,179
BURDUR	,201	,657	,948	-1,2470E-02	,1907
BÖLGE	,064	,801	,004	-,2976	,1023

Burdur'a bakıldığında ise, Antalya'daki gibi Sig. 2 tailed değeri 0,948 ile 0,05 değerinden büyük olduğu için H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; Burdur'da yurt dışına giden girişimlerle yurt dışına gitmeyenler arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmamaktadır.

TR61 bölgesinde ise Sig. 2 tailed değeri 0,004 ile 0,05 değerinden küçük olduğu için H_0 hipotezi reddedilmiştir ve H_a hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; bölgede yurt dışına giden girişimlerle yurt dışına gitmeyenler arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmaktadır. Mean Difference rakamına bakıldığında; yurt dışına giden girişimlerle yurt dışına gitmeyenler arasında -0,2976'lık bir fark olduğu görülmektedir.

3.4.5. Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki

Bu bölümde girişimci olmayı tetikleyen ekonomik, psikolojik ve sosyal sebeplerle girişimci tipleri arasında bir ilişki olup olmadığı incelenecektir.

3.4.5.1. Antalya’da Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki

Antalya’daki girişimcilerin 46 tanesi fırsatçı girişimci iken, kalan 25 tanesi esnaf girişimcidir. Fırsatçı girişimcilerin, girişimci olmalarında ekonomik sebeplerin etkisi 3,2826 iken, esnaf girişimcilerde 3,0844’dür. Bu bağlamda fırsatçı girişimcilerde, esnaf girişimcilere göre ekonomik sebeplerin girişimci olmada daha etkin olduğu söylenebilir. Fakat Antalya’da Sig. 2 tailed değeri 0,353’tür. Bu rakam, 0,05 değerinden büyük olduğu için istatistiksel açıdan girişimci olmayı tetikleyen ekonomik sebeplerle girişimci tipleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir.

Tablo 3.47. Antalya’da Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki (Grup İstatistikleri)

	Girişimci Tipleri	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Ekonomik Sebepler	Fırsatçı Girişimci	46	3,2826	,7372	,1087
	Esnaf Girişimci	25	3,0844	1,0372	,2074
Psikolojik Sebepler	Fırsatçı Girişimci	46	3,6883	1,0455	,1541
	Esnaf Girişimci	25	3,3992	1,1554	,2311
Sosyal Sebepler	Fırsatçı Girişimci	46	2,1730	,7439	,1097
	Esnaf Girişimci	25	2,1824	,6871	,1374

Girişimci olmayı tetikleyen psikolojik sebepler açısından bakıldığında, fırsatçı girişimcilerde psikolojik sebeplerin etkisi 3,6883 iken, esnaf girişimcilerde 3,3992’dir. Bu bağlamda yine burada da fırsatçı girişimcilerde, esnaf girişimcilere göre psikolojik sebeplerin girişimci olmada daha etkin olduğu söylenebilir. Fakat Sig. 2 tailed değeri 0,287 ile 0,05 değerinden büyük olduğu için istatistiksel açıdan girişimci olmayı tetikleyen psikolojik sebeplerle girişimci tipleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir.

Son olarak girişimci olmayı tetikleyen sosyal sebeplerin ise fırsatçı girişimcilerde etkisi 2,1730 iken, esnaf girişimcilerde 2,1824’dür. Buna göre esnaf girişimcilerin girişimci olmasında sosyal sebeplerin fırsatçı girişimcilere göre biraz

daha fazla etkili olduğu görülmektedir. Fakat burada da Sig. 2 tailed değeri 0,959 ile 0,05 değerinden büyük olduğu için istatistiksel açıdan girişimci olmayı tetikleyen sosyal sebeplerle girişimci tipleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3.48. Antalya’da Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki (T-Testi)

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	Sig. (2 tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
Ekonomik Sebepler	6,248	,015	,353	,1982	,2121
Psikolojik Sebepler	1,217	,274	,287	,2891	,2696
Sosyal Sebepler	6,248	,514	,959	-9,3565E-0	,1800

3.4.5.2. Burdur’da Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki

Burdur’daki girişimcilerin 7 tanesi fırsatçı girişimci iken, kalan 25 tanesi esnaf girişimcidir. Fırsatçı girişimcilerin, girişimci olmalarında ekonomik sebeplerin etkisi 2,2698 iken, esnaf girişimcilerde 2,4844’dür. Bu bağlamda fırsatçı girişimcilerde, esnaf girişimcilere göre ekonomik sebeplerin girişimci olmada daha etkin olduğu söylenebilir.

Tablo 3.49. Burdur’da Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki (Grup İstatistikleri)

	Girişimci Tipleri	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Ekonomik Sebepler	Fırsatçı Girişimci	7	2,2698	,8458	,3197
	Esnaf Girişimci	25	2,4844	,6945	,1389
Psikolojik Sebepler	Fırsatçı Girişimci	7	2,1429	,7853	,2968
	Esnaf Girişimci	25	2,5664	,8485	,1697
Sosyal Sebepler	Fırsatçı Girişimci	7	2,3243	,7501	,2835
	Esnaf Girişimci	25	2,1128	,6043	,1209

Burdur’da Sig. 2 tailed değeri Tablo 3.50. de görüleceği üzere 0,495’ dir. Bu rakam, 0,05 değerinden büyük olduğu için istatistiksel açıdan girişimci olmayı tetikleyen ekonomik sebeplerle girişimci tipleri arasında Burdur’da anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir.

Girişimci olmayı tetikleyen psikolojik sebepler açısından bakıldığında, fırsatçı girişimcilerde psikolojik sebeplerin etkisi 2,1429 iken, esnaf girişimcilerde 2,5664’ dür. Bu bağlamda esnaf girişimcilerde, fırsatçı girişimcilere göre psikolojik sebeplerin girişimci olmada daha etkin olduğu söylenebilir. Fakat Sig. 2 tailed değeri 0,246 ile 0,05 değerinden büyük olduğu için istatistiksel açıdan girişimci olmayı tetikleyen psikolojik sebeplerle girişimci tipleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir.

Tablo 3.50. Burdur’da Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki (T-Testi)

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	Sig. (2 tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
Ekonomik Sebepler	,055	,816	,495	-,2146	,3110
Psikolojik Sebepler	,107	,746	,246	-,4235	,3576
Sosyal Sebepler	1,718	,200	,443	,2115	,2720

Son olarak girişimci olmayı tetikleyen sosyal sebeplerin ise fırsatçı girişimcilerde etkisi 2,3243 iken, esnaf girişimcilerde 2,1128’ dir. Buna göre fırsatçı girişimcilerin girişimci olmasında sosyal sebeplerin, esnaf girişimcilere göre biraz daha fazla etkili olduğu görülmektedir. Fakat burada da Sig. 2 tailed değeri 0,443 ile 0,05 değerinden büyük olduğu için istatistiksel açıdan girişimci olmayı tetikleyen sosyal sebeplerle girişimci tipleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ortaya çıkmaktadır.

