

T.C.
GAZIANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

**TÜRKİYE 2023 EKONOMİK HEDEFLERİN GERÇEKLEŞMESİNDE
GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

NEVZAT KESKİN

GAZIANTEP
NİSAN 2019

T.C.
GAZIANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

**TÜRKİYE 2023 EKONOMİK HEDEFLERİN GERÇEKLEŞMESİNDE
GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

NEVZAT KESKİN

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Arif ÖZAYDIN

GAZIANTEP
NİSAN 2019

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

Türkiye 2023 Ekonomik Hedeflerin Gerçekleşmesinde Girişimciliğin Önemi

NEVZAT KESKİN

Tez Savunma Tarihi:

Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı



Doç. Dr. Zekiye ANTAKYALIOĞLU
SBE Müdürü

Bu tezin Yüksek Lisans/Doktora tezi olarak gerekli şartları sağladığını onaylıyorum.

Prof. Dr. İbrahim ARSLAN
Enstitü ABD Başkanı

Bu tez tarafımca (tarafımızca) okunmuş, kapsamı ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans/Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

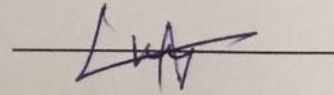
Prof. Dr. Arif ÖZAYDIN
Tez Danışmanı

Bu tez tarafımızca okunmuş, kapsam ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans/Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

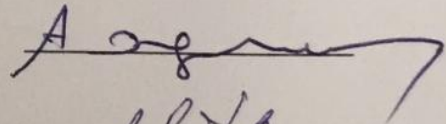
Jüri Üyeleri:

İmzası

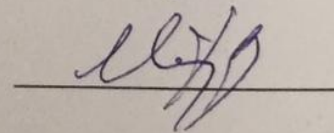
Prof Dr. İbrahim ARSLAN



Prof. Dr. Arif ÖZAYDIN



Dr. Öğr. Üyesi M. Vahit EREN



ETİK BEYAN

Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

Bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

NEVZAT KESKİN

ÖZET

TÜRKİYE 2023 EKONOMİK HEDEFLERİN GERÇEKLEŞMESİNDE GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ

KESKİN, Nevzat

Yüksek Lisans Tezi, İktisat ABD

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Arif ÖZAYDIN

Nisan, 2019, 124 Sayfa

Evrenselleşme ve iletişim teknolojilerinde süratle meydana gelen değişimler ile girişimcilik, verimliliği arttıran önemli unsurlardan birisi olmuştur. Günümüzde ülkelerin ekonomik büyümelerini sürdürülebilmesi ve rekabet güçlerinin sağlanabilmesi için girişimci ekonomi faaliyetleri üzerinde oldukça yoğun çalışmalar yapılmaktadır. Artan rekabet ve gelişen teknolojiye bağlı olarak makroekonomik ve yerel ekonomilerde bu değişen sürece uyum sağlamak kaçınılmaz bir hal almıştır. Bu bağlamda 2023 ekonomik hedeflerinin başarıyla sağlanabilmesi için ekonomideki aktörlerin girişimcilik tabanlı faaliyetlerde bulunup bu alanlardaki süreçlerde faaliyetlerini geliştirmeleri gerekmektedir. Girişimcilik, ülke ekonomilerindeki faktörleri birleştiren ve gördüğü fırsatları değerlendiren ve bu aşamada yenilikler üreten, ürettiği yenilikçi girişimlerle risk alan ve ülke ekonomilerinde motor görevini üstlenen bir üretim faaliyetidir. Bu çalışma girişimcilik ve 2023 ekonomik hedeflerini açıklayarak, girişimcilik ve ekonomi arasındaki ilişkiyi ele aldıktan sonra 2023 ekonomik hedefleri üzerinde girişimciliğin etkilerini açıklamaya çalışmaktadır. Yöntem olarak Granger nedensellik analizi yapılmış ve girişimcilik ve milli hâsıla arasında tek yönlü ilişki olduğu, girişimcilikten ihracat ve ithalata doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: 2023, Girişimcilik, Ekonomik Hedef

ABSTRACT**THE IMPORTANCE OF ENTREPRENEURSHIP IN TERMS OF THE
REALIZATION OF TURKEY'S 2023 ECONOMIC GOALS**

KESKİN, Nevzat

M. A. Thesis, Department of Economics

Supervisor: Assist. Prof. Dr. Arif ÖZAYDIN

April, 2014, 124 Pages

With the rapid changes happening in terms of globalization and communication technologies, entrepreneurship has become one of the important factors that increase productivity. Nowadays, intensive studies are being carried out on entrepreneurial-economic activities in order to sustain the economic growth of the countries and to preserve their competitiveness. Due to the increasing competition and developing technology, adapting to this evolving process in macroeconomic and local economies has become inevitable. In this context, in order for the 2023 economic objectives to be achieved successfully, the actors in the economy must engage in entrepreneurial activities and advance their activities in these areas. Entrepreneurship is a productive activity that combines the factors in national economies and evaluates the opportunities that arise and generates innovations at this stage, takes risks by the innovative initiatives it allows and undertakes the duty in the national economies. This study aims to clarify the effects of entrepreneurship on the economic vision of 2023 by discussing the relationship between entrepreneurship and economy. Granger causality analysis was performed as the core method and it was found that there was a one-way relationship between entrepreneurship and national product, and a one-way causality relationship from entrepreneurship to export and import.

Keywords: 2023, Entrepreneurship, Economic Objectives

İÇİNDEKİLER

ÖZET	v
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ	vii
KISALTMALAR LİSTESİ	viii
BİRİNCİ BÖLÜM	1
GİRİŞ	1
İKİNCİ BÖLÜM	13
2.1. Türkiye İçin 2023 Yılı'nın Önemi	13
2.1.2. Ekonomi Bakanlığının Ana Hatları İle 2023 Vizyonu.....	14
2.2. Türkiye, 2023 Ekonomik Hedefleri	15
2.3. Dünyanın İlk On Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinin Genel Görünümü.....	16
2.3.1. Amerika Birleşik Devletleri	17
2.3.2. Çin Halk Cumhuriyeti.....	19
2.3.3. Japonya.....	20
2.3.4. Almanya.....	21
2.3.5. Birleşik Krallık (İNGİLTERE)	22
2.3.6. Fransa.....	24
2.3.7. Hindistan	25
2.3.8. İtalya	27
2.3.9. Brezilya.....	29
2.3.10. Kanada	31
2.3.11. Türkiye.....	33
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	43
GİRİŞİMCİLİK	43
3.1. Girişimcilik	44
3.1.1. Yenilik Kavramı.....	45
3.1.2. Yenilik Türleri.....	48
3.1.3. Yenilik ve Yenileşmeyi Zorunlu Hale Getiren Gelişmeler	52
3.1.4. Yenilik Ekonomisinin Tanımı ve Yapısal Unsurları.....	54

	vi
3.2. Girişimciliğin Önemi	56
3.2.1. Bireysel Boyutta Girişimcilik Önemi.....	58
3.2.2. Firma Boyutunda Girişimcilik Önemi.....	58
3.2.3. Coğrafi Boyutunda Girişimcilik Önemi	60
3.2.4. Ülke Boyutunda Girişimcilik Önemi	61
3.2.5. Evrensel Boyutta Girişimcilik Önemi	63
3.3. Girişimcilik Türleri	64
3.3.1. Ekonomik Girişimcilik.....	64
3.3.2. Sosyal Girişimcilik.....	65
3.3.3. Kurum İçi Girişimcilik.....	66
3.4. Girişimcilik Faaliyetleri İçin Sunulan Devlet Destekleri	67
3.4.1. KOSGEB Destekleri	69
3.4.2. TÜBİTAK Destekleri.....	70
3.5. Girişimciliğin Toplumsal Altyapısı.....	72
3.5.1. Türkiye'nin Girişimcilik Ekosistemi.....	73
3.5.2. Türkiye Girişimcilik SWOT Analizi.....	77
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	88
TÜRKİYE 2023 EKONOMİK HEDEFLERİ VE GİRİŐİMÇİLİK ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ANALİZİ.....	88
4.1. VERİ SETİ.....	88
4.2. Araştırma Modeli ve Hipotezleri	90
4.2.1. Araştırma Modeli	90
4.2.2. Araştırmanın Hipotezleri.....	91
4.3. Yöntem.....	91
4.4. Bulgular	93
4.4.1. ADF ve Birim Kök Testleri.....	93
4.4.2. Değişkenlerin Gecikme (Lag) Uzunlukları Hesaplamaları	94
4.4.3. Engle – Granger Eşbütünleşme Testi	94
SONUÇ ve DEĞERLENDİRME	98
KAYNAKÇA	103
ÖZGEÇMİŞ	113
VITAE	113

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: 2012 - 2019 Temel Ekonomik Göstergeler.....	6
Tablo 2.1. Mevcut ve Hedef Göstergeler	16
Tablo 2.3.1. Amerika Birleşik Devletleri Ekonomik Genel Görünümü.....	17
Tablo 2.3.2. Çin Halk Cumhuriyeti Ekonomik Genel Görünümü.....	19
Tablo 2.3.3. Japonya Ekonomik Genel Görünümü... ..	20
Tablo 2.3.4. Almanya Ekonomik Genel Görünümü.....	21
Tablo 2.3.5. Birleşik Krallık (İngiltere) Ekonomisi Genel Görünümü.....	23
Tablo 2.3.6. Fransız Cumhuriyeti (Fransa) Ekonomisi Genel Görünümü... ..	24
Tablo 2.3.7. Hindistan Cumhuriyeti Ekonomisi Genel Görünümü... ..	26
Tablo 2.3.8. İtalya Cumhuriyeti Ekonomisi Genel Görünümü... ..	28
Tablo 2.3.9. Brezilya Federal Cumhuriyeti (Brezilya) Ekonomisi Genel Görünümü..	29
Tablo 2.3.10. Kanada Ekonomisi Genel Görünümü... ..	32
Tablo 2.3.11. Türkiye Ekonomisi Genel Görünümü... ..	34
Tablo 2.3.11.1. Yıllara Göre Dış Ticaret Göstergeleri 2010-17.....	35
Tablo 2.3.11.2. Onuncu Kalkınma Planı Temel Hedefler	36
Tablo 3.2. Girişimcilik Ekosistemi Unsurları.....	74
Tablo 4.1. Çalışmada Kullanılan Ham Veriler.....	89
Tablo 4.2. ADF ve PP Birim Kök Testi	93
Tablo 4.3. Değişkenlerin Gecikme (Lag) Uzunlukları Hesaplamaları... ..	94
Tablo 4.4. Engle-Granger Eş Bütünleşme Testi	94
Tablo 4.5. Girişimcilik ve GSYİH arasında Engle-Granger Nedensellik Testi.....	94
Tablo 4.6. Girişimcilik ve İşsizlik arasında Engle-Granger Nedensellik Testi	95
Tablo 4.7. Girişimcilik ve İhracat arasında Engle-Granger Nedensellik Testi.....	95
Tablo 4.8. Girişimcilik ve İthalat arasında Engle-Granger Nedensellik Testi	96
Tablo 4.9. Hipotez Durum Tablosu	97

KISALTMALAR LİSTESİ

GEDİ:	Küresel Girişimcilik Endeksi
TC:	Türkiye Cumhuriyeti
İMF:	Uluslararası Para Fonu
ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
ARGE:	Araştırma ve Geliştirme
KİT:	Kamu İktisadi Teşebbüsü
GSYİH:	Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla
GSMH:	Gayri Safi Milli Hâsıla
YY:	Yüzyıl
OECD:	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
AB:	Avrupa Birliği
TÜSİAD:	Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği
STK:	Sivil Toplum Kuruluşları
GEM :	Küresel Girişimcilik Monitörü
TÜİK:	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜFE:	Tüketici Fiyatları Endeksi
BRICS:	Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika
FED:	Federal Rezerv Sistemi
KOBİ:	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB:	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme İdaresi Başkanlığı
WB GRUP:	Dünya Bankası
TOBB:	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
YEP:	Yeni Ekonomi Programı

ÖNSÖZ

Bu çalışma boyunca destekleyen ve yol gösteren, görüşleriyle çalışmama katkı sağlayan danışman hocam Sayın Prof. Dr. Arif ÖZAYDIN'a

Her zaman yanımda olan ve çalışmamın yazımında yardımcı olan bu süreçte büyük bir anlayış ve sabırla bana destek sunan AİLEM ve eşim E. Nurcihan KESKİN'e teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Nevzat KESKİN

MART 2019

Gaziantep

BİRİNCİ BÖLÜM GİRİŞ

Ülke ekonomileri için performans göstergelerinden biriside girişimcilik alanında sergilemiş olduğu performanstır. Çünkü, rekabet gücüne sahip inovasyonların yaratıcı yıkımlara yol açarak ekonominin gelişimi ve büyümesine neden olmaktadır. Ekonomik gelişme diye ifade edilen kavram; üretimde yeni yöntemler, yeni pazarların sağlanması ve sektörlerin yeniden organize edilmesi gibi çeşitli varyasyonlar ile oluşan yenilikleri ifade etmektedir. Bu yeniliklerin oluşmasında temel rol oynayan faktör ise girişimciliktir. Burada girişimci olarak bahsedilen kişiler, yenilikler gerçekleştirerek, riskleri üstlenerek ve yeni teknolojik ilerlemelerde bulunarak ekonomik gelişmeye katkı sağlamaktadırlar (Mthanti ve Ojah, 2017)

Üretim faktörlerinden sermaye, emek, toprak ve teknolojiyi birleştirerek, riskleri üstlenen yenilikleri yakalamaya çalışan, gördüğü fırsatları değerlendirip, yeni fırsatları kollayan ve bu yaptıklarıyla hem ticareti hem de ülke ekonomisini canlı hale getirip, ülke ekonomilerinin motor görevini üstlenen faktöre girişimcilik denmektedir. Ekonomik kalkınma ve büyümeyi başarıyla göğüslemiş olan ülkeler incelendiğinde görülmektedir ki, rekabet gücünün artmasında, ülkelerin endüstri yapılarının iyileşmesinde, ekonomik büyümenin hızlanmasında, gelir düzeyinin ve yaşam refahının artması ve istihdamın artmasında ekonomik yapıların değişimci ve yenilikçi olmasının büyük önem arz ettiği gözlemlenebilmektedir. Türkiye ekonomisinin de bu yönde gelişmiş ülkelerin arasında olabilmesi için yenilikçi girişimciliğe gerekli önemi vermesi gerekmektedir(Eren ve Ark., 2012)

Ekonomik kalkınma ve büyüme, bütün ulusların nihai hedefidir. Bu hedeflerine ulaşmadaki temel prensipleri ise, ulusların sahip oldukları imkânları ve kaynaklarını en akılcı şekilde ve en etkin verimliliği elde edecek yöntemler ile kullanmaktır. Dünyada az gelişmiş ve gelişmekte olan uluslar için ise, girişimcilik ve yenilikçilik çalışmalarının destek verilerek geliştirilmesi ve bu çalışmaların arttırılması

ekonomik kalkınma ve büyümenin önemli bir unsuru olarak önerilmektedir (Mueller, 2000; Zoltan ve Ark., 2001; Özkan ve Ark., 2003).

21. yüzyılda, uluslar için ekonomik kalkınma ve büyümede ülkelerin yeni yaklaşımlara ihtiyaçları olmaktadır. Bu yaklaşımları sergileyecek olanlar ise, ülkelerin yerel aktörleri yani girişimcilerdir. Bu açıdan bölgesel olarak ekonomik kalkınma ve büyümenin sağlanabilmesi, endüstri altyapısının güçlendirilmesi ve rekabet avantajının sağlanabilmesi, büyümenin hızlı bir ivme kazanabilmesi gelir ve refah düzeyinin yükselmesi, istihdamın arttırılabilmesi için ekonomik yapının girişimci ve yenilikçi olması gerekmektedir (Özsağır 2014, 4)

Günümüzde ülke ekonomilerinin büyümesi, üretim kapasitelerinin arttırılması ile mümkündür. Bu üretim kapasitesinin arttırılması ve geliştirilmesinde oluşan girişimcilik faaliyetleri ile mümkün olmaktadır. Özel girişimler ile girişimciler üretim kapasitelerinde verimlilik odaklı çalışarak ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadırlar.

İktisat tarihi içerisinde, Cantillon'dan itibaren başladığı kabul edilmekte olan girişimcilik teorisi her geçen dönem içerisinde çeşitli görüşler ile açıklanmış olmasına rağmen, girişimciliğin ve girişimcinin ekonomi üzerindeki rolü yeterince açıklanamamış ya da tartışılmamıştır. Klasik anlamda riskleri üstlenebilen, finansal sermayeyi hazırlayan, yenilikleri ortaya çıkarıp kullanan, karar verici, yönetici, lider gibi birçok ifadeyle kaynakların tahsisini sağlayan ekonomik aktörlere girişimci denilmektedir.

Bilgi toplumuna geçiş ile birlikte artık ürün ve hizmetlerin üretiminde emeğin payı azalırken, yerini bilgiye dayalı üretim ve bilgiye dayalı emek üretimine bırakmaya başlamıştır. Bu arada dünyada yaşanan gelişmeler ile bilgi toplumunda üretimde ulaşımda ve yönetim gibi konularda meydana çıkan değişimler ve teknolojiden kaynaklı yenilikler ile dünyadaki küreselleşme ile girişimciliğin önemi daha da artmıştır.

İşsizlik ve istihdam sorunu ile mücadelede girişimcilik önemli bir yer tutmaktadır. Ekonomik aktörlerin kendi girişimleri ile yarattıkları üretim ve bu üretim ile oluşan ekonomik kalkınma ve büyümenin itici motoru olarak girişimcilik görülmektedir. Girişimcilik yenilik ve yaratıcılığın da temeli olarak görülmektedir.

Girişimcilik kavramının ve faaliyetlerinin ekonomiye kazandırmış olduğu bir diğer çıktı ise yeniliktir. Girişimciler, yenilik oluşumlarını hızlandırır. Her an yeni

fırsatları takip edip, yeni ürün ve hizmetler sunarak rekabet avantajı yakalamak isteyen girişimciler, ülke ekonomisinin yapısını da bu hareketlilikleriyle hızlandırarak daha dinamik bir hale getirirler. Girişimcilik ve girişimciliğin bu yenilikçi yöntemleri ile ülke ekonomisinde daha hızlı bir şekilde büyüme hızı yakalamaktadır. Verimlilik ve yeni iş imkânları sayısı artmaktadır(Erkan, 2012).

Geçmiş dönemlerde karşılaştığımız cesur, riski seven girişimci profili günümüzde yerini bilgi temeline dayalı, yenilikçi bir vizyona ve anlayışa sahip girişimcilere bırakmıştır. Sürekli değişim gösteren girişimcilik kavramı da günümüz şartları itibari ile sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile küreselleşen dünyada yenilikçi girişimcilik olarak evrimini tamamlamıştır. Yenilikçi girişimciliği tam anlamak için önce yenilik ve yenilik ekonomisi kavramlarını da açıklığa kavuşturmakta fayda vardır.

İçinde bulunduğumuz çağ, her yönüyle hızlı bir değişim ve gelişime bizleri tanımlamaktadır. Her geçen zaman, her geçen gün kullanmakta olduğumuz malların üst modelleriyle yenilenmiş çeşitleriyle ya da daha önce hiç hayatımızda yer edinmemiş olan ürün ve hizmet çeşitleriyle karşılaşmaktayız. Bu değişim ve gelişimler içerisinde ticari faaliyette bulunan girişimciler de mecburen rekabet avantajı üstünlüğü yakalayabilmek, sürdürülebilirlik ve ticarileşme konuları için bu yenilik faaliyetlerinin içerisine girmek zorunda kalmaktadır. Bu sert rekabet ortamında ayakta kalabilmek ve ticaretlerini devam ettirebilmek için yeni ürün ve yeni hizmet üretmek, üretimlerini çeşitlendirmek yani yenilik yapmak zorundadır. Rekabetin bu denli küresel ölçekte gerçekleştiği çağımızda yenilikçi bir toplum yapısı, yenilikçi bir ekonomi, yenilikçi girişimcilik faaliyetleri büyük önem taşımaktadır.

Yenilik bir süreci ifade etmektedir. Bu ifade edilen süreç içerisinde hedef daha çok kazanma, toplu bir şekilde kalkınma, rekabet avantajı ve tüm bu koşulları kendi lehine değiştirme prensibini hedef almaktadır. Ekonomi içerisinde gerçekleşen dönüşümler ile beraber refah kaynağı ve zenginliğin bilgiye dayalı yeniliklerle oluştuğu gözlemlenmiştir. Günümüzde gelişmiş olarak ifade edilen ülkeler, bu gelişimlerini günün gerektirdiği şartlara göre yeni buluşlar ve icatlar ile çıkardıkları yeni ürünler ile sağlamışlardır.

İnsanoğlu yaşam mücadelesi içerisinde hayatını devam ettirebilmek için ve kendisini geliştirebilmek için sürekli bir arayış içerisinde olmuştur. Bu içerisinde

bulunduğu arayış, onu sürekli yeniliğe ve yenilikçi düşünce tarzına sevk etmiştir. Söz konusu arayış ile yeni keşif ve icatları bulan insanoğlu bu gelişmelerin hepsinin yenilik olduğunu ve bu yeniliklerin onu geliştirdiğini günümüzde çok daha iyi anlaşılmıştır. Dolayısıyla yenilik kavramı gerek insan hayatının kalitesini, gerek ulusların ekonomik yapılarının kalitesini etkileyen, maliyetlerini aşağı doğru çeken, iş yapma kolaylığını yaratan ve bu gelişmeler sonucunda hayatın akışını değiştirmede büyük önem arz etmektedir.

Yeni olarak ifade edilen ürün ve yöntemlere sahip olanlar, iktisadi kuramlar da hep öncü firma, öncü ülke ve lider olarak ifade edilmiş ve bu öncülük avantajı onu üretenlere yüksek oranda zenginlikler getirmiştir. Onu takip ederek arkasından gelenler ise, taklitçi, takipçiler olarak onun kazandığı zenginlikten geriye kalanlar ile yetinmek zorunda kalmış ve öncü olan yeniliği elinde bulunduranın takibinde kalmışlardır. Geçmiş ekonomik yapıların günümüz ekonomik yapıları ve geleceğin ekonomik yapılarının ortak kesiştikleri nokta ise, zenginliğin ve daha fazla kazancın yenilik üzerine kurulu olmasından gelmektedir. Sözü edilen yenilik ve yeniliğe dayalı üretim modeli ve yenilikçi girişimcilik ise günümüzde araştırma ve geliştirme faaliyetlerine dayalı olan yani akıl ve akıl gerektiren ürünler üzerine tahsis edilen, ekonomik aktörlerin üretim yaptıkları firmalarının ARGE birimlerinde üretilmiş bilgiye dayalı ürün ve hizmetlere dönüşmesi anlamında yeniliktir. Bu bilgiye dayalı teknolojik üretimler ise, ekonomide “Yenilik Ekonomisi” olarak karşımıza çıkmaktadır.

Prof. Dr. Özaydın, yenilik ekonomisi kavramını açıklamaya çalışırken geçmiş dönemlerin sanayi ekonomilerinden farklı olarak, bu yenilik ekonomisi kavramının temelinde bilgi kaynaklı oluşturulmuş yeni ürün yeni hizmet ve yeni süreçlerden oluştuğunu ifade etmektedir. Bir başka ifade şekli ile çağımız ekonomisini, bilgiyi üretip, ürettiği bu bilgiyi ürünleştirerek devamlı yenilik getiren bir ekonomi olarak betimlemektedir. Bu bahsi geçen yenilik daha önce hiç yapılmamış olanı yapma, olmayan bir ürünü geliştirmek olabileceği gibi ürünün yapılış süreçlerinde oluşturulabilecek yeni bir yöntem, yeni bir kombinasyon ile oluşturulacak yenilik de olabilir. Prof. Dr. Özaydın, girişimcileri 21. yüzyılın yeni mucitleri diye ifade ederken, bu girişimcileri sıradan girişimcilerden ayırıp sürekli üretken ve sınırlı kabul edilen dünya kaynaklarını, en faydalı, en etkin, en verimli alanlarda değerlendiren girişimciler olarak değerlendirmekte ve yenilik ekonomisinde, sürekli yenilik ortamında sürdürülebilirlik örgütsel öğrenmeye ve yenilikçilik anlayışına sahip vizyon sahibi

girişimciler olarak tanımlamaktadır. Günümüz ekonomisinde ayakta kalabilmek, yeni teknolojilerin oluşturulması, yeni işletmelerin ve yenilikçi girişimlerin gerçekleşmesi ile mümkün olacaktır.

Milletlerin geleceklerini garanti altına almak için varlıklarını sürdürmek, daha güçlü hale gelmek ve bu süreçte ileriye dönük vizyon ve politikalar belirleme süreçleri, küreselleşme ile başlayan ve tüm dünyada sosyo-ekonomik yapıların artık sadece ulusal ve yerel ölçekte değil uluslararası etkileşime açık alanlarda meydana gelmesi ile eskiye göre var olan klasik kalkınma ve büyüme hedeflerinin etkisini zayıflatmıştır. Günümüzde rekabetin evrensel boyutta gerçekleşmesi ile toplumların ekonomik zenginliklerini ve varlık seviyelerini arttırabilmeleri, ekonomik büyümeyi arttırabilmeleri, ilerleyen yenilikçilik ve girişimcilik potansiyeline bağlıdır. Küreselleşme ve bilgi iletişimde gözlemlenen süratli değişimler ile birlikte yenilikçilik ve girişimcilik, verimlilik artışında önemli dinamikler olmuşlardır. Bu sebepten dolayı gelişmekte olan ve gelişmiş diye tanımlanan dünya ülkelerinin ekonomilerinde, büyümede sürdürülebilirliğin en önemli ve temel gösterilebilecek kaynaklarından birisi olarak girişimcilik gösterilebilmektedir.

Türkiye'nin 2023 yılı için belirlenen hedefler ve günümüz ekonomik göstergeleri incelendiğinde ise belirlenen ekonomik hedeflere ulaşmanın pek mümkün olmadığı görülmektedir. Türkiye Cumhuriyeti'nin kronikleşmiş sorunlarından birisi olan işsizlik için çözüm olarak girişimcilik kilit rol oynamaktadır. İleri teknoloji girişimleri, yüksek istihdam yaratabilme gücüne sahiptir. Bunun sağlanabilmesi için ise yetenek ve bilgi havuzları oluşturulması gerekmektedir.

2023 ekonomik hedeflerini incelenecek olursa, 2023 programı açıklanırken T.C. Ekonomi Bakanlığı tarafından yapılan bildiride, 2023 vizyonu; Büyümeyi temel hedef alan, üretim ve istihdama dayalı ve ihracat odaklı bir ekonomik yapının oluşumundan bahsedilmiştir. Reel ekonominin kendisinden bahsedilmiş, fabrikaların işleyip, bacaların tütmesi ve yatırımların artarak çarkın dönmesinden söz etmişlerdir.

Temel hedefler olarak;

Dünya Ekonomileri arasında ilk 10 arasında olmak.

GSYH miktarını 2 trilyon dolar olarak gerçekleştirmek.

Milli geliri kişi başı 20.000 (yirmi bin) doların üzerine çıkartabilmek.

İhracat seviyemizi 500 milyar dolar seviyelerinde gerçekleştirmek.

İşsizliği % 3 – 5 bandına getirebilmek temel hedefler arasında gösterilmiştir.

2012 yılından 2018 yılına kadar geçen sürede ülke ekonomik göstergelerine bakıldığında, 2023 hedeflerine doğru başarılı bir politika sürdürülemediği ve hedeflerin ıskalandığı hatta giderek uzaklaşıldığı görülmektedir.

Tablo 1: 2012 - 2019 Temel Ekonomik Göstergeler

Yıllar	GSYH (Milyar \$)	Büyüme (%)	Enflasyon (%)	İşsizlik (%)	İhracat (Milyar \$)	İthalat (Milyar \$)	KBMG (Bin \$)
2012	786	4,8	6,2	8,4	152.462	236.544	11.588
2013	823	8,5	7,4	9,0	151.803	251.661	12.480
2014	800	5,2	8,2	9,9	157.610	242.178	12.112
2015	856	6,1	8,8	10,3	143.839	207.234	11.019
2016	864	3,2	8,5	10,9	142.530	198.619	10.883
2017	851	7,4	11,9	10,9	156.993	233.801	10.602
2018	763	3,8	20,3	11,3	170.000	236.000	9.385
2019	795	2,3	15,9	12,1	182.000	244.000	9.647

Kaynak: T.C. Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü, YEP

T.C. Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü ve Açıklanan Yeni Ekonomi Programında 2012 yılında 786 milyar \$ olan GSYH 2018 yılına gelindiğinde 763 milyar \$ olarak gösterilmiştir. 2019 yılı için ise 795 milyar \$ olarak hedeflenmiştir. 2023 yılına 2 yıl kala böyle bir hedeflemeyle 2 trilyon dolarlık bir GSYH 2023 yılı için bu ekonomik göstergeler ve planlamalar ile pek mümkün görünmemektedir.

Yıllık büyüme hedefi % 7 olarak belirtilmiş olan 2023 hedeflerinde 8 yıllık büyüme ortalaması % 5,16 gibi görünürken 2019 beklentisi büyümede % 2,3 olarak planlanmıştır. 2018 yılı için gelen büyüme verileri ise T.C. Ekonomi Bakanlığının belirtmiş olduğu sanayi üretimi ve istihdama dayalı bir büyümeden çok tüketim ve harcamaya dayalı bir büyüme olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sürdürülebilir ve sağlıklı bir büyüme değildir. 2023 ekonomik hedeflerinde % 7 büyüme yakalanmış olsa bile sürdürülebilir ve diğer hedefleri gerçekleştirecek sağlıklı olmadığı görülmektedir.

Enflasyon ile ilgili göstergeler incelendiğinde ise, açıklanan programlar ve hedefler bir türlü tutturulamamış, enflasyonla mücadelede politikalar yetersiz kalmış ve

sürekli bir yükseliş gözlemlenmiştir. 2018 yılında gelinen nokta % 20 bandını yakalamışken 2019 hedeflemesinde YEP ile % 15,9 oranında hedeflenmektedir.

İşsizlik ile ilgili göstergeler incelendiğinde 2012 yılında % 8,4 olan işsizlik 2018 yılında kadar kademeli olarak sürekli bir yükseliş göstermiş ve 2018 için % 11,3 olarak açıklanmış 2019 için ise % 12,1 oranında hedeflenmiştir. 2023 ekonomik hedeflerinde ise işsizlik oranını % 3 – 5 arasında hedeflenmişken düşürülmesi yerine sürekli artış göstermiştir. İşsizlik için gösterilen politika ve uygulamalar burada yetersiz kalmıştır. 2023 ekonomik hedeflerinden gittikçe uzaklaşmıştır.

İhracat ile ilgili göstergeler ve gelişmeler incelendiğinde ise; 2023 yılı için hedeflenen 500 milyar \$ ihracat hedefinde, ihracat performansı pek de iç açıcı görünmemektedir. 2012 yılında 152 milyar \$ olarak gerçekleşen Türkiye İhracatı 2018 yılı içerisinde Yeni Ekonomi Programında 170 milyar \$ olarak gösterilmiştir. 2012 yılından günümüze sadece 18 milyar \$ artan Türkiye ihracatı 2023 yılına bu performansla 500 milyar \$'a çıkarılması yani 5 yılda 330 milyar \$'lık bir artış göstermesi hem temel ekonomik göstergeler göz önüne alındığında hem kur ve belirsizlikler dikkate alındığında pek mümkün görünmemektedir. Hedefin daha gerçekçi bir revizyona ihtiyacı olduğu görülmektedir.

Türkiye'nin mevcut durumu 2018 yılının ilk çeyreğinde gelen büyüme verilerine bakıldığında % 7,4'lük bir büyüme sergilerken, 2018 2. Çeyreğinde bu seyir sert bir düşüş ile % 5,2'lik daha düşük bir seviyede gerçekleşmiştir. 2018 yılının ilk yarısı bu çeyreklerin hesaplanmasıyla % 6,3'lük bir büyüme performansı sergilemiştir. Gerçekleşen büyüme rakamları incelendiğinde, Türkiye'de gerçekleşen büyümenin üretim açısından değerlendirilmesi ele alındığında 2018 yılının 2. Çeyreğinde tarım sektörü geçen senenin aynı dönemine göre % 1,5 oranında düşüş göstermiştir. İnşaat sektörü içinde benzer bir düşüş söz konusu olmuştur. 2017 yılının aynı dönemine göre inşaat sektörü % 5,1 düzeyinde gerçekleşirken, 2018 yılı ikinci çeyreğinde % 0,8 gibi düşük bir oranda katkı sağlamıştır. Üretim açısından 2018 yılı içerisinde GSYH'ya en büyük katkıyı hizmet sektörü sağlamıştır. 2017 yılı aynı döneminde % 6,3 olan hizmet sektörü 2018 yılı aynı döneminde % 8,0 gibi bir oranda gerçekleşmiştir. Üretimde ve reel ekonominin en önemli göstergesi olan sanayi üretiminde ise durum pek parlak görünmemektedir. Reel piyasaların kalbi ve büyüme ve kalkınmanın asıl göstergesi olan

sanayi üretimi 2017 yılının aynı döneminde % 5,9 olarak gerçekleşirken 2018'in 2. Çeyreğinde düşüş sergilemiş ve % 4,3 oranında gerçekleşmiştir.

Ülkede yaşanan büyümenin asıl sebebinin tarım üretimi, inşaat sektörü ya da sanayi üretiminden kaynaklanmadığı rakamlarla belli olmaktadır. Büyümeye etki eden asıl önemli unsur, hane halkı tüketim harcamalarından kaynaklanmaktadır. 2017 yılının aynı döneminde % 3,1 olan hane halkı tüketimi 2018 yılı aynı döneminde GSYH'ya oranı % 6,3 olarak gerçekleşmiştir. Devlet kaynaklı tüketim harcamaları ise 2017 yılının 2. Çeyreğinde % -1,8 olarak gerçekleşirken, 2018 yılının aynı döneminde % 7,2 gibi çok ciddi bir artış ile gerçekleşmiştir. Ülkede gerçekleşen yatırımlar 2017 yılının aynı döneminde % 7,7 olarak gerçekleşirken ciddi bir kayıp ile 2018 yılı aynı döneminde % 3,9 oranında gerçekleşmiştir

2018 yılı ülke ekonomisi verilerinde büyüme kalemleri incelendiğinde çok net bir şekilde görülmektedir ki, Türkiye'de 2018 yılı içinde hanehalkı ve devletin tüketim harcamalarına bakıldığında GSYH'nın büyümesinde asıl faktörün üretimden kaynaklanmadığı, tüketimden kaynaklandığı ortaya çıkmaktadır.

2018 yılında yaşanan yüksek kur sıçraması ve belki ondan da önemlisi süreklilik kazanan kur oynaklığı ve onun sonucu olarak çıkan faizlerdeki yükselişler karar alıcıların yatırım, üretim, iş yapma gibi önemli konulardaki yaklaşımlarını son derecede olumsuz etkiledi görülmektedir. Kurda ortaya çıkan bu sıçramalar, ithal girdi fiyatlarını ve dolayısıyla maliyetleri arttırdı ve bu da fiyatlara yansiyarak enflasyonu yükseltti. Bu gelişme, kitlelerin satınalma gücünü düşürdüğü için talep daralmasına ve dolayısıyla üretimde düşüşe yol açmıştır. Sanayi üretiminde ve imalat sanayi kapasite kullanımındaki hızlı düşüşlerden gözlemlenebilmektedir. Peş peşe gelen etkiler büyümenin düşmesiyle sonuçlanmıştır. 2018 yılı üçüncü çeyrekte % 1,6 olan büyümenin son çeyrekte eksi çıkması beklenmektedir. Bu küçülme büyük olasılıkla 2019 yılının ilk iki çeyreğinde de devam edecek gibi görünmektedir. Dış finansmana ihtiyacı olan kuruluşlar bu ihtiyacını eskiden olduğu gibi fazlasıyla karşılayamadılar, hatta tam olarak da karşılayamadılar. Dış kaynak bulmanın maliyeti yükseldi. 2018 yılında yaşanan olumsuzluklar reel kesimi ciddi biçimde etkiledi. Birçok kuruluş konkordatoya gitti, iflas eden ve batanlar oldu, işten eleman çıkarmalar arttı. Bu gelişmeler kuşkusuz bankaları da etkiledi. Bankaların durumu 2001 krizi sonrası yeniden yapılandırılmayla oldukça sağlam bir yapıya kavuşturulmuş olsa da reel

kesimdeki sıkıntılar bankaları da sarsmaya başladı. Bir ekonomide bankalar o ekonomideki reel kesim kadar sağlamdır. Reel kesim sorunluysa bankaların sorunsuz olması mümkün değildir. 2018 yılında, özellikle de son çeyrekte, düşen sanayi üretimi, azalan talep ve artan işsizlik üçlünün yarattığı bir ithalat düşüşü ve buna karşılık yüksek kurun tetiklediği bir ihracat artışı yaşandı. Üretiminde kullandığı girdilerin önemli bir bölümünü ithal girdilerle karşılayan Türkiye, bu üçlünün yarattığı ortamda ister istemez ithalatını düşürdü ve bu da cari açığa gerilemeye yol açtı. Cari açığa gerilemeye yol açan bir başka gelişme turizm kesiminde başlayan toparlanma oldu. 2018 yılında gelen turist sayısında önceki yıla göre ciddi bir artış söz konusu ve bu artışın 2019 yılında da devam etmesi bekleniyor. Reel kesimin ve bankaların 2018 yılında dış finansmana ulaşmada yaşadıkları zorluklar, Merkez Bankası'nın rezervlerinde azalmaya yol açmış olsa da 2019 yılında dış finansman baskısının biraz daha hafiflemesi sonucunu verdi. Çünkü borçların bir bölümü mevcutlarla ödendi ve rezervlerle birlikte borç yükü de azalmış oldu. Geçen yıl bulunması gereken dış finansman tutarı konusunda cari açık dâhil 230 milyar dolardan söz ederken bu yıl bu tutar 190 milyar dolar düzeyine geriledi (Eğilmez, Riskler ve fırsatlar;2019).

2018 yılının ilk yarısı için ifade edilen % 6,3'lük büyüme dünya ortalaması içerisinde oldukça yüksek bir ortalama olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünya ortalamasının ne kadar üstünde bir büyüme yakalansada bu büyümenin asıl sebebini üretim ve sanayi kaynaklı değil tüketime dayalı olması, Türkiye gibi ekonomisi kur riski ve belirsizliklere karşı aşırı hassas bir ülke için olumlu bir tablo olarak görülmemektedir. Türkiye ekonomisi ikinci yarıda kur temelli etkilere maruz kalarak 4,86 olan kur sepeti 2018 2. Yarısında 5,82 tl yi yakalamıştır. TÜFE ise ilk yarıda % 12,4 olarak gerçekleşirken, 2018 2. Yarısında % 16,04 oranında gerçekleşmiştir. Tüketim ve kura bağlı olarak Türkiye ekonomisi 2018'in ilk yarısındaki gibi tamamlayamamıştır. Kur ve enflasyonun etkileriyle büyüme gerilemiştir. 2018 yılı ocak ayı MB anketine göre USD/TL kur tahmini ve beklentileri 4,12 tl, TÜFE tahmini ve beklentileri ise % 9,55 hesaplanmışken 2018 yılı eylül anketinde beklenti ve tahminler ekonomide yaşanan değişimlerden dolayı güncellenerek, kur 6,59 tl bandında TÜFE ise % 19,61 olarak revize edilmiştir (Yeni Ekonomi Programı 2019-2021).

2018 yılı içerisinde açıklanan "Yeni Ekonomi Programı" YEP ile Türkiye ekonomisi için 2019-2021 yılı ekonomik göstergeler ve beklentiler açıklanmıştır. Açıklanan bu programda 2018 yılı için GSYİH 4,450 Milyar tl, USD olarak ise 795

milyon \$ olarak belirlenmiştir. Kişi başı gelir 9.385 \$'dan 9.647 \$'a çıkarılması, 2018 yılı enflasyon oranı % 20,8'den 2019 yıl sonu için % 15,9 olarak, GSYİH büyüme oranı % 2,3, İşsizliği ise % 12 olarak belirlemişlerdir. Hedefler ile belirlenen kur modelleri ayrıntılı bir şekilde incelendiğinde 6,02 tl olan dolar kurunun 5,16 tl bandına düşürülmesi hedefi ile Türk Lirasında ciddi bir değerlendirme görülmektedir. Bu görülen değerlendirme ile ihracatın bir önceki yıla göre olan avantajını kaybetmesi ile 2019 yılında ihracatın 2018 yılına göre 12 milyar \$ artış göstermesi zor görünmektedir (Yeni Ekonomi Programı 2019-2021).

Enflasyon hedeflemesi incelenecek olursa, 2018 yılında gerçekleşen % 20 oranındaki enflasyon 2019 yılında % 15,9 bandına çekilmek istendiği görülmektedir. Bu enflasyon hedeflemesi yapılırken kur oranının da 5,16 tl düzeyinde hedeflenmesi ile tutarlı gibi görünmektedir. Eğer YEP ile hedeflenen kur tahmini gerçekleşirse enflasyon hedeflemesinin de tutması beklenmektedir.

İşsizlik oranı hedeflemesine bakıldığında, Büyüme oranı 2018 de % 7,4 olarak gerçekleşirken 2019 yılı sonunda % 2,3 oranına düşerek büyüyeceği beklentisi dikkate alındığında, işsizliğin düşmesi yerine tam terine yükselmesi beklenmektedir.

Yeni ekonomi programı ve Türkiye ülke ekonomisinde üst üste yaşanan olumsuz göstergelerin gerçekleşmesi ile 2023 yılında hedeflenen ekonomik hedeflerin gerçekleşmesi çok zor görünmektedir.

2012 yılı sonunda Cumhuriyetin 100. Yılı'nı temsil eden 2023 yılında gerçekleştirmeyi planladığı hedefler YEP göz önüne alındığında son derece gerçekleşmesi zor görünen hedefler halini almıştır.

Çalışmanın amacı, Türkiye'nin 2023 Ekonomik hedeflerinin gerçekleşmesinde girişimciliğin önemini açıklamaya çalışmak ve bunun için öneriler sunmaktır. Daha geniş bir anlamda ise bu çalışma şu sorulara açıklık getirmeye çalışmaktadır. Cumhuriyetin ilanının yüzüncü yılına hazırlanan Türkiye'nin yeniden yapılanması gelecek vizyonunu belirlerken kendisi için belirlemiş olduğu ekonomik hedefleri açıklamaya çalışarak bu ekonomik hedeflere etki etmede şu anki durumunu inceleyip, hedeflerinin ne durumda olduğunu ve hangi hedefe hangi çözüm önerisi ile yaklaştığını ve yaklaşması gerektiğini açıklamaya çalışarak, günümüz ekonomilerinin vazgeçilmezi ve küresel rekabette ve iç dinamiklerde vazgeçilme olan girişimcilik olgusunun

istihdam, işsizlik, enflasyon, dış ticaret, ekonomik büyüme ve kalkınmaya olan etkileri incelenerek, mikro ve makro ölçekte girişimciliğin, ekonominin kılcal damarlardan ana damarlara kadar etkilerini açıklamaya çalışarak önemini vurgulamaya çalışmak ve girişimciliğin vazgeçilmezi olan yenilikçilik kavramı ile ekonomiye getirdiği kazanımları bilimsel bir yöntemle taraf tutmadan açıklamaya çalışmaktır. Bahsi geçen ekonomik hedeflerde zayıf yönlerimiz nelerdir? Bu zayıf yönler için neler yapılmalıdır? Ekonomik hedeflerimiz için oluşan fırsat ve tehditler nelerdir? Hangi strateji ve politikalar uygulanmaktadır? Uygulanan politikaların etkinliği nedir? Bunlar açıklanmaya çalışılmıştır. Girişimciliğin başrolü olan girişimciler, hangi yönlere doğru teşvik edilmeli? Girişimcilerin rekabet stratejilerini ve sürdürülebilir bir büyüme ve gelir modeli oluşturabilmeleri için nasıl yeniden yapılanmalara gitmeleri gerektiği açıklanmaya çalışılmıştır. Bahsi geçen hedeflere ulaşmada girişimcilik ekosistemi ve bu ekosistemin altyapısının genel durumu nedir? Biz bu hedeflere yönelmişken rakip olan diğer aktörler ani ülkelerin genel ekonomik durumları ve gelir modelleri nasıldır? Bunlar açıklanmaya çalışılmıştır.

Çalışma dört ana bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünde çalışmanın amacı kapsamı ve bahsi geçen kavramların genel tanımlamaları ile gerekli bilgiler verilmektedir. İkinci bölümde, Türkiye'nin 2023 Ekonomik vizyonun neler olduğundan, Türkiye'nin 2023 ekonomik hedeflerinden bahsedilmiştir. Dünyanın ilk on ekonomisinin ekonomik genel görünümü açıklanmış ve Türkiye'nin ekonomik genel görünümü açıklanarak aralarındaki durum irdelenmiştir. Üçüncü bölümde, girişimcilik kavramı açıklanmaya çalışılmış, yenilik kavramından yenilik türlerine değinilmiş, yenileşmeyi ve yeniliği zorunlu hale getiren gelişmeler açıklanmaya çalışılmıştır. Yenilik ekonomisinin tanımı ve yapısal unsurlarına değinilmiştir. Girişimciliğin öneminden bahsedilmiştir. Girişimciliğin bireysel boyutta önemi, firma boyutunda önemi, bölgesel boyutta önemi ve ulusal, uluslararası önemi açıklanmaya çalışılmıştır. Bölüm sonuna doğru girişimcilik için sunulan devlet destekleri ve girişimciliğin toplumsal altyapısı adı altında girişimcilik ekosistemi ve Türkiye girişimcilik SWOT analizi yapılmıştır. Dördüncü bölüm ise bir uygulama olarak gerçekleştirilmiş ve zaman serileri mantığına dayalı nedensellik analizi uygulaması yapılmıştır. İhracat, ithalat, enflasyon, işsizlik ve gayri safi yurtiçi hâsıla değerlerine ilişkin veriler Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) veri tabanından, girişimcilik rakamlarına ait değişkenler ise Türkiye

Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) veri tabanından elde edilmiştir. Çalışma kapsamında kullanılan verilerin ham halleri Tablo 4.1’de sunulmaktadır.



İKİNCİ BÖLÜM TÜRKİYE 2023 YILI EKONOMİK VİZYONU

2.1. Türkiye İçin 2023 Yılı'nın Önemi

Son 15 yılda görülen iktisadi değişimler, Türkiye'nin ekonomik performansında yukarı yönlü beklentiler yaratmıştır. Küreselleşen Dünya, sınırları ortadan kaldırmış ve ekonomik ilişkilerin hızla ilerlemesine yardımcı olmuştur. Bu kadar hızlı değişen ve ilerleyen Dünya ve ekonomik faaliyetler içerisinde ülke olarak Türkiye Cumhuriyetinin de bugünkü sahip olduğu konumunu korumak ve yarınılardaki yerini kendi tercihleri doğrultusunda şimdiden belirlemek, vizyonunu çizmek ve gelecekteki yeri için tercihlerini şimdiden biçimlendirmeye başlaması gerekmektedir.

2023 yılı Türkiye'nin yüzüncü kuruluş yıldönümü olması münasebetiyle bu tarihin seçilmesi kitlelere istikamet göstermek, inanç ve motivasyonlarını sağlamak ve hedeflerine daha duygu ve coşku yüklü adımlarla ilerlemek için son derece önemlidir.

Uzun vadeli kalkınma stratejisi ile ilgili belirtilen hedefler ve yapılan söylemler şu şekilde ifade edilebilmektedir. 2001-2023 yıllarını içeren politikalarının temel amacı, Türkiye'nin uygarlık düzeyinin en ileri seviyelere ulaşarak dünya standartlarında üretimi faal hale getiren, adil gelir dağılımına sahip, insan haklarını ve hürriyetlerini güvenceye alan, yalnızca hukukun üstünlüğünü tanıyan, demokraside katılımcı, laik, din ve vicdan özgürlüğüne öncelik tanıyan, evrensel çapta etkin Dünya devletlerinden birisi haline gelmesi hedeflenmiştir. Bilgi toplumuna evrilmenin gerçekleşmesiyle dünya ekonomisinden daha fazla miktarda pay alınması, refah seviyesinin artırılması, yerel ve küresel platformlarda söz hakkının olması uzun vadede planlanan gelişmişlik politikalarının somut gayelerini oluşturmaktadır. Bu amaçla, üniter varlığın muhafaza edilerek devletin baştan şekillendirilmesi, toplumun sağlık hizmetleri ve eğitim düzeyinin artırılması, gelir paylaşımının düzenlenmesi,

teknolojik becerinin artırılması, yeni teknolojilerin üretilmesi, altyapı imkânlarının artırılması ve daha duyarlı çevre bilinci sağlanarak sosyo-ekonomik yapıda reformlar yapılması büyük önem arz etmektedir. İhracata dönük, teknolojiyi yoğun, yüksek katma değerli, üretim yapısı amaçlanmaktadır. Türkiye'nin kuruluşunun 100'üncü yılına isabet eden 2023 senesine kadar olan politik ve stratejik hedeflerin, gerçekleşmekte olan detaylı ve süratli değişimi dikkate alınarak, ekonomik ve toplumsal değişimlerin yönlendirilme süreci ve uygulamasında önemli bir işlev üstlenecektir.(T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Bakanlığı, Dokuzuncu Kalkınma Planı)

Türkiye'nin gerekli yapısal dönüşümleri gerçekleştirmesi durumunda, 2001-2023 döneminde büyüme hızının ortalama yüzdesi, yıllık olarak 7 dolaylarında ve büyümenin yaklaşık % 30'unun toplam faktör verimliliğinden kaynaklanması, böylece 1998 yılında 3.200 dolar olan kişi başı gelirini 2023 yılında Avrupa Birliği ülkeleri düzeyine yaklaştırması beklenmektedir. Türkiye'nin, dönem sonunda ulaşacağı 1,9 trilyon dolar civarında GSMH düzeyi ile Dünyanın ilk on ekonomisi arasına girmesi öngörülmektedir. 2023 yılında tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinin toplam katma değer içindeki paylarının sırasıyla % 5, % 30 ve % 65 olması beklenmektedir(T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Bakanlığı, Dokuzuncu Kalkınma Planı)

2.1.2. Ekonomi Bakanlığının Ana Hatları İle 2023 Vizyonu

Ekonomi Bakanlığı'nın 2023 vizyonu; büyüme, üretim, istihdam, ihracat odaklı bir ekonomik yapının oluşturulmasıdır. Yani reel ekonomidir, bacaların tütmesi, çarkların dönmesidir. Ekonominin asıl itici motorunun üretim, büyüme, istihdam, ihracat ve yatırım olduğunun üstünde duran Ekonomi Bakanlığı, finansal sektördeki aktörler yerine reel sektörü vurgulamıştır.

2023 yılını hedef göstererek, Cumhuriyetimizin 100. Kuruluş yılında stratejik hedeflerinin Türkiye'nin Dünya ticaretindeki payını % 1,5'e çıkarmak olduğunu ihracatı 500 milyar dolar, Gayri Safi Yurtiçi Hâsılayı (GSYH) ise 2 trilyon dolara ulaştırıp Dünyanın ilk 10 ekonomisi arasına girmek istediklerini vurgulanmıştır (MÜSİAD).

2.2. Türkiye, 2023 Ekonomik Hedefleri

2023 yılında 100'üncü yaşını kutlayacak olan Türkiye 100'üncü yaşına 100 hedefle girmeyi hedeflemektedir.

100 yaşındaki Türkiye'nin hedeflerinden bazıları şu şekilde sıralanmaktadır. (<https://www.haberturk.com/ekonomi/makro-ekonomi/haber/594402-iste-ekonomide-2023-hedefleri>; 07.06.2018)

- Dünya Ekonomileri arasında ilk 10 arasında olmak.
- Ülkemizin yıllık GSYH miktarını 2 trilyon dolar olarak gerçekleştirmek.
- Milli geliri kişi başı 20.000 (yirmi bin) doların üzerine çıkartabilmek.
- İhracat seviyemizi 500 milyar dolar seviyelerinde gerçekleştirmek.
- Yüksek ve ileri teknoloji ürünlerinin ihracattaki payını yüzde 20 oranlarına çıkartmak.
- İhracat yapısında inşaat malzemelerinde 100 milyar dolar ile ilk 3 sıraya girebilmek.
- Avrasya'da orta ve ileri teknoloji ürünlerinde merkez bölge konumuna gelmek.
- 46 milyon turist hedefi ve 50 milyar dolar seviyelerinde turizm geliri elde etmek.
- AB'ye tam üyelik gerçekleşmesi durumunda hedefleri 63 milyon turiste çıkarmak ve bacasız sanayi gelirlerini 86 milyar dolar seviyesine getirebilmek.
- Turizm konusunda Dünya çapında turizm kentleri oluşturmak
- Turizmde iç pazarda 20 milyon kişinin faydalanmasını sağlamak.
- Ekonomik olarak yaşanan sıkıntılardan kurtulmak.
- Gelir dağılımı hususunda adaletli bir dağılımı daha etkin hale getirmek.
- Hukuki yapı ve demokrasiyi daha etkin ve işler hale getirmek.
- Ülke ekonomisinde cari işlemler hesabında açık vermek yerine artık cari işlemler fazlası vermek.
- İşsizlik rakamlarını çok düşük seviyelerde gerçekleştirmek.
- Nüfus içerisindeki yoksul insan sayısını ve yoksulluğu azaltmak.
- İnsani gelişme oranlarını yüksek seviyelere çıkarmak.
- AB'de tam üyeliği gerçekleştirmek.
- Ortadoğu'da lider ülke olmak hedefini gerçekleştirmek.
- Dünya çapında İstanbul'u finans merkezi haline getirmek.
- Ülkenin toplam orman arazilerini yüzde 30'lar seviyesine çıkarmak.

- Ormanların mevcut verimliliğini arttırmak.
- Enerji kaynaklarında yenilenebilir enerjinin payını minimum yüzde 30 olacak biçimde yükselmesini sağlamak.
- Jeotermal kaynak kullanımını tam kapasiteye çıkarmak.
- Rüzgâr enerjisi kapasitesinde 10 Bin megavat seviyesine ulaşmak.
- 5 bin MW küçük hidroelektrik santrali kurulu kapasitesini sağlamak.
- Havalimanlarını 15 milyon kapasiteli olarak üç adet, 30 milyon kapasiteli iki adet ve 60 milyon kapasiteli bir adet olarak inşa etmek
- Havacılık alanında Türkiye'yi üst haline getirmek
- Olimpiyat ve benzeri dev organizasyonlara ev sahipliği yapmak
- Expo fuarını ülkemizde gerçekleştirerek ev sahipliği yapmak
- 32 bin kilometre bölünmüş yol yapımını sağlamak
- Kendi uydusunu uzaya yerleştirecek teknolojiye sahip olmak.
- Türkiye'nin ilk savaş uçağını tamamlamak.
- Teknoparkların etkinliğini artırmak için bölgelerde sağlanan destek, teşviklerin iyileştirilmesi.

Türkiye ekonomisi için belirlenen 2023 ekonomik hedeflerinden en somut olan belli başlı rakamların tablo halinde mevcut ve hedeflenen olarak gösterimi;

Tablo 2.1. Mevcut ve Hedef Göstergeler

GÖSTERGELER	2018 Yılı Mevcut	2023 Yılı Hedefler
GSYH (Milyar \$)	763	2.000
Kişi Başı GSYH (\$)	9.385	20.000
GSYH Büyüme (%)	4,7	7
İhracat (Milyar \$)	160,6	500
İşsizlik (%)	11,6	3 ile 5
Ekonomik Büyüklük Sırası	18	İlk 10 İçerisinde

Kaynak: TÜİK, TCMB, Hazine Müsteşarlığı

2.3. Dünyanın İlk On Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinin Genel Görünümü

Türkiye'nin 2023 ekonomik hedefleri arasında bulunan Dünyanın ilk 10 ekonomisinden biri olma hedefinde; Dünya ekonomisinde ilk 10'da yer alan ülkelerin genel ekonomik yapıları ile ülkemizin genel ekonomik görünümünü inceleyerek, verilerin karşılaştırılması ile hangi yönlerimizin güçlü hangi yönlerimizin zayıf

olduğunu sıralamadaki yerimizi ve ilk 10 ekonomi içinde 2023 hedefleri doğrultusunda ekonomik alanda hangi konularda neleri daha üst seviyelere çıkarmamız gerektiğini daha ayrıntılı şekilde açıklamaya çalışacağız.

2.3.1. Amerika Birleşik Devletleri

ABD; Büyük Okyanus ve Atlas Okyanusunun arasında bulunan federal bölge ve elli eyaletten oluşan federal bir anayasal cumhuriyete sahiptir. Amerika Kıtası'nda bulunan federal bir ülkedir. Amerika Birleşik Devletleri ülke nüfusunun yüksek çoğunluğu Kuzey Amerika'nın orta bölgelerinde bulunmaktadır. 2018 yılı T.C. Ticaret Bakanlığı verileri incelendiğinde Amerika Birleşik Devletleri yani Amerika'nın Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla geliri yıllık 20.41 trilyon dolar olarak belirtilmiştir. Ülkenin kişi başına düşen Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla miktarı ise 65.152 dolar civarındadır. T.C. Ticaret Bakanlığı verilerine göre Amerika Birleşik Devletleri'nde Ekonomik büyüme % 2,93 oranında gerçekleşmiştir. Aynı veriler incelendiğinde Amerika'da gerçekleşen enflasyon oranı 2018 yılı için yüzde 1,9 olarak tespit edilmiştir. Ülkede gerçekleşen işsizlik oranı yüzde 3,7 olarak meydana gelmektedir. 2018 yılı içerisinde Amerika Birleşik Devletleri'nin hem Dünya Ekonomi sıralamasında birinci hem de Girişimcilik Endeksi sıralamasında Dünyada yüzde 84 ile 1. olmuştur (T.C. Ticaret Bakanlığı, ABD ekonomik genel görünüm, GEDİ 2018).

Tablo 2.3.1. Amerika Birleşik Devletleri Ekonomik Genel Görünümü

Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla	20.41 Trilyon USD (2018)
Kişi Başına GSYH	65.152 USD (2018)
Ekonomik Büyüme	2,93 % yıllık değişim (2018)
Enflasyon	1,90 % yıllık değişim (2018)
İşsizlik	3,7 % yıllık değişim (2018)
Girişimcilik Endeksi	84 % GEDI 2018

Kaynak: T.C. Ticaret Bakanlığı, Küresel Girişimcilik Endeksi 2018

Amerika Birleşik Devletleri 20 trilyon doları aşan Gayri Safi Yurtiçi Hâsılası ve 320 milyonun üzerinde nüfusu ile Dünyanın en önde gelen pazarları listesinde birincisi olmuştur. Amerika Birleşik Devletleri, Dünyanın ithalat açısından en büyüğü olma özelliğinin dışında aynı zamanda Dünyada doğrudan yabancı sermaye kaynakları bulunduran en gelişmiş ülkeler arasındadır. Bu özelliğinden dolayı hedef pazar haline

gelmiştir. Amerika Birleşik Devletleri ekonomisi, mevcut olan dünya ekonomisini neredeyse tamamen bire bir şekilde etkileyebilecek güce sahip olmasından dolayı dünyada en önemli ve en belirleyici ekonomisidir. Serbest piyasa ekonomisi özellikleri olarak Dünyada, Amerika Birleşik Devletleri bunun en büyük örneğini teşkil etmektedir. Ülkede bulunan hizmet ve üretime ait olan faaliyetlerin büyük bir kısmı ülkedeki özel sektör tarafından sağlanmaktadır. Sağlanan bu hizmetler yine aynı şekilde özel sektör tarafından tüketilmektedir. Dünyada ekonomisi üzerinde kamunun en az ağırlığının bulunduğu tek ülkedir. Buna benzer bir ekonomi örneği daha yoktur. Amerika Birleşik Devletleri ülke ekonomisinde sektörel olarak bakıldığında hizmet sektörünün, Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla olarak neredeyse % 67'sini meydana getirmektedir.

Ülkede faaliyet göstermekte olan sanayi sektörü, üretim imkânları olarak teknoloji yoğun bir şekilde faaliyet göstermektedir. Teknoloji anlamında hem sivil alanda hem askeri alanda dünya sıralamasında Amerika Birleşik Devletleri lider konumunda yer almaktadır. Dünyadaki en önemli enerji üreticisi ve en önemli enerji tüketicisi ülkeler arasında yer almaktadır. Ham petrol ve sıvı doğal gaz ihracatına Amerika Birleşik Devletleri ilk kez 2016 yılında başlamıştır. Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri ile hem ikili hem bölgesel hem de küresel alanda birçok konuda beraber ilişki ve ziyaret trafiği yaşamaktadır. Temaslar arasında ticaret ilişkilerinin yanı sıra aynı zamanda orta doğuda bulunan terör örgütleri, Suriye ve Irak'ta yaşanan gelişmeler, kitle imha silahlarının yayılması konularında ve enerji güvenliği gibi alanlarda beraber çalışmalar yürütülmektedir. Türkiye ve Amerika Birleşik Devletleri arasındaki ticaret hacmi incelendiğinde bu iki ülke arasında gerçekleşen ticaretin 10 yılda bir buçuk kattan daha fazla büyüdüğü görülmektedir. Dünyanın en büyük ithalatçısı olan ABD'nin 2017 yılında ilk beş tedarikçisi Çin, Meksika, Kanada, Japonya ve Almanya olarak sıralanmaktadır. Çin 2007 yılından bu yana ABD'nin en önemli tedarikçisidir. ABD açısından önemi artan diğer tedarikçiler arasında Güney Kore, Birleşik Krallık, İtalya, Hindistan ve Fransa öne çıkmaktadır. 2017 yılında Türkiye, ABD tedarikçileri arasında 34. sırada yer almaktadır. Türkiye'nin ABD pazarından aldığı pay %0,4'tür (T.C. Ticaret Bakanlığı, ABD ekonomik genel görünüm)

2.3.2. Çin Halk Cumhuriyeti

Bir uzak doğu ülkesi olan Çin Halk Cumhuriyeti tek parti rejimi ile Çin Komünist Partisi tarafından yönetilmektedir. Ülkenin başkenti Pekin'dir. 2018 yılı Dünya Bankası verilerine göre Çin Halk Cumhuriyeti'nin Gayri Safi Yurtiçi Hâsılası 10.492 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Kişi Başına Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla ise 10.088 dolar olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılı Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla büyüme oranı % 6,56 yıllık değişim göstermiştir. Ülke enflasyon oranı 2018 yılı % 2,5 olarak gerçekleşmiştir. İşsizlik seviyesi 3,80 olarak gerçekleşmiştir. Ülke girişimcilik endeksi % 41 olarak 2018 yılı raporunda gösterilmiştir (Dünya Bankası, GEDİ).

Tablo 2.3.2. Çin Halk Cumhuriyeti Ekonomik Genel Görünümü

Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla	10.492 Trilyon USD(2018)
Kişi Başına GSYH	10.088 USD % (2018)
GSYH Büyüme	6,56 % yıllık değişim (2018)
Enflasyon	2,50 % yıllık değişim (2018)
İşsizlik	3,80 % yıllık değişim (2018)
Girişimcilik Endeksi	41 % GEDI 2018

Kaynak: Dünya Bankası, Küresel Girişimcilik Endeksi 2018

Yabancı sermayeyi ülkeye çekme konusunda son yıllarda Çin Halk Cumhuriyeti başarılı bir politika uygulamıştır. Gelişmekte olan ülkelere yatırım konusunda Çin Halk Cumhuriyeti üst sıralarda yer almaktadır. Çin Halk Cumhuriyeti yabancı yatırımcılara imtiyaz tanımak veya yerli üreticiye imtiyaz tanımak yerine ülkenin belirli bir doygunluk seviyesini geldiğini düşünerek her iki yatırımcıya da eşit şekilde davranarak uluslararası arenada milli muamele ilkesi ile yaklaşmaktadır. Çin Halk Cumhuriyeti ülkenin Batı ve İç bölgelerinde zayıf altyapı koşullarından dolayı bölgede gerçekleştirilecek uzun vadeli yatırımlara özel teşvikler vermeyi düşünmektedir. Çin Halk Cumhuriyeti'nin Dış Ticaret Kanunu 1995'te uygulanmaya başlanmıştır. Çin Halk Cumhuriyeti'nde Dış Ticaret bölgesel ve ulusal çapta örgütlenmiş olan dış ticaret ile ilgili faaliyet gösteren şirketler yoluyla gerçekleştirilmektedir. Dış Ticaret politikasında ihracatla alakalı olarak herhangi bir zorunlu planlama olmamakla birlikte belirli ürünler üzerinde lisans sertifikası uygulamaları devam etmektedir. Ancak ülke içerisinde yerli üretimi koruyabilmek ve

döviz rezervinin kontrol edebilmek amacıyla planlı politikalar hala sürdürülmektedir. (T.C. Ticaret Bakanlığı, ÇİN ekonomik genel görünüm)

2.3.3. Japonya

Japonya, Büyük Okyanusta bulunan bir doğal ada ülkesidir. Başkenti Tokyo'dur. Nominal ölçekte Dünyanın en büyük üçüncü ülkesi ve satın alma gücü olarak bakıldığında Dünyanın en büyük dördüncü ekonomisine sahiptir. 2018 yılı Dünya Bankası verilerine göre Japonya, Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla miktarı olarak 5.167 trilyon dolar gelir elde etmiştir. Kişi başına Gayri Safi Yurtiçi Hâsılası 40.840 dolar olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılı Dünya Bankası verilerinde Japon ekonomisi yıllık yüzde 1,21 büyüme kaydetmiştir. Enflasyon oranı yıllık yüzde 0,60 olarak meydana gelmektedir. İşsizlik yüzde 3,10 olarak kaydedilmiştir. Ülke girişimcilik endeksi % 52 olarak 2018 yılı raporunda gösterilmiştir (Dünya Bankası, GEDİ 2018 Raporu).

Tablo 2.3.3. Japonya Ekonomik Genel Görünümü

Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla	5.167 Trilyon USD (2018)
Kişi Başına GSYH	40.840 USD (2018)
GSYH Büyüme	1,21 % yıllık değişim (2018)
Enflasyon	0,60 % yıllık değişim (2018)
İşsizlik	3,10 % yıllık değişim (2018)
Girişimcilik Endeksi	52 % GEDI 2018

Kaynak: Dünya Bankası, Küresel Girişimcilik Endeksi 2018

Japonya ekonomisi 2008 yılına kadar düzenli olarak büyüme göstermiştir. 2008 yılına gelindiğinde gözle görülür ölçüde önemli bir yavaşlama göstermiştir. Japonya ekonomisinin ağırlıklı olarak büyümesi ihracata dayalıdır. 2008 yılında Dünyada gerçekleşen kriz ile dışarıdan gelen taleplerin azalması sonucunda ihracatta meydana gelen bir azalış söz konusudur. İhracattaki taleplerin kriz sebebiyle azalmasından dolayı ülke içerisindeki yerel talebi arttırmak için hükümet tedbirler olarak önlemlerini arttırmıştır. Japon ekonomisinde enflasyonist hareketlerin tekrar meydana gelmesi ile TÜFE % 1,4 olarak gerçekleşmiştir. Merkez Bankası'nın yürütmüş olduğu % 2'lik enflasyon hedefini gerçekleştirmek için uyguladığı gevşek para politikası bunun en önemli sebeplerinden birisidir. 1970 yılında başlayan "Petrol Krizinden" sonra Japonya enerjide tasarrufa önem vermiş ve bu alanda yatırımlar yapmıştır (T.C. Ticaret Bakanlığı, Almanya ekonomik genel görünüm).

2.3.4. Almanya

Almanya, resmi adı Almanya Federal Cumhuriyeti olan bir Orta Avrupa ülkesidir. Başkenti Berlin'dir. Dünyanın 4. büyük ekonomisi olarak görülmektedir. Bu bilgi Avrupa'nın ekonomik anlamda en büyük ülkesi yapmaktadır. Alman ekonomisinin en önemli yapısı yüksek ihracat gücüne sahip olmasıdır. Alman ekonomisi 2018 yılında Dünya Bankası verilerine göre Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla olarak 4.21 trilyon dolar gelir elde etmiştir. Kişi Başı Gayri Safi Yurtiçi Hâsılası 50.842 dolar olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılı Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla büyüme oranı % 2,54 değişim göstermiştir. Ülke enflasyon oranı yıllık bazda % 2,3 olarak gerçekleşmiştir. İşsizlik seviyesi yıllık yüzde 4,2 seviyesinde meydana gelmiştir. 2018 yılı raporuna göre ülke girişimcilik endeksi % 66 olarak gerçekleşmiştir (Dünya Bankası, GEDİ 2018 Raporu).

Tablo 2.3.4. Almanya Ekonomik Genel Görünümü

Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla	4.211 Trilyon USD (2018)
Kişi Başına GSYH	50.842 USD (2018)
GSYH Büyüme	2,54 % yıllık değişim (2018)
Enflasyon	2,3 % yıllık değişim (2018)
İşsizlik	3,3 % yıllık değişim (2018)
Girişimcilik Endeksi	66 % GEDI 2018

Kaynak: Dünya Bankası, Küresel Girişimcilik Endeksi 2018

Sanayi verimliliği açısından Dünyanın birinci sırasındadır. ABD, Çin ve Japonya'nın ardından Dünya ekonomisinde 4. sırada, Avrupa birliği açısından ise Avrupa'nın 1 büyük ekonomisi unvanına sahiptir. Avrupa Birliğine üye ülkelerin ekonomileri son yıllarda zayıflama göstererek ilerlerken, yıllık bazda ortalama % 1,5 büyüme ile Alman ekonomisi gene üçüncü sırayı korumuştur. 2018 yılında göstermiş olduğu yüzde 2,54 büyüme ile son 5 yılın en büyük büyümesini meydana getirmiştir. Bu rakamların önümüzdeki dönemlerde de bu şekilde gerçekleşmesi beklenmektedir. Alman ekonomisinin istikrarlı büyümesini temel sebeplerinden birisi ve en önemlisi olarak gösterilen, iç talep ve istihdamda meydana gelen olumlu gelişmelerdir. Hane halkındaki gelir de görülen artışlardır. Meydana gelen istihdam sayısı 43,7 milyona ulaşırken, işsizlik oranı yüzde 3,3' e gerilemiştir. Ülkenin vergi gelirleri yüzde 4,5 artış göstererek 517 milyar avroya çıkmaktadır. Bahsettiğimiz gibi Alman

ekonomisinin temeli ihracat odaklı olarak meydana gelmektedir. Uluslararası pazarda makine, otomobil kimya ürünleri arasında büyük talep görmektedir. Alman ekonomisinin ticaret ortakları, Çin, Fransa, ABD, Hollanda, İngiltere ve İtalya'dır. Almanya'nın ekonomisinin temelini imalat sanayi ve bu imalat sanayi ile alakalı hizmet sektörleri oluşturmaktadır. Almanya ekonomisi için yukarıda bahsettiğimiz makine, otomotiv, kimya sektörlerinin yanında son yıllarda önde gelen faaliyetleri arasında yer alan telekomünikasyon faaliyetleri de gerçekleşmektedir. Bütün gelişmiş ülkeler gibi Almanya'da tarım ekonomisi önemini giderek kaybederken, hizmet sektörü önemini giderek arttırmıştır. 2015 yılından bugüne hizmetler sektörü Alman ekonomisinin % 69'luk kısmını meydana getirmektedir. 2009 ve 2013 yılları arasında avro bölgesinde meydana gelen borç krizi ile bölgedeki ülkelerin almış olduğu yakıt tasarruf tedbirlerinden dolayı talebin daralması söz konusu olmuş ve bundan etkilenerek 2014 yılına kadar Alman ekonomisi % 1'in altında büyüme göstermiştir. 2014 ve 2015 yıllarında ise % 1,6 ve % 1,7 büyüme göstererek tekrar büyüme de olumlu seyrine geri dönmüştür (T.C. Ticaret Bakanlığı, Almanya ekonomik genel görünüm)

2.3.5. Birleşik Krallık (İNGİLTERE)

Avrupa'nın batısında Birleşik Krallığı meydana getiren dört ülkeden birisidir. Resmi adıyla Birleşik Krallık, ekonomisi nominal olarak Dünyanın beşinci büyük ekonomisidir. Satın alma gücü olarak bakıldığında Dünyanın dokuzuncu büyük ekonomisi olarak Avrupa Birliğinin de ikinci büyük ekonomisi olarak yer almaktadır. 2018 yılı verilerine göre Birleşik Krallık yani İngiltere'nin, Gayri Safi Yurtiçi Hâsılası 2.936 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Kişi başına düşen Gayri Safi Yurtiçi Hâsılası ise 44.177 dolardır. Ülkenin Dünya Bankası 2018 verilerine göre Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla büyüme oranı yıllık yüzde 1,62 olarak gerçekleşmiştir. Birleşik Krallık yani İngiltere ekonomisinin 2018 yılı enflasyon oranı 2,40 olarak gerçekleşmiştir. Ülkede gerçekleşen işsizlik 2018 yılı verilerine göre % 4,0 olarak gerçekleşmiştir. Ülkenin girişimcilik endeksi ise % 78 olarak gerçekleşmiştir (Dünya Bankası, GEDİ 2018 Raporu).