3.4.5.3. Isparta’da Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki

Isparta’da girişimcilerin 19 tanesi fırsatçı girişimci iken, kalan 31 tanesi esnaf girişimcidir. Fırsatçı girişimcilerin, girişimci olmalarında ekonomik sebeplerin etkisi 2,5100 iken, esnaf girişimcilerde 2,1397’dir. Bu bağlamda fırsatçı girişimcilerde, esnaf girişimcilere göre ekonomik sebeplerin girişimci olmada daha etkin olduğu söylenebilir. Tablo 3.52.’den Sig. 2 tailed değerine bakıldığında 0,023’dir. Bu rakam, 0,05 değerinden küçük olduğu için istatistiksel açıdan girişimci olmayı tetikleyen ekonomik sebeplerle girişimci tipleri arasında Isparta’da anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 3.51. Isparta’da Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki (Grup İstatistikleri)

	Girişimci Tipleri	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Ekonomik Sebepler	Fırsatçı Girişimci	19	2,5100	,5910	,1356
	Esnaf Girişimci	31	2,1397	,5080	9,124E-02
Psikolojik Sebepler	Fırsatçı Girişimci	19	2,9911	,9352	,2145
	Esnaf Girişimci	31	2,2203	,5374	9,652E-02
Sosyal Sebepler	Fırsatçı Girişimci	19	2,2395	,7385	,1694
	Esnaf Girişimci	31	2,0219	,5245	9,421E-02

Girişimci olmayı tetikleyen psikolojik sebepler açısından bakıldığında, fırsatçı girişimcilerde psikolojik sebeplerin etkisi 2,9911 iken, esnaf girişimcilerde 2,2203’tür. Bu bağlamda fırsatçı girişimcilerde, esnaf girişimcilere göre psikolojik sebeplerin girişimci olmada daha etkili olduğu söylenebilir. Burada da Sig. 2 tailed değeri 0,001 ile 0,05 değerinden küçük olduğu için istatistiksel açıdan girişimci olmayı tetikleyen psikolojik sebeplerle girişimci tipleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir.

Son olarak Isparta’da girişimci olmayı tetikleyen sosyal sebeplerin ise fırsatçı girişimcilerde etkisi 2,2395 iken, esnaf girişimcilerde 2,0219’dur. Buna göre fırsatçı girişimcilerin girişimci olmasında sosyal sebeplerin, esnaf girişimcilere göre biraz

daha fazla etkili olduğu görülmektedir. Fakat burada Sig. 2 tailed değeri 0,230 ile 0,05 değerinden büyük olduğu için istatistiksel açıdan girişimci olmayı tetikleyen sosyal sebeplerle girişimci tipleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3.52. Burdur’da Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki (T-Testi)

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	Sig. (2 tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
Ekonomik Sebepler	,732	,397	,023	,3703	,1575
Psikolojik Sebepler	11,525	,001	,001	,7707	,2078
Sosyal Sebepler	3,088	,085	,230	,2175	,1788

3.4.5.4. TR61 Bölgesinde Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki

TR61 Bölgesinde girişimcilerin 72 tanesi fırsatçı girişimci iken, kalan 81 tanesi esnaf girişimcidir. Fırsatçı girişimcilerin, girişimci olmalarında ekonomik sebeplerin etkisi 3,0029 iken, esnaf girişimcilerde 2,5567’dir. Bu bağlamda fırsatçı girişimcilerde, esnaf girişimcilere göre ekonomik sebeplerin girişimci olmada daha etkin olduğu söylenebilir. Tablo 3.54’den Sig. 2 tailed değerine bakıldığında 0,001’dür. Bu rakam, 0,05 değerinden küçük olduğu için istatistiksel açıdan girişimci olmayı tetikleyen ekonomik sebeplerle girişimci tipleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Girişimci olmayı tetikleyen psikolojik sebepler açısından bakıldığında, fırsatçı girişimcilerde psikolojik sebeplerin etkisi 3,3540 iken, esnaf girişimcilerde 2,6910’dür. Bu bağlamda fırsatçı girişimcilerde, esnaf girişimcilere göre psikolojik sebeplerin girişimci olmada daha etkili olduğu söylenebilir. Burada da Sig. 2 tailed değeri 0,000 ile 0,05 değerinden küçük olduğu için istatistiksel açıdan girişimci olmayı tetikleyen psikolojik sebeplerle girişimci tipleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir.

Tablo 3.53. TR61 Bölgesinde Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki (Grup İstatistikleri)

	Girişimci Tipleri	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Ekonomik Sebepler	Fırsatçı Girişimci	72	3,0029	,8247	9,719E-02
	Esnaf Girişimci	81	2,5567	,8606	9,563E-02
Psikolojik Sebepler	Fırsatçı Girişimci	72	3,3540	1,1040	,1301
	Esnaf Girişimci	81	2,6910	,9860	,1096
Sosyal Sebepler	Fırsatçı Girişimci	72	2,2053	,7341	8,651E-02
	Esnaf Girişimci	81	2,0995	,5991	6,657E-02

Son olarak TR61 Bölgesinde girişimci olmayı tetikleyen sosyal sebeplerin ise fırsatçı girişimcilerde etkisi 2,2053 iken, esnaf girişimcilerde 2,0995’dir. Buna göre fırsatçı girişimcilerin girişimci olmasında sosyal sebeplerin, esnaf girişimcilere göre biraz daha fazla etkili olduğu görülmektedir. Fakat burada Sig. 2 tailed değeri 0,328 ile 0,05 değerinden büyük olduğu için istatistiksel açıdan girişimci olmayı tetikleyen sosyal sebeplerle girişimci tipleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3.54. TR61 Bölgesinde Girişimci Olmayı Tetikleyen Sebepler ile Girişimci Tipleri Arasındaki İlişki (T-Testi)

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	Sig. (2 tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
Ekonomik Sebepler	,194	,661	,001	,4462	,1367
Psikolojik Sebepler	5,722	,018	,000	,6630	,1690
Sosyal Sebepler	6,223	,014	,328	,1058	,1079

SONUÇ VE ÖNERİLER

Girişimcilik ekonomi, psikoloji, sosyoloji, antropoloji gibi bilimleri kapsayan çok disiplinli bir alandır. Bu disiplinlerin her biri girişimciliğin ayrı ayrı noktalarına ışık tutmaktadırlar. Dolayısıyla da girişimciliği tek bir disiplin altında değerlendirmek doğru değildir. Bu yüzden de literatürde hala girişimcinin kim olduğu ve girişimciliğin ne olduğu konusunda ortak bir fikir birliği bulunmamaktadır. Özellikle günümüz küresel bilgi çağı girişimciye ve girişimciliğe ayrı bir boyut kazandırarak sürekli değişen ve kendini yenileyen olgular haline getirmiştir.