Tablo 2.3.5. Birleşik Krallık (İngiltere) Ekonomisi Genel Görünümü

Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla	2.936 Trilyon (2018)
Kişi Başına GSYH	44.177 USD (2018)
GSYH Büyüme	1,62 % yıllık değişim (2018)
Enflasyon	2,40 % yıllık değişim (2018)
İşsizlik	4,0 % yıllık değişim (2018)
Girişimcilik Endeksi	78 % GEDI 2018

Kaynak: Dünya Bankası, Küresel Girişimcilik Endeksi 2018

IMF 2016 yılı verilerine göre, İngiltere Avrupa Birliği'nde ekonomik büyüklük sıralamasında, Almanya'dan sonra ikinci büyük ekonomi olarak yerini almıştır. İngiltere ekonomisinin yaklaşık üçte ikilik bölümünü özel tüketim oluşturmaktadır. Birçok gelişmiş ülkede olduğu gibi İngiltere'de imalat sanayinin, Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla'daki payı gitgide azalmaktadır. İngiltere'de kişiler refah düzeylerinin artmasına bağlı olarak elde ettikleri gelirlerin büyük kısmının eskiye göre hizmetler sektörüne daha fazla harcamaya başlamışlardır. İngiltere'de hizmet sektörünün önemi artmıştır. Hizmet sektörü İngiltere'nin Gayri Safi Yurtiçi Hâsılasının neredeyse dörtte üçünü oluşturur hale gelmiştir. 2016 yılı verileri incelendiğinde, Birleşik Krallık yani İngiltere'nin Gayri Safi Yurtiçi Hâsılasının % 80,2'sini hizmet sektörü oluşturmaktadır. İstihdamda da toplam iş gücünün % 83,5'ini oluşturduğu düşünülmektedir. İngiltere ekonomisi 1992 yılından itibaren sürekli büyüyen bir ekonomi olarak gözlemlenmiştir. 1997 ve 2004 yıllarında özel tüketim, Gayri Safi Yurtiçi Hâsılada yaşanan büyümeden daha yüksek bir oranda artış göstermiştir. Bu tüketimin artışı hane halklarının borçlanma oranlarını da haliyle arttırmıştır. Borçlanma ve gelir arasındaki ilişki arttıkça, piyasanın faizlerdeki oynaklıklara daha hassas hale gelmesine sebep olmuştur. 2008'de Dünyada yaşanan ekonomik kriz etkileri İngiltere ekonomisini de oldukça olumsuz etkilemiştir. 2009 yılında Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla oranı İngiltere için % -4,4 oranında daralma ile gerçekleşmiştir. Bu söz konusu daralma İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana İngiltere ekonomisi için yaşanan en büyük gerilemedir. İngiltere ekonomisi 2010 yılına gelindiğinde % 1,3 oranında iyileşerek içinde bulunmuş olduğu durgunluk ortamından çıkmıştır. İngiltere ekonomisi son yıllardaki temel ekonomik politikaları olarak mevcut bütçe açığını azaltmak üzere düzenlenen mali sıkılaştırma programlarına dayanmaktadır. Bütçe açığının önüne geçmek için yapılan çalışmalarda beklenenden daha yavaş bir azalma

meydana gelmiştir. İngiltere ekonomisi 1992'den 2009 yılına kadar her çeyrekte büyüme göstermiştir. Buna rağmen uzun süreli büyüme ekonomide makro açıdan dengesizlikler yaratmıştır. İngiltere, uluslararası ticarete Türkiye'nin dış ticaret fazlası verdiği ülkeler arasında yer almaktadır. 2001 yılından beri Türkiye İngiltere'ye dış ticaretinde fazla vermektedir. Birleşik Krallık yani İngiltere'ye 10 milyar dolar düzeyinde yani son 10 yılda % 78,8 artışla Türkiye'nin ihracatı gerçekleşmiştir. İki ülke arasındaki dış ticaret yani Birleşik Krallık ve Türkiye'nin arasında gerçekleştirdiği ticaret hacmi 17 milyar doları geçmiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, İngiltere ekonomik genel görünümü)

2.3.6. Fransa

Dünyanın birçok denizaşırı bölgelerinde toprakları bulunan ana kara parçasının Batı Avrupa'da bulunduğu resmi adıyla Fransa Cumhuriyeti, ekonomisi nominal anlamda dünyanın 6. büyük ekonomisi ve satın alma gücü olarak bakıldığında dünyanın 9. büyük ekonomisidir. Avrupa Birliği'nde 3. büyük ekonomi olarak karşımıza çıkmaktadır. 2018 yılı dünya Bankası verilerine göre Fransa Cumhuriyeti'nin Gayri Safi Yurtiçi Hâsılası 2.925 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Fransa Cumhuriyeti'nin kişi başı Gayri Safi Yurtiçi Hâsılası 44.430 dolar olarak hesaplanmıştır. Ülkenin Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla büyüme oranı yıllık bazda % 1,2 olarak gerçekleşmiştir. Fransız Cumhuriyeti'nin 2018 yılı enflasyon verileri Dünya Bankası'nda % 1,9 olarak açıklanmıştır. Ülkedeki işsizlik rakamları 2018 yılı için % 9,2 olarak hesaplanmıştır. Girişimcilik endeksi 2018 yılı için % 69 olarak hesaplanmıştır (Dünya Bankası, GEDİ 2018 Raporu).

Tablo 2.3.6. Fransız Cumhuriyeti (Fransa) Ekonomisi Genel Görünümü

Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla	2.925 Trilyon USD (2018)
Kişi Başına GSYH	44.430 USD (2018)
GSYH Büyüme	2,07 % yıllık değişim (2018)
Enflasyon	1,9 % yıllık değişim (2018)
İşsizlik	9,2 % yıllık değişim (2018)
Girişimcilik Endeksi	69 % GEDI 2018

Kaynak: Dünya Bankası, Küresel Girişimcilik Endeksi 2018

Dünyanın en büyük ekonomileri sıralamasında altıncı sırada yer alan Fransa 2015 yılında Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla bakımından, ABD, Çin Halk Cumhuriyeti,

Japonya, Almanya ve Birleşik Krallık yani İngiltere'den sonra gelmektedir. 2015 yılı için açıklanan enflasyon oranı % 0 olarak beyan edilmiştir. Fransa Cumhuriyeti yani Fransa ekonomisinin genel sorunları itibariyle kronik olarak karşısına sırasıyla şu sorunlar çıkmaktadır. İstenilenin altında büyüme hızı, üretim maliyetlerinin yüksek olması ile fabrikaların diğer ülkelere taşınmasından kaynaklanan işsizlik, ülke ekonomisinde yaşanan bütçe açıkları, sosyal güvenlik sistemindeki yaşanan açıklardır. Fransa ekonomisine, sektörlerin Gayri Safi Yurtiçi Hâsılaya katkıları 2015 yılı itibariyle yüzdesel olarak sırasıyla hizmet sektörü % 78,5, sanayi sektörü % 19,5 tarım sektörü ise % 1,7 olarak etki etmektedir. Fransa'da sosyal devlet anlayışının yerleşmesi ile oluşan iş dünyasındaki çalışanlara ödenen yüksek miktarlardaki sosyal prim, vergi ödeyen ve işçilerin çalışma saatlerini haftalık 35 saat ile sınırlandıran Fransa Cumhuriyeti özel sektörün bu maliyetler ile karşı karşıya kalmasına sebep olmuştur. Fransa Cumhuriyeti ekonomisi, aşırı derecede yüklendiği maliyetler, Dünyadaki uluslararası piyasalarda rol alan diğer gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında Fransa Cumhuriyeti yani Fransa'nın rekabet üstünlüğünü kaybetmesine sebep olmaktadır. 2007 yılının sonuna gelindiğinde haftalık çalışma saati olan 35 saatin üzerinde çalışan işçiler için vergi indirimleri yapılması kararı ile ülke içerisinde çalışan nüfus fazla mesaiye yönlendirilmeye çalışılmıştır. Fransa'da hem iç talep hem de dış talebin aşağı yönlü seyri ile ülkedeki istihdam sorunu yani işsizlik artış göstermiştir. Hükümet ülkedeki yaşanan talep yetersizliği ile daralmaya maruz kalan firmalar için destek, teşvik ve sorunları önleyici politikalar olarak, onları yatırımlara devam ettirmeye çalışmıştır. Yatırımları arttırarak ülke içindeki büyümenin sağlanmasını devam ettirmek istemiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, Fransa ekonomik genel görünüm).

2.3.7. Hindistan

Güney Asya'da bulunan, resmi adlandırılmış hali ile Hindistan Cumhuriyeti ekonomik olarak Dünyada yedinci büyük ekonomi arasında yer almaktadır. Satın alma gücü bakımından incelendiğinde ise üçüncü büyük ülke olarak tanımlanmaktadır. Hindistan Cumhuriyeti'nin ülke ekonomisi neredeyse yirmi yıla yakın bir süredir ortalama olarak % 7 oranında büyüme göstermektedir. Sanayileşme olarak yeni sanayileşen ülkeler arasında yer almaktadır. Başkenti Yeni Delhi'dir. Dünya Bankası verilerine göre 2018 yılı için Hindistan Cumhuriyeti Gayri Safi Yurtiçi Hâsılası 2.840 trilyon dolar olarak tespit edilmiştir. Hindistan Cumhuriyeti ekonomisinde kişi başına

Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla 2.135 dolar olarak gerçekleşmiştir. Hindistan Cumhuriyeti ekonomisinin Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla büyüme oranı 2016 yılında % 7,4 olarak gerçekleşmiştir. Hindistan Cumhuriyeti'nin ülke ekonomisinde enflasyon oranı 2018 yılında % 2,80 olarak meydana gelmektedir. İşsizlik oranı 2018 yılı itibariyle % 6,10 olarak gerçekleşmiştir. Ülke girişimcilik endeksi 2018 GEDI raporunda % 28 olarak ilan edilmiştir (Dünya Bankası, GEDİ 2018 Raporu).

Tablo 2.3.7. Hindistan Cumhuriyeti Ekonomisi Genel Görünümü

Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla	2.840 Trilyon USD (2018)
Kişi Başına GSYH	2.135 USD (2018)
GSYH Büyüme	7,4 % yıllık değişim (2018)
Enflasyon	2,80 % yıllık değişim (2018)
İşsizlik	6,10 % yıllık değişim (2018)
Girişimcilik Endeksi	28 % GEDI 2018

Kaynak: Dünya Bankası, Küresel Girişimcilik Endeksi 2018

Hindistan Cumhuriyeti yani Hindistan, ülke ekonomisini iki farklı grupta ele almak mümkündür. Bir grupta orta sınıfın en zekilerini çalıştıran rekabette küresel güce sahip, bilgiye dayalı hizmetler sektörü, diğer grup ise ülkedeki mevsimsel yağışlara bağlı olarak eğitim seviyesi ilk gruba göre daha düşük olan işçilerin çalıştığı tarım sektörü yer almaktadır. Hindistan ekonomisinde imalat sektöründe alışılmış olan kalitesiz ürünler nedeniyle yetersiz bir seviyededir; Ancak , bu durum son yıllarda değişim göstermektedir. Ülke ekonomisindeki hizmetler sektöründe meydana gelen güçlü büyümeler sonucunda sektörün Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla içerisinde aldığı pay 2015 yılı temel alındığında % 58,9 olarak gerçekleşmiştir. Ülke ekonomisinde tarım faaliyetlerinin yürütüldüğü sektörün payı ise sadece % 16,6 seviyesinde gerçekleşirken sanayi sektörünün ülke ekonomisi içerisindeki payı % 24,5 olarak meydana gelmiştir. Dünya Bankası verileri göstermektedir ki son yıllar incelendiğinde Hindistan Cumhuriyeti ülke ekonomisinin tarıma dayalı olan bağımlılığı azalmış olsa da Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla içerisindeki dalgalanmalar, hala ülke ekonomisini yıllık gerçekleşen Muson yağmurlarının sonucuna göre şekillendirebilmektedir. Ülke ekonomisinde toprak sahibi olan kesimin yoğunluğu toprağı sadece geçimlerini sağlayabilecek şekilde işlemekte ve bu ölçekte tarım yapmaktadırlar. Çoğu çiftçi, ailelerini yoksulluk sınırının altında bir seviyede geçindirmeye çalışmaktadır. Dünya temel alındığında Hindistan ülkesi özellikle de kırsal alanda insani gelişim endeksleri

bakımından en kötü şartları barındırmaktadır. Bunlar ile birlikte Hindistan ekonomisi aynı zamanda çok sayıda nitelik olarak yüksek nitelikte işgücüne ve birkaç uluslararası endüstriyel gruba sahiptir.

Hindistan Cumhuriyeti ekonomisi incelendiğinde ülkenin sektörler itibariyle gelişimi şöyle gösterilmektedir. 2014 yılında tarım sektöründeki ekonomik büyüme % 0,2 sanayideki büyüme % 5,9 hizmet sektöründeki büyüme % 11,6 olarak gerçekleşmiştir. 2015 yılına gelindiğinde tarım sektöründeki büyüme % 1,2'lik artış göstermiş, sanayi sektörü % 7,4 oranında artış göstermiş, hizmetler sektörü işçi % 9,9 oranında bir artış göstermiştir. 2016 yılına gelindiğinde ise tarım sektörü % 2'lik bir büyüme, sanayi sektörü % 8,1 büyüme, hizmet sektörü ise % 8,8 oranında bir büyüme göstermiştir. 2017 yılı için ise tarımda % 3,0 sanayide % 7,4 hizmet sektöründe ise % 8,1 olarak büyüme beklenmektedir. Hindistan ülke ekonomisi içerisinde yıllık olarak meydana gelen değer, büyümedeki verilere bakıldığında Ülke ekonomisi 2009 yılında % 8,5 2010 yılında % 10,3 2011 yılında % 6,6 2012 yılında % 5,6, 2013 yılında % 6,6, 2014 yılında ise % 7,2 büyümüştür. Hindistan ülke ekonomisindeki büyüme 2011, 2012 ve 2013 senelerinde Dünyadaki konjonktürel yorgunluktan dolayı beklenen seviyelerin altında gerçekleşmiştir. 2013 yılından sonra yeniden ekonomideki büyümenin yukarı yönlü ivmelenmesi ile Hindistan Cumhuriyeti ülke ekonomisi 2015 ve 2016 yılları itibariyle % 7,6 dolaylarında bir büyüme elde etmiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, Fransa ekonomik genel görünüm)

2.3.8. İtalya

Akdeniz'in en büyük adası olan Sicilya ve Sardinya adalarına sahip Avrupa'nın Güneyinde bir ülkedir. Resmi adı İtalyan Cumhuriyetidir. Dünya Bankası 2018 verilerine göre ekonomik yapısı itibariyle Gayri Safi Yurtiçi Hâsılası 2.181 trilyon dolar olarak belirtilmiştir. Kişi başına düşen Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla ise 35.914 dolardır. İtalyan Cumhuriyeti 2018 Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla büyüme oranı yıllık % 1,54 olarak gerçekleşmiştir. İtalyan Cumhuriyeti ülke enflasyon oranı 2018 yılı itibariyle % -1,6 olarak gerçekleşmiştir. Ülkedeki işsizlik oranı % 9,9 olarak meydana gelmektedir. 2018 yılı itibariyle ülkenin girişimcilik endeksi yüzde 41 olarak hesaplanmıştır (Dünya Bankası, GEDİ 2018 Raporu).

Tablo 2.3.8. İtalya Cumhuriyeti Ekonomisi Genel Görünümü

Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla	2.181 Trilyon USD (2018)
Kişi Başına GSYH	35.914 USD (2018)
GSYH Büyüme	1,54 % yıllık değişim (2018)
Enflasyon	-1,6 % yıllık değişim (2018)
İşsizlik	9,9 % yıllık değişim (2018)
Girişimcilik Endeksi	41 % GEDI 2018

Kaynak: Dünya Bankası, Küresel Girişimcilik Endeksi 2018

Dünyada Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla sıralaması olarak 8. Dünya ekonomisi olarak Avrupa'da ise 4. ekonomi olarak 2016'da yerini almıştır. İtalyan Cumhuriyeti ekonomisinin 2016 yılında Gayri Safi Yurtiçi Hâsılasının % 2,1'ini tarım kesimi ile % 24,1 ile sanayi sektörü ile elde etmektedir. % 73,8'ini hizmet sektörü oluşturmaktadır. Avrupa Birliği'nin kurucu üyeleri arasında yer alan İtalya aynı zamanda G8 adı verilen sanayileşmiş ülkeler grubuna girmektedir. İtalya ekonomisi ikinci Dünya Savaşı sonrasında yaşadığı ağır ekonomik sıkıntılardan dolayı, ABD'nin gerçekleştirdiği Marshall Planı ile sanayi sektörünü yeniden yapılandırarak ihtiyaç duyduğu dış sermayeyi elde etmiş, sanayi sektöründe istihdam edilmek üzere ihtiyaç duyduğu işçi ve iş gücünü ise ülkesine göçmen olarak yerleşen ülkenin Güney coğrafyalarında yer alan göçmenlerden temin etmiştir. Bu şekilde 1950'li ve 1960'lı yıllarda iki önemli itici gücü bir araya getirerek zayıf bir tarımsal ekonomiden güçlü bir sanayi ekonomisine geçiş sağlamıştır. İtalyan Cumhuriyeti ekonomisinin en gelişmiş sektörler arasında yer alan yapı, kimya, mekanik ve taşıt araçları başta gelmektedir. İtalyan Cumhuriyeti ülke ekonomisinde faaliyet göstermekte olan dört buçuk milyon şirketin olduğu tespit edilmiş ve bu şirketlerin % 95'inin mikro ölçekli şirketler olduğu ve bu şirketlerin % 99'una yakınının aile şirketi olduğu ve bu şirketlerin ülke ekonomisi içerisindeki işgücü ve istihdama % 46 oranında destek veren yani rakamsal olarak 18 milyona yakın kişiyi istihdam ettikleri açıklanmıştır. Bahsi geçen sanayi sektöründe Bugün İtalyan Cumhuriyeti'nde 200'den fazla sanayi bölgesi'nin mevcut olduğu bilinmektedir. Ülke içerisindeki büyük ölçekli firmaların Kuzey ve Orta İtalya'da faaliyet gösterdikleri ülkenin güneyinde ise tarım ve turizme dayalı faaliyet gösteren küçük işletmelerin olduğu bilinmektedir. Sanayi alanında faaliyet gösteren firmaların her biri, üretim aşamalarının her alanında iş bölümü ve uzmanlaşma sağlamış ve birbiriyle çok sıkı ekonomik ilişkiler barındıran bir alan oluşturmuşlardır.

İtalyan Cumhuriyeti ile Türkiye arasında ticaret hacmi 2016 yılında 2015 yılı ile karşılaştırıldığında % 1,5 artış ile 17 milyar 801 milyon dolar, ihracatımız 7 milyar 581 milyon dolar, ithalatımız ise % 4'lük bir düşüş ile 10 milyar 319 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, Fransa ekonomik genel görünüm).

2.3.9. Brezilya

Resmi adıyla Brezilya Federal Cumhuriyeti, Güney Amerika Kıtası'nda yer alan, kıtanın en büyük ve en kalabalık ülkesi olarak bilinmektedir. Ülkenin başkenti Brezilya'dır. Brezilya Federal Cumhuriyeti ekonomik yapısı içe dönük ve serbest piyasa koşullarının geçerli olduğu bir yapıya sahiptir. Latin Amerika'nın yurtiçi hâsıla bakımından en büyük birinci ekonomisidir. Aynı zamanda Dünya ekonomisinde dokuzuncu olarak sıralamada yer almaktadır. Brezilya Federal Cumhuriyeti ekonomisinin yapısı; Rusya, Çin ve Hindistan gibi yani BRIC ekonomileri ile beraber 2050'li yıllara gelindiğinde Dünyanın ekonomik olarak gidişini belirleyecek güce sahip olan ülkelerden biri olduğu tahmin edilmektedir. Ülkenin şu anki mevcut ekonomik durumu ise Dünya Bankası 2018 verileri ile şu şekilde ifade edilmektedir. Brezilya Federal Cumhuriyeti 2018 yılı Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla geliri 2.138 trilyon dolar, kişi başı düşen Gayri Safi Yurtiçi miktarı ise 10.224 dolar, ülkenin 2018 yılı Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla büyüme oranı % 2,26 olarak gerçekleşmiştir. Ülkede enflasyon oranı 2018 verileri ile % 8,73 dolaylarından gerçekleşmiştir. 2018 yılı işsizlik oranları ise % 11,7 olarak ilan edilmiştir. Ülkenin sahip olduğu girişimcilik endeksi ise 2018 verilerinde % 20 olarak ifade edilmektedir(Dünya Bankası, GEDİ 2018 Raporu).

Tablo 2.3.9. (Brezilya) Ekonomisi Genel Görünümü

Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla	2.138 Trilyon USD (2018)
Kişi Başına GSYH	10.224 USD (2018)
GSYH Büyüme	2,26 % yıllık değişim (2018)
Enflasyon	4,19 % yıllık değişim (2018)
İşsizlik	11,7 % yıllık değişim (2018)
Girişimcilik Endeksi	20 % GEDI 2018

Kaynak: Dünya bankası, Küresel Girişimcilik Endeksi 2018

Brezilya Federal Cumhuriyeti ülkede yaşanan krize rağmen hala BRIC ekonomileri arasındaki yerini korumaktadır. Bunun sebebi, yeni keşfedilen petrol rezervleri ile gelecekte Dünyanın Petrol devleri arasında olma ihtimalidir. Aynı zamanda ülkenin tedarikçilik ve zengin doğal kaynaklarının rolü de önemli bir etken olarak belirtilmektedir. Brezilya Federal Cumhuriyeti, Karayipler ve Latin Amerika bölgesindeki büyüklük olarak ve ürün çeşitliliği en fazla olan sanayi merkezi olarak tarif edilmektedir. Brezilya Federal Cumhuriyeti, gerek canlı hayvan ürünleri gerek tarım ürünleri gerek deri ve ayakkabı ile mineral ve metal ürünler ve ağaç ürünlerinde, Dünya çapında kıyaslandığında bir üstünlüğe sahiptir. Ülkedeki eyaletlerin yapısı itibariyle ülke ekonomisinin yarısından fazlasını ülkenin Güneydoğu bölgesinde yer alan Sao Paulo, Rio de Janeiro, Minas, Gerais ve Espirito Santo eyaletleri oluşturmaktadır. En hızlı büyüyen bölgesi ise Brezilya Federal Cumhuriyeti'nde Orta Batı bölgesi olarak belirtilmektedir. Ülkenin en geri kalmış bölgeleri ise Kuzey ve Kuzeydoğu bölgeleridir. Brezilya Federal Cumhuriyeti iç ve dış yatırımcıları ülke içerisindeki ekonomik faaliyetlere çekebilmek ve faaliyetlerin devamlılığı sürdürebilmek için ülke içerisinde çeşitli teşvikler sunmaktadır. Brezilya Federal Cumhuriyeti'nde yaşanan kuraklıklara rağmen toprağın kullanabildiği bölgelerde tropikal meyveler açısından bereketlilik devam etmektedir. Brezilya Federal Cumhuriyeti'nde İmalat Sanayi genellikle Sao Paulo eyaletinde yoğunlaşmıştır. Yine de Sao Paulo'nun, Yurtiçi Gayri Safi Hâsılada payının azaldığı gözlemlenmektedir. Petrol sanayi son yıllarda Rio de Janeiro eyaletinde gelişim göstermektedir. Brezilya Federal Cumhuriyeti 1990'lı senelerin sonlarında Liberalizasyon çabaları ile ekonomik politikalar yürüterek özellikle alt yapıda modernizasyonu ve otomotiv sanayide özelleştirmeyi ve doğrudan yabancı kaynaklı yatırımları çekmesi sayesinde önemli gelişmeler kat etmiştir. Brezilya Federal Cumhuriyeti günümüzde hala nispeten kapalı ekonomi niteliğini taşımaya devam etmektedir. Ülke ekonomi politikaları olarak son birkaç yılda üç önemli hedefi odaklanmıştır. Bu hedeflerden birincisi ülke içerisindeki enflasyonu kontrol edebilmek ikincisi ülkenin dış ticaret dengesini sağlayabilmek ve son olarak ülkedeki ekonomik kalkınmanın desteklenmesini sağlayabilmektir. Brezilya Federal Cumhuriyeti, Dünyada küresel aktörler arasında olma yönündeki eğiliminde önemli aşamalar kaydetmiştir. Yapılan bir takım araştırma ve çalışmalar sonucunda 2020 yılında Brezilya Federal Cumhuriyeti'nin, dünyanın 5. büyük pazarı olabileceği ihtimali göz önünde bulundurulmaktadır. Ülkedeki dış ticaretin artması ile ülkede bulunan limanlardaki iş yükünün artışı ile ülkede yeni liman yatırımları ihtiyacı

ortaya çıkmıştır. Ülke trafiğinde artan otomobil ve taşıt sayılarından dolayı trafik yoğunluğu meydana gelmiş, karayollarında ve otoyollar da ciddi bir yatırım çalışması yapılması ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Türkiye ile Brezilya Federal Cumhuriyeti arasındaki ikili ticaret ilişkileri incelendiğinde, 2016 yılında ticaret hacmimiz yaklaşık 2,1 milyar dolar düzeyinde gerçekleşmiştir. Türkiye'nin Brezilya Federal Cumhuriyetine yapmış olduğu ihracat miktarı önceki seneye göre % 42,3 oranında düşüş göstermiştir. Yapılan ithalat oranında ise % 3,7'lik bir artış görülmektedir. Bu demek oluyor ki 2016 yılında Brezilya Federal Cumhuriyetine yapmış olunan ihracat 334 milyon dolar seviyesinde gerçekleşirken Brezilya Federal Cumhuriyetinden, Türkiye'ye yapılan ithalat ise 1,7 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu veriler ışığında Brezilya ile Türkiye arasındaki ticaret dengesi incelendiğinde, Türkiye'nin ticaret açığının arttığını ve yaklaşık olarak 1,4 milyar dolar seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir. Brezilya Federal Cumhuriyeti ile Türkiye arasında yapılan ticaretteki açığın Türkiye aleyhine işliyor olmasının etkisiyle iki ülke olarak karşılıklı ticari ve ekonomik ilişkilerin daha fazla geliştirilmesi çok daha önem kazanmıştır. Burada Brezilya Federal Cumhuriyeti ile Türkiye arasında istenilen oranda ihracat yapılamıyor olmasının temel sebeplerinden en önemlisi Brezilya Federal Cumhuriyeti'nin üçüncü ülkelere yönelik uygulamaya koymuş olduğu gümrük vergisi oranlarının aşırı derecede yüksek oluşudur. Türkiye'den 10 liraya çıkan bir ürün Brezilya Federal Cumhuriyeti gümrüğüne girişinde uygulanan tarife ile 16 liraya mal olurken, Brezilya Federal Cumhuriyeti hükümetinin MERCOSUR kapsamında anlaşma yaptığı tedarikçiler ise ürünü 13 liraya mal edebilmektedir. Bahsi geçen bu vergisel oranlar Türkiye'deki üretici ve tedarikçi firmalar için çok önemli bir engel teşkil etmektedir. Türkiye'nin bu sorunu aşabilmek için bir serbest ticaret anlaşması imzalaması büyük önem arz etmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, Brezilya ekonomik genel görünüm).

2.3.10. Kanada

Dünya'nın yüzölçümü bakımından en büyük ikinci ülkesi olan ve Kuzey Amerika kıtasının en kuzeyinde yer alan ülkedir. Başkenti Ottawa'dır. Dünya Bankası'nın 2016 yılı açıklanan verilerine göre Kanada ekonomisi 2018 yılı için Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla geliri 1.798 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Ülkede kişi başı Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla 48.466 dolar olarak belirtilmiştir. Kanada ülke ekonomisi Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla büyüme oranı ise yıllık bazda % 1,5 olarak açıklanmıştır.

Enflasyon 2018 verilerinde % 1,42 olarak gösterilirken, işsizlik verileri 2018 yılı için % 7,0 dolaylarında gerçekleşmiştir. 2018 yılı girişimcilik endeksi ise % 79 olarak açıklanmıştır(Dünya Bankası, GEDİ 2018 Raporu)

Tablo 2.3.10. Kanada Ekonomisi Genel Görünümü

Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla	1.798 Trilyon USD (2018)
Kişi Başına GSYH	48.466 USD (2018)
GSYH Büyüme	2,08 % yıllık değişim (2018)
Enflasyon	2,0 % yıllık değişim (2018)
İşsizlik	5,60 % yıllık değişim (2018)
Girişimcilik Endeksi	79 % GEDİ 2018

Kaynak: Dünya Bankası, Küresel Girişimcilik Endeksi 2018

Kanada ülke ekonomisinin dış ticaretinde ağırlıklı olan ürünler doğal kaynaklar ve kereste ihracatı olarak belirtilmektedir. Ülkenin en önemli iş ortakları arasında Meksika, Çin ve ABD yer almaktadır. Kanada ülke ekonomisinin lokomotifi olarak madencilik, imalat ve hizmet sektörü ekonomik büyümede önemli rol üstlenmiştir. Uranyum ve çinko ürünlerinin Dünyadaki en büyük üreticisi konumunda yer almaktadır. Kanada aynı zamanda Dünyanın doğalgaz ve petrol rezervleri açısından da üst sıralarında yer almaktadır. Asya ekonomisi ve Kuzey Amerika pazarı ile genel ekonomik durum açısından iki ülke arasında bir köprü görevi gören önemli bir pozisyona sahiptir. Kanada ülke ekonomisi güvenilir yatırım ve güvenilir iş ortamı imkânları ile Dünyanın en önde gelen ekonomilerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma örgütü (OECD) ve aynı zamanda G7 ülkeleri arasında yer alan Dünyanın en zengin ekonomilerinde birisi olarak tanımlanmıştır. Kanada ülke ekonomisinde toplam ekonomik faaliyetlerin % 70'i ve istihdamın % 75'ini hizmet sektörü oluşturmaktadır. 1991 senesinden 2009 senesine kadar geçen süre içerisinde Kanada ülke ekonomisi herhangi bir ekonomik daralmaya hiç rastlanmamış her zaman performansı ile göze çarpan bir unsur olarak yer almıştır. Kanada ülke ekonomisi düşük işsizlik ve bütçe fazlaları ile sürekli bir büyüme içerisinde olmuştur. 2001 yılında yaşanan krizi 3 ay gibi kısa bir süre zarfı içerisinde bertaraf edebilmeyi başarmıştır. İlk defa 2009 yılında yaşanan kriz ile birlikte ekonomik daralma ve cari açık vermiştir. Kanada 2011 yılına gelindiğinde % 1,1 büyüme gösterirken ekonomisi 2012 yılında % 1,7 2013 yılında % 1,7 ve 2014 yılına gelindiğinde ise % 2,2 büyüme göstermiştir. Kanada ülke ekonomisinin bu

olumlu ve çekici cazibeli durumundan dolayı 2016 ve 2017 yıllarında ticaret için Türkiye öncelikli ülkelerden birisi olarak Kanada'yı belirlemiştir. 1990 yılından 2016 yılına kadar Kanada ile Türkiye arasındaki ticaret hacmi 8 kat gelişmiş ve ilk defa 2012 yılında Kanada ile Türkiye ticareti arasında Türkiye lehine bir veri çıkmış ve Türkiye 105 milyon dolar fazla vermiştir. 2016 yılına gelindiğinde 333 milyon dolarlık bir dış ticaret açığı vermiştir. Tarih 2016 yılını gösterdiğinde Kanada ile Türkiye arasındaki ticaret Türkiye'nin ihracat oranı % 8,8 oranında artış göstererek 730 milyon Dolar civarında gerçekleşmiştir. İthalatımız ise 2016 yılında bir önceki yıla oranla % 15 artış ile 1,1 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. Yapmış olduğumuz ihracatımızın % 15'i tarım sektörü içerikli olurken % 85'i ise sanayi sektörü içeriklidir. Ülkemizin, Kanada'dan gerçekleştirdiği ithalatımıza bakıldığında ise ülkemizin genel olarak ithal ettiği ürünler yarı mamul ve hammadde ithalatı ön plana çıkmaktadır. Kanada ekonomisi, Türkiye'nin yapmış olduğu ithalat resmi istatistiki açıklamalardan çok daha fazla olarak gerçekleşmektedir. Türkiye'den direk Kanada'ya ihracatın yapılmasının önündeki zorluklardan dolayı Türk menşeli ürünler önce Amerikan pazarına ondan sonra Kanada'ya giriş yapmaktadır. Bu da yapılan ihracatın istatistiksel veriler analizinde değişik değerler almasına sebep olmaktadır. Türkiye'den Kanada'ya ticaret yapmak Türkiye yatırımcıları açısından çok da karlılık göstermemektedir. Kanada yüksek vergi oranları ve merkezi hükümet uygulamalarının yanında Federal hükümetlerinde ayrıca tahsil etmiş olduğu vergi yükümlülüklerinden dolayı ağırlaşan şartlar ticaretin cazibesini yitirmesine sebep olmuştur (T.C. Ticaret Bakanlığı, Kanada ekonomik genel görünüm).

2.3.11. Türkiye

Türkiye Orta Doğu'da bir ülkedir. Türkiye ekonomisi, gelişmekte olan ekonomiler arasında gösterilmektedir. Türkiye, Dünyanın yeni sanayileşen ülkeleri arasında yer almaktadır. 2018 yılı için Türkiye Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla miktarı 763 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılı için Kişi Başı Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla miktarı ise 9.385 dolar olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılı Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla büyüme oranı ise % 4,7 olarak yıllık değişim göstermiştir. Enflasyon rakamları 2018 yılı için % 20,30 oranında gerçekleşmiştir. 2018 yılı işsizlik oranları ise % 11,6 oranında gerçekleşmiştir. 2018 yılı Dünya girişimcilik endeksi sıralamasında Türkiye % 45 temel puanla Dünyada 37. sırada yerini almıştır (Dünya Bankası, GEDİ 2018 Raporu).

Tablo 2.3.11. Türkiye Ekonomisi Genel Görünümü

Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla	763 Milyar USD (2018)
Kişi Başına GSYH	9.385 USD (2018)
GSYH Büyüme	4,7 % yıllık değişim (2018)
Enflasyon	20,30 % yıllık değişim (2018)
İşsizlik	11,6 % yıllık değişim (2018)
Girişimcilik Endeksi	45 % GEDI 2018

Kaynak: Dünya Bankası, Küresel Girişimcilik Endeksi 2018

Türkiye, serbest rekabet koşullarının geçerli olduğu, ekonomide motor gücün özel sektörde olduğu ve kamu otoritelerinin sadece düzenleyici mekanizma olarak görev aldığı bir ekonomik modeldir. Dış ticarete liberal yaklaşımli politikanın uygulandığı, mal ve hizmet ticaretindeki değişimin kuruluşlar ve bireyler arasında engel yaşamadan mübadelenin gerçekleştirildiği, serbest piyasa ekonomisi mevcuttur. Türkiye, ekonomide son yıllarda büyük çaplı yapısal reformlar gerçekleştirmiştir. Özelleştirme süreçleri hız kazandırılmış, devlet kurumlarında kamu ve maliye alanlarına düzen getirilmeye çalışılmıştır. Sadece mali piyasalarda değil, sosyal güvenlik, tarım, iletişim ve enerji, gibi alanlardaki faaliyetlerde de önemli derecelerde yapısal reformlar gerçekleştirilmiştir. Bu gerçekleştirilen yapısal reformlar ile kurumlarda bulunan zayıf altyapılar güçlendirilmiştir. Uluslararası piyasalarda meydana gelecek dengesizlikler ve oynaklıklara karşı ekonomik yapı daha dayanıklı bir hale getirilmiştir. Sermaye piyasalarındaki işleyiş ve mekanizmalar günümüz çağına uyumlu hale getirilmiştir. Bürokratik engeller ve işlerin aksamasına yönelik katı mevzuatlar ya kaldırılmış ya da esnetilerek daha asgari şartlarda gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Ekonomik büyüklük olarak kıyaslandığında Dünyanın 18. büyük ekonomisine Avrupa'nın ise 7. büyük ekonomisine sahiptir. Dünyada ki en güçlü ekonomilerin temsil edildiği G20 ülkeleri arasında aktif üyelerden birisidir. 2008 ve 2009 yıllarında Dünyada yaşanan küresel mali kriz nedeniyle, Dünya ekonomisinde birçok ülkenin ekonomik anlamda daralma yaşadığı dönemde, Türkiye gerçekleştirdiği yapısal reformlar ile kriz sonrası yaşadığı durgunluktan hemen sonra 2010 yılında % 9,2 büyüme göstererek ve 2011 yılında % 8,5 büyüme göstererek birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerinden daha iyi bir performans sergileyerek küresel krizin etkilerini hızlı bir şekilde bertaraf edebilmiştir. 2002 yılında 3.409 dolar olan kişi başı milli geliri 2014 yılında 10.404

dolar seviyelerine çıkarmıştır (T.C. Ticaret Bakanlığı, Kanada ekonomik genel görünüm)

Türkiye, ekonomisi üzerinde ticaret odaklı bir büyüme modeline geçmeye karar vermiş ve bunun ile birlikte birçok reform gerçekleştirirken, ithalat üzerindeki kısıtlama ve kotaları kaldırmış, korumacı uygulanan politikalar azaltılarak, döviz işlemleri serbestleştirilmiştir.