Girişimci ve girişimcilik kavramları birbirinden farklı olan, fakat birbirleriyle de ilişkili olan olgulardır. Literatürde girişimcilik kavramı çoğunlukla bir süreci ifade ederken, girişimci o süreçte rol alan baş aktörü ifade etmektedir. Bu bağlamda girişimcilik, girişimcilerin risk alma, fırsatları kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tümü olarak ifade edilebilir. Dolayısıyla da girişimciler günümüz dünyasının olmazsa olmaz aktörleri durumundadır.

Girişimcilik faaliyetleri bir toplumun gelir seviyesini belirleyen en önemli faktörlerden biridir. Fakat girişimcilik sadece bir toplumun gelir seviyesini anlatmamaktadır. Bunun yanında değişimi harekete geçiren güçtür. Bir başka deyişle yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması ve uygulanmasını hızlandırmaktadır. Ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına yol açmakta, rekabet baskısı yaratarak verimliliği arttırmakta, hızla büyüyen sektörler yaratmakta ve sonuç olarak ekonomik kalkınmayı ve büyümeyi hızlandırmaktadır. Çünkü girişimcilik artık yenilik, rekabet, verimlilik, kalite ve istihdam kavramlarıyla birlikte kullanılmaktadır. Yani girişimciliğin artması demek; yeniliğin, rekabetin, verimliliğin, kalitenin ve istihdamın artması, dolayısıyla da ekonomik kalkınmanın hızlanması demektir. Bu yüzden de girişimcilik bireylerin sadece kendi işletmelerinin başarısı anlamına gelmemekte; yöresel, bölgesel ve ulusal kalkınmada da oldukça önem arz etmektedir.

Ekonomik ve sosyal kalkınmada önemli bir rol oynayan girişimcilik Türkiye’de çok yeni bir olgu olup, yeni girişimler, çoğu zaman boyutları ve çalışanları itibarıyla dikkate alınarak, birer KOBİ olarak adlandırılmaktadır. Bu yüzden de girişimcilik ile ilgili uygulanan politikalar KOBİ’ler üzerinde yoğunlaştığı

için, yeni girişimlerin yaratılmasından uzak durumdadır. Türkiye’de girişimciliğin değişime ayak uydurabilmesini engelleyen ve dolayısıyla yeni girişimcilerin doğmasını sınırlayan bir çok zayıf yönleri bulunmaktadır. Fakat Türkiye’de girişimciliğin gelişmesini engelleyen bu zayıf yönlerin ortadan kalkmasına yönelik girişimciliği geliştirmek için çeşitli stratejiler ve politikalar da uygulanmaktadır. Özellikle Türkiye-AB ilişkileri Türkiye’de girişimcilik politikalarına ayrı bir boyut kazandırmıştır.

Çalışmada incelenen İBBS Düzey 2 TR61 Bölgesini oluşturan Antalya, Burdur ve Isparta illerine bakıldığında sanayileşme sürecinde yeterince ivme alamamış ve ekonomileri tarım, hayvancılık ve turizm sektörlerine dayanan iller olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla da bu illerde imalat sanayinde girişimcilik tam anlamıyla gelişmemiştir.

Bölgedeki girişimci profillerine bakıldığında erkek girişimcilerin ağırlıkta olduğu görülmektedir. Yaklaşık olarak girişimcilerin % 95,4 ü erkek girişimcidir. Bölgedeki girişimciler ortalama olarak 40’lı yaşlardadır. Yine girişimcilerin büyük bir çoğunluğu (% 83,7) evlidir. Araştırma bulgularına göre bölgedeki girişimcilerin ortalama eğitim seviyesi lise düzeyinde kalmış bu da girişimcilerin karakteristiklerine yansımıştır. Girişimcilerin büyük bir çoğunluğu (% 74,5) formal eğitimleri dışında girişimcilikle ilgili herhangi bir eğitim, kurs, sertifika almamıştır. Yani bölgedeki girişimciler kendilerini geliştirmeye yönelik eğitici faaliyetlere oldukça az ilgi göstermektedirler. Bölgedeki girişimcilerin büyük bir çoğunluğu yine finansal açıdan oldukça sınırlı kaynaklara sahiptir. Bu ise, girişimcilerin yapmak istediklerini sınırlayan en önemli sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Girişimcilik çok disiplinli bir alan olduğu için girişimci olmaya etki eden birçok faktör söz konusudur. Bu bağlamda TR61 bölgesinde girişimci olmaya etki eden ekonomik, psikolojik ve sosyolojik faktörlere bakıldığında psikolojik faktörlerin daha baskın olduğu görülmektedir. Yani bölgede girişimci olmada rol oynayan en baskın unsur kişilik özellikleridir. Bunu daha sonra ekonomik unsurlar takip ederken, sosyal unsurlar son sırada yer almaktadır. Sosyal unsurların son sırada olması ise, bölgenin sosyo-kültürel yapısının girişimcilik üzerinde pozitif bir etkisinin bulunmadığını veya bu etkinin çok düşük düzeyde kaldığını göstermektedir.

Girişimciler farklı niteliksel özelliklere sahiplerdir. Girişimciler arasındaki bu farklılıklar, girişimciliğin artmasına yönelik uygulanacak politikalar için oldukça önem arz etmektedir. Girişimci tipolojisi girişimcilerin hangi açılardan eksik olduğunu ve hangi yönlerden stratejik üstünlüklerinin bulunduğunu sergilemektedir. Dolayısıyla da her bölgede girişimci tipolojisinin oluşturulması politika yapıcılar için önemli bir kaynak niteliğindedir.

Çalışmada Norman Smith'in 1967 yılında yapmış olduğu sınıflandırmaya göre TR61 bölgesinin girişimci tipolojisi oluşturulmaya çalışılmıştır. Norman Smith, 1967 yılında yapmış olduğu çalışmasında girişimcileri “*esnaf girişimci*” ve “*fırsatçı girişimci*” olarak iki tipe ayırmıştır. Bu bağlamda girişimci tiplerinin belirlenmesi için girişimcilerin eğitim seviyesi, işçilik deneyimi, yönetim deneyimi, finansal kaynak çeşitliliği, firma yapısı, riske girme eğilimi, fırsatları görebilme düzeyi, belirsizlik durumlarına bakışı, yeniliğe bakışı, kişisel yapısı ve karar alma sürecinden oluşan 11 temel değişken ele alınmıştır. Yapılan araştırma sonuçlarına göre, hem Isparta ve Burdur illerinde hem de bölge genelinde girişimciler esnaf girişimci tipi özelliği arz etmektedirler. Yani bu bölgedeki girişimciler yeni bir şeyler üretmek, yeni alanlara açılmak, hep fırsat peşinde koşmak yerine sadece mevcut durumlarını koruma mücadelesini vermektedirler. Girişimcilerin bu yapısı da bölge ekonomisine bariz bir şekilde yansımaktadır. Tüm bu nedenlerden dolayı bölgede sanayi sektöründen çok tarım ve hizmet sektörü gelişmiştir. Oysaki bölgesel kalkınmanın en hızlı yollarından biri girişimciliğin gelişmesi ve sanayileşmedir. Özellikle Isparta ve Burdur'daki bu eksiklik bu illerin ekonomik gelişmişliklerinden de rahatlıkla görülebilmektedir.