Tablo 2.3.11.1. Yıllara Göre Dış Ticaret Göstergeleri 2010-17 (Değer: Bin ABD \$)

Yıllar	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Dengesi	Dış Ticaret Hacmi	İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)
2010	113.883	185.544	-71.661	299.427	61,4
2011	134.906	240.841	-105.934	375.748	56
2012	152.460	236.545	-84.083	389.006	64,5
2013	151.802	251.661	-99.858	403.463	60,3
2014	157.610	242.177	-84.566	399.787	65,1
2015	143.838	207.234	-63.395	351.073	69,4
2016	142.529	198.618	-56.088	341.147	71,8
2017	103.323	148.979	-45.656	252.302	69,4

Kaynak: TÜİK 2017 Eylül

Yıllara göre dış ticaret verileri tablo 2.3.11.1’de incelendiğinde 2010 yılı itibariyle 2013 yılına kadar Türkiye’nin dış ticaret hacminde düzenli bir artış görülmektedir. Bu artışların her döneminde dış ticarete açık vererek hacmin arttığı, her dönemde ithalatın ihracattan daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. 2013 yılından 2017 yılına kadar geçen süre içerisinde ise Türkiye’nin dış ticaret hacminde kademeli olarak bir düşüş görülmektedir. Bu düşüş 2016 yılından 2017 yılına geçiş ile birlikte büyük bir oranda gerçekleşerek, dış ticaret hacminde önceki yıllara göre yüksek oranda düşüş göstermiştir. Bu ekonomik göstergelerde yaşanan olumsuz veri akışları ile 2023 ekonomik hedeflerini gerçekleştirmenin zorlaşacağını fark eden devlet yetkilileri, ekonomide yaşanan, istenmeyen durumlara karşı tedbir, önlem ve programlar geliştirmişlerdir.

Türkiye Kalkınma Bakanlığınca yayımlanan onuncu kalkınma planında 2023 hedefleri gözetilerek bir program oluşturulmuştur. Bu programda

- Nitelikli insan, güçlü toplum,
- Yenilikçi üretim, istikrarlı yüksek büyüme

- Yaşanabilir mekânlar, sürdürülebilir çevre
- Kalkınma için uluslararası işbirliği gibi dört ana tema baz alınarak öncelikli dönüşüm programları hazırlanmıştır.

Onuncu kalkınma planında temel hedefler olarak 2018 yılları ve 2023 yılı hedefleri belirlenmiştir bu hedefle bir tablo ile açıklayacak olursak;

Tablo 2.3.11.2. Onuncu Kalkınma Planı Temel Hedefler

TEMEL GÖSTERGELER	2018 YILI İÇİN HEDEFLER	2023 YILI İÇİN HEDEFLER
Milli Gelir(GSYH)	1,3 Trilyon Dolar	2 Trilyon Dolar
Kişi Başına GSYH	16 Bin Dolar	25 Bin Dolar
İhracat	277 Milyar Dolar	500 Milyar Dolar
İşsizlik	% 7,2	% 5

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı

Türkiye Kalkınma Bakanlığının yayımlamış olduğu Onuncu Kalkınma Planında temel amaçlar olarak; Milletin beklenti ve temel değerlerine dayalı yapısal değişimler gerçekleştirmek, sürdürülebilir ve istikrarlı bir yüksek büyüme trendi sağlamak, gelir seviyesi olarak yüksek gelir seviyesindeki ülkelerle aynı platforma geçebilmek, toplumsal refah seviyesini yaygınlaştırmak, kamu hizmetleri anlamında niteliklerin artırılması ve daha erişebilir hale gelebilmek, bölgeler arasında görülen gelişmişlik seviyeleri farklarını minimize edebilmek, kentlerdeki yaşam kalitelerini yükseltebilmek ve rekabet gücü yüksek oluşumlar yaratabilmek, millet içi daha onurlu ve daha mutlu bir yaşam sağlayabilmek, Türkiye Kalkınma Bakanlığının Onuncu Kalkınma Planı içerisindeki temel hedefleri arasında yer almaktadır (Cumhurbaşkanlığı Strateji Ve Bütçe Başkanlığı)

Türkiye Kalkınma Bakanlığının Onuncu Kalkınma Planında belirttiği dört odak noktadan birincisi olan nitelikli insan ve güçlü toplum kavramının altında, sürdürülebilirliğe sahip kapsayıcı bir kalkınma programı bakış açısıyla toplumsal refahın yaygınlaştırılmasını, hem birey olarak hem de toplum olarak yetkinliklerin ve niteliklerin daha da yükseltilmesi, yaşam ortamının daha sağlıklı ve güvenilir olup, yüksek standartlarda donatılmasını, hızlı tepki veren ve adil işleyen bir hukuk yapısı sistemiyle, kişilerin hak ve özgürlüklerini garanti altına alan, daha nitelikli ve etkin sağlık hizmetleri sunan, daha üretken ve bilgiyi faydaya dönüştüren bilen bir yükseköğretim anlayışına sahip, gelir dağılımındaki adaletsizliğin önlenmesi,

toplumsal birlik ve bütünlüğü arttırabilmek, ülkede aktif nüfus içerisinde istihdamda rol alan kayıt dışı oranın % 37,5 seviyesinden % 30 seviyelerine düşürebilmek, sürdürülebilirlik açısından mümkün kılınan bir sosyal güvenlik hizmeti oluşturmak gibi alt hedefler ile nitelikli insan ve güçlü toplum ana hedefini geliştirmek hedeflenmiştir. Türkiye Kalkınma Bakanlığının Onuncu Kalkınma Planında belirttiği dört odak noktadan ikincisi ise yenilikçi üretim ve istikrarlı büyüme olup, bu odak noktayı gerçekleştirmek için ise Türkiye'nin gelir seviyesi yüksek olan ülkeler arasına girmesi, sanayileşme sürecindeki hızın artırılması ve ülkedeki sermaye birikiminin artırılması, ülke mevcut kaynaklarının üretken alanlarda kullanılması, ülkede mevcut olan cari açığın daha düşük seviyelere getirilmesi, yeniliğe dayalı üretim modellerinin hızlandırılması, ekonomik olarak yıllık değerinde % 5,5 büyümenin sağlanması, ülke içerisindeki işçilikle mücadelede toplamda dört milyon iş imkânı yaratılması, küresel finans merkezleri arasında İstanbul'u ilk yirmi beşin içine sokabilmek, bütçe harcamaları içerisindeki paydan ARGE'nin payını % 1,8 e çıkartabilmek, bilgi toplumu dönüşümünde bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygın kullanımını arttırmak, ileri teknoloji ve orta üstü teknoloji ihracatının tutarını yükseltmek gibi hedeflerle gerçekleştirilmesi belirlenmiştir. Söz konusu planda yaşanabilir mekânlar ve sürdürülebilir çevre kavramında ise bölgeler arasında oluşmuş olan gelişmişlik farklılıklarını ortadan kaldırmaya çalışarak refah seviyesinin ülkeye dengeli yayılmasını sağlamak, refah düzeyi olarak kırsal bölgelerdeki imkân ve hizmetleri ülkedeki mevcut ortalamaya yakın tutmak oluşturulacak yeni yaşam ortamlarının, ekonomik gelişmede destekleyici ve kültür değerlerine dayanan tarzlarda oluşturulmasını sağlamak, ülkedeki barınma ihtiyaçlarının her kesim tarafından rahatça karşılanabilir hale getirilmesini sağlamak, şehirlerde bulunan su kaynaklarına erişimi sağlıklı ve güvenilir kılmak, yenilenebilir, çevreye dost uygulamaların sayısını arttırarak, doğal kaynaklardan elde edilen verimin devamlılığını sağlayabilmek gibi hedefler belirlenmiştir. Dördüncü ve sonuncu odak nokta ise kalkınma için uluslararası işbirliği, bu temel amacın gerçekleştirilebilmesi için ise uluslararası mecralardaki dinamiklerden daha fazla yararlanarak kalkınma sürecinde pozitif değer yaratmak ve edindiğimiz tecrübelerle diğer ülkelere bilgi transferi sağlayabilmek, evrensel çerçevede oluşturulacak barış, refah ve istikrar için gerekli olan kalkınmaya yönelik iş birlikleri gerçekleştirmek ve son olarak evrensel kalkınma tartışmalarında gündemin oluşturulmasında, Türkiye olarak aktif rol almak gibi amaçlar hedeflenmiştir. Bu bahsedilen amaçlar için devlet tarafından birtakım programlar oluşturulmuş ve

Türkiye Kalkınma Bakanlığının onuncu kalkınma planında öncelikli dönüşüm programları olarak şu şekilde sıralanmışlardır (T.C. Kalkınma Bakanlığı Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018).

- Üretimde verimliliğin artırılması programı
- İthalata olan bağımlılığın azaltılması programı
- Yurtiçi tasarrufların artırılması ve israfın önlenmesi programı
- İstanbul uluslararası finans merkezi programı
- Kamu harcamalarının rasyonelleştirilmesi programı
- Kamu gelirlerinin kalitesinin artırılması programı
- İş ve yatırım ortamının geliştirilmesi programı
- İşgücü piyasasının etkinleştirilmesi programı
- Kayıt dışı ekonominin azaltılması programı
- İstatistiki bilgi altyapısını geliştirme programı
- Öncelikli teknoloji alanlarında ticarileştirme programı
- Kamu alımları yoluyla teknoloji geliştirme ve yerli üretim programı
- Yerli kaynaklara dayalı enerji üretim programı
- Enerji verimliliğinin geliştirilmesi programı
- Tarımda su kullanımının etkinleştirilmesi programı
- Sağlık endüstrilerinde yapısal dönüşüm programı
- Sağlık turizminin geliştirilmesi programı
- Taşımacılıktan lojistiğe dönüşüm programı
- Temel ve mesleki becerileri geliştirme programı
- Nitelikli insan gücü için çekim merkezi programı
- Sağlıklı yaşam ve hareketlilik programı
- Ailenin ve dinamik nüfus yapısının korunması programı
- Yerelde kurumsal kapasitenin güçlendirilmesi programı
- Rekabetçiliği ve sosyal uyumu geliştiren kentsel dönüşüm programı
- Kalkınma için uluslararası işbirliği altyapısının geliştirilmesi programı

Türkiye hükümetinin 2017-2019 yılları Orta Vadeli Kalkınma programında yayımladığı üzere, Türkiye'nin ekonomik yapısının mali disiplinden taviz vermeden daha istikrarlı bir model oluşturarak ülke ekonomisinde mevcut olan enflasyonu daha aşağı seviyelere çekebilmek, istihdam olanaklarını daha da artırabilmek ve cari açığı

kontrol ederek daha fazla arttırmadan istikrarlı, sürdürülebilirliğe sahip kapsayıcı bir büyüme politikası oluşturarak, 2023 ekonomik hedeflerine başarıyla ulaşmayı hedeflemektedir.

Ülkedeki gelir kalemlerini çeşitlendirerek ekonomik zenginliği arttırmak için ekonomide ihracat odaklı büyüme ve özel yatırımlar sağlamak, bu proje kapsamında yurt içi tasarrufları artırarak oluşan sermaye artışını sanayiye nakledebilmek, sanayi sektöründe yapısal değişiklikler ve dönüşümleri hızlandırmak, mevcut yapı ve yeni oluşturulacak yatırımlarda verimlilik ve teknoloji düzeyini arttırmak, evrensel ekonomi pazarında daha rekabetçi bir modele sahip olarak, piyasada oluşan paydan daha fazla faydalanabilmek temel öncelikleri haline geldiği belirtilmiştir. Dünyada ülkelerin ekonomilerindeki daralmalardan dolayı evrensel büyüme rakamları hala zayıf ve kırılmalı bir şekilde gerçekleşmektedir. Düşük seviyelerde gerçekleşen evrensel büyüme oranları belirginleştikçe, Dünyanın alınan verilerde uzun vade için beklenen ortalama büyüme miktarının altında seyrettiği açıklanmıştır. Hükümetin yayımladığı 2017-2019 orta vadeli program bu ifadelerle anlatılmıştır. Veriler ülkeler ve gelişmişlik düzeyleri seviyelerinde incelenmeye başlandığında ise gelişmekte olan ülkelerdeki ekonomik hareketlilik ve büyümeler bir miktar sınırlı seviyede toparlanma gösterirken, gelişmiş ekonomilerde belirgin yavaşlama olduğunu orta vadeli programda ifade etmişlerdir. Birleşik krallık ülkesinde gerçekleştirdiği referandum ile Avrupa birliğinden ayrılma kararı alması ile birlikte finansal piyasalarda devam etmekte olan kırılmalıklar ve yetersiz talep gibi olumsuz verilerin derinliği bir miktar daha artmıştır. Bu olumsuz verilerin gelmesiyle küresel ekonomiye olan güvensizlik ve kaygılarda derinliğini artırarak devam etmişlerdir (Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü)

Evrensel ticarete ve yatırımlarda gözlemlenen yavaşlayan hareketlilik, evrensel talepte devam etmekte olan zayıf talep, ücret seviyesindeki düşüklükler, özel sektörün artan borçluluğu, Dünyadaki siyasal ve jeopolitik riskler de küresel ekonomiyi olumsuz etkilemektedir. 2015 yılında Türkiye ekonomisi orta vadeli program ile belirtilen beklentilerle aynı orantıda büyüme göstermiştir. bahsedilen küresel belirsizlikler ve tedirginlikler ve Dünya ekonomisinde yaşanan zayıf verilere kıyasla Türkiye ekonomisi büyümeye bir önceki döneme kıyasla sınırlı etki

sağlayabilmiştir. Sanayi sektöründe meydana gelen yavaşlama sinyallerine rağmen büyüme destek sağlamıştır.

Türkiye ekonomisinde 2016 yılının ilk yarısında kaynaklanan büyümenin yurt içindeki talepten kaynaklandığı görülmektedir. Tüketime dayalı büyümenin olduğu bu dönemde özel kesim tarafından gerçekleştirilen sabit sermaye yatırımları ise gerileme göstermiştir. 2016 yılı temmuz ayına gelindiğinde, tarım sektöründeki rekoltenin düşmesi, bacasız sanayi olarak tabir edilen turizm sektörünün yaşadığı olumsuzluklar ve sanayi sektöründe üretimdeki gerileme ile birlikte 15 Temmuz hain darbe girişiminin yaşanması ile büyüme üzerinde oluşan baskılardan dolayı büyüme oranları olumsuz etkilenmiştir. Hükümetin bu olumsuzlukları fark edip zamanında almış olduğu önlemler ile daha derin hissedilecek olumsuz verilerin gelmesi engellenmeye çalışılmış ve ekonomi sübvansede edilerek hızla normalleştirilmeye çalışılmıştır. Bu yaşanan talihsizlikler için her ne kadar önlem alınmış olsa da yatırımcı ve tüketici kanadı bu yaşanan olumsuzluklardan etkilenerek yatırımcı ve tüketici beklentilerinde negatiflikler oluşturmuş ve bu negatifliklerde 2016 yılında büyüme olumsuz etkilemiştir. Hem Dünyada yaşanan evrensel krizler ve hem de Türkiye’de yaşanan olumsuzluklar ile beraberinde 2014 yılında 157,6 milyar dolar olan ihracat 2015 yılında 143,8 milyar dolara, 2016 yılında 142,5 milyar dolara, 2017 yılı eylül verilerine bakıldığında 103,3 milyar dolara gerilemiştir. Son yılda ihracatta sert düşüşte hain darbe girişiminin ve sonrasında yaşanan durumların ülke ekonomisine olan güveni azalttığını dikkate alarak incelemekte fayda görülmektedir. Tüm bu yaşanan olumsuzluklar ile birlikte enerji ve dünya emtia fiyatlarındaki aşağı yönlü hareket ile ekonomik aktivitelerin ılımlı seyri ve olumsuz verilerin etkisini bertaraf etmek için alınan yurt içi teşvik edici programları sayesinde 2014 yılında 242,2 milyar dolar olan ithalat 2015 yılında 207,7 milyar dolara, 2016 yılında 198,6 milyar dolara ve son olarak 2017 Eylül verilerinde 148,9 milyar dolara gerilemiştir. Bu veriler 2014 yılında 85 milyar dolar olan dış ticaret açığının 2017 yılında 46 milyar dolar seviyelerine gerilediğini göstermektedir. Bu gelişmeler karşısında ülkenin dış ticaret açığının milli gelire oranında iyileşmeler olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü, Ekonomik Göstergeler)

Türkiye ekonomisi orta vadeli programın temel amacı, büyümede tüm faktörleri kapsayacak nitelikte istikrarlı bir büyüme elde etmek ve ülke ekonomisinin

maruz kaldığı enflasyon oranlarını makul seviyelere indirebilmek, ülke ekonomisinin vermiş olduğu cari açık miktarını aşağılara çekebilmek, ekonomide önemli yere sahip olan rekabet gücünü yükseltebilmek ve verimliliğin, istihdam oranlarının miktarını arttırabilmek, kamu maliyesinde işlevselliği ve etkinliği arttırarak, mali disiplinlerdeki toplam kaliteyi arttırmak Türkiye ekonomisi orta vadeli programının temel amaçları arasında belirtilmiştir. Türkiye ekonomisi orta vadeli programında özel kesim girişimlerinin önderliğinde sanayi sektöründe, içinde yenilikçilik barındıran, rekabet yapısı güçlü, daha dışa açık, oluşturduğu katma değeri yüksek olan, çevre yönetim sistemlerine ve ekolojiye uygun, ARGE tabanlı üretim modeline dönüşümün hızlanması beklenmektedir. Bu dönüşümün gerçekleştirilebilmesi için iş gücünde kullanılacak olan istihdamın niteliğinin arttırılması, girişimcilik kapasitesinin arttırılması, marka oluşturma ve ticarileşme alanlarında yaşanan süreçlerin etkinliğinin arttırılması, yatırım ve harcamalarda katma değeri yüksek olan sektörlerin desteklenmesi gibi politikalar uygulanması hedeflenmektedir. (Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü, Orta Vadeli Program)

Türkiye ekonomisi orta vadeli programında buraya kadar devletin hedefleri arasında; GSYH, Enflasyon, İstihdam, Net İhracat, Büyüme gibi başlıklarda, GSYH miktarını yukarı çekebilmek, enflasyonu daha aşağı seviyelere getirebilmek, istihdam, büyüme ve net ihracatta artışlar yaratabilmeyi temel almış ve bu hedefler doğrultusunda politikalar oluşturduğu görülmektedir. Verimsiz olan alanların etkinliği arttırarak verimlilik artışı ile sermaye ve enerjinin boşa harcanmasını engelleyerek, aynı zamanda büyüme için istihdam ve ihracat gibi alanlarda özel kesim için şartları daha ılımlı hale getirmek, evrensel kriz ve talep yetersizliğinin bulunduğu aynı zamanda jeopolitik belirsizlikler ve çeşitli terör olaylarından dolayı gerileyen yatırım harcamalarını tekrar canlandırmak ve rekabet gücü elde ederek uluslararası piyasalarda faaliyet göstermek isteyen tüm özel kesim yatırımcılarına destekler, imtiyazlar ve özendirici politikalar uygulayarak hedeflerine ulaşmayı planlamaktadır. En çok ARGE, yenilik tabanlı girişimcilere dikkatini çeken ve bu alanda faaliyet gösterecek olan girişimcilere önem vererek Türkiye ekonomisi orta vadeli programında bahsettiği hedefleri ve 2023 hedeflerini yakalamak istemektedir.

2018 Eylül ayında açıklanan Yeni Ekonomi Programı (YEP) ile sıkı para ve maliye politikaları eşgüdüm içerisinde yürütülerek tüketici enflasyonu, 2020 sonu

itibarıyla yeniden tek haneli oranlara, 2021 sonu itibarıyla da yüzde 6,0'a düşürülmesi hedeflenmektedir. Yeni Ekonomi Programında (YEP) makroekonomik hedefleri destekleyecek ve sürdürülebilir kılabacak nitelikli insan gücü ve güçlü toplum hedefi ile ilgili proje ve programların hayata geçirilmesi hedeflenmektedir. 2019 ve 2020 yıllarında potansiyel düzeyinin altında seyredeceği, 2021 yılından itibaren ise daha güçlü bir eğilimle toparlanma sürecine gireceği bir çerçeveyi esas alacağı belirtilmektedir. 2018 yılından başlayarak takip eden üç yıllık dönemde Türkiye ekonomisinin sırasıyla yüzde 3,8, yüzde 2,3, yüzde 3,5 ve yüzde 5,0 oranlarında büyüyeceği öngörülmektedir. Konjonktürel ve yapısal politika adımlarıyla ekonominin uzun vadede güçlü bir büyüme trendine yönelmesinin bir önkoşulu olarak görülen dengelenme döneminde işsizlik oranının 2019 yılı sonunda yüzde 12,1'e yükselmesi ve dengelenme sonrası toparlanma dönemi olarak nitelenebilecek 2021 yılında ise yüzde 10,8'e gerilemesi hedefler arasında yer almaktadır. Temel ekonomik büyüklükler incelendiğinde; Yeni Ekonomi Programında (YEP) GSYH (Cari Fiyatlarla) 2019 yılı için 795 Milyar \$ olarak hedeflenmiştir. 2020 yılı için 858, 2021 yılı için ise 926 milyar \$ olarak hedeflenmiştir. Kişi başı gelir ise 2019, 2020 ve 2021 yılları için ise sırasıyla 9.647 \$, 10.292 \$, 10.973 \$ olarak belirtilmiştir. İşsizlik beklentileri ise 2019, 2020 ve 2021 yılları için sırasıyla % 12,1, % 11,9 ve % 10,8 olarak hedeflendiği belirtilmiştir. İhracat göstergeleri ise 2019, 2020 ve 2021 yılları için sırasıyla 182 milyar \$, 191 milyar \$ ve 204,4 milyar dolar olarak hedeflendiği belirtilmiştir. İthalat göstergeleri ise 2019, 2020 ve 2021 yılları için sırasıyla 244,0 milyar \$, 252,0 milyar \$, 267,0 milyar \$ olarak hedeflenmiştir. Yeni ekonomi programı (YEP) ile enflasyon hedeflemesi; TÜFE yıl sonu % değişme 2019, 2020 ve 2021 yılları için sırasıyla % 15,9, % 9,8 ve % 6,0 olarak hedeflendiği belirtilmiştir (Yeni Ekonomi Programı 2019-2021).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM GİRİŞİMCİLİK

Dönemler arası geçişlerde sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş süreci ile birlikte artık eskisine göre beşeri sermaye önemini daha da arttırmıştır. Bireylerin gelir yaratma konusunda iktisadi faaliyetlere katkı yarattıkları beceri, bilgi ve benzer unsurlar olarak ifade edilen beşeri sermaye, insan faktörüne yönelik gerçekleştirilen yatırımlar ile artış göstermekte ve üretimde göz ardı edilemez bir girdi olarak karşımıza çıkmaktadır (Çakmak ve Gümüş, 2005).

Bu tanımlama ile anlaşılmaktadır ki eski üretim modellerinde kişinin kas ve emek gücünün yerini yeni üretim yöntemleri ve değişen toplum yapısı ile birlikte artık bilgi ağırlıklı üretim modelleri almaktadır. Söz konusu üretim sürecinin artık vazgeçilmez bir girdisi olarak insana yapılan yatırımların önemi artmış ve üretim süreçlerinde bilgi toplumuna dönüşüm ile birlikte üretimin en önemli girdilerinden birisi haline gelmiştir. Sanayi toplumlarından bilgi toplumlarına geçiş ile birlikte kas kuvveti ve ucuz emek yerini bilgi ve nitelikli üretim modellerine taşımıştır. Bu dönüşüm süreci ile ortaya birçok atıl iş gücü çıkmıştır. Artık eskisine göre daha az insan ile daha fazla üretim, katma değeri ve getirisi daha yüksek oranlı üretim bantları ile faaliyetler yürütülmeye başlanmıştır. Bu ise ülke ekonomilerinde önemli bir sorun olan istihdam ve işsizlik kavramlarını tetikleyici bir etki yaratmaktadır. Artık eskisine göre daha az istihdam ve daha az iş ile daha fazla üretim imkânı ortaya çıkmaktadır. Girişimcilik olgusu batı ülkelerindeki yüksek işsizlik rakamları ile baş edemeyen ekonomi politikaları ile gündeme gelmeye başlamış ve ilk kez tanımlanmaya 18. yy başlarına doğru yapılmaya başlamıştır.

3.1. Girişimcilik

Üretim faktörleri arasında sıralanan sermaye, toprak, teknoloji ve emek unsurlarını bir araya getiren, riski üstlenen, yenilik fırsatlarını kaçırmayan, oluşan fırsatları değerlendirebilen ve bu davranışlarından ötürü ülkenin ekonomisinde motor görevini gören üretimdeki faktör girişimciliktir (Eren vd,2012:369).

Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere girişimcilik ekonomik faaliyetlerde itici güç görevi gören ve üretim faktörlerini bir araya getirip etkin ve verimli bir şekilde kullanıma sunan ve bununla da katma değer oluşturmaktadır.

Schumpeter'e göre ise girişimci, yenilikçi olan ve inovatif olarak katma değer yaratan bir ekonomik aktördür. Girişimci, fırsatları değerlendiren ya da kendi fırsatını kendisi yaratan kişi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu fırsatları kullanma eylemini ise risk ve belirsizlikleri göze alarak meydana getirmektedir. Var olan kaynakları buldukları düşük verim ortamından daha verimli ve etkin kullanabilecekleri alanlara çekerek hem üretme özellikleri gösteren hem de tüm bu faaliyetleri meydana getirirken tüm bu gelişmeleri yöneten liderlik eden kişidir. Hatta ve hatta daha ilerisine giderek sürekli bir uğraş ve yenilik içerisinde olarak aktüel olana değil potansiyel olana yönelmeyi tercih edip, müşterilerden talepleri toplamak yerine müşterilerin kendilerinde o talebi oluşturmaya çalışan kişi olarak da tanımlanabilmektedir. Bunları daha kısa bir tanımla özetleyecek olursak bir girişimcide bulunması gereken dört önemli kıstas vardır diyebiliriz. Bunlar; risk alabilme, rekabetçi kişilik, proaktif yapıya sahip olma ve yaratıcı düşünebilme özellikleridir. Schumpeter'in bahsettiği yenilik kavramından daha ayrıntılı bahsetmeden girişimcilik kavramını ve girişimciliğin kapsamını önemini ve yaratıcı etkisini anlamak mümkün olmayacaktır. Çünkü girişimcilik birçok etkenin bir araya gelmesi ile oluşmuş olsa da yenilik bunların içinde vazgeçilmez olanıdır. Yenilik kavramını incelerken Schumpeter'in yeniliğe bakışı tanımlamaları, yenilik kavramından yenilik teorisine ve yenilik teorisinden de yenilik ekonomisine geçiş takip edilecek ve girişimcilik faaliyetlerini ayrıntılı şekilde açıklanacaktır. Prof. Dr. ÖZSAĞIR'ın yazmış olduğu "Yenilik Ekonomisi" kitabından yenilik kavramını açıklamaya çalışırken; ilk olarak yenilik teorisini devamında yenilik tanımı ve yenilik kavramının unsurları sırası ile incelenecektir. Daha sonra yeniliğin ölçülmesi, yenilik iklimi ve Türkiye'nin yenilik düzeylerinden bahsedilecektir.

3.1.1. Yenilik Kavramı

Türkiye, dünyanın ilk 10 büyük ekonomisi arasında yer alarak 500 milyar dolarlık ihracat hacmine ulaşmayı ve ulusal otomobil, uçak, gemi ve uydu ihraç eden ve üreten bir ülke olmayı hedeflemektedir. Bu teknolojik hedefe doğru, Türkiye'nin bilim, teknoloji ve yenilik alanlarında ilerlemesi esastır. Bu nedenle, ilgili kurumlar, yenilikçilik ve girişimciliğin olgunlaştığı ortamı sağlamak için girişimler üstlenmektedir. Ulusal Yenilik ve Girişimcilik Sistemi, ekonomik katma değer ve yetkin insan kaynağı yaratan teknolojiler üretir. Bu bağlamda Ar-Ge kaynaklı oyunculara Ar-Ge çalışmalarından gelen tüm kurumlar Türkiye Ulusal Yenilik ve Girişimcilik Sistemi'nde iş birliği içindedir (Tübitak, 2012:69)

Yenilik kavramı dünyada ilk defa 1911 yılında Joseph Schumpeter isimli bilim insanı tarafından dile getirilmiştir. Yeniliğin kalkınmanın itici gücü, harekete geçirici bir unsur olarak kullanılmasını öngörmüştür. Avrupa Komisyonu ile ortaklaşa hazırlanan ve uluslararası arenada geçerlilik kazanmış olan gitarist ve Oslo kılavuzu olarak geçen bildirmede yenilik kavramına da yer verilmiştir. Bu kılavuzdaki yenilik kavramı işletmelerde ya da organizasyonlarda farklı güncel ve önemli iyileştirmelerin yapılması ürün, hizmet, süreç gibi unsurlarda meydana getirilmesi hedeflenen olumlu değişiklikler şeklinde ifade edilmiştir (Canan, 2014:97)

Schumpeter'a göre yenilik, bir buluşun, bir icadın ticarileştirilecek ekonomiye kazandırılması olarak ifade edilmektedir. Schumpeter ekonomik hayatta meydana gelen değişimlerin ve gelişimin temelinde yenilik kavramının olduğunu ileri sürmektedir. Ayrıca Schumpeter buluş ile yenilik kavramları arasında ekonomik değer olarak bir bağlantı olduğunu ileri sürmektedir (Uçar vd, 2015:139)

Ayrıca yenilik kavramı kelime olarak özgün bir faaliyetin süreçler sonucunda ticari eleştirilmesini ifade etmektedir. Bununla birlikte yenilik kavramının rekabet üstünlüğü sağlayabilmek hakkında büyük bir etken olduğu görüşü akademik camia tarafından kabul görmektedir. Yenilik kavramı girişimcilik unsurunun ilk adım noktası ve ana unsuru niteliğindedir (Demir ve Semanur, 2014:118)

Yenilik, farklı bir şey yapma eylemidir. Üretim ya da hizmet sürecinde bunu yapabilir. Yönlendirme, mühendislik ya da bilgi yoğun iş hizmetleri gibi diğer hizmet sektörlerine göre daha az yenilikçi görülür. Yenilikçiliğin firmalar için üstün

performansa ve rekabet avantajına yol açtığı yaygın olarak kabul görür. Bu nedenle, yenilik yönelik isteklilik ve tutumları etkileyen engelleri anlamak hayati önem taşımaktadır. Böylelikle, yenilik engelleri, Batı ülkelerindeki perakende firmalar bağlamında daha fazla incelenmektedir (Tahseen vd, 2016:78)

Yenilik Kavramı; günümüzde bilimin ve ekonomi alanının şu an en fazla ilgilendiği ve sürekli batı literatüründe karşımıza çıkan inovasyon ile ifade edilmeye çalışılan olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. İnovasyon teriminin tam anlamıyla eşleşen Türkçe bir karşılığı bulunmaması ile birlikte zaman zaman yenilik, yenileşme gibi kavramlarla ifade edilmeye çalışılsa da tam karşılığı olarak inovasyon kavramını açıklamakta ve anlamını ifade etmekte yetersiz kalmaktadır.

Yenilik hem teknolojide yeni gelişmeler hem de işleri daha iyi yapan yeni metodlar ya da yollar sağlamaktır ve ürün değişimleriyle, süreç değişimleriyle, yeni pazarlama ve yeni dağıtım şekilleriyle açıklanabilir (Porter, 1995: 45).

Yenilik kavramının alan çalışması incelendiğinde karşılığının inovasyon kelimesi olduğu görülmektedir. İnovasyon kelimesi Latince bir kavram olan "innovatus" kelimesinin değişimi ile ortaya çıkmıştır. Innovatus kelimesi sosyal, idari ve kültürel alanlarda yeni uygulamaların geliştirilmesini ifade etmektedir. İnovasyon kelimesinin Türk dilindeki karşılığı, yenilikçilik, yenilenme ve yenilik gibi anlamlara karşılık gelmektedir. Bahsedilen bu kavramların inovasyonun tam olarak karşılamadığını ileri sürülen görüşler de bulunmaktadır (Elçi ve Şirin, 2007:118)

Bu ifade ile anlaşılacağı üzere yenilik yeni mal ve hizmetlerin, yeni yöntemlerin kullanılmasını ifade etmektedir. Yenilik kavramı bir süreci ifade etmektedir. Bir fikir ile doğup bir plan çerçevesinde işlenip somut bir şekle dönüşerek bir mal veya hizmet olarak ortaya çıkar, toplum yararına ve onların yaşantılarında kolaylık oluşturacak yapıda vücut bulur. İnovasyon kavramı basit bir ifadeyle yenilenme olarak ifade edilmesinden önce yenilenmede kurumsal bir formda ilerleyip, yenilenmiş veya yeni bir ürünün de içinde bulunduğu ticarileştirilebilme, pazarlanabilme özelliği taşıyan bir süreç olarak tam ifade edilebilir.

OECD ve AB terminolojisinde, inovasyon kavramı süreç olarak, pazarlanabilir durumdaki bir fikri, hizmet veya ürüne dönüştürme, bununla beraber üretim ve dağıtım

kanallarını geliştirerek bu ürün ve hizmeti toplumun yararına dönüştürmeyi ifade etmektedir (Özsağır, 2013:24).

Bu tanımlamada dikkati çeken asıl vurgu ise; yeniliğin esaslarından birisi olarak ifade edilen “pazarlanabilirliktir.” Bir diğer dikkat çekici husus ise fikir olarak kavramlaştırılan olgunun herhangi bir nitelendirilmesinin yapılmamasıdır. Ne var ki günümüzde meydana gelen yenilik konusu, ürünlerde ya da sağlanan hizmetlerde bulunan bilim ve teknoloji niteliği, çağın getirileri ile zaten yüksek oranda yenilik içerisinde bulunmaktadır. Yenilik içerisinde bulunan teknoloji ve bilim giderek artış göstermektedir. Bu durum bizlere inovasyon süreci içerisinde bulunan bilim ve teknolojinin artık daha yoğun bir şekilde kullanılacağı ve bundan sonraki inovatif süreçlerin ana kaynağının bilim ve teknoloji ekseninde oluşacağını göstermektedir. İnovasyon olarak ifade ettiğimiz yenileşme/yenilenme kavramı, son bir değerlendirme ile artık teknoloji ve bilimi, toplumsal veya ekonomik faydaya dönüştürme olarak ifade edilmektedir.

İnovasyon ile ifade edilen yenileşme ve yenilenme türleri arasında ürün ve süreç yöntemlerinin olabileceği gibi bir yeni kavram olarak örgütsel inovasyondan da söz edilebilir. Bu tür bir inovasyonun; önemli ölçüde örgüt yapısında değişimler ve değişiklikler meydana getirmesi, yönetim teknikleri olarak uygulamada ileri yönetim tekniklerinin kullanılması ve strateji uygulamaları olarak yenileştirilmiş stratejilerin kullanılması olarak ifade edilebilmektedir (Özsağır, 2013:25).