Araştırma bulgularına göre, Isparta'daki girişimcilerin % 62'si, Burdur'daki girişimcilerin ise % 75'i esnaf girişimci tipine daha yakındır. Buna karşın Isparta'daki girişimcilerin % 38'i Burdur'daki girişimcilerin ise % 25'i fırsatçı girişimci tipi özelliği taşımaktadırlar. Fakat Isparta ve Burdur'da girişimciliğin tam olarak gelişmemesi, bir şeyler yapmak isteyen bu küçük miktardaki girişimcileri de bu kısır döngünün içine sokmaktadır. Girişimcilerin finansal kısıtları ve kamunun yaratmış olduğu zorluklar ise bu kısır döngüyü daha da derinleştirmektedir.

Antalya'daki girişimciler ise Isparta ve Burdur'dakilere göre daha iyi olup ağırlıklı olarak fırsatçı girişimci tipi özelliği arz etmektedirler. Bu anlamda Antalya'daki girişimcilerin %65'i fırsatçı girişimci tipine, % 35'i ise esnaf girişimci tipine yakın bir özellik arz etmektedir. Fakat Antalya'daki girişimcileri de tam anlamıyla fırsatçı girişimci diyemeyiz. Çünkü sadece girişimcilerin esnaf girişimci tipi özelliklerine göre fırsatçı girişimci tipi özellikleri biraz daha ağır basmaktadır. Bir bakıma Antalya'da girişimciliğin gelişmesine yönelik bir kıpırdama vardır. Fakat burada da girişimciliği gelişmesine yönelik kısıtlayıcı çeşitli zorluklar bulunmaktadır. Dolayısıyla da hem Antalya'da hem de bölgede girişimciliğin gelişmesi için öncelikle kamunun bu yönde teşvik edici tedbirler alması gerekmektedir. Bu anlamda girişimci tipolojileri mevcut girişimci profilini ölçmek için kullanılacak en güzel araçlardan biridir.

Sonuç olarak; günümüz bilgi çağının gereği olan girişimcilik, İBBS Düzey 2 TR61 Bölgesinde hala tam olarak gelişmemiş ve önemi anlaşılmamış bir olgu durumundadır. Özellikle bölgenin potansiyel kaynakları göz önüne alındığında, bu kaynakları etkin bir şekilde kullanmak için girişimciliği teşvik edici gerekli çalışmaların yetersiz kaldığı ortaya çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

Kitaplar:

- ARIKAN, S., **Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular**, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2004.
- BYGRAVE, W.D., **The Portable MBA in Entrepreneurship**, USA: Second Edition, John Wiley Sons Inc., 1994.
- CASSON, M., **The Entrepreneur An Economic Theory**, Edward Elgar Publishing, Second Edition, Northampton, 2003.
- CHELL, E., HAWORTH, J. ve BREARLEY, S., **The Entrepreneurial Personality: Concepts, Cases, and Categories**, New York: Routledge, London, 1991.
- CHICKEN, J., **Yönetim ve Girişimcilik**, Çev: Beyhan KURT, Epsilon Yayınları, İstanbul, 2002.
- DELMAR, F., **Entrepreneurial Behaviour & Business Performance**, EFI, Stockholm, 1996.
- DOLLINGER, M.J., **Entrepreneurship**, Second Edition, Prentice Hall, 1999.
- DÖM, S., **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, Ankara, 2006.
- DPT, **Küreselleşme, Bölgesel Entegrasyonlar ve Türkiye (Değerlendirme Raporu)**, NO: DPT: 2374 - ÖİK: 439, 1995.
- _____, **Türkiye Cumhuriyeti Ön Ulusal Kalkınma Planı (2004-2006)**, Ankara, 2003.
- _____, **İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması (2003)**, Yayın No: DPT 2671, 2003.
- _____, **KOBİ Stratejisi Eylem Planı**, 2004.
- DRUCKER, P.F., **Kapitalist Ötesi Toplum**, Çev: B. ÇORAKÇI, İnkılap Kitabevi, İstanbul, 1994.
- _____, **Innovation and Entrepreneurship**, Butterworth Heinemann, London, 1995.
- _____, **Fırtınalı Dönemlerde Yönetim**, Çev: Bülent TOKSÖZ, İnkılap Kitabevi, İstanbul, 1998.
- DULUPÇU, M.A., **Küresel Rekabet Gücü Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2001.
- DULUPÇU, M.A. ve diğerleri, **Yenilik, İşbirliği ve Girişimcilik: Batı Akdeniz Bölgesi (Antalya-Isparta-Burdur İBBS TR61) KOBİ'lerinin Tutumlarının Değerlendirilmesi**, Edit: M.A. DULUPÇU ve O. SUNGUR, Ankara, 2007.
- EĞİLMEZ, M. ve KUMCU, E., **Ekonomi Politikası Teori ve Türkiye Uygulaması**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2005.

- EROĞLU, Ö. ve ALBENİ, M., **Küreselleşme, Ekonomik Krizler ve Türkiye**, Bilim Kitabevi, Isparta, 2002.
- EŞİYOK, B.A., **Kriz, Esnek Üretim Sistemi ve Anadolu Sanayi Odakları (Anadolu Kaplanları): Kalkınmanın Neresinde?**, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. İktisadi Araştırmalar, Ankara, 2001.
- FİDAN, M., ve YILMAZ, Ş., **Müteşebbislik**, Tutubay Yayınları, Ankara, 2001.
- GERBER, M.E., **Girişimcilik Tutkusu Küçük İşletmeler Niçin Batıyor, Nasıl Büyür?**, Çev: Tayfur KESKİN, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1997.
- GÜLTAN, S., **Bilgi Toplumu Sürecinde Avrupa Birliği ve Türkiye**, Ankara Üniversitesi Avrupa Toplulukları Araştırma ve Uygulama Merkezi Araştırma Dizisi No: 19, Ankara, 2003.
- HEBERT, R.F. ve LINK, A.N., **The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques**, 2nd Edition, New York: Praeger, 1988.
- HISRICH, R.D. ve PETERS, M.P., **Entrepreneurship**, Boston Burr Ridge, IL: McGraw Hill, 2002.
- HOFSTEDE, G. ve diğerleri, "Culture's Role in Entrepreneurship: Self-employment out of Dissatisfaction", (Edt.) Terence E. BROWN ve Jan ULIJN, **Innovation, Entrepreneurship and Culture The Interaction Between Technology, Progress and Economic Growth**, Edward Elgar Publishing, ss: 162-203, 2004.
- İRİZ, R., **Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve Kobi'ler**, Çizgi Kitabevi, Konya, 2005.
- KAZGAN, G., **Küreselleşme ve Yeni Ekonomik Düzen**, Altın Kitaplar Yayın., 1.Baskı, İstanbul, 1997.
- _____, **İktisadi Düşünce veya Politik İktisadın Evrimi**, Remzi Kitabevi, 2004.
- KNIGHT, F.H., (1921), **Risk, Uncertainty, and Profit**, University of Chicago Press, Chicago, 1985.
- KRUGER, M.E., **Creativity In The Entrepreneurship Domain**, University Of Pretoria, 2004.
- LANDSTRÖM, H., **Pioneers In Entrepreneurship And Small Business Research**, Springer Science, 2005.
- LUNDSTRÖM, A. ve STEVENSON, L.A., **Entrepreneurship Policy Theory and Practice**, Springer-Verlag New York Inc., 2005.
- MÜFTÜOĞLU, M.T. ve DURUKAN, T., **Girişimcilik ve Kobi'ler**, Gazi Kitabevi, Ankara, 2004.
- NAISBITT, J., **Global Paradoks: Büyüyen Dünya Ekonomisinin Güçlenen Küçük Oyuncuları**, Çeviren: Sinem GÜL, Sabah Kitapları, İstanbul, 1994.
- OECD, **Entrepreneurship and Local Economic Development**, OECD, Fransa, 2003.