Bu anlatım ile yenilik süreçleri arasında üründe yenilik, üretim süreci ve dağıtım sürecinde yeniliğe ek olarak bir de yeni bir yenileşme kavramı olarak örgütsel inovasyondan bahsedilmektedir. Yönetim içerisinde ve örgüt yapısında yenilikler meydana getirdiği gibi strateji belirleme ve uygulamada da yenileşmenin olduğunu ifade etmektedir.

Schumpeter yenilik kavramı ile icat kavramını birbirinden ayrı tutarak ele almıştır. Yenilikten bahsederken gerçekleştirilen icadın pazara sürülerek ticari olarak satılmasından bahsederken, icat kavramını pazardan önceki fikri üretim olarak değerlendirmektedir. İcatların pazarlanabilme aşamasına gelmesiyle gerçekleşen yeniliklerin kalkınmada ve ekonomik büyümede itici güç olarak göstermektedir (İçke, 2011:69).

Schumpeter yeniliklerden bahsederken yenilikleri “yaratıcı yıkım” ifadesiyle nitelendirmektedir. Gerçekleştirilen yeni bir kombinin kendinden önceki birleşimin yerine geçerek eskinin var olan kurumsal yapısının yıkıldığını, eski olan gelenek tarzlarını, üretimdeki metotlarını, yönetim şekillerini ve pazarlama tekniklerini ve çalışma prensiplerini yok ederek yerlerine “yeni” diye adlandırılan bir sistemi getirmektedir.

3.1.2. Yenilik Türleri

Yenilik kavramını sınıflandırmak istersek farklı şekillerde bunu yapmak mümkündür. Yeniliğin hangi düzeyde olduğu, yeniliğin barındırdığı farklılık ve değişimin ne düzeyde gerçekleştiği gibi bakımlardan sınıflandırmak istersek yenilikleri 3 ana başlık altında sınıflandırıp inceleyebiliriz

- Ürün yeniliği
- Süreç Yenilikleri
- Organizasyonel Yenilikler
- Pazarlama Yenilikleri
- İcat Yeniliği
- Hizmet Yenilikleri
- Yönetim Yenilikleri
- Sosyal Yenilikler

3.1.2.1. Ürün Yeniliği

Ürün yeniliği; performans özellikleri arttırılmış bir ürünün ticarileştirilmesi ya da benimsenmesini ifade etmekte ve en basit ifadeyle “yeni bir ürün” olarak tanımlanmaktadır. (Sungur, 2007: 12).

Ürün yeniliği, yeni bilgi ve teknolojilerden yararlanabilir ya da mevcut bilgi ve teknolojilerin yeni kullanımlarına veya bunların bir birleşimine dayanır. Ürün yenilikleri, hem yeni mal ve hizmetlerin pazara sunulmasını hem de mevcut mal ve hizmetlerin işlevsel veya kullanıcı özelliklerinde yapılan önemli iyileştirmeleri içermektedir (OECD, 2005: 52).

Ürün yeniliği son tüketici için ortaya konulan farklılığı ifade etmektedir. Ürün yeniliğinin temel amaçlarından birisi de işletmenin pazardaki varlığını kalıcı hale getirmektir. Mevcut pazardaki karlılığı arttırmak ürün yeniliğinin bir diğer amacıdır.

Ürün yeniliği kapsamında zaman yönetimi stratejik değer taşımaktadır. Ürün ya da hizmet konusundaki yeniliğin zamanlaması, rekabet üstünlüğü sağlama hususunda büyük önem arz etmektedir (Demir, 2008:118). Ürün yeniliği konusunda en önemli husus ortaya konulan hizmet ya da ürünün özgün özellik taşınmasıdır (Duru, 2014:58)

3.1.2.2. Süreç Yenilikleri

Yenilik çeşitlerinden bir diğeri de bu süreç yeniliğidir. Süreç yenilikleri, üretim dağıtım, yönetim gibi süreçlerde kökten ya da geniş kapsamlı yapılan yenilikleri ifade etmektedir. Süreç yeniliklerinde derin ve kökten değişimlerin yer alması gerekmektedir. Süreç yeniliğindeki amaç zaman kaybını önlemek kaliteyi arttırmak maliyeti azaltmaktır. Süreç yenildiğinde yazılımsal teknik teçhizatlar da söz konusudur (Demir, a.g.e.:118.)

AB ve OECD literatürüne göre, yenilik, süreç olarak, "bir fikri pazarlanabilir bir ürün ya da hizmete, yeni ya da geliştirilmiş bir imalat ya da dağıtım yöntemine, ya da yeni bir toplumsal hizmet yöntemine dönüştürmeyi" ifade eder. (TÜBİTAK, 1997). Bu yenilik, teknikler, teçhizat veya yazılımlarda önemli değişiklikleri içermekte ve birim üretim ve teslimat maliyetlerini azaltmak, kaliteyi arttırmak, yeni ürünler üretmek üzere yapılmaktadır (OECD, 2005: 53).

Yeniliklerin ürün ve süreç yeniliği olarak ayrılması her zaman kolay fark edilemez. Zira maliyet düşürücü bir süreç bazen ürün yapısındaki bir değişiklikte de beraber ortaya çıkabilir (Dolanay, 2009: 176).

Süreç yenildiğinde mevcut süreçlerde yenilikler yapılabildiği gibi ortaya çıkacak yeni süreçlerin hazırlanması ve diğer süreçler ile entegrasyonunu sağlamada görülebilmektedir. Eğer süreçlerde meydana gelen değişikliklerin hepsi pozitif yönde göstermiyor ise süreç yeniliklerinden bahsedilemez (Duru, a.g.e.:58).

3.1.2.3. Organizasyonel Yenilikler:

Bir organizasyonel yenilik, firmanın ticari uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerinde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır. Organizasyonel yeniliklerin, idari maliyetlerini ve işlem maliyetlerini düşürmek, işyeri memnuniyetini iyileştirmek ya da araç gereç maliyetlerini düşürmek suretiyle firma performansını artırması öngörülebilir (OECD, 2005: 55).

İşletmelerin uygulamış oldukları yenilik politikaları içerisinde, yönetim modellerinde işletme kültürünün oluşturulması ve işletme ikliminin verimli hale getirilmesine yönelik kullanılabilmektedir. Organizasyonel yenilik konusunda dikkat edilmesi gereken hususlardan birisi oluşturulan yeniliğin daha önceki sistemlerle entegrasyonunun yapılması gerektiğidir (Elçi ve Şirin, 2007:118)

Organizasyonel yenilik temel olarak maliyeti düşürme, işleyişi hızlandırma, performansı artırma, mevcut iş gücünden maksimum düzeyde faydalanmayı amaçlamaktadır(Duru, a.g.e:58)

3.1.2.4. Pazarlama Yenilikleri

Yenilik türlerinden bir diğeri de pazarlama yeniliğidir. Pazarlama konusunda oluşturulan yenilikler, ürün ve hizmet pazarlamasındaki yenilikler veya mevcut ürün ve hizmetin farklılaştırılarak pazarlamada yenilikler oluşturmasıdır. Pazarlama yeniliğinin gerçekleştirildikten sonra ürün ya da hizmetin son tüketici tarafından kolay ulaşılabilir ve müşteri sadakatinin sağlanabilir seviyede olması gerekmektedir. Piyasaya sürülen yeniliğin ilgi uyandırması ve satışlarında kar elde ettirmesi pazarlama yeniliğinin temel unsurlarındandır(Demir, a.g.e,:118)

Bir pazarlama yeniliği, ürün tasarımı veya ambalajlaması, ürün konumlandırması, ürün tanıtımı veya fiyatlandırmasında önemli değişiklikleri kapsayan yeni bir pazarlama yöntemidir. Pazarlama yenilikleri, firmanın satışlarını artırmak amacıyla, müşteri ihtiyaçlarına daha başarılı şekilde cevap vermeyi, yeni pazarlar açmayı veya bir firma ürününü pazarda yeni bir şekilde konumlandırmayı hedeflemektedir (OECD, 2005: 53).

Bazı durumlarda pazarlama yeniliği mevcut ürün ya da hizmetin farklı pazarlara kaydırılması şeklinde gerçekleşebilmektedir. Farklı tasarımları, ambalaj tasarımları, farklı pazarlama yöntemlerinin geliştirilmesi, bu farklılıkların uygulanması pazarlama yeniliğinin bir diğer unsurudur (Elçi ve Şirin, 2007:118)

3.1.2.5. İcat Yeniliği

İcat yeniliği, fikir aşamasından başlayıp daha sonra bu fikrin geliştirilerek ürün ya da hizmet şeklinde sunulmasıdır. Burada girişimci düşünce kavramı ortaya girmektedir. Konuşan fikrin uygulamaya somut hale getirilmesi girişimci düşüncenin

yönü niteliğindedir. İcat çoğu zaman mevcut piyasada olmayan bilinmeyen ve daha önce düşünülmemiş olan somut yenilikleri kapsamaktadır. Bu noktada icat kavramı ile yenilik kavramı sıkı ilişki içerisinde (Ovacı, 2015:44)

3.1.2.6. Müşteri Yenilikleri

Yenilik türlerinin bir diğeri müşteri ya da hizmet yeniliğidir. İşletmelerin son tüketici olan müşteriye sunmuş oldukları hizmet ve bu hizmetlerin kullanım sonrası geri dönüşlerinin takip edilmesinde meydana gelen yenilikleri kapsamaktadır (Akça, 2015:98)

İşletmelerin teknoloji ve örgütsel yapılarını kullanması hizmet yeniliklerinde önemli bir unsur olmakla birlikte mevcut insan kaynaklarını da kullanması hizmet yeniliği açısından son derece gereklidir (Demir, a.g.e:118)

3.1.2.7. Yönetim Yenilikleri

Yönetim yenilikleri işletmelerin mevcut yönetiminde yenilikler yapması ya da yeni yönetim modelleri benimsemesini ifade etmektedir. İşletmelerin kendi bünyesinde geliştirmiş oldukları yönetim yenilikleri işletmeye özgü yenilikleri ifade etmektedir. Bunlarla birlikte yönetsel yenilik diye tüm yeniliklerin oluşturulabilmesi için ön koşul olarak kabul edilebilmektedir. Yönetim yenilik anlayışını benimsemiş herhangi bir yeniliğin ya da farklılığın benimsenmesi de söz edilemez. Günümüz ekonomi dünyasından şirket ortaklıkları şirket birleşmeleri şirket evlilikleri ve şirketlerin yapılarındaki değişmelerin tümü yönetsel yeniliklerin kapsamı içerisine girmektedir (Atar, 2015:74)

İşletmelerin yönetim yeniliklerine yönelmesinin temelinde maliyet düşürme, yönetim süreçlerini hızlandırma, verimliliği artırma ve motivasyonunu sağlama gibi gayeleri yatmaktadır. Yönetsel yenilikler işletmelere hızlı karar alabilme ve taklit edilemeyen kendine has yönetim yapısı oluşturması nedeniyle rekabet üstünlüğünde de destek sağlamaktadır (Demirel,2015:115)

3.1.2.8. Marka Yenilikleri

İşletmeler marka bilinirliğini arttırarak hem mevcut müşteri sadakatini sağlamakta hem de potansiyel müşterilerine ulaşmayı amaçlamaktadır. Yenilik

markaların kimlik kazanmasında rol oynarken aynı zamanda marka dinamizmini de sağlamaktadır

Rekabetçi ekonomi dünyasında, işletmeler hem müşteri sadakati, müşteri aidiyetini sağlamalı hem de yeni müşterileri bünyelerine katmaları gerekmektedir. İşletmeler yeni marka oluştururken ya da mevcut markalarını kişileştirirken yeniliğin özelliklerinden yararlanmaktadır. Özellikle, marka tanıtımı ve promosyonlarındaki yenilikler ve bu yeniliklerin dönüş hızı, dönüş miktarı, verimlilik konuları marka ile yeniliği ayrılmaz bir bütün haline getirmektedir (Kasalak, 2014:98)

3.1.2.9. Sosyal Yenilikler

Sosyal yenilik kavramı tanımlanması gerekir ise “istihdam, eğitim, sağlık, sivil toplumun geliştirilmesi, kamu politikaları ve yönetimi gibi toplumsal konularda halkın tüm katmanlarına fayda sağlayacak ürün veya hizmetlerde yenilik, değişiklik ya da iyileştirme faaliyetlerinin geliştirilmesi ve uygulanması sosyal yenilik” şeklinde ifade edilebilmektedir (MÜSİAD, 2012:66)

3.1.3. Yenilik ve Yenileşmeyi Zorunlu Hale Getiren Gelişmeler

Tarihin akışına baktığımızda yenilik kavramının aslında o kadar da yeni bir kavram olmadığını görmekteyiz. Yaşam süreci yenilik ve yenileşme üzerine akmaktadır. Bugün eski dediğimiz birçok kavram gününün yenilik anlayışı ve yenilik perspektifini yansıtmaktadır. İnsanlık tarihini incelediğimizde tarih bizlere bilgi, bilim ve teknolojinin değişimini ifade eden bir yenilikler sıralaması olarak karşımıza çıkmaktadır. Sanayi toplumunun gelişmesi ile 20. Yüzyılın endüstriyel alanda gösterdiği yenilikler ile ekonomik büyüme ve kalkınmayı desteklediği gibi 21. Yüzyılın ekonomik büyüme ve kalkınmasında ise bilişim teknolojilerindeki yeniliklerin motor güç olacağı çıkarımı yapılmaktadır. Klasik üretim anlayışının geride kaldığı bilim ve teknoloji tabanlı üretim modellerinin yaygınlaştığı çağımızda bilim ve teknoloji vazgeçilemez ve göz ardı edilemez bir konumda yerini almıştır. Artık katma değeri daha yüksek ve daha verimlilik tabanlı sistemler ile faaliyetler gerçekleştirilmekte ve tüm iktisadi oyuncular bu alanlarda tercihlerini kullanmaktadırlar. Bilim ve teknoloji, üretim sistemi içerisinde vazgeçilmez bir hal almışken, bu teknolojik ve bilim tabanlı modelin sürdürülebilmesi, geliştirilebilmesi ve daha etkin halde kullanılabilmesi için yenilik ve yenileşme faaliyetlerinin önemi

ortaya çıkmaktadır. Yenilik ve yenileşmenin, bilim ve teknolojinin bir fonksiyonu olduğu evrenin içinde olduğumuz yadsınamaz salt bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüm bu anlatılanlardan yola çıkarak artık inovasyon sürecinin bilim ve teknoloji ile daha iç içe olduğu daha ilintili olduğunu söylemek mümkün olacaktır (Özsağır, 2013:42).

Schumpeter (1963), girişimcilerin yeniliklere uyum sağlama kabiliyeti ile iktisadi kalkınmayı birbiriyle bağdaştırır. Piyasaya sürülen yeni ürünlerin olması, üretimde teknolojinin geliştirilmesi, farklı piyasalara girilmesi, hammadde ile yarı mamul kaynaklarının tespit edilmesi ya da bu kaynakların değiştirilerek farklı bir şekilde piyasaya sürülmesi yenilikçilik olarak tanımlanabilir. Girişimcilerin yeniliklere uyum sağlama nedeninin temelinde kar etme arzusu yatmaktadır. Çünkü maliyetleri düşürecek veya karı artıracak olan bu yeniliklerdir (Çokgezen, 2012: 17).

İş hayatı incelendiği zaman işletmelerin zaman zaman zorluklarla karşı karşıya oldukları görülmektedir. Teknolojide meydana gelen değişimler, hızla değişen ekonomik yapı, siyasi değişimler değişen müşteri taleplerine cevap verebilme, mevcut sermayenin doğru değerlendirilmesi gibi zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Bu noktada yenilik kavramı önemini bir kez daha ortaya koymaktadır (Yapar, 2015:130)

Hiç şüphe yoktur ki zaman ilerledikçe bilim-teknoloji-yenilik üçlüsü birbirine sıkı bağlarla sarılı hale gelecektir. Birbirini tetikleyerek bir alanın yükselmesi ile diğer alanlarında yükselmesini sağlayacaktır. Bilim ve teknoloji politikalarının ana ekseninde var olan AR-GE kültürünün geliştirilmesi ile ortaya çıkarılan yenilik kavramının olmazsa olmaz yapı taşlarından biri ise rekabette yarattığı etki gücüdür. Ekonomik faaliyet gösteren birimlerin kendilerini geleceğe taşıyabilmeleri için daha fazla pazar payı ve karlılık oranlarına sahip olmaları gerekmektedir. Bu karlılık oranlarına sahip olabilmek pazar payından daha fazla pay alabilmek için rekabet koşullarını iyi yönetebilmeleri ve piyasadaki rakiplerine göre üstünlük elde etmeleri gerekmektedir. Tam bu noktada karşımıza rekabet gücünde önemli etkiye sahip olan yenilik kavramı çıkmaktadır. İster firma düzeyinde ister endüstriyel düzeyde ister uluslararası düzeyde olsun rekabet gücünü elinde bulunduranlar karlılık ve pazar payından daha fazla faydalanacaklardır. Rekabette firma boyutunda düşünecek olursak maliyet unsurlarında, kalitede, kullanılan üretim tekniklerinde, hizmeti sunma ve pazarlama ritüellerinde sağlayacakları avantajlar ile rekabet gücünü

arttırabileceklerdir. Bu gibi yeteneklere sahip olabilmek için gene bilgi yoğunluklu faaliyetler içerisinde gerek Ar-Ge çalışmaları olsun gerek stratejik yönetim teknikleri olsun bunlar ile yenilik yaparak rakiplerini geride bırakmaya çalışacaklardır. Endüstriyel rekabet gücünde ise piyasanın tüm aktörleri geride bırakıp tıpkı firma düzeyindeki icatçı ve yenilikçi anlayışı sergileyerek üstünlük sağlamaya çalışılacaktır. Uluslararası rekabet gücü ise firma ve endüstriyel rekabetteki gibi sadece ihracata ve dış ticaretteki artışlara dönük olmamakta, ülke kaynaklarının üstün verimlilikte kullanılması ve yüksek reel getiri gibi bunlara ek olarak yaşam kalitesi iyileştirmeler ve sürekli pozitif artışlar ile uluslararası piyasada pazar payını arttırmayı ifade etmektedir (Özsağır, 2013:59).

Kısaca özetlemek gerekirse, uluslar gelişmişliklerini buldukları zamanın uygun gördüğü icat ve buluşlarla yani İnovasyon diye tabir ettiğimiz yenilikler ile sağlamışlardır. Günümüzde de servet ve zenginliğin yolu inovasyondan geçmektedir.

Ancak geçmişe göre günümüzde ekonomik anlamda kazanım ve servet elde etmek için sermaye temelli değil, zenginlikler artık bilgi temelli forma dönüşmüşlerdir. Mevcut durumda rekabet gücü artık sermayeden yana maddi üstünlük temelli mukayeseler ile değil daha çok yetenek ve bilgiye dayalı olan yeni fikir ve fikirlerin içinde kullanıldığı ürün, süreç ve sistemsel ve pazarlamaya dönük çözümlere dayanmaktadır. Ekonomideki bu yeni akımın “yenilik ekonomisi” olarak adlandırılması yerinde olacaktır.

3.1.4. Yenilik Ekonomisinin Tanımı ve Yapısal Unsurları

Yenilik ekonomisi kavramı için bir tanımlama yapmak gerekirse şöyle bir tanımlamadan bahsetmek mümkün olacaktır. Hayatı daha kolaylaştırabilmek için var olan kaynakların verimliliğini arttırmak, harcanan zaman ve kullanılan emek miktarından tasarruf edebilmek adına iktisadi faaliyetlerde ki yenileşme ile ürün ve hizmet alanlarında yeni üretim süreçlerini ortaya çıkarmak, organizasyonel faaliyetlerde yenileşmiş modeller kurmak, yeni kanallar ile kullanılan yeni pazarlar ile modellemeler üzerinde geliştirme ve yenileşmeye odaklanılmış bir bilimsel disiplindir (Özsağır, 2013:66).

Bu tanımlama ile yenilik ekonomisi için, değişimi temel alan bir bakış açısına sahip olduğu, bilimsel, teknolojik ve bilgi tabanlı bir altyapı ile iktisat bilimi ve iş

yönetiminin arasında yer aldığı, temel olarak odaklandığı noktanın yenilik ve yenileşme kavramlarının oluşturduğunu söylemek mümkündür. Küçük ölçek ile değerlendirildiğinde yenilik ekonomisinin ekonomik fayda maksimizasyonu ve toplumsal fayda sağlamada bilim ve teknolojiyi kullandığını ifade ederken, daha büyük ölçekte değerlendirmek gerekirse makro etki anlamında sürdürülebilir bir büyüme elde edebilmek, toplumsal yaşam standartlarında yani refahta bir artış elde etmek işsizliği azaltabilmek adına istihdamı destekleyici bir uygulama yapabilmek ve rekabet yapabilmek gücünü arttırabilmek üzere yenilik ve yenileşmelerin ortaya çıkmasını hedefleyen bir disiplindir.

Tarihsel süreç incelendiğinde birçok iktisatçının yenilik ekonomisi üzerinde ifadeler ve beyanlarda bulunduğu ve bu yenilik ekonomisi kavramının adı gibi çokta yeni ortaya sürülmüş bir kavram olmadığını görebiliriz. Bu konuda en göze çarpan ve en etki yaratan çalışmaları Schumpeter'in yaptığını söylemek mümkündür. Schumpeter Yenilik Ekonomisi kavramını tanımlarken “yaratıcı yıkım” diyerek, eski gelenekleri, üretim biçimlerini, yönetim tarzlarını, pazarlamada kullandıkları yöntemleri eskiye göre yenilemiş olan yöntemlerin uygulanmasıyla yıkıcılık terimini kullanırken, ekonomik büyüme ve gelişmeyi bu yaratıcı yıkım kavramına bağdaştırmaktadır (Özsağır, 2013:66).

Hızlı bir şekilde değişim ve gelişim gösteren teknolojinin ilerlemeler kaydettiği günümüz Dünya düzeninde söz sahibi ülkeler arasında olmak ve kendi varlığını sürdürebilmek adına yenileşme ve yenilikte başarılı olmadan bunun elde edilemeyeceğinin altını çizerek, firma ve ulusların iktisadi açıdan gelişme ve rekabet gücünde sürdürülebilirliğe sahip bir üstünlük elde edebilmeleri için, inovasyon ile gelen yenileşme ve yenilik kavramlarının üzerinde durarak yenilik ekonomisinin öne çıkmasında önemli rol olarak, yenilik ekonomisinin temel yapı taşlarında bilimin, bilginin ve teknolojinin olduğunu vurgulayan Prof. Dr. Özsağır yeniliğin bir sonuç olarak, ürün, üretim yöntemi, sistem ve hizmette dönüştürülmesiyle somutlaştırıldığını ifade etmektedir.

Yeniliği bir yaratıcılık süreci sonucu somut ve cisimsel bir tanım olarak değil de, bir düşüncenin, bir fikrin somutlaşmış biçimi olarak ifade etmektedir. Var olanı değişik teknik uygulamalar ile yeni bir maddeye dönüştürme süreci olarak görmektedir. Burada dönüştürücü gücün bilgi olduğunu vurgulayan Prof. Dr. Özsağır,

bilginin bir zihinsel ürün olduğunu söyleyip, pazarlanabilir bir ürün formuna, yenileştirilmiş bir dağıtım kanalı ya da üretim sistemine, yeni olan toplumsal hizmete dönüştürmeyi esas alan bilimsel yaklaşımı yenilik ekonomisi olarak adlandırmanın mümkün olduğunu söylemektedir.

3.2. Girişimciliğin Önemi

Girişimciliğin hem ekonomik olarak hem de sosyal olarak iki önemli fonksiyonu bulunmaktadır. Girişimcilik kavramının ekonomik olarak içeriği maddeler halinde aşağıdaki gibi sıralanabilir (Bozkurt vd, 2012/1).

- İstihdam hacminin genişletilerek işsizliğin önlenmesinde,
- Ekonomik büyümenin hızlandırılmasında (Carree ve Thurik, 2003, Van Praag ve Versloot, 2007)
- Yeni endüstrilerin doğmasında (Carree ve Thurik: 2003)
- Refah düzeyinin yükseltilerek geniş bir toplumsal tabana yaygınlaştırılmasında ve orta sınıfın güçlendirilmesinde (İlhan, 2005)
- Bölgesel gelişmişlik farklarının ortadan kaldırılmasında ya da azaltılmasında (Özkul ve Dulupçu, 2007) işlevseldir.

Girişimciliğin sosyal alandaki fonksiyonları ise şu şekilde sıralanabilir;

- Birçok teknolojik buluşun toplumun yararı için yenilikçi ürün ya da hizmetlere dönüştürülmesinde (Acs ve Varga, 2005),
- Değer yaratmada,
- Toplumsal yapıda da değişimci/yenilikçi bir sürecin başlatılmasında,
- Girişimciliğin risk üstlenme, yenilikçi ve öncü olma niteliğinden dolayı tüm toplumların değişim ve gelişim süreçlerinde işlevseldir.

1950’li yıllar ile 1970’li yıllar arasında girişimciliğin ekonomideki önemi pek fazla anlaşılmamıştır. Çünkü o zamanlar girişimciliğe ait olan bakış açısı eski teknoloji ile üretim yapan ve etki alanı yetersiz, düşük görülmüş kuruluşlar olarak nitelendirilmiştir. 1970’li yıllardan sonra ekonomideki etkileri gözle görülür hale gelen ve var olan işsizlik gibi durumlara etki edebildiği anlaşılan girişimcilik önem kazanmaya başlamıştır. 1970’li yıllardan günümüze kadar gelen girişimcilik desteğinin sebebi, girişimciliğin bir ülkenin ekonomik olarak gelişip kalkınmasında önemli bir faktör olarak görülmesidir. Girişimcilik toplum ve işletme yapılarında bir

değişimi başlatır ve bunu ilerleterek geliştirir. Bu etkiler için ise öngörülen koşul girişimcilikteki yenilik kavramıdır. Bu kavram büyümeye ve üretmeye pozitif yönde etki eden bir kavramdır. Pazarda yeni ürün ve hizmetlerin doğması ile yeni ticaretlerin meydana gelmesini sağlamaktadır. Girişimci bu yenilikçilik fonksiyonunun doğması ile yeni fikirlerin oluşmasını, dağılmasını ve uygulanmasını hızlandıran bir harekettir. Yeni endüstri ve sektörlerin doğmasını sağlar. Yeniliklere uyum sağlayan sektörlerde artan verimlilik ile ekonomik büyümeyi arttırmaktadır. Eski zamanlara göre günümüzde tüketici tercihleri çok daha hızlı değişmekte moda ve tüketici talepleri hızlı şekilde değişmektedir. Girişimciler bu hızlı değişime kolay adapte olarak talepleri önceden sezinleyerek onlara uygun mal ve hizmetler sunmakta ekonomide durgunluğun önüne geçip canlılığı korumaktadırlar.

Türkiye'deki işletmelerin %99 gibi bir kısmını KOBİ'ler meydana getirmektedir. Bu KOBİ'lerin istihdam içerisindeki rolleri ise istihdamın %76'sına denk gelmektedir. Mevcutta olan yatırımların ise %26'sını oluşturmaktadırlar. KOSGEB verilerine göre ise ihracattaki payları %59,6 oranına denk gelmektedir. KOBİ yöneticileri kurumsal firmalardaki gibi maaş bordrolu profesyonel yöneticiler değildir. Kendileri bizzat girişimcidirler. Bu sebeptendir ki bütün maddi risk ve tehlikeleri üstlenip maddi katkının yanında kendi itibar ve adlarını da firma çıkarları için harcayan kişilerdir. Kurumsal firma yöneticilerinden farklı pozisyonda olduklarından bürokratik işlemlerden uzak, hızlı karar alan ve hareket edebilen yapılarıyla KOBİ'lerin girişimcilik ile ilişkilendirilmeleri son derece önemlidir (T.C. Sanayi Bakanlığı).

Girişimcilik faaliyetleri, sanayi merkezli toplum yapısından bilgi merkezli toplum yapısına dönüşüm ile birlikte eskisine göre daha fazla bir önem sahibi olmuştur. Bilgi ekonomisinin evrimi ile üretim faktörleri üzerinde insan temelli olan emek gücünün üretim faktörleri üzerindeki ağırlığı değer kaybederken, bilgiye dayalı olan üretim faktörlerinin değeri ve önemi daha fazla artmıştır. Bu noktadan hareket ile girişimcilik faaliyetlerinin önemi, üretimde yenilik ve yaratıcılık faaliyetleri üzerinde tamamlayıcı rol olarak ortaya çıkmıştır. Ayrıca sanayi ekonomisinden bilgi ekonomisine geçiş ile birlikte yönetsel alanlardan üretim alanlarına, üretim alanlarından ulaşım ve haberleşme alanlarına bakıldığında çok büyük bir sürat ile meydana gelen gelişme ve değişimler göstermektedir ki küresel ekonomi ve yenilik ekonomisinin ivme kazanmasında girişimcilik faaliyetleri önemini daha da arttırmıştır (Aktan ve Vural: 2016)

Girişimciliğin tarihsel süreç içerisindeki incelemesine bakıldığında girişimcilik farklı tür ve boyutlarda önem ifade etmektedir (Demirel ve Özbezek: 2015).

Bu türler;

- Bireysel Boyutta Girişimcilik Önemi
- Firma Boyutunda Girişimcilik Önemi
- Coğrafya Boyutunda Girişimcilik Önemi
- Ülke Boyutunda Girişimcilik Önemi
- Evrensel Boyutta Girişimcilik Önemi

Olarak sıralamak mümkündür. Bu anlamda çalışmanın bu kısmında bireysel boyutta, şirket boyutunda, coğrafya boyutunda, ülke ve evrensel boyutta girişimciliğin öneminden bahsedilecektir.

3.2.1. Bireysel Boyutta Girişimcilik Önemi

Bireysel boyutta girişimcilik faaliyetleri bireyin kendisinde var olduğuna inandığı potansiyelini gerçekleştirme imkânı sunan, bireyin yapmak istediklerini yapabilmek için kendisini gerçekleştirme imkânı bulmasını sağlamasıdır. Bireyler bir takım ihtiyaç ve istekleri duymaktadırlar. Bu ihtiyaç ve isteklerini karşılayabilmek için harekete geçer ve bu istemlerini gidermeye çalışırlar. Bu giderilmeye çalışılan ihtiyaç ve istekler kişilerin bir takım davranışlar sergilemelerine sebep olur. Bu nedenle ihtiyaç ve istekleri giderme duyguları bir takım davranışlarını belirlemektedir. Bireylerin bu ihtiyaçları ilk olarak fiziksel ihtiyaçlar sonra sosyal ihtiyaçlar daha sonrada kendini ispatlama, gösterme, tamamlama gibi ihtiyaçlardır. Kendini göstermeye çalışma, kendisini ispatlamak, kanıtlamaya çalışmak gibi ihtiyaçlar bireyleri girişimcilik faaliyetlerine sevk eden ve o alanda faaliyet göstermelerini sağlayan ihtiyaçlardır. Girişimcilik faaliyetlerinin bireysel boyutta kişilere sağlamış olduğu birden çok pozitif çıktısı vardır. Bunlar sırasıyla kar elde etme, başarılı olma, bağımsız olma, kişisel gelişim ve saygınlık elde etme gibi kazanımlardır.

3.2.2. Firma Boyutunda Girişimcilik Önemi

Çalışmanın başında girişimcilik kavramından bahsederken değindiğimiz üretim faktörlerindeki kaynak kullanımında düşük üretkenlik seviyesinden yüksek üretkenlik alanlarına aktarılan kaynaklar, yani düşük verimli alandan daha yüksek verimli alanlarda kullanılan üretim faktörleri girişimcilikte baş aktörlerden birisidir.

Bunun sebebi ise girişimci diye bahsedilen kişi kendisi veya bir başkası tarafından geliştirilen, yaratılan ortaya çıkarılan yenilikleri ekonomiye kazandıran kişi olarak tanımlanmıştır. Ortaya atılan yaratıcılık sürecindeki yeniliklerin büyüklük olarak sıralaması yapıldığında ise; her 100 fikirden 1 tanesi buluş, 4 tanesi yeni kavram, 18 tanesi büyük yenilik, 45 tanesi küçük yenilik, 32 tanesi ise bilinen çözümlerden oluşmaktadır (Demirel ve Özbezek:2015).

O halde bir buluş, icat yapmak yerine mevcut durumları yaratıcı yaklaşımlarla iyileştirme ve değiştirmeye çalışmak çok daha başarılı sonuçlar ortaya çıkaracaktır. Bahsi geçen yaratıcılık süreçlerinde yaratıcı düşünmek gerekmektedir. Yaratıcı düşünme yöntemi, yeni ürünlerin, hizmetlerin, süreç ve kavramların ortaya çıkmasını sağlayan düşünme sürecidir. Bu süreçte yeni fikirler, yaratıcı düşünme sürecinin çıktılarını genel olarak ifade etmede kullanılır. Bir bireyin zihninde günde yaklaşık olarak 60 bin fikir oluşmaktadır. Bu fikirler ise bir gün sonra %95 oranında tekrar ederek devam etmektedir. Yaratıcılık süreci karmaşık değildir. Basittir. Olmayan bir şeyi hayal edebilme ve herkesten farklı olan değişik olan yollarla yapabilmeyi ifade eder. Genel itibari ile bir yetenek değildir. Yaklaşımdır ve dolayısıyla öğrenilebilir. Özgündür ve özgün olmalıdır.

Meydana gelen küçük bir yenilik bile firma içerisindeki üretim aşamasında bir verimlilik artışı ve iyileştirmeler sağlayabilmektedir. Gerçekleştirilen yeniliklerin büyüklükleri arttıkça hem firma içerisinde yarattıkları hem de ekonomide yarattıkları etki artmaktadır. Çünkü meydana getirilen yenilik ve yaratıcılık beklenmedik zamanlarda ortaya çıkabilecek olan sorunların çözülmesinde girişimciye büyük yarar sağlar ve firmaların büyümelerine yardımcı olur. Girişimcilik faaliyetlerinin gereklerinden olan yaratıcılık ve yenilikçilik yeni iş alanları oluşturmada, yeni işletmelerin açılmasını sağlamada, var olan işletmelerin rekabet gücünü arttırmaktadır. Rekabet gücü dediğimizde, iktisadi aktörler olan tüketiciler tarafından oluşturulan talep ve istekleri girişimcilerin karşılayacak şekilde hareket etmeleri, ekonomik kaynakların kullanımında gerçekleştirilen verimlilik ve etkinlikte artışı sağlayacaktır. Yani rekabet gücü arttıkça firmalar daha etkin ve verimli çalışacaklar. Firmalar rekabet ortamında mevcut varlıklarını koruyabilmek ve sürdürülebilmek için kalite ve hizmet olarak daha iyi sunum yaparken ucuza üretmek içinde çalışacaklar. Girişimcilik oranındaki artış ile var olan ülkede rekabetinde artacağından firmaların

Üretkenlik ve faaliyetlerinde daha etkin olmaları gerekmektedir. Girişimcilik faaliyetlerinin firmalara üretim sürecinde olan katkıları; yeni üretim kaynakları ve atıl duran kapasitelerinin üretimde kullanılmasıdır. Kullanılmakta olan üretim araç ve girdilerinin farklı yöntemlerle kullanılması ve girişimcilerin oluşturdukları yenilik süreçleri, yaratıcılık ile meydana getirdikleri yeni kavram ve oluşumlar mevcut pazardaki diğer firmalar tarafından görülüp öğrenip onlara yeni yöntemler kullanılmasında rehber olabilir (Demiroğlu, 2007:28-34).

3.2.3. Coğrafi Boyutunda Girişimcilik nemi

Girişimcilik faaliyetinde bulunan bireyler kendi girişimlerinin başarisının yanında, buldukları bölgeye ait ekonomi faaliyetlere de katkı sağlayarak bölgesel başarıya da etki etmektedirler. Girişimciliğin bölgesel ekonomideki katkısı bölgeleri yatırım yapılabilir pozisyona yani cazip bölge haline dönüştürmesi ile mümkün olmaktadır.

Bölgelerarası azgelişmişlikten kaynaklanan farklılıkları çözecek, geri kalmış bölgeleri canlandıracak en önemli unsurlardan biri o bölgede gösterilecek olan girişimcilik faaliyetleridir. Girişimcilik faaliyetleri ile bölgede yeni firmaların sahaya çıkması ile az gelişmiş bölgelerde ihtiyaç duyulan sermaye ihtiyacı bu bölgelere kaydırılıp büyüme ve gelişmeye elverişli ortamların oluşturulabilmesi için bölgenin imkânlarının cazip hale getirilmesi gerekmektedir. Bunun içinde yatırımcıların gerekli yatırımları yapması için teşvik edici imkânlar, kaynaklar ve teşvik unsurları verilmesi gerekmektedir. Girişimcilik faaliyetleri gözlemlenen bölgelerde şu olumlu etkiler meydana gelir (Perktaş; 2014: 472-486).

- **İstihdam ve Gelirde Artış**

Bölgede gerçekleştirilecek olan girişimcilik faaliyetleri sayesinde, o girişimlerde görev yapacak çalışanlar için iş ve gelir kaynakları yaratılmış olacaktır. Yani girişimciliğin bölgede artması ile ihtiyaç duyulacak çalıştırılacak personel arayışından dolayı istihdamda bir artış söz konusu olacaktır. Elde edilen bu gelire bağlı olarak çarpan etkisi ile ekonomide o bölgedeki iktisadi aktörlerin ekonomik gelirlerinde bir artış söz konusu olacaktır. Bölgede kurulan girişim faaliyetlerinin etkisi ile diğer bölgelerde bulunan firmalar ile ticaret yaparak bölge içine para gelecektir ve buldukları bölgeye de gelir enjekte etmiş olacaklardır.

- **Vergi Gelirinde Artış**

Girişimcilik faaliyetlerinin artışı ile bölgede gerçekleşen ticaret hacmindeki büyüme ile meydana gelen ticaret ve mal ve hizmet varlıklarındaki artışa bağlı olarak bölgeden elde edilen vergi gelirinde artış görülmektedir.

- **Hizmet Sağlamanın Geliştirilmesi**

Yeni firmaların yaratılması perakende satış olanağı gibi yerel hizmetlerin sağlanmasını arttırmaktadır. Bunun yanında hizmetlerin yerel arzı, gelirin bölgede tutulmasına yardım etmektedir.

- **Motivasyon ve Canlandırıcı Etki**

Bölgede meydana gelen girişimcilik faaliyetlerinin artması ve yayılması ile düşük ve dar gelirli kesimlerin yoksul kesimlerin bulunduğu yerlerde canlandırıcı etki yaratarak bölgede bulunan iktisadi bireylerde motivasyonu pozitif yönlü olarak etkilemektedir.

- **Cazip Bir Merkez Haline Gelme**

Girişimcilik faaliyetlerinin bölgesel düzeyde meydana getirdiği bir diğer etki ise bölgede artan girişimcilik faaliyetlerine bağlı olarak iktisadi aktörler tarafından bölgenin cazip bir hale gelmesidir. Bölgede bulunan girişimcilik faaliyetleri, yeni girişimciler için o bölgede yatırım yapıp girişimler açmak için yeterli alt yapı ve hizmetlerin olduğunu ifade eder ve yatırımcılar o bölgelerde daha kolay yatırım kararları alarak bölgede faaliyet gösterirler. Yani girişimcilik bölgesel faaliyetlerde yatırımcıların ilgilerini ve yatırımlarını o bölgelere çekmede önemli görev üstlenmektedir.

3.2.4. Ülke Boyutunda Girişimcilik Önemi

Sanayi ekonomisinden bilgi ekonomisine evrilme ile birlikte endüstride ve tüm sektörlerde iş süreçlerinde yenilikler ve yeni üretim teknikleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu yeniliklerin ortaya çıkmasının tek sebebi teknolojik gelişmeler değildir. Yeni iş modellerinin, farklı olan üretim tekniklerinin uygulanmasında ön sıralarda yer alan girişimcilerin de büyük etkileri vardır. Çünkü değişimin hızlı bir şekilde meydana geldiği her alanda bu hızlı değişim sürecinin ortaya çıktığı yerlerde oluşan fırsatları görebilen, bu fırsatları ekonomiye nasıl adapte edebileceğini bilen, bu alanda projeler geliştirip bunları gerçekleşmesi için uğraşan kişilerdir. Girişimcilik

faaliyetleri ülkelerin sadece ekonomik durumlarına etki eden gelir imkânlarını iyileştiren bir faaliyet değildir. Yenilikçilik ve değişimi hızlandıran, yeni düşünce ve endüstrilerin doğmasını sağlayan ve bunların yayılıp uygulanmasa imkân tanıyan faaliyetlerdir. Bunlara bağlı olarak girişimcilik rekabetçiliği arttıran ve artan rekabet baskısı ile verimlilik artışı, sektörlerde hızlı büyüme ve ekonomik büyümeye etki eden bir faaliyettir. Girişimcilik faaliyetleri var olan toplum ihtiyaçlarını sezip bunlardaki fırsatları görerek bunları yatırıma çeviren ve yatırımlar sonucunda istihdam ve gelir seviyesinde artış meydana getiren bireylerin ve genel toplum refahını pozitif yönde arttıran faaliyetlerdir. Girişimcilik faaliyetlerinin gerçekleştiği yerlerde yeni firmaların kurulması ve kurulan bu yeni firmalar sebebiyle piyasada var olan rekabetin şiddetinin artması ile kaynakların etkili kullanılmasında temel itici güçlerdendir. Girişimciler hem ülke içinde hem de ülkeler arası ekonomik büyüme ve rekabette bu yarışa göğüsleyenlerdir. Bu demektir ki ekonomik rekabette kilit anahtar girişimcilik ve girişimcilerdir. Bunun için ekonomik büyüme ve kalkınma modelleri oluşturulurken girişimciliğe dayalı, girişimciliğe teşvik ve destek veren girişimcilere imkânlar tanıyan modellerin uygulanması gerekmektedir (Demiroğlu, 2007:13).

Artan nüfus ile birlikte ülkelerin en büyük problemleri arasında işsizlik yani istihdam sorunu yaşanmaktadır. 1965-1985 yılları arasında ABD nüfusu 129 milyondan 180 milyona çıkmıştır. İstihdam edilen kişi sayısı ise 71 milyon kişiden 106 milyon kişiye çıkmıştır. 20 yıl içerisinde meydana gelen 35 milyon kişilik istihdam rakamlarının 24 milyonu ülkede yeni kurulan 1974 – 84 yılları arasındaki işletmeler tarafından sağlanmıştır. Ekonomideki baş sorunlardan olan işsizlik yani istihdam sorununun en iyi çözüm yollarından birincisi girişimciliktir. Bu girişimci ekonomiler yeni girişimler kurarak istihdam yaratıp işsizlik sorununa çözüm getirirlerken aynı zamanda ekonomide büyüme ve kalkınmaya da ivme kazandırmaktalar. İstihdama katkı sağlayan bu işletmelerin büyük çoğunluğu genellikle KOBİ'ler olarak ortaya çıkmaktalar. Esnek yapıya sahip olduklarından üretimde verimli, hızlı hareket edebilen ve kolay uyum sağlayabilen ve dolayısıyla da daha çok istihdama sebep olan işletmelerdir. Girişimcilik üretim sürecini ve bu süreçte inovasyonun kullanımını ve yayılımını hızlandırmaktadır. Bu inovasyon süreci büyümenin güçlendirilmesinde de temel teşkil etmektedir (TÜSİAD, 2002:40-41).

Ekonomilerde değişimin hızla yaşandığı bilgi ekonomisi ve yenilik ekonomisi çağında, iktisadi aktörlerin yani tüketici bireylerin ihtiyaçları da değişik çeşitlilikler

arz ederek sürekli bir artış göstermektedir. Tam da bu noktada girişimcilerin ve girişimcilik faaliyetlerinin sayılarının artması ile tüketicilerin bireylerin talep ettikleri ihtiyaçları ülke içerisindeki firmalardan karşılanmasını sağlayarak, elde edilen ulusal gelirin dışarı çıkmasını engelleyip ülke içerisinde kalmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda ülke içerisinde bulunan girişimcilerin ve girişimcilik faaliyetlerinin sayısının artması ise o ülkedeki alt yapı hizmetleri ve yatırım yapılabilirlik durumlarının olumlu olduğuna işaret eden göstergeler olarak algılanıp yurt dışından bulunan yabancı sermayelerinde ülke içerisinde yatırım gerçekleştirmesine olanak tanır.

3.2.5. Evrensel Boyutta Girişimcilik Önemi

Girişimcilik faaliyetleri gerçekleştirildikleri ülkelerde sadece ekonomik büyüme ve kalkınmaya etki etmemektedir. Buldukları toplumda kültürel, sosyal, teknolojik ve psikolojik transferlerinde gerçekleştiği ve bu etkileşimlerin hızlandırılmasında etkili bir fonksiyondur. Bilgi ekonomisinde ve yenilik ekonomisinde girişimciliğin anlamı değişirken girişimcilik faaliyetlerinin rolü önemli bir hale dönüşmüştür. Girişimcilik faaliyetleri artık kalite, verimlilik, rekabet gücü ve yenilik kavramları ile beraber kullanılmaya başlanmıştır. Küresel ekonominin entegrasyonunda girişimcilik faaliyetleri öncü rol oynamıştır. Küresel ekonomide meydana gelen başarılı girişimcilik faaliyetleri ekonomik büyümeye katkı sağlayarak çevresindeki potansiyel girişimcilere yol gösterici ve özendirici olmuştur. Küresel ekonomide girişimcilik faaliyetleri işsizliği ve yoksulluğu önlemede önemli bir politika haline gelmiştir. Bundan sebeptir ki girişimcilik kültürü, girişimcilik faaliyetleri konusunda kuruluşlar, programlar, araştırma merkezleri, dernek ve STK'lar kurulmuş hem ulusal hem uluslararası çalışma ve politikalar yapılmıştır. Artık girişimcilik faaliyetleri küresel ekonomide entegrasyonu gerçekleştiren bir hal almıştır. Ulusal boyutta girişimciliğin öneminden bahsederken girişimcilik faaliyetlerinin artması alt yapı hizmetlerinin iyi olduğu yatırım yapılmasının karlı olduğu düşüncesinin hâkim olmasıyla yabancı yatırımcıların gelip yatırım yapma imkânı doğmaktadır. Tam da bu noktada yatırımcılar ile yabancı sermayeyi ülkeye çekerek küresel ekonomide çok uluslu şirketlerin artması sağlanmıştır. Artan rekabet ile çok uluslu şirketlerin daha esnek bir yapıya sahip olmaları ve yenilik yapmaları zorunlu hale gelmiştir. İşte bu gelişimlerin oluşmasında küresel ekonomideki bu ilerlemelerin yaşanmasında girişimcilik faaliyetleri önemli bir yere sahiptir. Böyle bir

rekabet ve yenilik ortamında girişimcilik faaliyetleri topluma yeni ürünler ve hizmetler, yeni teknolojiler sunulmasını sağlamaktadır (TÜGİAD, 1993).

Sonuç olarak girişimcilik faaliyetleri, günümüzde bilgi ve yenilik ekonomilerinde yeni bir boyut kazanarak girişimcilik faaliyetlerini ve girişimcileri küresel ekonominin olmazsa olmazları arasında olan aktörler haline getirmiştir.

3.3. Girişimcilik Türleri

Çalışmanın bu bölümünde en kısa ve kapsamlı bir şekilde girişimcilik türleri hakkında bilgiler verilecektir. Temel amacı kar elde etmek ve finansal gelir odaklı kurulan ekonomik girişimcilik, devlet ve özel teşebbüslerin göz ardı ettikleri toplum tarafından ihtiyaç duyulan argümanların giderilmesi ve toplumsal refahın göz önünde bulundurulduğu motivasyonu kar elde etmek ya da gelir sağlamak olmayan sosyal girişimcilik kavramı ve son olarak ta mevcut faaliyet halindeki girişimlerde görev alan ve bu organizasyonların içerisinde çalışırken organizasyon yapısında verimlilik, karlılık, kalite ve yönetimde yenilik yapmaya yönelik faaliyetlerde bulunan kurumsal girişimcilik kavramları açıklanmaya çalışılacaktır. Ekonomik girişimcilik, sosyal girişimcilik ve kurum içi girişimcilik kavramlarının tanımları yapılarak bunların benzerlikleri farklılıkları ve temel özellikleri açıklanacaktır.

3.3.1. Ekonomik Girişimcilik

Ekonomik girişimcilik, ticari amaç güdümlü olarak gerçekleştirilen girişimcilik faaliyetidir. Burada girişimcinin temel amacı ekonomik düzen içerisinde yer alıp, görmüş, sezmiş olduğu fırsatları değerlendirip buradan gelir elde etmek ve bu geliri elde ederken rakip girişimciler ile rekabet etmek zorundadır. Ekonomik sistemde rekabet, fizik bilimindeki yerçekimi gibidir. Liberal ekonomik doktrinde girişimciler kendi çıkarlarını maksimize etmeye çalışırken aynı zamanda buldukları toplum içerisinde de genel refahın artışına katkıda bulunmaktadır. Ekonomik girişimcilik, ticari girişim örneğidir; burada, girişimci kendi adına riskler alır ve sorumluluk kendisine aittir. Oluşacak olan başarı da başarısızlık ta tamamen kendisine mal edilecektir. İş ve işletme yaratmaya ve bu yarattığı faaliyeti devam ettirmeye, sürekliliğini korumaya çalışmaktadır. Kar odaklıdır. Çözümlerini toplum ve diğer firmalar ile paylaşmaz. Patent alır ve haklarını saklı tutarak rekabet üstünlüğü yaratmaya çalışır. Sürekli yenilikler yaparak müşteri ihtiyaç ve taleplerini takip ederek

piyasada varlığını sürdürmeye çalışır. Özel şahıslar tarafından kurulur ve işletilir, aile işletmeciliği yaygındır. Üretim faktörlerinin mülkiyeti kendilerine aittir. Yasalarla belirlenmiş sınırlar çerçevesinde faaliyet gösterebilirler. Girişimcinin hem sosyal hem de ekonomik amaçlarının aynı anda takip edebilmesiyle ilgili iki farklı teori vardır (Neck ve diğerleri, 2009:15).

3.3.2. Sosyal Girişimcilik

Bir diğer girişimcilik türü ise sosyal girişimciliktir. Bu girişimcilik türü ticari girişimcilik ile hem isteklendirme hem de misyon olarak çok farklı değerler üzerinden hareket etmektedir. Genel olarak sosyal girişimciler devlet ve ya özel kesim tarafından karşılanmamış olan ve karşılayamayacağı farkına varılmamış alanlarda, sosyal alanlarda, toplum hayatında eksikliği hissedilen ihtiyaçları tatmin etmek için buna uygun bir fırsatın, platformun nerede olduğunu fark eden ve gerekli imkân ve kaynakları bir araya getiren ve bunları toplum refahında bir fark yaratmak için organize edip faaliyete geçiren türdür. Bu bağlamda sosyal girişimcileri tanımlamada kullanılan özellikler şu şekilde sıralanabilir. (Thompson, 2002: 415)

- Bir ihtiyaç boşluğunu tanımlayan ve bu boşluğu bir fırsatla ilişkilendiren,
- Gerekli ağları kurmak için diğer kişileri bir araya getiren ve güdüleyen,
- İhtiyaç duyulan kaynakları bulan,
- Engellerin üstesinden gelen ve içsel riskle baş eden,
- Riski kontrol etmek için uygun sistemleri öne süren kişilerdir.

Sosyal girişimci eldeki mevcut kaynaklarla sınırlanmaksızın, sosyal değer yaratmak ve sürdürmek için değişim ajanı olarak davranan/harekete geçen kişidir. İşletme girişimcileri gibi sosyal girişimciler de yeni organizasyonlar kurarlar, yenilik programlarını uygularlar ve yeni hizmetleri organize ederler veya dağıtırlar (Sharir ve Lerner, 2005:7).

Sosyal girişimciler misyonları itibariyle diğer girişimcilerinden farklıdırlar. Sosyal girişimci sosyal misyonu olan girişimcidir. Sosyal girişimcilik; yeni yaklaşımlar aracılığı ile uzun dönemli amaçlara daha etkili bir şekilde hizmet etmeye odaklanır. Ticari girişimdeki gibi kendi adlarına değil, paydaşları adına risk alırlar. Kar elde etmeye değil değişim yaratmaya çalışırlar. Temel amaçları gelir elde etmek değil, sosyal değişim ve kendi kitlelerinin gelişimini sağlamaktır. Sosyal girişimcilik,

sivil toplum ihtiyaçları için sorumluluk ve risk üstlenmektir. Kar amaçlı faaliyetlere katılabilirler ancak, burada elde ettikleri karları kendi misyonlarına uygun amaçlara ulaşmak için bir araç olarak kullanırlar. Sosyal etki, inovasyon, sürdürülebilirlik ve büyümeyi temel alır. Yoksulluktan sağlığa, çevreden insan haklarına birçok konuyu kapsar. Bir problemden yola çıkılarak uzun dönemli projeler geliştirilmesi, yenilenerek uygulanması, sosyal dönüşüme yol açması amacıyla yapılan girişimcilik biçimidir. Toplumsal sorunların çözümünü yenilikçi bir girişimci bakış açısıyla ele alarak işlerler (Tikici, 2009:27-28).

Ekonomik girişimcilik ve sosyal girişimcilik ideolojileri, vizyon ve misyonları itibariyle birbirinden farklıdırlar. Sosyal girişimcilik, yenilikçi girişimleri yönetir veya yaratırlar. Temel misyonları karı takip etmekten ziyade sosyal değişim ile kendi gruplarını geliştirerek sosyal refah artırmayı hedeflemektedirler. Her ne kadar sosyal girişimcilik ekonomik girişimcilikten farklı şekillerde motivasyonlarını sağlasalar da kendi sosyal girişimlerini başlatabilmek için kurulup bir bünye haline gelebilmeleri ve kurumsallaşabilmeleri için karşılarına çıkan engeller ekonomik girişimcilerin karşılaştıkları problem ve fırsatlarla benzerlik göstermektedir. Sosyal girişimcilikte de fırsat ve ihtiyaçların tanımlanabilmeleri, bilgi ve kaynakların analizi, planlama ve yönetim gibi konularda sıkıntılar yaşayabilmektedirler. İnsanlık tarihi boyunca toplumsal fayda veya sosyal fayda amaçlı birçok faaliyet gerçekleştirilmiştir. Bunlar sosyal girişimcilik olarak tanımlanmamış olsa da aslında misyon ve faaliyet amaçları itibari ile birer sosyal girişimcilik örneğidir.

3.3.3. Kurum İçi Girişimcilik

Son girişimcilik türü olan kurum içi girişimcilik kavramından bahsetmeden önce ilk olarak kurum içi girişimci kavramından bahsetmek gerekmektedir. Kurum içi girişimci, temel amacı en nihai olarak kariyer basamaklarını tırmanmak, kendisini bulunduğu kurum içinde ispatlayarak zirveye çıkmak, yükselmek istemesidir. Kurum içi girişimci, bulunduğu büyük şirket ya da organizasyon yapısının içinde bir fikri risk alarak, yenilik yaparak, karlı bir ürün, hizmet veya faaliyeti dönüştürme sorumluluğunu alan kişidir. Kurum içi girişimcilik faaliyetlerinin odak noktasında iç girişimci bulunmaktadır. İç girişimci ilk olarak vizyon sahibidir. Bulduğu şirket, kurum faaliyet ya da organizasyon içerisinde girişimcilik ruhunu ve atmosferini oluşturacak olan kişidir. Onun hedefi, gördüğü bir fırsatı veya fikri, ekonomik olarak

karlı bir halde gerçeğe dönüştürmektir. Bunun içinde tüm sorumluluk ve yetkiye sahip olmakla birlikte bu imkânları kullanmaktan çekinmeyen kişidir (Ağca ve Yörük, 2006:155-173).

Sonuç olarak kurum içi girişimcilik faaliyetlerinde yer alan iç girişimciler, kaynakları bulma ve bu kaynakları elde edebilme, kullanabilme faaliyetleri bakımından diğer girişimlerden çok daha farklıdır. Kurum içi girişimcilik faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde görev alan iç girişimci gerçek bir girişimcilik ruhuna ve yeteneklerine sahip olan kişi olmalıdır. Böylece kurum içi girişimcilik ile gerçekten değerli projeleri gerçekleştirebilmek maksadıyla kaynak kullanımını ve faaliyetlerini harekete geçirme potansiyeline sahiptirler.

3.4. Girişimcilik Faaliyetleri İçin Sunulan Devlet Destekleri

Girişimcilik konusunda dünya ile karşılaştırıldığında Türkiye, girişimcilik konusunda daha üst sıralarda yer almakta, bu durum yabancı bilim adamları tarafından da kabul edilmektedir. Türkiye’de yükseköğrenim yapan her bir öğrenci potansiyel bir girişimci adayı olarak görülmektedir. Bu nedenle Türkiye’de yükseköğrenim yapan öğrencilerin girişimcilik potansiyelini ortaya çıkarmak ve desteklemek amacıyla ülkemizde girişimcilik alanına yönelik yeni müfredatlar düzenlenmektedir (Titiz, 1999).

Türkiye’de mevcut girişimcilik potansiyelinin artırılması ve gerçek hayata geçirilmesi için girişimcilik kültürünün aile ve eğitim kurumlarında tabana yayılması, bireylerin konu hakkında daha fazla bilgilendirilmesi gerekmektedir. Bu durumun gerçekleşmesi ise özellikle eğitimde, gerek devlet okullarındaki gerekse özel okullar da müfredatlarına gözden geçirilmesi girişimcilik kültürünün ve alt yapısının öğrencilere verilmesi gerekmektedir.

Global Girişimcilik Platformu olan GEM’in gerçekleştirmiş olduğu ve 38 ülkeyi kapsayan bir çalışmasına göre; Finlandiya, Şili, Kolombiya gibi ülkelerde gerçekleştirilen girişimcilik eğitimi verilmesi oranı % 40 iken ülkemizde verilen girişimcilik eğitimleri oranı ise sadece %6 gibi olduğu ifade edilmiştir (GEM, 2008).

Girişimcilik kültürünün tabana kadar yayılması, girişimcilik faaliyetlerinin teşvik edilmesi ve özendirici bir hale getirilebilmesi için ülkelerde birçok faaliyetler

gerçekleştirilmektedir. Girişimcilik faaliyetleri ile ilgili bazı politikaları şu şekilde sıralayabiliriz.

“Girişimcilik programları; kendi hesabına çalışma programları, küçük işletme geliştirme programları veya mikro geliştirme yardımları gibi çeşitli adlar altında yürütülmektedir. Kamu istihdam ofisleri veya ilgili kuruluşlar, istihdam olanağı yaratamadıkları işsizlerin bir bölümüne kendi işlerini kurabilmeleri için destek olmaktadır” (Özşuca, 2003:144).

Girişimcilik programlarındaki temel amaç; başarılı bir girişimci olacak kişiye finansal ve beşeri sermaye sağlanarak iş kurması amaçlanmaktadır. Bu fonlar faydalı bir şekilde kullanılarak işsizliğin azaltılması planlanmaktadır. Bu nedenle iş kurmak isteyen işsizlere; finansal danışmanlık, banka ile olan ilişkilerinde yardım, üretim ve yönetim teknikleri hakkında eğitim, yasalar hakkında bilgilendirmeler gibi hizmetler verilebilmektedir (Biçerli, 2009:504).

Yenilik içeren fikirlerin ya da girişimlerin gerçekleştirilebilmesi ve uygulanıp hayata geçirilebilmesi için ihtiyaç duyulan finansman erişimine her zaman girişimcilerin öz sermayeleri yetmeyebilir ya da bunu gerçekleştirmek için gerekli finansal yapıya sahip olmayabilirler. Bu ve buna benzer durumlarda potansiyel içeren yeni girişimlerin desteklenmesi ve uygulanabilmesi için girişimcilik kültürünün yerleşmesi ve iş hayatının iyileştirilmesine yönelik çeşitli destekler, hibeler, fonlar bulunmaktadır. Bu çalışmamızda girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirmek isteyen girişimciler için sunulan kamu kaynaklı olan devlet desteklerini açıklamaya çalışacağız. Ülkemizde var olan bakanlıkların girişimcilerin varlıklarını sürdürebilmeleri, daha etkin üretim yapabilmeleri, rekabet gücü elde edebilmeleri, araştırma geliştirme çalışmaları yapabilmeleri, girişimlerinin kapasite faaliyetlerini arttırabilmeleri ve ekonomide deha fazla rol alabilmeleri için girişimcilere sunulan birçok bakanlık tarafından destekler, hibe ve fonlar sunulmaktadır.

3.4.1. KOSGEB Destekleri

Ülkemizde girişimciler için destek, hibe, teşvik denildiğinde aklımıza ilk gelen kurumlardan birisidir.

Uzun telaffuz şekli ile Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı olarak ifade edilen KOSGEB girişimcilik faaliyetlerinin uygulanması, gerçekleştirilebilmesi açısından hem itici bir motor görevi görmektedir hem de bu girişimcilik faaliyetlerinin yaygınlaştırılması, geliştirilmesi ve daha çok uygulanabilir olmasında lokomotif görevi üstlenmektedir.

Girişimcilik faaliyetlerinde bulunmak isteyen ve buna nerden başlayacağını bilmeyen, sermaye ihtiyacı duyan, makine teçhizat ihtiyacı duyan girişimcilerin imkânsızlıklarını giderip onların girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirmelerinde KOSGEB imdatlarına yetişmektedir. KOSGEB desteklerinden faydalanmak isteyen girişimcilerin herhangi bir yere kesinlikle bir ödeme yapmaları gerekmemektedir. KOSGEB destek ve hizmetleri tamamen ücretsiz olarak verilmektedir. KOSGEB kurumunun ilgili internet adreslerinden, telefon numaralarından ya da bizzat KOSGEB müdürlüklerine gidere oradaki uzmanlar tarafından detaylı bilgilere sahip olabilmektedirler.

KOSGEB' in Girişimcilik Destek Programı başlığı altında girişimciler için sunduğu destekler ve hizmet programları mevcuttur. Burada girişimciler için hangi aşamalarda hangi destekleri hangi şart ve koşullarda girişimcilerin hizmetine sunduğunu ve KOSGEB desteklerinden faydalanmak isteyen girişimcilerin ne gibi yükümlülükleri yerlerine getirerek bunları hak etmeye çalıştıklarını ele alacağız.

3.4.1.1. Girişimciliği Geliştirme Destek Programı

Destek programının amacı, girişimcilerin iş kurma ve yürütme konularında bilgi ve becerilerini geliştirmek, başarılı iş planlarını/iş modellerini ödüllendirmek, girişimcilik ekosisteminde yer alan aktörler arası işbirliğini arttırmak, yeni kurulan işletmelerin en kırılgan oldukları dönemde hayatta kalma oranının arttırılmasına katkı sağlayacak yapıların ve ulusal plan ve programlar doğrultusunda yeni işletmelerin kurulmasını ve sürdürülmesini sağlamaktır. Geleneksel girişimci diye tabir edilen kategoride faaliyet göstermek isteyen girişimciler için devlet 60.000 TL'ye kadar hibe

desteği sağlamayı taahhüt ederken, ileri girişimcilik faaliyetleri adı altında sınıflandırdığı, orta teknoloji, orta-ileri teknoloji ve ileri teknoloji odaklı imalat ve yazılım faaliyetleri gerçekleştirecek olan girişimcilere ise 360.000 TL'ye kadar hibe desteği vermeyi taahhüt ederek katma değerli girişimler yaratmayı ve bu alanda faaliyet gösteren kişileri daha fazla desteklemeyi hedeflemektedir. Bahsi geçen bu destek unsurları KOSGEB'in 01.01.2019 tarihinden itibaren yürürlüğe koymayı hedeflediği ve bunun için ekosistemde yer alan kurum, kuruluş ve bireylerle temasa geçerek girişimci adaylarını yeni programına revize etmede paydaşlardan yardım isteyerek ekosisteme bu yeni model destek uygulaması ile katkı sağlamayı hedeflemektedir (KOSGEB, Girişimciliği Geliştirme Destek Programı, 2018)

3.4.2. TÜBİTAK Destekleri

Girişimciler için destek ve imkân sunan, kuruluş aşamasından ticarete tutunabilme ve rekabet gücünden, kapasite ve verimlilik artırma çalışmalarına kadar her alanda girişimcilere destek veren bir diğer kurum ise TÜBİTAK'tır.

TÜBİTAK girişimciler ve potansiyel girişimci adaylarına yönelik destekler ile birlikte girişimini gerçekleştirmiş ve sürdürülebilirliğini sağlamaya çalışan girişimcilere de değişik destekler vermektedir. Beş değişik program halinde girişimciler için destek sunan TÜBİTAK girişimciler için şu program ve çağrılarla hizmet vermektedir (TÜBİTAK, Ulusal Destek Programı, 2018)

- Teknogirişim Sermayesi Desteği Programı
- Girişimcilik ve Yenilikçilik Yarışmaları Programı
- Yenilik Girişimcilik Alanlarında Kapasite Artırılmasına Yönelik Destek Programı
- Girişimcilik ve Yenilikçilik Eğitim ve Araştırma Faaliyetlerini Destekleme Programı
- Girişim Sermayesi Destekleme Programı

3.4.2.1. Teknogirişim Sermayesi Desteği Programı

TÜBİTAK'ın girişimcilik faaliyetlerinin desteklemek için açtığı programlardan adada 1512 programıdır bu program 2012 yılında başlatılmıştır. Programın hem girişimcileri hem de kurdukları firmaları ekosistem içerisinde aktif bir şekilde varlıklarını sürdürmelerini sağlamaktır. Teknogirişim sermayesi desteği

programı bir diğer adıyla BİGG-1512 Bu şekilde meydana gelmiştir. Teknogirişim sermayesi desteği programı 1512 üç aşamalı Programdan meydana gelmektedir. Teknogirişim sermaye desteği programı ile elde edilmek istenen sonuç yenilik ve teknoloji barındıran iş odaklı fikirlerin oluşturulması, katma değeri yüksek ve nitelikli istihdam yaratmada yüksek potansiyel bulunduran işlerin oluşturulması, Bu fikir aşamasından pazara kadar geçen süre içerisinde girişimcilerin faaliyetlerinin desteklenmesi, böylece ülkedeki nitelikli girişimciliğin tabana yayılarak sayısının artırılması ve uluslararası rekabette güçlü ve yenilikçi teknolojiye dayalı yüksek ürün ve hizmet geliştirebilen firmaların meydana getirilmesi amaçlanmaktadır. Teknogirişim sermayesi desteği programı 1512 ile girişimcilere fikirleri için girişimcilik eğitimleri verilmekte, aynı zamanda bu girişimcilere **sanayi** deneyimi olan rehber mentor danışmanlarla, girişimciye hem fikir geliştirme konusunda hem idari konularda hem ticari konularda hem de teknik konularda destek sağlanmaktadır. Teknogirişim sermayesi desteği programı 1512 üç aşamalı bir program olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu aşamalardaki amaç girişimcilerin yenilikçi iş fikirlerini ticari olarak hizmetleri süreçlere ve ürünlere dönüştürülmesine yönelik oluşturulmuş olmasıdır. Girişimcilerimiz iş fikirlerine hazırlayarak her aşamayı sırasıyla tamamlayarak TÜBİTAK tarafından yapılan inceleme ve doğrultusunda uygunluk tespit edilenlerin bir sonraki aşamaya geçmesi sağlanmaktadır (TÜBİTAK, Teknogirişim Sermaye Desteği Programı, 2018)

3.4.2.2. Girişimcilik ve Yenilikçilik Yarışmaları Programı

TÜBİTAK tarafından düzenlenen programın amacı; üniversite seviyesinde yenilikçilik alanlarında ve girişimcilik alanlarında iş planı yarışmaları ve iş fikri yarışmaları düzenlemektir. Burada hedef girişimcilik kültürünün içerisine yerleştirilen bir nesil yetiştirilmesine yardımcı olmak ve böylece yenilikçilik ve girişimcilik alanlarında farkındalığı arttırarak üniversite öğrencilerinin girişimcilik ve yenilikçilik tabanlı düşünme yeteneğine sahip olmalarını sağlamaktır. Farklı alanlarda içerisinde yenilik taşıyan iş planları veya iş fikirleri olan ön lisans, lisans ve yüksek lisans seviyesinde öğretim gören öğrencilerin yenilik içeren fikirlerini hayata geçirebilmeleri için uygun ortamın sağlanmasına destek olmak amaçlanmaktadır.

Bu programa sağlanan destekler sonucunda elde edilmesi hedeflenen birtakım çıktılar vardır. Bu çıktılar Türkiye Cumhuriyeti'nin uluslararası piyasada rekabet

gücünün daha da yükseltebilmek için üniversitelerde bilimsel bilginin ticareti yani ticari değeri yani ticarileştirilmesine katkı sağlamak; bilinçli ve nitelikli iş gücü yetiştirilmesine katkı sağlamak ve bu katkıyı sağlarken gençlerin hem kendilerine maddi olarak hem de manevi olarak bir kazanç sağlayacak kariyer hedefleri oluşturmalarına yardımcı olmak, mesleki kariyerinin girişimcilik fırsatları ile değerlendirmek isteyen ve bu hedefleri olan öğrencilere, istedikleri bu kariyer hedeflerine katkı sağlayacak öğrenme ve uygulama aşamalarında deneyim sunabilmek, stratejik ve analitik düşünebilen, evrensel uyum sürecini başarı ile idare edebilecek, ülkemiz çıkar ve menfaatleri için etkin çalışabilecek yeni işletmeler kurabilecek kişilerin oluşması bu programda verilen desteklerin çıktısı olarak beklenmektedir (TÜBİTAK, Girişimcilik ve Yenilikçilik Yarışmaları Programı, 2018).

3.4.2.3. Girişimcilik ve Yenilikçilik Eğitim ve Araştırma Faaliyetlerini Destekleme Programı

Girişimcilik ve yenilikçilik eğitim ve araştırma faaliyetlerini destekleme programının amacı; Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının gerçekleştirmiş olduğu teknogirişim sermaye desteğini kazanan girişimciler arasından gerçekleştirilecek olan bir elemeyi başarılı bir şekilde tamamlayarak seçilmiş olan adaylara girişimcilik ve yenilikçilik alanlarında ülke dışında gerçekleştirilmekte olan eğitim faaliyetlerine katılma imkânlarında destek sağlamaktır. Başvuru yapmak isteyen girişimciler bu başvurularını TÜBİTAK uzantılı internet sitesinde yapabilirler, bu internet adresi üzerinden başvuru yaptıktan sonra ise girişimciler, sistem tarafından kendileri için oluşturulacak olan formun pdf uzantılı çıktısını imzalayarak TÜBİTAK Ankara Kavaklıdere'deki adresine elden veya kargo ile teslim etmeleri gerekmektedir. Girişimcilik ve yenilikçilik eğitim ve araştırma faaliyetlerini destekleme programı kapsamında desteklenmeye hak kazanan kişiler seyahat ve seyahatteki giderleri ile kayıt ücretleri için destek alabileceklerdir (TÜBİTAK, Girişimcilik ve Yenilikçilik Eğitim ve Araştırma Faaliyetlerini Destekleme Programı, 2018)

3.5. Girişimciliğin Toplumsal Altyapısı

Kalkınma Bakanlığı tarafından düzenlenen, Girişimciliğin Geliştirilmesi Özel İhtisas Komisyonu (ÖİK) Raporunda, ülkede var olan mevcut girişimcilik altyapısının şu anki durumu ve girişimcilik altyapısında bulunan yapısal sorunlar, hedeflenen

rakamlar ve tahminler ile birlikte uzun dönemde yaşanacak gelişme hareketlilikleri, belirlenen hedeflerin gerçekleştirilebilmesi için uygulanan politika ve stratejiler konusunda ve 2023 ekonomik hedefleri ile ilgili verilerde değerlendirme ve önerilere yer verilmiştir. Schumpeter'in bahsettiği "yaratıcı yıkım" becerisine sahip olan girişimci, ekonomik kalkınma ve büyüme sürecinde; Üretkenliği arttıran, yetenek, kabiliyet ve bilgi birikiminin yaygınlaşmasını sağlayan kabiliyetleriyle, bahsi geçen kalkınma ve büyümedeki en önemli aktör olarak yerini almaktadır. Kalkınma Bakanlığı, Onuncu Kalkınma Planında belirlediği hedefleri gerçekleştirmek için programlar hazırlarken, girişimciliğin geliştirilmesi özel ihtisas komisyonu (ÖİK) raporunda, girişimciyi ve girişimcilik faaliyetlerini odak noktasına alarak programını hazırlamıştır. İçerisinde yenilik barındıran ve yeni kurulacak olan girişimlere yönelmiştir. Yenilik barındıran ve yeni kurulacak olan girişimlere yönelmesinin önemli nedenlerinden ve çalışmanın araştırma konusunu oluşturan neden Türkiye'nin 2023 Vizyonu için belirlemiş olduğu ekonomik hedef göstergelerdir. Dünya ekonomisinde yaşanan ekonomik daralma, talep yetersizliği ve küresel kriz yaşanmasına rağmen, Dokuzuncu Kalkınma Planı döneminde (2007-2013), Türkiye girişimcilik faaliyetlerinde önemli gelişmeler yaşamıştır. Yaşanan bu olumlu gelişmeler içerisinde gene de Türkiye 2023 Vizyonunda belirlenen ekonomik hedeflerimizden olan 500 milyar dolar ihracat hacmi, Gayri Safi Yurtiçi Hasılanın 2 trilyon dolar olması, Dünyanın en büyük ilk 10 ekonomisi arasına girebilmekte yeterli olmamıştır. Daha fazla beşeri sermaye ve girişimcilik altyapısında gelişmeler olması gereklidir.