- _____, **Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Mevcut Durum ve Politikalar**, OECD Yayınları, 2004.
- PRAAG, C.M., **Successful Entrepreneurship Confronting Economic Theory With Empirical Practice**, Edward Elgar, Northampton, USA, 2005.
- RAUCH, A. ve FRESE, M., “Psychological Approaches to Entrepreneurial Success: A General Model and An Overview of Findings”, (Eds.) C.L. Cooper ve I.T. Robertson, **International Review of Industrial and Organizational Psychology**, Chichester: Wiley, ss: 101-142, 2000.
- RICKETTS, M., **The Economics of Business Enterprise An Introduction to Economic Organisation and Theory of The Firm**, Edgard Elgar, Northampton, USA, 2002.
- SCHUMPETER, J.A., (1934), **The Theory of Economic Development**, Transaction Publishers, London, 1996.
- _____, **Capitalism, Socialism and Democracy**, Third Edition, Harper&Brothers, 1950.
- SWEDBERG, R., “The Social Science View of Entrepreneurship: Introduction and Practical Applications”, (Edt.) R. Swedberg, **Entrepreneurship: The Social Science View**, Oxford U. Pres, ss: 7-44, 2000.
- TEKİN, M., **Girişimcilik, Kendi İşini Kurma, İşletme**, Damla Ofset, 2.B., Konya, 1999.
- TEKİN, M. ve ÖMÜRBEK, N., **Küresel Rekabet Ortamında Teknolojik İşbirliği ve Otomotiv Sektörü Uygulamaları**, Ankara, 2004.
- TE VELDE, R., “Schumpeter’s Theory of Economic Development Revisited”, (Edt.) Terence E. BROWN ve Jan ULIJN, **Innovation, Entrepreneurship and Culture The Interaction Between Technology, Progress and Economic Growth**, Edward Elgar Publishing, ss:103-129, 2004.
- TOP, S., **Girişimcilik Keşif Süreci**, Beta Yayınları, İstanbul, 2006.
- TÖDTLING, F., “The Uneven Landscape of Innovation Poles: Local Embeddedness and Global Networks” **Globalization, Institutions, and Regional Development in Europe**, (Eds.) A. AMIN ve N. THRIFT, Oxford University Pres, Oxford, s: 68-90, 1994.
- TÜBİTAK, **Esnek Üretim / Esnek Otomasyon Sistem ve Teknolojileri**, TÜBİTAK BTP 96/03, Ekim, 1996.
- TÜSİAD, **Türkiye’de Girişimcilik ile İlgili Sorunlar ve Çözümleri**, TÜSİAD, Yayın No: 10 / 103, İstanbul, 1987.
- _____, **Türkiye’de Girişimcilik**, TÜSİAD, Yayın No: 12 / 340, İstanbul, 2002.
- YAVUZ, A., **Esnek Çalışma ve Endüstri İlişkilerine Etkisi**, Filiz Kitabevi, İstanbul, 1995.
- YELDAN, E., **Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisi Bölüşüm, Birikim ve Büyüme**, İletişim Yayınları, İstanbul, 2001.

YÜCEL, İ.H., **Bilim – Teknoloji Politikaları ve 21. Yüzyılın Toplumu**, Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü Araştırma Daire Başkanlığı, DPT Yayınları, 1997.

Makaleler:

ADAMAN, F. ve DEVINE, P., “A Reconsideration of the Theory of Entrepreneurship: A Participatory Approach”, **Review of Political Economy**, Vol: 14, No: 3, ss:329-355, 2002.

AKOLAŞ, A., “Bilişim Sistemleri ve Bilişim Teknolojisinin Küreselleşme Olgusu ve Girişimcilik Üzerine Yansımaları”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 12, ss: 29-43, 2004.

ALADA, A.D., “İktisadi Düşünce Tarihinde Girişimcilik Kavramı Üzerine Notlar”, **İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, No: 23-24, Ekim 2000 – Mart 2001.

BAUGHN, C.C. ve NEUPERT, K.E., “Culture and National Conditions Facilitating Entrepreneurial Start-ups”, **Journal of International Entrepreneurship**, No: 1, ss: 313-330, 2003.

BAYRAÇ, H.N., “Yeni Ekonomi’nin Toplumsal, Ekonomik ve Teknolojik Boyutları”, **OGÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:4, Sayı: 1, ss: 41-62, 2003.

BERBER, A., “Girişimci ile Yönetici Profiline Karşılaştırılması ve Girişimcilikten Yöneticiliğe Geçiş Süreci”, **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, Cilt: 15, Sayı: 1, İstanbul, s: 23-46, 2000.

BROUWER, M.T., “Entrepreneurship and Uncertainty: Innovation and Competition Among The Many”, **Small Business Economics**, Vol: 15, Kluwer Academic Publishers, ss: 149-160, 2001.

BROUWER, M.T., “Weber, Schumpeter and Knight on Entrepreneurship and Economic Development”, **Journal of Evolutionary Economics**, Vol: 12, ss: 83-105, 2002.

BRAZEAL, D.V. ve HERBERT, T.T., “The Genesis Of Entrepreneurship”, **Entrepreneurship Theory and Practice**, Vol:23, No: 3, s: 29-45, 1999.

CUERVO, A., “Individual and Environmental Determinants of Entrepreneurship”, **International Entrepreneurship and Management Journal**, 1, ss: 293-311, 2005.

ÇELİK, A., “Bilgi Toplumu Üzerine Bazı Notlar”, **Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**, Cilt: 15, Sayı: 1, Ankara, ss: 53-59, 1998.

DIJKING, G. ve WINNIPS, C., “Alternative States: Regions and Postfordism Rhetoric On The Internet”, **Geo Journal**, 48, Netherland, ss: 323-335,1999.

FORMAINI, R.L., “The Engine Of Capitalist Process: Entrepreneurs in Economic Theory”, **Economic and Financial Review**, Fourth Quarter 2001, 2001.

GARTNER, W.B., “Who is an Entrepreneur? Is The Wrong Question”, **American Journal of Small Business**, Vol: 12, No: 4, ss: 11-32, 1988.

- GARTNER, W.B. ve CARTER, N.M., "Entrepreneurial Behaviour and Firm Organizing Processes", **The Handbook Of Entrepreneurship Research**, Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, ss: 195-221, 2003.
- GÖKER, A., "Bilim ve Teknoloji Politikalarına Giriş İçin 'Enformasyon Toplumu' Üzerine Kavramsal Bir Yaklaşım Denemesi", **Mülkiye Dergisi**, Cilt: 15, Sayı: 230, ss: 27-66, 2001.
- GRABEL, T., PYKA, A. ve HANUSCH, H., "An Evolutionary Approach To The Theory of Entrepreneurship", **Industry and Innovation**, Vol: 10, No: 4, s: 493-514, 2003.
- HANUSCH, H. ve PYKA, A., "Principles of Neo-Schumpeterian Economics", **Volkswirtschaftliche Diskussionsreihe**, Beitrag Nr. 278, September 2005.
- HEBERT, R.F. ve LINK, A.N., "The Entrepreneur As Innovator", **Journal of Technology Transfer**, Springer Science, 2006, ss: 589-597.
- HOSELITZ, B.F., "The Early History of Entrepreneurial Theory", **In Essays in Economic Thought: Aristotle to Marshall**, Rand McNally, Chicago, ss: 234-258, 1962.
- İRRAZ, R., "Küresel Rekabet Ortamında Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Ulusal Sosyo-Ekonomik Sisteme Katkıları Açısından Değerlendirilmesi", **T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 13, ss: 223-236, 2005.
- KEH, H.T., FOO, M.D. ve LIM, B.C., "Opportunity Evaluation Under Risky Conditions: The Cognitive Processes Of Entrepreneurs", **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Vol: 27, No: 2, ss: 125-148, 2002.
- KIZILKAYA, E., "Bir Büyük İktisatçının Metafizik Değer Yargılarına Bakışı: Joseph A. Schumpeter'in Vizyon Kavramı", **Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 22, Sayı: 1, ss: 1-26, 2003.
- KIZILKAYA, E., "Joseph A. Schumpeter'in Girişimcilik Fikrine Dair Bir Not", **Akdeniz İİBF Dergisi**, Cilt: 10, ss: 26-45, 2005.
- KRUEGER, N.F.J., "The Cognitive Infrastructure Of Opportunity Emergence", **Entrepreneurship Theory and Practice**, Vol: 24, No: 3, ss: 5-23, 2000.
- KURATKO, D.F., HODGETTS, R.M. ve NAFFZIGER, D.W., "An Examination of Owner's Goals in Sustaining Entrepreneurship", **Journal of Small Business Management**, Vol: 35, No: 1, January, ss: 24-34, 1997.
- LUNDEVALL, B.A. ve JOHNSON, B., "The Learning Economy", **Journal of Industry Studies**, 1, s: 23-42, 1995.
- MCNULTY, P., "On The Nature and Theory of Economic Organization: The Role of The Firm Reconsidered", **History of Political Economy**, No: 16, ss: 223-253, 1984.
- MITCHELL, R.K. ve diğerleri, "Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research", **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Vol: 27, ss: 93-104, 2002.

- MONTANYE, J.A., "Entrepreneurship", **The Independent Review**, Vol: 10, No: 4, ss: 549-571, 2006.
- MORENO, J., CATILLO, L.L. ve MASERE, E.Z., "Influence of Entrepreneur Type, Region and Sector Effects on Business Self-confidence: Empirical Evidence from Argentine Firms" **Entrepreneurship & Regional Development**, Vol: 19, No: 1, ss: 25-48, 2007.
- MORIS H. and LEWIS P.S., "Entrepreneurship as a Significant Factor in Societal Quality of Life", **Journal Of Business Research**, Vol: 23, s: 21-36, 1991.
- NAİR, G., "Bilgi'nin Değişen Anlamı ve Kavram Tartışmaları", **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 2, Sayı: 1, ss: 329-327, 2001.
- NIJKAMP, P., "Entrepreneurship in a Modern Network Economy", **Regional Studies**, Vol: 37, No: 4, ss: 395-405, 2003.
- O'FARRELL, P.N., "Entrepreneurship and Regional Development: Some Conceptual Issues", **Regional Studies**, Vol: 20, No: 6, ss: 565-574, 1985.
- OĞUZ, F., "Schumpeter'den Baumol'a Girişimcilik Anlayışı Üzerine", **Piyasa**, Cilt: 4, Sayı: 13, 2005.
- ÖZKAN, Ş. ve diğerleri, "Türkiye'de Girişimcilik ve Belirleyicileri: Marmara ve Doğu Anadolu Bölgesi Üzerine Bir Uygulama", **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, Cilt: 54, Sayı: 4, ss: 145-172, 2003.
- REYNOLDS, P.D., "Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions", **Entrepreneurship, Theory and Practice**, Vol: 16, No: 2, ss: 47-67, 1991.
- RIPSAS, S., "Towards An Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship", **Small Business Economics**, 10, Kluwer Academic Publishers, Netherland, ss: 103-115, 1998.
- SCHAUVER, K.G.. ve SCOTT, L.R., "Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation", **Entrepreneurship Theory and Practice**, Vol: 16, No: 2, ss: 23-45, 1991.
- SHANE, S., "Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities" **Organization Science**, Vol. 11, No. 4, July–August 2000, ss: 448-469, 2000.
- SHAW, D., "Creativity and Innovation", **Business Quarterly**, Vol: 61, No: 1, ss: 48-57, 1996.
- THORNTON, P.H., "The Sociology of Entrepreneurship", **Annual Review of Sociology**, Vol: 25, No: 1, ss: 19-46, 1999.
- TORLAK, G.N., "Understanding The Nature Of Transition Of Organizational Forms in The Contemporary World", **Journal Of Economic and Social Research**, Vol: 4, No: 2, ss: 27-51, 2002.
- ZENGİNGÖNÜL, O., "Nedir Bu Küreselleşme? Kaçabilir miyiz? Kullanabilir miyiz?", **Siyasa**, Yıl: 1, Sayı: 1, ss: 85-106, 2005.