Türkiye girişimcilik altyapısının daha verimli ve daha büyük gelişmeler kaydedebilmesi için, Girişimcilik ekosisteminin oluşturulması ve bu ekosistemde işleyiş mekanizmasının daha verimli hale getirilmesi gerekmektedir(T.C. Kalkınma Bakanlığı, Onuncu Kalkınma Planı, Girişimciliği Geliştirme Özel İhtisas Komisyonu Raporu).

3.5.1. Türkiye'nin Girişimcilik Ekosistemi

Dünyada girişimcilik ekosistemleri, krizlere daha dirençli ve değer odaklı bir ekonominin yaratılabilmesinde olmazsa olmaz bir bileşen olarak ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de de özellikle 2010 sonrasında, girişimcilik konusuna artan ilgi ve destekler girişimcilik ekosisteminin oluşmasını sağlamıştır. Peki, bu bahsedilen girişimcilik

ekosisteminde girişimcilik faaliyetlerinin performanslarının değerlendirilmesi nasıl ölçümlenmektedir.

Bu bahsedilen unsurları detaylı bir şekilde incelemeden önce, bu unsurların hepsinin birbiriyle etkileşim içerisinde oldukları ve birbirlerini hem tamamlayarak güçlendirebildikleri hem de engelleyerek zayıflatabildikleri bilinmelidir. Dolayısıyla sıralanan bu unsurlar hem kendi içlerinde hem de diğer unsurlar ile iletişim gerçekleştirerek yaratacakları çarpan etkisiyle, girişimcilik ekosisteminde oluşturdukları etkilerle, girişimcilik faaliyetlerinin altyapısında olumlu ve olumsuz sonuçlar doğurabilmektedirler. “

Tablo 3.1. Girişimcilik Ekosistemi Unsurları

DÜZENLEYİCİ ÇERÇEVE	PAZAR KOŞULLARI	FINANSA ERİŞİM
İdari Yükler İcra, İflas Mevzuatı Çevre Ve Sağlık Hizmetler Ürün Ve İş Piyasaları Adalet Ve Vergi Sistemi Sosyal Güvenlik Hizmetleri	Rekabet Yapısı Dış Pazar İmkânları İç Pazar İmkânları Kamu İhale İşlemleri Kamu Görevleri Pazar Kalitesi	Kredilerin Piyasa Yapısı Özel Sermaye İmkânları Girişim Sermayesi İmkânları Yatırım Melekleri Sermaye Piyasaları
BİLGİ BİRİKİMİ	GİRİŞİMCİLİK YETENEĞİ	KÜLTÜR
Ar-Ge İçin Yatırımlar Üniversite-Sanayi İşbirliği Firmalar Düzeyinde İşbirliği İnternet Ve Teknoloji	Girişimcilik Altyapısı Danışmanlık Hizmetleri İşgücü Yapısı Eğitim Ve Öğrenim	Girişimci Algısı Risk Algısı İş Sahibi Olma Sosyal Sermaye Ve Güven

Kaynak: OECD 2012, T.C. Kalkınma Bakanlığı

İlk olarak düzenleyici çerçeveyi ele alacak olursak, girişim faaliyetleri devletin kamu kurumlarınınca idare edilen ve düzenlenen bir sistemsel yapı içerisinde hayat bulur ve faaliyetlerini burada gösterirler. Başka bir isimlendirme ile bu isteme “düzenleyici çerçeve” denilmektedir. Bu düzenleyici çerçeve, girişimcilik faaliyetleri üzerinde hem direk hem de dolaylı etki yaratma gücüne sahip olan yasal ve resmi düzenlemeleri ifade etmektedir. Bu düzenleyici çerçeve ne kadar aktif olarak çalışırsa yani etkin, hızlı, liberal ve şeffaf hareket eden bir yapıya sahip ise girişimcilik faaliyetleri de o kadar güçlü ve aktif bir şekilde yürütülebilir.

Düzenleyici çerçeve işleyişini sürdürürken, sadece girişimcilik faaliyetlerini yürütecek olan girişimcilerin lehine değil, aynı zamanda kamu ve girişimci ile diğer girişimciler arasında dengeli bir ilişki kurarak, işlemeye devam etmekle yükümlüdür. Girişimciliğin, ekonomik kalkınma ve büyümede bir unsur olarak kabul edildiği sitem içerisinde, düzenleyici çerçevesinde ekonomik kalkınma ve büyüme gibi kavramlarda çok boyutlu bir yapı içerisinde kabul edip o şekilde değerlendirmeye almamız gerekmektedir. Girişimcilik faaliyetlerinin performansı ve düzenleyici çerçevenin arasındaki nedensellik ilişkisi bu şekilde ifade edilebilmektedir.

İkinci olarak; pazar koşulları, girişimcilik faaliyetlerini tanımlamak ve açıklamak için gösterilen her çaba, bir şekilde pazar ile özellikle pazarda yaratılan fırsatlar ile ilişkilendirilerek anlatılmaya çalışılmaktadır. Girişimcilik faaliyetlerinde girişimcinin harekete geçmesini sağlayan ana etkenlerden birisi pazarda doğan fırsatlardır. Girişimcilik faaliyetlerinin performansını etkileyen tüm ana etkenler aslında pazar içerisinde oluşan fırsatların tespit edilmesi ve etkili olarak değerlendirilmesi ile alakalıdır. Girişimcilik faaliyetlerinde pazardaki koşulların girişimcilik için gösterilen performans üzerindeki etkisi yalnızca pazarın büyüklüğü ile alakalı olmayıp, pazarda oluşan rekabet yapısı, pazara giriş şartları gibi birçok unsur ile şekillenmektedir. Pazar, girişimcilik faaliyetinde bulunmak isteyen girişimciler için “fırsatlar” meydana getirerek, girişimcilik performanslarını etkileyebilir. Devletin, kamu otoriteleri, girişimcilik faaliyetlerini teşvik edecek ve pazarda fırsatlar yaratacak pazar koşullarını oluşturabilirler. Günümüz pazarlarında koşul ve fırsatların önceki dönemlere kıyasla değişiklik gösterdiği anlaşılmalıdır. Dünya üzerinde var olan ortalama gelir seviyesinin yükselmiş olması, demografik yapı ve sosyokültürel yapıda meydana gelen değişimler göz önünde bulundurulduğunda, pazarın girişimcilik faaliyetleri için sunmuş olduğu fırsatların hem çeşitleri hem de sayılarında artış meydana gelmiştir.

Üçüncü olarak; Finansa erişim, girişimcilik faaliyetlerinde, girişimlerin başlangıçta ihtiyaç duydukları can suyu finansmanlarını ilk olarak yakın çevrelerinden, ailelerinden istemektedirler. Eş ve dostlardan elde edilmiş olan finansal desteklerle başlayarak, hibe, melek yatırım, çekirdek sermaye, tohum sermaye gibi KOBİ krediler ve halka açılarak hisse senetleri çıkararak devam eden büyük bir ağ oluşmaktadır. Bu finansal araçları girişimcilik faaliyetleri açısından değerlendirdiğimiz için, tüm bu finansal araçların etkin şekilde kullanılması, finansa

erişim imkânlarında birbirini destekleyen ve bütüncül bir yapıya sahip olan bir mekanizmanın tasarlanması önem taşımaktadır. Burada bahsi geçen öz sermaye kavramı her ne kadar girişimcilik faaliyetlerinin başlangıç ve kuruluşunda ne kadar çok önem taşıyan bir unsur olarak karşımıza çıksa da, genel itibariyle girişimlerin başlatılıp ayakta tutulması ve geliştirilip büyütülmesi için çoğu zaman yeterli gelmemektedir. Birçok girişimcinin, girişimcilik için gösterdikleri faaliyetleri belirli bir noktaya getirebilmeleri oldukça zor olmaktadır. Girişimcilik faaliyetleri için altyapı olarak olmazsa olmaz olan girişimcilik ekosisteminin kalitesini artırmak ve etkin bir mekanizma haline getirebilmek için finansman kaynaklarında gerçekleştirilecek olan çeşitlilik, şeffaflık, ulaşılabilirlik büyük önem taşımaktadır.

Dördüncü unsur olarak; bilgi birikimi oluşumu ve yayılımı süreci, başka bir ifade ile verinin elde edilerek dönüştürülüp, dönüştürülen verinin yorumlanması ile nihai hale getirilmesi işlemi, girişimcilik faaliyetlerinin performansının sergilenmesinde önemli bir yere sahiptir. Girişimcilik faaliyetleri için bilgi birikimi, hem üretime katkı yaratan bir unsur hem de çıktı olarak karşımıza çıkan bir unsurdur. Bu sebeplerden ötürü girişimcilik faaliyetlerinde bilgi tabanlı faaliyetlerin etkin oluşu ve etkili kullanılması girişimcilik performansını doğrudan etkileme gücü taşımaktadır. Günümüzde girişimcilik faaliyetlerinin performansını etkileyebilen bilgi, artık sadece birikim olarak değil, bilginin yayılması olarakta girişimcilik performansına etki eden mekanizma olarak karşımıza çıkmaktadır.

Beşinci unsur olarak; girişimcilik yetenekleri, girişimcilik faaliyetlerinde bulunacak olan girişimciler hem kabiliyetlerini hem de yeteneklerini örgün eğitim içerisinde olduğu gibi örgün eğitim dışında alabileceği profesyonel hizmetlerden faydalanarak kendisini geliştirebilmektedirler. Eski alışlagelmiş girişimcilik eğitim modellerinde, öğrenciler aldıkları eğitimler ile iş hayatına hazırlanmışlardır. Günümüz şartlarına evrilen girişimcilik eğitimlerinde ise, yenilikçilik ve yaratıcılık esaslı modellerde, fırsatları belirleme, belirlenen fırsatları yeni fikirler üreterek ve bu üretilen yeni fikirleri hayata geçirmek ve yeni girişimler kurma ve yönetme ile eleştirel düşünce modeli yeteneğine sahip olmaları amaçlanmıştır.

Altıncı ve son unsur olarak; kültür, çocukluk çağları itibariyle başlayan ve en belirgin olduğu dönem olarak ergenlik çağlarında edinilen inanç yapısı, değerler ve varsayımları ifade etmektedir. Bu sebepten ötürü, kültürü belirleyen ana etmenler

arasında, eğitim yapısı, sosyal yaşam, dini yaşam, ekonomik ve politik kavramlar yer almaktadır.

Kültür unsuru için girişimcilik faaliyetlerini etkileyen bir unsur olduğuna dair genel bir kabul görmüştük bulunmaktadır. Demokratik ve özgürce, ifadelerin dile getirildiği ortamlarda, girişimcilik faaliyetlerinin daha çok yaşandığı, baskıcı ve kapalı kültür yapılarında ise bunun tersinin doğru olduğu düşünülmektedir. Bu ifadeyi doğrular bir şekilde Kuzey Amerika ve Kuzey Avrupa gibi demokratiklik ve eşitlik olgusunu sindirmiş bölgelerde, girişimcilik faaliyetlerinin ortaya çıkmasında ve girişimcilik performansının gelişmesinde katkı yaratmaktadır. İçinde yaşanan toplum tarafından girişimcilik faaliyetlerinde bulunan kişiler için o toplumda girişimcilik özelliklerinden dolayı daha fazla saygı duyulması ya da sosyal statü olarak daha üstün görülmesi, eğitim sisteminde girişimciliğe önem vermeleri gibi kültürel davranışların, girişimcilik faaliyeti gösterecek olan ya da göstermek isteyen kişilerin oranlarının yükselmesine sebep olduğu düşünülmektedir. Kültür unsurunun girişimcilik faaliyetlerine etkisinin incelenmesinde, girişimcilik faaliyetlerinin erken evre girişimcilik diye tabir edilen dönemde daha fazla etkili olduğu gözlemlenmektedir. Girişimcilik faaliyetlerinin başlatıldıktan sonraki evrelerine göre en çok etkinin erken evre aşamasında görüldüğü, girişimcilik faaliyetlerinin daha sonraki aşamalarda ise kurumsal ve kamusal yapıların, iş ve pazar koşullarının etkilerinin daha fazla olduğu gözlemlenmektedir.

3.5.2. Türkiye Girişimcilik SWOT Analizi

Türkiye'nin girişimcilik ekosisteminde birtakım güçlü, zayıf yönleri mevcut ve belirli fırsat ve tehditler taşımaktadır. Bunları bir GZFT yönleri listesi ile şu şekilde sıralayabiliriz (Yayla, Türkiye Girişimcilik SWOT Analizi, 2017).

3.5.2.1. Güçlü Yönler

- Genç nüfus
- Büyük iç pazar
- Siyasi istikrar
- Mobil teknoloji kullanım yaygınlığı

- Tarihsel arka plan
- Toplumun ticaret tecrübesi
- Destekleyici altyapı ve iletişim ağları
- E-ticaret alt yapısı
- Yaygın ulaşım ağı
- Toplumdaki akrabalık bağı
- Girişimci bireylerin sayısı
- Avrupa Birliği gümrük alanı
- Ekonomik büyüme ihtiyacı
- Bireyleri çalışmaya teşvik eden sosyo-ekonomik yapı
- Girişimciliği destekleyen geleneksel aile yapısı
- Kadınların güçlü sosyal rolü
- Girişimci kadınlara ihtiyaç olduğu düşüncesinin yaygınlığı
- Girişimcilik konusunda başarılı örneklerin artması
- Yerleşik piyasa ekonomisi
- Bağımsız piyasa düzenleyicisi kuruluşlarının varlığı
- Girişimciliğin işsizlik için bir çözüm olarak görülmesi
- Her ilde bir üniversitenin varlığı
- Vakıf üniversitelerinin sayısındaki artış
- Dört mevsimin yaşanması
- Tabii kaynaklarda görece üstünlük
- Tarım, gıda ve hayvancılık ürünlerinin çeşitliliği
- Korunmuş doğal turizm destinasyonları

- Piyasaya giriş ve çıkış serbestisi
- Toplumun kültürel mirasını genç kuşaklara aktarma yeteneği
- Girişimciliğin ahlaki anlamda toplumdaki genel kabulü
- Girişimcilik eğitim programlarının yoğunluğu
- Girişimciliğe destek olan kurumların varlığı
- Küresel perspektif sahibi toplum
- Uluslararasılaşmış ekonomik yapı
- Dünya çapında Türk ve akraba topluluklarının yaygınlığı
- Bireylerin liderlik ve bağımsızlık tutkusu
- Bireylerin geleceği kontrol altında tutma güdüsü
- Özel sektörün ekonomi içindeki ağırlığı
- Girişimcilik konseyinin varlığı
- Bireylerin çevresel ve toplumsal duyarlılığı
- Hareketli işgücü piyasası
- Yükselen sosyal girişimcilik anlayışı
- Kamunun ekonomi içindeki düzenleyici rolü
- Yerleşik ahlak anlayışı
- Hibe programlarının niceliksel fazlalığı
- Yüksek öğretim müfredatında girişimcilik derslerine verilen ağırlığın artması
- Bireylerin sorumluluk üstlenme güdüsü
- Teknoloji alanında patent ve proje sayısındaki artış

- İnşaat sektöründeki görelî üstünlük
- Gıda Sektöründeki görelî üstünlük
- Dişil toplumsal yapı
- Özelleştirme politikaları
- Girişimciliğin kamusal stratejik eylem planı haline gelmiş olması
- Hayat boyu öğrenim stratejisinin varlığı
- Jeopolitik ve stratejik konum
- NATO üyeliğı

Yukarıda sıralanan güçlü yönlerimiz şu şekilde değerlendirilebilir. Nüfusumuzun genç olması ve iç pazarımızın büyüklüğü bizim için Dünya Rekabetçilik Yıllığında yer alan “yaşlanan nüfusun ekonomik gelişmeye yükü” kıstasında Türkiye'nin yük anlamında en düşük derece ile listenin başında olması, girişimcilik faaliyetleri için olumlu önem arz etmektedir. Türkiye'de var olan iş ortamının elverişli hale getirilmesi için kamu kurumlarına düzenlenen ve uygulanan programlar rekabetçilik endeksi açısından düzenleyici çerçevenin yükü anlamında dünya sıralamasında 80. sırada yer alırken birçok G20 ülkesini geride bırakmıştır. Girişimcilik faaliyetleri için sunulan devlet desteklerindeki artış oranlarında girişimcilik performansını arttırmaya yönelik pozitif yönlü bir değer oluşturmuştur. Türkiye'nin evrenselleşmeye karşı gösterdiği olumlu tutum ile faaliyet göstermekte olan girişimciler ve faaliyet göstermek isteyen girişimci adaylarının uyum sağlama yeteneklerinin yüksek olması ile rekabetçilikte olumlu etkileşimler Türkiye için uluslararası karşılaştırmalarda girişimcilik faaliyetleri için önemli rol oynamaktadır.

3.5.2.2. Fırsatlar

- Girişimciliğı kariyer olarak düşünen kişilerin sayısındaki artış
- Kadınların girişimciliğıe olan ilgisinin giderek artışı
- Kadın girişimcilik desteklerinin artması

- Yükselmekte olan girişimci eğitim seviyesi
- Eğitimli nüfustaki artış
- Çevre ülkelerin pazar konumunda olması
- Yenilikçi sektörlerin yükselişi
- Girişimciliğin yeni ekonomi için oynadığı önemli rol
- Girişimcilik konusunda yaşanan bilimsel gelişmeler
- Girişimciliğe dönük hükümet politikaları
- İstihdam sorununu çözme arzusu ,
- Yeni iş ve pazar potansiyellerinin çokluğu
- Yenilikçiliğe açık ekonomik iklim
- Güvenli yatırım iklimi
- İleri eğitimli kişilerin ilgisi
- Artan patent ve fikri haklar farkındalığı
- Avrupa Birliği fonları
- Başlangıç sermayesi ihtiyacıyla ilgili destekler
- Kuluçka merkezlerindeki artış ve çeşitlilik
- Ar-Ge ve inovasyon destek programlarındaki artış
- İş geliştirme merkezlerinin sayısındaki artış
- Kamu ve özel sektörde kurumsal yönetim farkındalığı
- Yükselen üniversite-sanayi işbirliği
- Teknokent sayısındaki artış
- İçinde bulunduğumuz bilgi çağı
- Kattıkları kültürel farklılık ve işgücü desteği ile göçmeler

- Yenilenebilir enerjiye dönük artan yatırımlar
- Katma değeri yüksek ileri teknoloji ürün ihracatının az olması
- İstikrarsız ülkelerin restorasyonundaki potansiyel rol

Türkiye’de girişimcilik faaliyetinde bulunan kişilerin toplum tarafından saygınlığının ve sosyal statüsünün artması ile girişimciliği kariyer olarak gören kişilerde ortaya çıkan artış ile kadınların ekonomik hayatta girişimci olarak faaliyet göstermesini destekleyen pozitif ayrımcılık yaratan desteklemelerin artması ile orantılı olarak kadın girişimciliğindeki artış ve girişimcilik kültürünün üniversitelerde yaygınlaştırılması için verilen eğitim ile girişimcilik faaliyetlerini yürütmek isteyen kişilerin yüksek eğitim seviyesine sahip olma imkânları ülkemizin belli başlı girişimcilik faaliyetlerindeki performansın artmasında görülen fırsatlar olarak sıralanabilmektedir. Girişimcilik ve yenilikçiliğin desteklenmesi ve çevre ülkelerin yakınlığı ile jeopolitik konumun yaratmış olduğu Pazar imkanları ve girişimcilik faaliyetlerine dönük alanlarda devletin işsizlik ve istihdam alanlarında bunu bir çözüm olarak görmesi, bölgelerde sanayi ve üniversite işbirliklerinin artması ve teknoparkların sayılarının artması ve ülkedeki bu alanda istikrarlı destek ve politikalar fırsatlar olarak değerlendirilmektedir.

3.5.2.3. Tehditler

- Terör
- Küresel iklim değişikliği
- Çevre ülkelerde meydana gelen istikrarsızlıklar
- Kaçakçılık faaliyetleri
- İthalat eğilimi
- Hammaddeye dayalı ihracat anlayışı
- Kur ve faiz riski
- Yüksek enerji ve akaryakıt maliyetleri
- Çocuk istihdamı

- Konvansiyonel iş modellerinin yaygınlığı
- Ücretli çalışma arzusu
- Küresel krizler
- İşsizlik sigortası
- Yanlış sektör seçimi
- Haksız rekabet
- Bireyler arası kıskançlık ve hasetlik
- Kamu bürokrasisinin hantal yapısı
- Gerçek dışı girişimcilik beklentileri
- Kamu kaynaklarının verimsiz kullanımı
- Kayıt dışı rakiplerin varlığı
- Patent ve telif haklarının korunmasıyla ilgili problemler
- İş güvenliği uygulamalarının yetersizliği

Türkiye'nin girişimcilik faaliyetleri için tehdit unsuru olarak karşımıza çıkan yukarıda sıralanan bu maddeleri şu şekilde ifade etmek mümkündür. Terör ve çevre ülkelerde yaşanan belirsizliklerin getirdiği olumsuzluklar ile kur ve faizde yaşanan oynaklıklar girişimcilik faaliyetlerinde bulunacak olan kişilerin alacağı risklerin miktarını arttırmakta ve kişiler yatırım yapmaktan çekinmektedir. Yaşanan kayıt dışı ekonomik faaliyetler ve yüksek enerji maliyeti ve azalan kâr getirileri girişimciler için tehlike olarak algılanıyor. Mecburi olarak başlatılan girişimlerin fırsata dayalı girişimcilik faaliyetlerinden daha önce gelmesi, kurumsal bakış açılarının devamlılığının olmaması, bakış açısı olarak yapının ataerkil bir hakimiyete sahip olması, yetkilniği bulunmayan kişi ve kurumların piyasada varlıklarını göstermesi, kamu kaynaklarının doğru ve etkin kullanılmaması, patent ve hakları konularında hakların korunmasına yönelik problemlerde tehditleri arttırmaktadır.

3.5.2.4. Zayıf Yönler

- Belirsizliğe toleransın düşük olması
- Enerjide dışa bağımlılık
- Zaruri girişimcilik örneklerinin çokluğu
- Girişimciler arası irtibat ağlarının yetersizliği
- Dezavantajlı sosyal gruplarda gözlemlenen başarılı girişimcilik örneğinin olmayışı
- Dezavantajlı sosyal grupların girişimci örgütlerinin yetersizliği
- Denetim noktası dışarıda olan bireylerin çokluğu
- Toplulukçuluk
- Düşük kadın istihdam oranları
- Kadınların girişimciliğe yetersiz katılımı
- Girişimcilik çalışmalarının izlenmesi ve değerlendirmesine dönük süreçlerin yetersizliği
- Fikri mülkiyet haklarının yeterince korunamaması
- Siber güvenliğin zayıf olması
- Sık yapılan mevzuat değişiklikleri
- Girişimcilik destekleriyle ilgili bürokratik formalitenin fazlalığı ve ön koşulların zorluğu
- Ar-Ge danışmanlığı faaliyetlerinin azlığı
- Düşük teknoloji ile üretim
- Kurumsal yönetim yapılarının yetersizliği
- Başarılı girişimlerin büyük kısmının ilk kuşak sanayiciler etrafında şekilleniyor olması

- Finansmana yetersiz erişim
- Kredi sağlamada teminat harcamalarının azlığı
- Bireylerin değişmeye direnci yüksek olması
- Koçluk ve girişimci sorun
- Bireylerin özgüven eksikliği
- Yetersiz sermaye birikimi
- Finansal kurumlarla olan ilişkilerin yetersizliği
- Finansal kararların alınmasındaki bilgi eksikliği
- Finansman sağlayacak örgütlenme eksikliği
- Alternatif finansman yöntemlerinin bilinmemesi
- Risk sermayesi sektörünün yetersizliği
- Finansal sistemin start-up girişimlere dönük ön yargısı
- Melek yatırımcı ağının yetersizliği
- Düşük menkul kıymetleştirme
- Toplumun düşük finansal okuryazarlık düzeyi
- Kuşaklar arasında girişimcilikle ilgili algı sorunu
- Kalifiye eleman yetersizliği
- Teknik ve mesleki eğitimin yetersizliği
- Yabancı dil bilgisi eksikliği
- Rekabet fobisi
- Güç mesafesinin yüksek olması
- Ataerkil toplum yapısı
- İş ortaklığı fobisi

- Riskle ilgili algılamamanın olumsuz olması
- Belirsizliklere karşı pro-aktif davranışların yetersizliği
- Belirli sektörler dönük olumsuz algılama
- Düşük kapasite kullanım oranları
- Dünya rekabet endeksindeki zayıf konum
- Köşe dönme girişimcilik çabaları
- Bireylerin aşırı ihtiyatlı davranma eğilimi
- Danışma kültürünün eksikliği
- Bireylerin iş kurmada tecrübe eksikliği
- Erken yaş girişimciğinde eksiklikler
- Örgün eğitimde girişimcilik konusuna yeterince yer verilmemesi
- Girişimciliğin küçük yaşlarda teşvik edilmemesi
- Kooperatifleşmenin sağlayacağı katkılar konusunda bilgi eksikliğinin olması
- Yenilikçi işletmelerde deneyim eksikliği
- Kurumlar arası koordinasyon eksikliği
- Ticari mevzuat hakkında bilgi eksikliği
- İş planlarının hayata geçirilmesi konusundaki yetersizlikler
- Hızlı büyüyen işletmelerin düşük oranı
- Hesapsız risk alma eğilimi
- Bilgi talebinin olmaması
- İş fikirlerini geliştirme ve uygulamada yetersizlik
- Küçük işletmelerle üniversiteleri bir araya getirecek süreçlerin yetersizliği

- Farklı nitelikteki girişimcilik tipleri (geleneksel, yenilikçi ve evcimen vb.) için kendine özgü desteklerin olmaması
- Özel girişimcilik modellerinin eksikliği

Ekosistemde faaliyet gösterecek olan yeni nesil girişimcilere özel tasarlanmış modellerin eksikliği, pazarın sofistike olmaması, genç girişimciliğin teşvik edilmesine yönelik programlardaki azlık, kurumlar arası koordinasyondaki eksiklikler, kurumların izleme ve değerlendirme sistemleri, kadın girişimciler için oluşturulan ihtiyaç haritasındaki verilerin az olması, işbirliği ağlarının yetersizliği, eğitmen ve öğretmenler için eğitmen eğitimi yetersizliği, kamu kurumu desteklerinin doğrudan verilmiyor olması, bürokratik süreçlerin uzun olması ve girişimcilerin işleri dışındaki resmi işlemlerle boğuşma zorunda kalıyor olmaları, mevzuatta değişiklik işlemlerinin çok sıklıkla gerçekleştirilmesi ve takibinin zor olmasından dolayı yaşanan hatalı işlemlerin gerçekleşmesi, tekrarlamalar ve çakışmalar ile verimliliğin düşürülmesi, hedef kitle ve bu alanda temsil yetkisi olanlar ile gerekli iletişimin kurulamaması ve etkin olunmaması gibi etmenlerin yarattığı olumsuzluklar girişimcilik ekosistemi için zayıf yönleri meydana getirmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE 2023 EKONOMİK HEDEFLERİ VE GİRİŞİMCİLİK

ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ANALİZİ

4.1. VERİ SETİ

Bu çalışmada Türkiye için 2009Q1 – 2018Q3 dönemini kapsayan çeyrek dönemlik veriler kullanılmıştır. Büyüme, İhracat, İthalat, İşsizlik ve Enflasyon verileri Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'ten alınmıştır. Girişimcilik verileri Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) veri tabanından alınmıştır. Çalışma Kapsamında kullanılan veriler aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

Tablo 4.1. Çalışmada Kullanılan Veriler

	BÜYÜME (Yüzde)	ENFLASYON (Yüzde)	İŞSİZLİK (Yüzde)	İHRACAT (Dolar)	İTHALAT (Dolar)	GİRİŞİM SAYISI
2009Q1	-3,07	10,41	13,07	40.615.594	47.671.527	7.742
2009Q2	-3,31	9,52	13,70	36.587.005	52.628.255	7.107
2009Q3	1,16	8,01	13,10	38.048.052	57.287.557	6.878
2009Q4	6,28	6,58	12,23	43.231.298	60.090.384	7.875
2010Q1	13,74	6,36	12,00	39.241.293	58.072.535	9.329
2010Q2	15,52	7,16	11,20	44.219.428	68.967.811	8.663
2010Q3	17,25	7,86	10,93	40.776.740	71.300.075	7.555
2010Q4	17,28	8,54	10,33	47.105.750	80.327.782	8.341
2011Q1	20,95	7,78	9,60	49.610.871	88.436.054	10.789
2011Q2	20,67	6,63	9,53	53.499.428	99.563.866	10.372
2011Q3	19,82	6,20	8,83	58.707.620	107.254.339	7.916
2011Q4	19,66	6,18	8,50	65.193.202	108.559.218	8.869
2012Q1	14,64	7,48	8,53	63.381.510	100.705.548	10.456
2012Q2	13,63	8,72	8,20	70.405.837	110.940.614	9.435
2012Q3	11,21	9,31	8,27	69.670.485	107.530.653	7.436
2012Q4	11,41	9,23	8,63	71.107.182	107.052.677	8.121
2013Q1	15,81	8,34	8,80	66.103.283	104.964.941	9.951
2013Q2	15,57	7,55	9,00	70.217.268	123.065.938	9.930
2013Q3	15,67	7,40	9,20	73.489.875	121.548.549	7.331
2013Q4	14,28	7,40	9,13	79.939.951	129.648.610	8.886
2014Q1	16,96	7,61	9,30	89.078.905	127.069.166	15.766
2014Q2	10,33	8,17	9,63	84.489.388	131.862.890	9.080
2014Q3	11,68	8,45	10,33	82.944.024	129.681.409	8.014
2014Q4	13,51	8,77	10,40	88.781.426	141.011.581	9.017
2015Q1	10,29	8,76	10,30	91.218.958	128.440.840	10.769
2015Q2	15,56	8,43	10,30	97.124.170	145.093.868	9.772
2015Q3	15,11	7,92	10,27	96.309.252	140.474.504	7.941
2015Q4	15,98	7,66	10,30	106.808.936	148.306.339	9.441
2016Q1	13,30	7,93	10,00	102.172.272	137.873.683	11.014
2016Q2	12,13	7,76	10,43	107.068.602	153.310.734	9.033
2016Q3	5,49	7,94	11,27	96.635.681	138.042.853	4.549
2016Q4	15,58	7,82	11,83	125.728.066	171.299.070	9.132
2017Q1	15,14	7,95	11,70	139.869.546	186.203.647	10.540
2017Q2	16,35	9,04	11,13	141.792.735	207.468.316	10.126
2017Q3	24,87	9,69	10,73	132.694.854	213.437.493	8.437
2017Q4	19,24	10,79	10,07	159.500.940	245.873.898	9.935
2018Q1	21,27	11,20	9,93	157.293.184	236.062.597	11.819
2018Q2	20,43	11,22	10,67	178.956.589	264.303.467	10.579
2018Q3	21,83	12,79	11,20	229.514.660	281.710.395	8.255

Çalışma kapsamında bir model tahmini yapılmıştır. Modelde bağımlı değişken olarak Girişimcilik (EN) verileri kullanılmıştır. Açıklayıcı değişkenler olarak ise Büyüme Oranı (GDP), Enflasyon Oranı (İNF), İşsizlik Oranı (UNE), İhracat (EX) ve İthalat (IM) miktarları kullanılmıştır. Ele alınan ihracati ithalat ve girişimcilik değişkenlerinin Logaritmaları alınarak model kurulmuştur. Söz konusu kurulan model;

$$\text{LnEN}_t = \beta_0 + \beta_1 \text{GDP}_t + \beta_2 \text{LnEX}_t + \beta_3 \text{LnİM}_t + \beta_4 \text{İNF}_t + \beta_5 \text{UNE}_t + E_t$$

Burada, t; periyodu, LnEN; Girişimcilik verilerinin doğal logaritmasını, GDP; Büyüme Oranı, LnEX; İhracatın doğal logaritmasını, LnİM; İthalatın doğal logaritmasını, İNF; Enflasyonu, UNE; İşsizliği göstermektedir

Çalışmanın ilk aşamasında, serilerin durağanlık derecelerinin belirlenmesi amacıyla ADF ve PP birim kök testi uygulanmıştır. İkinci etapta, seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığı, Engle-Granger eşbütünleşme testi ile analiz edilmiştir. Üçüncü aşamada, seriler arasında ki nedensellik ilişkileri sınanmıştır. Bu nedensellik ilişkisi için ise Granger nedensellik testi uygulanmıştır.

2023 ekonomik hedefleri ve girişimcilik verileri üzerine yapılan literatür taramasında benzer herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada 2023 ekonomik hedefleri ve girişimcilik arasında var olduğu tahmin edilen ilişki açıklanmaya çalışılacaktır.

4.2. Araştırma Modeli ve Hipotezleri

4.2.1. Araştırma Modeli

Araştırma modeli hem tanımlayıcı hem de keşfedici araştırma modeli olarak tasarlanmıştır. Tanımlayıcı araştırma modellerinde temel amaç, inceleme konusu olan olayı, bu olayın değişkenlerini ve bu değişkenler arasındaki ilişkileri tanımlamak ve bu tanımlamalara dayanarak ileriye dönük tahminler yapabilmektir.

Bu tür araştırmalar için araştırmanın elinde belirlenmiş bazı değişkenler ve bu değişkenler arasında olası etkileşim beklentileri bulunmakta veya kurulabilmektedir.

Keşfedici araştırma modeli olarak düşünülmesinin nedeni ise değişkenler arasında herhangi bir etkileşimin olup olduğuna yönelik yapılan literatür çalışmalarında çok az sayıda bilgiye ulaşılmış olmasıdır.

4.2.2. Araştirmanın Hipotezleri

H₁: Girişimcilik ile GSYH Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır

H_{1.2}: Girişimcilik ile Enflasyon Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır

H_{1.3}: Girişimcilik ile İşsizlik Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır

H_{1.4}: Girişimcilik ile İhracat Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır

H_{1.5}: Girişimcilik ile İthalat Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır

H₂: GSYH ile Girişimcilik Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır

H_{2.2}: Enflasyon ile Girişimcilik Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır

H_{2.3}: İşsizlik ile Girişimcilik Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır

H_{2.4}: İhracat ile Girişimcilik Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır

H_{2.5}: İthalat ile Girişimcilik Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır

4.3. Yöntem

Türkiye Büyüme Oranı (GDP), Enflasyon Oranı (İNF), İşsizlik Oranı (UNE), İhracat (EX) ve İthalat (IM) verileri ile girişimcilik verilerinin arasındaki dinamik ilişkiler incelenmek amacıyla Engle-Granger nedensellik testi yapılmıştır.

İstatistiki ifade ile nedensellik, Herhangi bir zaman serisi parametresinin, gelecek zaman içerisinde tahmin değerlerinin, kendisi veya ilişkili olduğu başka bir zaman serisi parametresinin geçmişteki döneme ait olan değerlerinden etkilenecek, elde edilmesidir(Takım, 2010, s.12)

Augmented Dickey-Fuller (ADF) (1981) birim kök testinde hata teriminde otokorelasyon sorununu gidermek amacıyla bağımlı değişkene ait gecikmeli değerler bağımsız değişken olarak modele dahil edilmektedir (Küçükaksoy, 2015, s. 701).

ADF testi, denklemdeki δ katsayısının istatistiki olarak sifıra eşit olup olmadığını sınamaktadır. Bu test, elde edilen t istatistiğinin MacKinnon kritik değerleri ile karşılaştırılarak yapılmaktadır. Eğer t istatistiği MacKinnon kritik değerinden mutlak olarak büyük olduğunda incelenen zaman serisi durağandır. Ters

durumda durağan değildir ve durağan hale gelinceye kadar farkının alınması gerekmektedir (Karaca, 2003,s.249).

Philips-Perron (1988), Dickey-Fuller testinde serilerin trend etkisini ve ortaya çıkabilecek standart hatasının farklı olmasına bağlı etkilerin yokluğunu eleştirmiş ve kendi adlarıyla bilinen birim kök testi geliştirmişlerdir

PP testi, DF ve ADF testlerinin hata terimine ilişkin varsayımlarına göre daha esnek testtir. ADF testi hata teriminin bağımsız ve sabit varyanslı olduğunu kabul etmektedir. PP testinde hata terimlerinin zayıf bağımlılığı ve heterojen dağılımı benimsenmiştir (Tarı, 2011, s. 400).

Değişkenlerin hangi seviyelerinde durağan olduğunu bulduktan sonra gecikme uzunluğu hesaplanmalıdır.

Engle-Granger eşbütünleşme testi, ilk aşamada En Küçük Kareler (OLS) yöntemiyle hata teriminin tahmin etmektedir. İkinci aşamada ise elde edilen hata terimine birim kök testi uygulanmaktadır.

Sonuç durağan çıkarsa seriler eş bütünleşiktir denilmektedir. Ayrıca, iki seri $I(0)$ 'da durağan ise bu seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinde söz edilebilmektedir. Başka bir deyişle, bu serilerin düzey değerleri ile regresyonları anlamlı olacaktır. Bu durumda aralarında uzun dönemli bir ilişki vardır (Ata ve Yücel, 2003, s. 103).

İstatistiksel anlamda nedensellik, bir zaman serisi parametresinin gelecekteki tahmini değerlerinin, kendisinin ya da ilişkili farklı bir zaman serisi parametresinin geçmiş dönem değerlerinden etkilenerak elde edilmesidir. Granger nedensellik ise bir X değerşkeni, başka bir Y değerşkenine, hem X hem de Y'deki bilgi veri iken eğer Y değerşkeni sadece X'e ait geçmiş değerlerin kullanılmasıyla tahmin edilirse Granger nedenidir şeklinde ifade edilmektedir (Takım, 2010, s. 12).

4.4. Bulgular

4.4.1. ADF ve Birim Kök Testleri

Değişkenler arasındaki eşbütünlük ve nedensellik ilişkilerinin tahmin edilmesinden önce literatürde yaygın olarak kullanılan bazı birim kök testlerine başvurulması gerekmektedir. Bu noktada özellikle iktisat alanında yapılan çalışmalarda sıklıkla başvuru yapılan Genişletilmiş Dickey-Fuller (1981) ve Phillips ve Perron (1988) birim kök testleri kullanılmıştır

Tablo 4.2. ADF ve PP Birim Kök Testi

		Değişkenler	ADF	PP			Değişkenler	ADF	PP
DÜZEY DEĞERİNDE	SABİT	GDP	-3.01 (0) [0.0420]**	-3.00 (2) [0.0436]**	BİRİNCİ FARKLAR	GDP	-7.20 (0) [0.0000]*	-7.10 (0) [0.0000]*	
		EX	0.82 (0) [0.9933]	2.12 (13) [0.9999]		EX	-7.92 (0) [0.0000]*	-8.30 (6) [0.0000]*	
		IM	-0.57 (1) [0.8633]*	-0.79 (5) [0.8102]		IM	-9.08 (0) [0.0000]***	-8.55 (3) [0.0000]*	
		UNE	-3.28 (1) [0.0228]**	-2.05 (3) [0.2639]		UNE	-2.92 (1) [0.0527]***	-3.73 (2) [0.0075]*	
		INF	1.34 (6) [0.9983]	-0.39 (0) [0.9001]		INF	-0.03 (4) [0.9489]	-2.09 (8) [0.2486]	
		EN	-6.53 (1) [0.0000]*	-5.63 (30) [0.0000]*		EN	-2.35 (9) [0.1638]	-15.25 (11) [0.0000]*	
	SABİT + TREND	GDP	-2.92 (0) [0.1659]	-2.88 (2) [0.1772]		GDP	-4.98 (9) [0.0166]**	-7.16 (3) [0.0000]*	
		EX	2.68 (0) [0.2474]**	-2.61 (1) [0.2771]		EX	-8.04 (0) [0.0000]*	-8.51 (6) [0.0000]*	
		IM	-1.83 (2) [0.6689]***	-2.30 (0) [0.4220]		IM	-8.95 (0) [0.0000]***	-8.44 (3) [0.0000]*	
		UNE	-3.35(1) [0.0738]***	-1.73 (0) [0.7179]		UNE	-3.43 (1) [0.0631]***	-4.50 (2) [0.0050]*	
		INF	-0.45 (5) [0.9809]	-2.18 (1) [0.4863]		INF	-0.77 (4) [0.9579]	-2.41 (9) [0.3678]	
		EN	-2.82 (9) [0.1990]	-8.05 (37) [0.0000]*		EN	-1.92 (9) [0.6138]	-16.11 (11) [0.0000]*	

Not: *, ** ve *** değerleri sırasıyla %1, %5 ve %10 anlam seviyelerinde serilerin durağanlıklarını göstermektedir. Parantez içindeki değerler, ADF için Schwarz istatistik bilgi kriterine; PP için çekirdek (kernel) yöntemi “Barlettkernel” ve bant genişliği (bandwith) “Newey West bandwith” yöntemine göre optimal gecikme uzunluğunu göstermektedir. Gecikme uzunluğunun sıfır olması durumunda DickeyFuller testini göstermektedir. Köşeli parantez içindeki değerler olasılık değerlerini göstermektedir.

4.4.2. Değişkenlerin Gecikme (Lag) Uzunlukları Hesaplamaları

Tablo4.3: Değişkenlerin Gecikme (Lag) Uzunlukları Hesaplamaları

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-419.8465	NA	24043.89	24.27694	24.49914	24.35364
1	-297.4495	202.8293	93.60763	18.71140	20.04456	19.17161
2	-258.9633	52.78117	47.53438	17.94076	20.38488	18.78447
3	-225.6271	36.19356	38.11182	17.46441	21.01949	18.69162
4	-154.4973	56.90382*	4.809073*	14.82842*	19.49446*	16.43914*

Girişimcilik değişkeninin bağımlı değişken olduğu dört dönem gecikmeli regresyon analizinde, AIC ve SC kriterlerine göre gecikme uzunluğu 4 olarak belirlenmiştir.

4.4.3. Engle – Granger Eşbütünleşme Testi

Tablo 4.4: Engle-Granger Eş Bütünleşme Testi

Augmented Dickey-Fuller test statistic		T-Statistic	Prob.*
		-4.039.202	0.0033
Test critical values	1 % level	-3.621.023	
	5 % level	-2.943.427	
	10 % level	-2.610.263	

Engle-Granger eş bütünleşme testi sonuçlarına göre, Tablo 4.4’de t istatistik değeri mutlak değerce %1 önem düzeyinde kritik değerden büyük olduğundan uzun dönemli bir ilişki tespit edilmiştir. Granger Nedensellik testi, eş bütünleşme ilişkisi tespit edildiğinden değişkenlerin düzey değerleri üzerinden yapılmıştır. Enflasyon verisi olan İNF birim kök değerlerinden herhangi birisinde durağanlık göstermediği için analizlerde kullanılmamıştır. eş bütünleşme, gecikme ve nedensellik analizlerinde dahiledilmemiştir.

Tablo 4.5: Girişimcilik ve GSYİH arasında Engle-Granger Nedensellik Testi

Nedenselliğin Yönü		Chi-sq	df	Prob Değeri	
EN	→	GDP	1.251636	4	0.0139*
GDP	→	EN	5.576308	4	0.2331

Granger Nedensellik testi sonuçlarına göre Tablo 4.5’te Girişimcilik verileri değişkeni olan EN’den, ekonomik büyüme değişkeni olan GDP değişkenine doğru bir nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezi red edilmiştir. Başka bir ifade ile söz konusu

değişkenler arasında girişimcilik verileri değişkeni olan EN'den ekonomik büyüme değişkeni olan GDP'ye doğru bir nedensellik ilişkisi mevcut olduğu tespit edilmiştir.

Ekonomik büyüme değişkeni olan GDP'den girişimcilik verileri değişkeni olan EN'e doğru bir nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezi kabul edilmiştir. Başka bir ifade ile söz konusu değişkenler arasında ekonomik büyüme değişkeni olan GDP'den girişimcilik verileri değişkeni olan EN'e doğru bir nedensellik ilişkisi mevcut olmadığı tespit edilmiştir

Girişimcilik ve ekonomik büyüme arasında, Girişimcilikten Ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 4.6: Girişimcilik ve İşsizlik arasında Engle-Granger Nedensellik Testi

Nedenselliğin Yönü			Chi-sq	df	Prob Değeri
EN	→	UNE	4.045356	4	0.3999
UNE	→	EN	6.175344	4	0.1864

Granger Nedensellik testi sonuçlarına göre Tablo 4.6'da Girişimcilik verileri değişkeni olan EN'den, İşsizlik değişkeni olan UNE değişkenine doğru bir nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezi kabul edilmiştir. Başka bir ifade ile söz konusu değişkenler arasında girişimcilik verileri değişkeni olan EN'den İşsizlik değişkeni olan UNE'ye doğru bir nedensellik ilişkisi mevcut olmadığı tespit edilmiştir.

İşsizlik değişkeni olan UNE'den girişimcilik verileri değişkeni olan EN'e doğru bir nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezi kabul edilmiştir. Başka bir ifade ile söz konusu değişkenler arasında İşsizlik değişkeni olan UNE 'den girişimcilik verileri değişkeni olan EN'e doğru bir nedensellik ilişkisi mevcut olmadığı tespit edilmiştir

Girişimcilik ve İşsizlik arasında, Nedenselliğe dayalı bir ilişki tespit edilememiştir.

Tablo 4.7: Girişimcilik ve İhracat arasında Engle-Granger Nedensellik Testi

Nedenselliğin Yönü			Chi-sq	df	Prob Değeri
EN	→	EX	7.473954	4	0.0000*
EX	→	EN	5.236717	4	0.2639

Granger Nedensellik testi sonuçlarına göre Tablo 4.7'de Girişimcilik verileri değişkeni olan EN'den, İhracat değişkeni olan EX değişkenine doğru bir nedensellik

ilişkisi olmadığı hipotezi red edilmiştir. Başka bir ifade ile söz konusu değişkenler arasında girişimcilik verileri değişkeni olan EN'den İhracat değişkeni olan EX'e doğru bir nedensellik ilişkisi mevcut olduğu tespit edilmiştir.

İhracat değişkeni olan EX'den girişimcilik verileri değişkeni olan EN'e doğru bir nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezi kabul edilmiştir. Başka bir ifade ile söz konusu değişkenler arasında İhracat değişkeni olan EX'den girişimcilik verileri değişkeni olan EN'e doğru bir nedensellik ilişkisi mevcut olmadığı tespit edilmiştir

Girişimcilik ve İhracat arasında, Girişimcilikten İhracat'a doğru tek yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 4.8: Girişimcilik ve İthalat arasında Engle-Granger Nedensellik Testi

Nedenselliğin Yönü		Chi-sq	df	Prob Değeri	
EN	→	İM	7.473954	4	0.0000*
İM	→	EN	8.887159	4	0.0640

Granger Nedensellik testi sonuçlarına göre Tablo 4.8'de Girişimcilik verileri değişkeni olan EN'den, İthalat değişkeni olan İM değişkenine doğru bir nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezi red edilmiştir. Başka bir ifade ile söz konusu değişkenler arasında girişimcilik verileri değişkeni olan EN'den İthalat değişkeni olan İM'e doğru bir nedensellik ilişkisi mevcut olduğu tespit edilmiştir.

İthalat değişkeni olan İM'den girişimcilik verileri değişkeni olan EN'e doğru bir nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezi kabul edilmiştir. Başka bir ifade ile söz konusu değişkenler arasında İthalat değişkeni olan İM'den girişimcilik verileri değişkeni olan EN'e doğru bir nedensellik ilişkisi mevcut olmadığı tespit edilmiştir

Girişimcilik ve İthalat arasında, Girişimcilikten ithalata doğru tek yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 4.9: Hipotez Durum Tablosu

No	Hipotez	Durum
H1.1	Girişimcilik İle GSYİH Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır	Kabul
H1.2	Girişimcilik İle Enflasyon Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır	Ret
H1.3	Girişimcilik İle İşsizlik Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır	Ret
H1.4	Girişimcilik İle İhracat Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır	Kabul
H1.5	Girişimcilik İle İthalat Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır	Kabul
H2.1	GSYİH İle Girişimcilik Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır	Ret
H2.2	Enflasyon İle Girişimcilik Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır	Ret
H2.3	İşsizlik İle Girişimcilik Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır	Ret
H2.4	İhracat İle Girişimcilik Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır	Ret
H2.5	İthalat İle Girişimcilik Arasında Nedensellik İlişkisi Vardır	Ret

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada, 2009Q1-2018Q3 dönemine ilişkin Türkiye ekonomisi üçer aylık verileri kullanılarak, Türkiye'nin 2023 ekonomik hedefleri ve girişimcilik arasındaki nedensellik ilişkileri ekonometrik açıdan incelenmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkileri açıklamak amacıyla, Engle-Granger nedensellik testi uygulanmıştır. Nedensellik analizleri sonucunda;

- EN -> GDP yani girişimcilik değişkeninden ekonomik büyüme değişkenine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.
- EN-> EX yani girişimcilik değişkeni ve ihracat değişkeni arasında nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.
- EN-> İM yani girişimcilik değişkeninden ve ithalat değişkenine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.
- GDP -> EN yani ekonomik büyümeden girişimcilik değişkenine doğru bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.
- EX -> EN yani ihracat değişkeninden girişimcilik değişkenine doğru bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.
- EN-> UNE yani girişimcilik değişkeninden işsizlik değişkenine doğru bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.
- UNE -> EN yani işsizlik değişkeninden girişimcilik değişkenine doğru bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

- İM -> EN yeni ithalat değişkeninden girişimcilik değişkenine doğru bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

Girişimcilik verileri değişkeni olan EN'den, ekonomik büyüme değişkeni olan GDP değişkenine doğru bir nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezi ret edilmiştir. Başka bir ifade ile söz konusu değişkenler arasında girişimcilik verileri değişkeni olan EN'den ekonomik büyüme değişkeni olan GDP'ye doğru bir nedensellik ilişkisi mevcut olduğu tespit edilmiştir. Ekonomik büyüme değişkeni olan GDP'den girişimcilik verileri değişkeni olan EN'e doğru bir nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezi kabul edilmiştir. Başka bir ifade ile söz konusu değişkenler arasında ekonomik büyüme değişkeni olan GDP'den girişimcilik verileri değişkeni olan EN'e doğru bir nedensellik ilişkisi mevcut olmadığı tespit edilmiştir. Girişimcilik ve ekonomik büyüme arasında girişimcilikten ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu çalışmada gözlemlenmiştir.

Kullanılan girişimcilik ve ekonomik büyüme verileri arasında çıkan sonuçlara bakıldığında ise girişimciliğin artmasıyla piyasada var olan üretimin artması ve canlanma ile ekonomik büyüme de bundan olumlu etkilendiği görülmektedir. Yani girişimcilik ve ekonomik büyüme arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu ve birbirini besleyen bir döngü olduğu görülmektedir. Bu da 2023 ekonomik hedeflerinde ülkenin istediği milli hâsıla hedeflerine ulaşmada girişimciliğin önemini bizlere göstermektedir.

Girişimcilik verileri değişkeni olan EN'den, ihracat değişkeni olan EX değişkenine doğru bir nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezi ret edilmiştir. Başka bir ifade ile söz konusu değişkenler arasında girişimcilik verileri değişkeni olan EN'den ihracat değişkeni olan EX'e doğru bir nedensellik ilişkisi mevcut olduğu tespit edilmiştir. İhracat değişkeni olan EX'den girişimcilik verileri değişkeni olan EN'e doğru T istatistik değeri olan anlamlılık değerlerinden herhangi birinde geçerlilik göstermediği için İhracat değişkeni olan EX'den girişimcilik verileri değişkeni olan EN'e doğru bir nedensellik ilişkisi mevcut olmadığı tespit edilmiştir. Nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezi kabul edilmiştir. İhracat ve girişimcilik arasında, girişimcilikten ihracata doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Kullanılan girişimcilik ve ihracat verileri arasında çıkan sonuçlara bakıldığında Türkiye’de girişimcilik oranının arttığı görüldüğü dönemlerde Türkiye’nin ihracat oranlarında da bir artış olduğu gözlemlenmiştir. Bu da bize 2023 ekonomik hedeflerinde belirlenen ihracat miktarında girişimciliğin etkili olduğunu artan girişimcilik ile meydana gelen üretim ve ticaretimizin ihracata da katkı sağladığı sonucuna ulaştırmaktadır. Artan girişimcilik oranları ile ihracatımızda artacağı varsayımını buradan çıkarmak yanlış olmayacaktır.

Girişimcilik verileri değişkeni olan EN’den, ithalat değişkeni olan IM değişkenine doğru T istatistik değeri olan anlamlılık değerlerinde geçerlilik gösterdiği için girişimcilik verileri değişkeni olan EN’den ithalat değişkeni olan IM’e doğru bir nedensellik ilişkisi mevcut olduğu tespit edilmiştir. Nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezi ret edilmiştir. İthalat değişkeni olan IM’den girişimcilik verileri değişkeni olan EN’e doğru T istatistik değeri olan anlamlılık değerlerinden herhangi birinde geçerlilik göstermediği için İthalat değişkeni olan IM’den girişimcilik verileri değişkeni olan EN’e doğru bir nedensellik ilişkisi mevcut olmadığı tespit edilmiştir. Nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezi kabul edilmiştir. Girişimcilik ve ithalat arasında girişimciliğten ithalata doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Kullanılan girişimcilik ve İthalat verileri arasında çıkan sonuçlara bakıldığında Türkiye’de girişimcilik oranları ile ithalat oranları arasında ki değişimlerde aralarında girişimciliğten ithalata doğru bir ilişki bulunmuştur. Artan girişimcilik oranları ülke içerisinde ihtiyaç duyulan ürünlerin üretilmesi ile dış ticarete dışa bağımlı olduğumuz ürünlerin içerde üretildiğini varsayıp dışa bağımlılığın azalıp ithalatın düşmesi yönünde bir eğilim beklenmektedir. Gerçekleştirilecek başka çalışmalar ve başka veriler ile bu sonuç değiştirilebileceği gibi bu uygulama da girişimcilik ve ithalat arasında bir teoriye aykırı olarak bir ilişki kurulamamıştır.

Girişimcilik verileri değişkeni olan EN’den, işsizlik değişkeni olan UNE değişkenine doğru T istatistik değeri olan anlamlılık değerlerinden herhangi birinde geçerlilik göstermediği için girişimcilik verileri değişkeni olan EN’den işsizlik değişkeni olan UNE’ye doğru bir nedensellik ilişkisi mevcut olmadığı tespit edilmiştir. Nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezi kabul edilmiştir. İşsizlik değişkeni olan UNE’den girişimcilik verileri değişkeni olan EN’e doğru bir nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezi

kabul edilmiştir. Başka bir ifade ile T istatistik değeri olan anlamlılık değerinden herhangi birisinde söz konusu değişkenler arasında nedensellik ilişkisi mevcut olduğu tespit edilememiştir.

Belirli dönemlerde, ülkedeki üretim miktarının artması ile yani girişimcilikte artışın yaşanması ile bir ülkenin gayri safi yurt içi hâsıla veya kişi başı milli gelirinde yükselişin olması şeklinde açıklamaya çalışılan ekonomik büyüme ve girişimcilik arasında tek yönlü bir ilişki olduğu varsayımı uygulama ile doğrulanmış görünmektedir. Bir ülkenin ekonomik anlamda büyüme gösterebilmesi için söz konusu üretim faktörlerinin başka bir ifadeyle girişimcilik faaliyetlerinin gelişmesi ile yakından ilişkilidir. Gelişmiş olarak kabul edilen ülkelerin deneyimleri göz önünde bulundurulup değerlendirildiği zaman, bu ülkelerin üretimde teknoloji yoğun üretim gerçekleştirdikleri yani katma değeri yüksek girişimcilik faaliyetlerinde buldukları ve ayrıca ekonomik büyümede dış ticaretin önemli aktörlerinden olan ihracata büyük önem verdikleri görülmektedir. Yüksek katma değerli üretimler gerçekleştirerek ülke içindeki teknoloji yoğun girişimcilik faaliyetleri ile üretilen mal ve hizmetleri, ihracatta kullanarak ülke ekonomisinde büyük pozitif değerler gerçekleştirdikleri gözlemlenmiştir.

Gerçekleştirilen bu uygulama neticesinde elde edilen bulgular ve çıkan sonuçlar ışığında, girişimcilik ile ekonomik büyüme, ihracat ve ithalat arasında nedensellik ilişkisinin büyük önem arz ettiği ortaya çıkmıştır.

Türkiye Cumhuriyetinin 2012 ve 2018 yılları arasında göstermiş olduğu ekonomik performans ver göstergeler ışığında görülmektedir ki, 2023 ekonomik hedeflerin gerçekleşmesi ve 2023 yılına gelindiğinde istenilen hedeflerin başarıyla sağlanmış olması yapılan bu çalışma ile imkânsız olmamak ile birlikte gerçekleştirilmesi çok zor görünmektedir. Son yıllarda iyice olumsuzlaşan ekonomik veriler ve küresel piyasalarda ki yaşanan belirsizlik ve risk algıları bu hedeflerden vazgeçip daha gerçekçi hedefler belirlememiz gerektiğini göstermektedir. Aynı zamanda ülke ekonomi politikaları ile yenilikçi girişimciliğin ne kadar iç içe ve birbirini etkileyen önemli unsurlar olduğu da çalışma ile bilimsel bir şekilde sergilenmiştir.

Daha önce girişimcilik ve bu ekonomik hedefler ile literatürde nedensellik analizi testi ile bu tür bir çalışma yapılmadığından ilk olma özelliği taşımaktadır. Hiç kuşkusuz bu gerçekleştirilen çalışmada analize dâhil edilen değişkenler dışında farklı değişkenlerde önem arz etmektedir. Kullanılmış olan değişkenler dışında başka değişkenlerinde analize eklenerek çalışmaların yapılması mümkün olması ile birlikte bu çalışmanın gelecekte yapılacak olan çalışmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.



KAYNAKÇA

- Altuntaş, T. (2016), “*Girişimcilik Destek Programlarının Aktif İstihdam Politikası Üzerindeki Etkinliği: KOSGEB Yeni Girişimcilik Programı Örneği Ve Tr21 Analizi*”, Yüksek Lisans Tezi, T.C. Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma İktisadi Anabilim Dalı, Tekirdağ
- Acs, Z. J. and Varga, A.,(2005), “*Entrepreneurship, Agglomeration and Technological Change*”, *Small Business Economics*, 24(3), ss.323- 334.
- Ata, A.Y. ve Yücel, F., (2003), *Eş-Bütünleşme ve Nedensellik Testleri Altında İkiz Açıklar Hipotezi: Türkiye Uygulaması*, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12(12), ss. 97-110
- Bilginer, F. (2017), *Küresel Girişimcilik Endeksi Çerçevesinde Türkiye’de Küresel Girişimciliğin Gelişimi: Teorik Bir Bakış Açısı*, *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, ss.29 – 46
- Bozkurt, Ö. vd. (2012), *Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma*, T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı.15
- Büber, H. (2016), *Girişimcilik Tutum ve Algısı İle Altyapı Algısı Özelliklerinin Tr33 Bölgesi ve Almanya’daki Türk Girişimciler Açısından Analizi*, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 7, ss.2092-2105
- Cansız, M. (2013), *Türkiye’nin Yenilikçi Girişimcileri Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği*, Sosyal Sektörler Ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü Raporu
- Carref, M. A. , Thurik, A. R. ,(2003), “*The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth*”. In Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), “*Handbook of*

Entrepreneurship”, International Handbook Series on Entrepreneurship 5, DOI
10.1007/978-1-4419-1191-9, ss.20.

Cingöz, A. ,Özdevecioğlu, M. , (2009), *Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve*, Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 32.

Coşkun Can Aktan ve İstiklal Vural, (2016), “*Bilgi Toplumu, Yeni Temel Teknolojiler ve Yeni Ekonomi*”, Yeni Türkiye, sayı 88. Cilt 1, Bilim ve Teknoloji Özel Sayısı.

Çetinkaya, Ö. , Bozkurt, A. v.d. , (2012), “*Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma*” , Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl: 2012/1, Sayı:15

Çakmak, E. vd. (2005), “*Türkiye’de Beşeri Sermaye ve Ekonomik Büyüme: Ekonometrik Bir Analiz*”, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, ss.60-72.

Demir, T. Vd. (2010), *Sosyal Girişimler ve Türkiye; İhtiyaç Analizi Raporu*, Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı

Demirel, Y. , Özbezek, D. , (2015), *İşletmelerde İç Girişimcilik ve Yenilik İlişkisine Yönelik Kavramsal Bir İnceleme*, Aksaray Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme ABD

Demiroğlu, Y. , (2007) , *Firma Davranışı Olarak Girişimcilik*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, ss. 28-34

Demiroğlu, Y. , (2007) , Firma Davranışı Olarak Girişimcilik, Dokuz Eylöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, ss. 13-20

Demirel, T. (2003), *Girişimcilik Kùltürü*, Yüksek Lisans Tezi, T.C. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim Organizasyon Bilim Dalı, Malatya

Er, P. (2012), *Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter*, Yüksek Lisans Tezi, T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Konya

Eren, M. vd. (2012), “*Yerel Kalkınmada Girişimciliğın Rolü: Gaziantep Örneği*”, Uluslararası Avrasya Ekonomileri Konferansı, 11-13 Ekim 2012, Alma-Ata, Kazakistan.

Erol, M. (1997). “*Bir Üretim Faktörü Olarak Girişimcinin, Ekonomik Gelişme Üzerindeki Etkilerinin Sosyal-Kùltürel Boyutu*”, T.C. Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 19, ss.123-148

GEM (2018)- *Global Girişimcilik Monitörü Küresel Raporu 2017/2016*

Yayla H. E, (2017), Türkiye Girişimcilik SWOT analizi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme ABD, Gaziantep

İlhan, S. ,(2005), “*Bazı Değişkenler Açısından Elazığ’da Girişimci Profili*”, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 15, Sayı: 1, ss.217–248.

Kalkan, A. vd. (2012), *Türkiye’de Girişimciliğın Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl: 2012/1, Sayı:15

Kalkınma Bakanlığı, (2014) *Girişimciliğın Geliştirilmesi, Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, Ankara 2014

Karaca, O., (2003), *Türkiye’de Enflasyon-Büyüme İlişkisi: Zaman Serisi Analizi*, Doğu Üniversitesi Dergisi, 4(2), ss. 247-255

Karakaya, E. (2015/1), *Türkiye’de Girişimcilik ve Ekonomik Büyüme*, 3. Uluslararası Bölgesel Kalkınma Konferansı, Ocak 2015, Bingöl Üniversitesi

KOSGEB, (2017) Küçük Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, *Girişimcilik Destek Programı Uygulama Esasları*, Ankara

Kurkut, K. (2012), “ *Türkiye’nin 2023 Vizyonu ve Dış Ticaret Hedefleri*” , Yüksek Lisans Tezi, T.C. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonomi Finans Anabilim Dalı, Uluslararası İktisat Bilim Dalı, İstanbul

Küçükaksoy, İ., Çiftçi, İ. ve Özbek, R.İ., (2015), *İhracata Dayalı Büyüme Hipotezi: Türkiye Uygulaması*, Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5(2), ss. 691-720

Ömür, G. (2016), *Bilgi Çağında Girişimciliğin Değişen Profili*, T.C. İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Sayı 55, ss.55 – 65

Örün, E. (2016), *Girişimcilik ve İnovasyonun Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Ampirik Bir Araştırma*, Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi Cilt: 5, Sayı: 2, Aralık

Özdevecioğlu, M. vd. (2009), *Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve*, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, ss.32

Özkul, G., Dulupçu, M. A. ,(2017), “*Kişisel Gelişimin Girişimci Tipleri Üzerine Etkisi: Antalya-Isparta İllerinde Bir İnceleme*”, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Cilt 2- Sayı 2, ss. 89–92

Özkul, G. (2008), T.C. “*Girişimcilik Teorileri ve Girişimci Tipleri: Antalya-Burdur-Isparta İllerinde İmalat Sanayi Kobi’lerindeki Girişimciler Üzerine Bir İnceleme*”, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı

Özsağır, A. (2014), *Yenilik Ekonomisi*, Seçkin Yayıncılık 2. Baskı, Ankara

Özsağır, A. (2016), *Bilgi Ekonomisi*, Seçkin Yayıncılık 5. Baskı, Ankara

Paksoy, S. (2010), *Bölgesel Kalkınmada Girişimciliğin Geliştirilmesi: Gap-Gidem Örnekleri*, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (5:1)

Perktaş, E. (2014), *Bölgesel Kalkınma Özelinde Girişimciliğin Ekonomik Kalkınma Sürecindeki Rolü*, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 2, Sayı: 7, Aralık 2014, ss. 472-486

T.C. Kalkınma Bakanlığı (2014-2018), *10. Kalkınma Planı*

Takım, A., (2010), Türkiye’de GSYİH ile İhracat Arasındaki İlişki: Granger Nedensellik Testi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(2), ss. 1-16.

Tanrısever, N. (2004), *Avrupa Birliğinde Girişimciliğin Teşvik Edilmesi İçin İzlenen Politikalar ve Türkiye’deki Politikaların Avrupa Birliği Uygulamalarına Uyumu*, Uzmanlık Tezi, Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, Sektörel Ve Bölgesel Politikalar Dairesi, Ankara

Tarı, R., (2011), *Ekonometri*, 7. Baskı, Umuttepe Yayınları, Kocaeli

Topkaya, Ö. (2013), “*Tarihsel Süreçte Girişimcilik Teorisi: Girişimciliğin Ekonomik Büyüme Ve İstihdam Boyutu*”, Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 1

TÜBİTAK, (2017), *1512 Girişimcilik Aşamalı Destek Programı*, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu, Ankara

TÜGİAD, (1993), *Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri*, Türkiye Genç İşadamları Derneği, Şubat 1993

TÜGİAD, (1993), *Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri*, Simge Ofis Matbaacılık, Ankara 1993

Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı, (2014-2016)

Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı (2015-2018), *Uluslararası Girişimcilik Kongresi*, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi 25-27 Mayıs 2006, Bişkek

Uzun Vadeli Gelişmenin Temel Amaçları Ve Stratejisi (2001-2023)

İNTERNET ADRESLERİ

Küresel Girişimcilik Monitörü, (2018)

<http://www.gemconsortium.org/>, (05.12.2018)

Küçük Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı,(2018)

<http://www.kosgeb.gov.tr/>, (03.11.2018)

Türkiye İstatistik Kurumu, (2018)

<http://www.tuik.gov.tr>, (03.11.2018)

Dünya Bankası, (2018)

<http://www.worldbank.org/tr/country/turkey> , (02.11.2018)

Küresel Girişimcilik Geliştirme Enstitüsü, (2018)

<https://thegedi.org/> , (05.12.2018)

Kamu Ar-Ge, Yenilik, Girişimcilik ve Ticarileştirme Desteklerinin Dağılımı, (2018),

https://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/ek_10_destekler_dagilimi.pdf,
(05.12.2018)

Kamu Ar-Ge, Yenilik, Girişimcilik ve programları kitapçığı, (2018),

http://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/teydeb_kitapcik.pdf, (04.11.2018)

T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Bakanlığı, (2001-2023), *Dokuzuncu Kalkınma Planı Türkiye Uzun Vadeli Kalkınma Stratejisi*

Ekonomi Bakanlığının Ana Hatları İle 2023 Vizyonu, (2018),

<http://www.musiad.org.tr/tr-tr/haberler/ihracatta-2023-vizyonu-paneli>, (05.12.018).

Türkiye 2023 Ekonomik Hedefleri, (2018),

<https://www.haberturk.com/ekonomi/makro-ekonomi/haber/594402-iste-ekonomide-2023-hedefleri>, (07.06.2018).

Amerika Birleşik Devletleri Genel Ekonomik Durum, (2018),

<https://www.ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/kuzey-amerika/abd/ulke-profilu/ekonomik-gorunum>, (05.12.2018).

Çin Halk Cumhuriyeti Genel Ekonomik Durum, (2018),

<https://www.ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/dogu-asya/cin-halk-cumhuriyeti/genel-ekonomik-durum>, (05.12.2018).

Japonya Genel Ekonomik Durum, (2018),

<https://www.ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/dogu-asya/japonya/genel-ekonomik-durum>, (05.12.2018).

Almanya Genel Ekonomik Durum,

<https://www.ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/almanya/genel-ekonomik-durum> , (05.12.2018).

İngiltere Genel Ekonomik Durum,

<https://www.ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/ingiltere/genel-ekonomik-durum>, (04.12.2018)

Fransa Genel Ekonomik Durum,

<https://www.ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/fransa/genel-ekonomik-durum>, (05.12.2018).

Girişimciliğin Önemi ve Türleri, (2018) ,

http://abs.mehmetakif.edu.tr/upload/0421_1606_dosya.ppt,(10.12.2018)

Hindistan Genel Ekonomik Durum,

<https://www.ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/guney-asya/hindistan/genel-ekonomik-durum>, (05.12.2018)

İtalya Genel Ekonomik Durum,

<https://www.ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/italya/genel-ekonomik-durum>,
(05.12.2018).

Brezilya Genel Ekonomik Durum,

<https://www.ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/guneyamerika/brezilya/genel-ekonomik-durum>, (05.12.2018).

Kanada Genel Ekonomik Durum,

<https://www.ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/kuzey-amerika/kanada/genel-ekonomik-durum>, (05.12.2018).

Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı,

<https://www.ticaret.gov.tr>, (05.12.2018).

Kalkınma Bakanlığı, 10. Kalkınma Planı,

<http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Onuncu-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-2014-2018.pdf>, (05.12.2018)

2017 – 2019 Orta Vadeli Programı,

<http://www.bumko.gov.tr/TR,42/orta-vadeli-program.html>, (05.12.2018).

<http://www.bumko.gov.tr/TR,147/ekonomik-gostergeler.html>, (05.12.2018).

Küresel Girişimcilik Monitörü, (2018),

<http://www.gemconsortium.org/>, (05.12.2018).

Küçük Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, (2018),

<http://www.kosgeb.gov.tr/>, (05.12.2018).

Türkiye İstatistik Kurumu, (2018),

<http://www.tuik.gov.tr>, (05.12.2018).

Dünya Bankası,(2018),

<http://www.worldbank.org/tr/country/turkey>, (05.12.2018).

Küresel Girişimcilik Geliştirme Enstitüsü, (2018),

<https://thegedi.org/>, (05.12.2018).

Kamu Ar-Ge, Yenilik, Girişimcilik ve Ticarileştirme Desteklerinin Dağılımı

https://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/ek_10_destekler_dagilimi.pdf,

(04.12.2018)

Kamu Ar-Ge, Yenilik, Girişimcilik ve programları kitapçığı, (2018)

http://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/teydeb_kitapcik.pdf, (04.12.2018).

Kobiler ve Girişimcilerin Türk Ekonomisinde ki Yeri, (2018),

<http://anahtar.sanayi.gov.tr/tr/news/kobiler-ve-girisimcilerin-turk-ekonomisindeki-yeri-ve-onemi/261>, (04.11.2018)

TÜİK ve Dış Ticaret İstatistikleri, (2018)

http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1046, (05.12.2018).

ÖZGEÇMİŞ

Nevzat KESKİN, 1991 yılı Gaziantep/Oğuzeli doğumludur. 2010 yılında Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat bölümünü kazandı ve 2014 Haziran'da mezun oldu. Vatani görevini Hava Kuvvetleri Komutanlığında Kısa Dönem Çavuş Olarak Tamamladı. 2 yıldır Gaziantep Üniversitesi Naci Topçuoğlu Meslek Yüksekokulunda ders vermektedir. Aynı zamanda Gaziantep Üniversitesi Target Teknoloji ve Transfer Ofisinde Girişimcilik ve Şirketleşme biriminde uzman olarak çalışmaktadır. Evli

VITAE

Nevzat Keskin was born in Oğuzeli/Gaziantep in 1991. He graduated from the Economics Department of Gaziantep University Faculty of Economics and Administrative Sciences in 2014. He performed his military service as a sergeant in Turkish Air Force. He has been working as an instructor at Gaziantep University Naci Topçuoğlu Vocational School of Higher Education. At the same time, he is working as a specialist in Gaziantep University Target Technology Transefer Office Inc. for the Entrepreneurship and Incorporation Unit. The married