Diğer:

Bildiriler:

- ANDERSEN, E.S., “Neo- and Post-Schumpeterian Contributions to Evolutionary Economics”, **Conference on Economics and Evolution**, 10 November, 1995.
- _____, “The Process of Creative Destruction: From Vision to Measurement and Evolutionary Exploration” **Industrial Dynamics, Innovation and Development**, DRUID Summer Conference 2004, 2004.
- ANDERSEN, E.S. ve diğerleri, “Schumpeter’s Process of Creative Destruction and The Scandinavian Systems: A Tale of Two Effects”, **The DRUID Conference**, 18-20 June 2006, 2006.
- ARAS, G. ve MÜSLÜMOV, A., “Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisinde Kobi’lerin Yeri: Finansman, Ekonomik Sorunları ve Çözüm Önerileri”, **21. Yüzyılda Kobiler Sempozyumu**, Gazi Magusa, KKTC, 2002.
- CEYLAN, A. ve DEMİRCAN, N., “Girişimcilerin Başarı, Güç ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleriyle İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi’ndeki Kobi’lerde Bir Araştırma”, **21. Yüzyılda Kobi’ler: Sorunlar, Fırsatlar Ve Çözüm Önerileri**, Doğu Akdeniz Üniversitesi, 2002.
- ÇELİK, A., “Bir İstihdam Politikası Olarak Girişimcilik”, **Uluslararası Girişimcilik Kongresi**, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 25-27 Mayıs, Bişkek, ss: 467-476, 2006.
- ÇONKAR, K. ve İLTER, B., “Ülke Kalkınmasında Girişimcilik ve Entelektüel Sermaye Boyutu”, **Türk Dünyaları Araştırması Sempozyumu**, 13-15 Haziran 2004, Kırgızistan, 2004.
- GELDOF, M., “Bacoming An İformation Society: The Role Of New Information Technologies In Development” **Report Based On Wilton Park Conference 798**, 17-20 October 2005.
- HİRA, İ. ve ŞAN, M.K., “Sanayi Sonrası Toplum Kuramları”, **Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, 17-18 Mayıs 2003, İzmit, 2003.
- LEVANDER, A. ve RACCUIA, I., “Entrepreneurial Profiling, Stimuli Reaction, Action”, **A Cognitive Approach to Entrepreneurship**, Stockolm Schools of Economics, Seminar Presentation: January 19th 2001.
- PHILIPSEN, K., “Entrepreneurship As Organizing” **DRUID Summer Conference**, Bornholm, 1998.
- TONTA, Y. ve KÜÇÜK, M.E., “Main Dynamics of the Transition from Industrial Society to Information Society”, **In: Proceedings of the Third International Symposium on Society, Governance, Management and Leadership Approaches in the Light of the Technological Developments and the Information Age**, (İstanbul, Mayıs 12-13, 2005), The Turkish General Staff Directorate of Military History, Strategic Studies and Inspection Publications, Ankara, 2005.
- UÇKAN, Ö., “Bilgi Ekonomisi ve Türkiye”, **9. Türkiye’de İnternet Konferansı**, 11-13 Aralık 2003, İstanbul, 2003.

- ULRICH, T.A., "Entrepreneurship As A Learning Process", **International Entrepreneurship Conference**, 8th Annual Conference, Schloss Reichartshausen Oestrich-Winkel Germany, July 26-28, 1998.
- VIRTANEN, M., "The Role of Different Theories in Explaining Entrepreneurship", In Kunkel, S. (Ed.), **Entrepreneurship: The Engine of Global Economic Development**, Journal of Best Papers of the 42nd World Conference, San Francisco, 1997.
- WOOD, J.S., "The Development and Present State of The Theory of Entrepreneurship in Product and Asset Markets by Knight, Hayek, Schumpeter, Mises, Krizner, Shackle, and Lachmann", **Austrian Scholars Conference 2005**, March 19, 2005.

Raporlar:

- AIDIS, R., **Entrepreneurship and Economic Transition**, Tinbergen Institute Discussion Paper, Amsterdam, 2003.
- AUDRETSCH, D.B. ve THURIK, R., **Linking Entrepreneurship To Growth**, OECD Science, Technology and Industry Working Papers 2001/2, 2001.
- DEMİREZ, M. ve CEBECİ, R., **Türkiye’de Girişimciliğin Tarihi ve Girişimcilerin Sosyolojik Profili**, KOSGEB GGM Ulusal Girişimcilik Raporu Bölüm II, 2005.
- DULUPÇU, M.A. ve KÜÇÜKKALAY, M., "Yeni Ekonomi: Ekonomik Gelişmenin Devrimsel Yüzü Mü Yoksa Evrimsel-Teorik Bir Meydan Okuma Mı?", **Milliyet Gazetesi 2000 Ekonomi Anadolı İkincilik Ödülü**, Eskişehir, 2001.
- ELIASSON, G. ve HENREKSON, M., "William J. Baumol: An Entrepreneurial Economist on the Economics of Entrepreneurship", **Forthcoming Small Business Economics**, 2003.
- FOSS, N.J. ve KLEIN, P.G., **Entrepreneurship and The Economic Theory of The Firm: Any Gains From Trade?**, DRUID Working Paper 04-12, 2004.
- HOUGHTON, J. ve SHEEHAN, P., **A Primer On The Knowledge Economy**, Centre For Strategic Economic Studies, 2000.
- ISAKSEN, A., **Regional Clusters and Competitiveness: The Norwegian Case**, Step Report, Oslo, 1996.
- LOWREY, Y., **The Entrepreneur and Entrepreneurship: A Neoclassical Approach**, Working Paper, Presentation at ASSA Annual Meeting, January 5, 2003.
- KOSGEB, **Bölgesel Kalkınma Araştırma Raporu TR61 Antalya Alt Bölgesi (Antalya, Isparta, Burdur)**, Ankara, 2006.
- SCIASCIA, S. and DE VITA, R., **The Development of Entrepreneurship Research**, Liuc Papers, No: 146, Serie Economia Aziendale 19, 2004.
- VERHEUL, I., WENNEKERS, S., AUDRETSCH, D. ve THURIK, R., **An Eclectic Theory of Entrepreneurship**, Tinbergen Institute Discussion Paper, 2001.

VERHEUL, I., UHLANER, L. ve THURIK, R., “Business Accomplishments, Gender and Entrepreneurial Self-image”, **Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy**, Max Planck Institute, 2004.

Tezler:

AYKAN, E., **Girişimcilik ve Girişimcilerin Liderlik Davranışları (Kayseri’de Bir Uygulama)**, T.C. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kayseri, 2002.

DEMİRCAN, N., **Girişimcilik ve Girişimcilerin Kişilik Özellikleri Konusunda Bir Uygulama**, T.C. Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze, 2000.

DEMİREL, E.T., **Girişimcilik Kültürü**, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Malatya, 2003.

DULUPÇU, M.A., **İktisadi Kalkınmada Beşeri Sermaye Geliştirme Konsepti Türkiye İçin Model ve Strateji**, T.C. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kütahya, 1997.

GÖZEK, S., **Girişimci Adayının Özellikleri, Girişimcilik Eğilimleri ve Girişimci Adaylarına Sağlanan Destekler**, T.C. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş, 2006.

KÜÇÜKTEKİN, K., **Girişimcilik Politikası Çerçevesinde Avrupa Birliği’nin Kobi Politikası ve Avrupa Birliği Müktesebatına Uyum Çerçevesinde Türkiye’nin Kobi Politikası**, T.C. Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2006.

NARİN, P., **Rekabet Üstünlüğünün Kaynağı Olarak Teknolojik Yenilikler**, T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 1999.

OĞUZTÜRK, B.S., **Bölgesel Kalkınmada Yenilikçiliğin Rolü ve Göller Bölgesi Üzerine Bir Uygulama**, T.C. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, 2003.

ŞAHİN, E., **Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama**, T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya, 2006.

TANRISEVER, N.H., **Avrupa Birliğinde Girişimciliğin Teşvik Edilmesi İçin İzlenen Politikalar ve Türkiye’deki Politikaların Avrupa Birliği Uygulamalarına Uyumu**, Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara, 2004.

TOSUNOĞLU, B.T., **Girişimcilik ve Türkiye’nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri**, T.C. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir, 2003.

UYGUN, R., **Türkiye’de Girişimcilik Kültürünü Yönlendiren Öncü Girişimciler ve İbrahim Bodur Modeli**, T.C. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale, 2006.

İnternet Kaynakları:

- AB KOBİ Politikaları Bilgi Notu**, 2005,
<<http://www.mess.org.tr/ab/pdfler.asp?pdf=26>>, (Erişim: 08.03.2007).
- AB Komisyonu Türkiye Delegasyonu, KOBİ'ler**,
<<http://www.deltur.cec.eu.int/default.asp?lang=0&pId=3&fld=10&prnId=12&hnd=1&ord=11&docId=322&fop=0>>, (Erişim: 14.03.2007).
- Avrupa Birliği'nin Sanayi/Girişimcilik Politikası**,
<<http://www.ikv.org.tr/pdfs/ec381941.pdf>>, (Erişim: 14.03.2007).
- AYADENK, F., **Girişim**, <<http://www.ishbul.com/girisim.asp>>, (05.03.2007).
- BEEK, E.V., BUWALDA, S. ve STOOP, J., **The Impact of Fordism and Post Fordism on Urban Space**,
<<http://www.ru.nl/socgeo/html/files/geoapp/Werkstukken/UrbanSpace.pdf>>, (20.02.2007).
- ÇELİK, N., **Küreselleşmenin Ekonomi ve Siyasete Yansımaları**,
<<http://www.euroasiaforum.com/yazarlar.php?pg2=nihat-celik&id=19>>, (10.10.2006).
- DEMİREZ, M., **Girişimciliğin Tarihçesi**,
<<http://www.girisimciliknetwork.gen.tr/makale1.html>>, (Erişim: 20.09.2007).
- KOSGEB Amacı, Tanımı**, <<http://www.kosgeb.gov.tr/KOSGEB/Default.asp>>, (20.03.2007).
- PARLAK, B., “Yükselen Trend: Girişimcilik”, **tchayat Dergisi**,
<<http://www.tchayat.org/modules.php?name=News&file=article&sid=58>>, 2005, (Erişim: 20.09.2007).
- TÜSİAD BASIN BÜLTENİ, **Türkiye’de Girişimcilik Özet Bulgular**, 2003,
<<http://www.tusiad.org/haberler/basin/duyuruno284.pdf>>, (09.03.2007).

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler:

Adı ve Soyadı : Gökhan ÖZKUL

Doğum Yeri : Denizli

Doğum Tarihi : 07.02.1982

Medeni Hali : Bekar

Eğitim Durumu:

Lise : 1996 – 1999

Lisans : 1999 – 2003

Yabancı Dil ve Düzeyi:

1. İngilizce (2007 Mart ÜDS: 68,750)

İş Deneyimi:

1. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Araştırma Görevlisi (2006 – Devam Ediyor).

Bilimsel Yayınlar ve Çalışmalar:

1. Proje Yardımcısı, "Bölgesel Ölçekte İnovasyon: NUTS2 TR61 (Antalya-Isparta-Burdur) Düzeyi KOBİ'lerinin Rekabet Güçlerini Artırmak Amacıyla Bölgesel Bilgi Ağbağlaşma Düzeyi ile İnovasyon Süreçlerinin Analizi", **Süleyman Demirel Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (SDÜ-BAP)**, Proje Yöneticisi: Murat Ali DULUPÇU, Isparta, 2006-2007.

2. DULUPÇU, Murat Ali, SUNGUR, Onur, ÖZKUL, Gökhan ve SEZGİN, Aykut, "Yenilik Sistemleri İçerisinde Temel Aktörler Arasındaki İlişkiler: Isparta İli İmalat Sanayisinde Faaliyet Gösteren Firmaların Üniversite-Sanayi İşbirliğine Bakış Açılımları", **2. Türk Bilim ve Teknoloji Tarihi Kongresi**, Süleyman Demirel Üniversitesi, 30-31 Ekim 2006, Isparta.

3. SEZGİN, Aykut, ÖZKUL, Gökhan, SUNGUR, Onur ve DULUPÇU, Murat Ali, "Sistem Yaklaşımı Açısından Üniversite-Sanayi İşbirliğindeki Fırsatlar ve Engeller: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğretim Elemanları Üzerine Bir İnceleme", **6. Anadolu İşletmecilik Kongresi "Değişen Dünya ve İşletmecilikte Yeni Dinamikler"**, 31 Mayıs-2 Haziran 2007, Kırıkkale.

4. DULUPÇU, Murat Ali, OKÇU, Murat, ÇARIKÇI, İlker Hüseyin, ÖZKUL, Gökhan, SUNGUR, Onur ve SEZGİN, Aykut, **Bölgesel ve Sektörel Teşvik**

Kapsamında Isparta İli Üzerine Bir Değerlendirme, Stratejik Ön Çerçeve Raporu, ITSO, Ekim 2007, Isparta.

5. DULUPÇU, Murat Ali, SUNGUR, Onur, DEMİRGİL, Hakan, ŞENTÜRK, Canan, ÖZKUL, Gökhan ve SEZGİN, Aykut, **Yenilik, İşbirliği ve Girişimcilik: Batı Akdeniz Bölgesi (Antalya-Burdur-Isparta, İBBS TR61) KOBİ'lerinin Tutumlarının Değerlendirilmesi**, (Editörler: Murat Ali DULUPÇU ve Onur SUNGUR, TOBB Yayınları, Kasım 2007, Ankara.

6. ÖZKUL, Gökhan, “Kapitalist Sistemin Sürükleyici Aktörleri: Ekonomik Teoride Girişimciler”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 12, Sayı: 3, 2007, Isparta.

7. ÖZKUL, Gökhan, DULUPÇU, Murat Ali, "Girişimci Tipleri İle Bilgi, İnovasyon ve Ağbağlaşma Arasındaki İlişki", **6. Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, 26-28 Aralık 2007, İstanbul.