

# Spekülatif Girişimcilik

(Araştırma Makalesi)

*Speculative Entrepreneurship*

Doi: 10.29023/alanyaakademik.612439

**Ali Osman UYMAZ**

Dr. Öğr. Üyesi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi,  
İşletme Fakültesi, İnsan Kaynakları Bölümü

[ali.uymaz@alanya.edu.tr](mailto:ali.uymaz@alanya.edu.tr)

Orcid No: 0000-0002-2572-0085

**Bu makaleye atıfta bulunmak için:** Uymaz, A.O. (2019). Spekülatif Girişimcilik. Alanya Akademik Bakış, 3(3), Sayfa No. 231-246.

**Anahtar kelimeler:**

Girişimcilik,  
Spekülatif  
Girişimcilik,  
Manipülasyon,  
Arbitraj

**ÖZET**

Bu çalışmada girişimcilik literatüründe daha önce çalışılmamış olan spekülatif girişimcilik incelenmiş olup, spekülatif girişimcilik ve alt boyutları farkındalık, arbitraj, öz-manipülasyon ve yüksek kazanç beklentisi tanımlanmış, örneklerle pekiştirilmiş ve diğer girişimcilik türlerinden ayrılan yönleri açıklanmıştır.

**Makale Geliş Tarihi:**

28.08.2019

**Kabul Tarihi:**

20.09.2019

**Keywords:**

Entrepreneurship,  
Speculative  
Entrepreneurship,  
Manipulation,  
Arbitrage

**ABSTRACT**

In this study, speculative entrepreneurship which has not been studied in the entrepreneurship literature has been examined and speculative entrepreneurship and its sub-dimensions' awareness, arbitrage, self-manipulation and high earnings expectation have been defined, explained with examples and differentiated aspects from other types of entrepreneurship have been explained.

## 1. GİRİŞ

Bir şeyin 'iyi' veya 'kötü' olarak görülmesi kültürden kültüre, aynı kültürde ise zamana göre değişebilmektedir. Geleneksel toplumda bireye sürüden ayrılmak korkusu aşılıp, ayrılmanın büyük bir günah olduğu öğretilirken, günümüzde ise 'hayatın her alanında girişimci olmak bir erdemdir!' ilkesiyle diğerlerinden ayrışma, bireysel markalaşma öğretilmektedir. Çünkü farklılaşmanın önemli bir çıktısı olan girişimcilik günümüzde ekonomik büyümenin, rekabet avantajının, verimliliğin, karlılığın kaynağı, özellikle devletler açısından hem ekonomik büyümenin hem işsizlik oranını düşürmenin hem de gelirleri artırmanın bir yolu olarak görülmektedir. Bu yüzden devlet toplum genelinde, örgütler ise örgüt içinde girişimciliği desteklemektedir.

Girişimcilik, üretim veya hizmet için gerekli kaynakları toplayarak, kar ve zarar riskini kabul edip ürünü üretmek, satmak (Stenberg & Wennekers, 2005) ve bu süreci kurgulayan, yöneten ve işi olarak gören kişi de girişimci (Bacq, Hartog, & Hoogendoorn, 2016) olarak tanımlanabilir. Girişimcilerin ortak özellikleri piyasadaki açığı teşhis edebilmeleri, kar-zarar riskini kabul etmeleri, kişisel çıkarı ve fayda ile motive (Bacq, Hartog, & Hoogendoorn, 2016) ve yüksek özgüvene sahip olmalarıdır (Koellinger, Minniti, & Schade, 2007). Girişimciler piyasadaki açıkları tespit ederek toplumun ihtiyaçlarını karşılarken kendilerini gerçekleştirme isterler ve bununla motive olurlar (Kirzner, 1973).

Girişimcilik işletme literatüründe pozitif ve önemli bir yer edinmiş, birden çok girişimci türü ve girişimcilik modeli tanımlanmıştır. Örneğin, Bruce (2016) uzun dönemli işler ve örgütler kurmayı hedefleyen girişimleri temel (fundamental) girişimcilik olarak tanımlamıştır. Temel girişimcilik rasyonel bir analiz ile öngörülebilir pazarda, asgari düzeyde bile olsa etki ve kontrol edebileceği, sürdürülebilir, geliştirilebilir bir iş modeli kurgulayan ve tekrar eden bir karlılığı hedefleyen girişimcilik faaliyetidir. Temel girişimcilikte hedef ve performans kriterleri birden çoktur. Örneğin, teşebbüsün başarılı olması, sürdürülebilirliği sağlayacak örgüt yapısının tasarlanması, marka bilinirliğini ve güvenilirliğini artırmak, pazarda belirli bir paya sahip olmak ve bu payı büyütmek için iş geliştirme projelerinin sayısı gibi.

‘Girişimcilik kapsamında ne tür teşebbüsler değerlendirilir?’ sorusu ile yola çıkan Barreira (2018) girişimcilik üzerine yazılmış makaleler üzerine yapmış olduğu araştırması sonucunda girişimcilik sürecinde aşağıdaki başlıklardan biri veya eş zamanlı birden fazlasının yapıldığını tespit etmiştir.

Yeni bir ürün veya hizmet ya da var olanın farkı özelliğe sahip olanını veya kalitesini üretmek,

Yeni bir üretim tekniği geliştirmek,

Yeni pazarlar oluşturmak,

Hammadde veya yarı mamul hammadde olarak yeni bir ürün veya kaynak bulmak,

Var olan bir sektörü, pazarı veya üretimi yeniden yapılandırmak.

Pazar ekonomisinin sağladığı serbest piyasada bir şeyin birden çok farklılaşmış türüne rastlamak doğaldır. Girişimcilik açısından da bu geçerlidir. Birden fazla, farklı girişimci ve girişimcilik modeli olabileceği gibi, girişimciliğinde karanlık bir tarafında bulunabileceği göz ardı edilmemesi gerekir. Örneğin girişimcilerde fırsatçı davranışlar görülmektedir (Gorman & Sahlman, 1989; Scarlata & Alemany, 2010). Karanlık tarafa sahip olan girişimcilik modellerinden biri spekülatif girişimciliktir. Mutlak olumsuz ve karanlık bir model olmamakla birlikte, model olarak başarılı olma olasılığı olduğu kadar suistimale açık yönlere sahip olması dolayısıyla girişimcinin karanlık tarafa kayma olasılığı olan bir girişimcilik türüdür.

## 2. SPEKÜLATİF GİRİŞİMCİLİK

Serbest piyasa dinamik bir yapıya sahip olması dolayısıyla yeniliklere gebe dir. Gündelik hayat içinde bir şeyler pazar ömrünü tamamlarken yenileri doğmaktadır. Günümüzde yüksek değişim ve dalgalanma özelliğine sahip piyasayı Kirzner (Kirzner, 2010) sosyal arena olarak tanımlar. Piyasa, tarafların mübadelelerini özgürce faydalı kılabilirdikleri bir arena olarak

adlandırılır. Yani piyasa mübadele oyunlarına izin veren hatta bu oyunları teşvik eden sosyal çerçevedir. Piyasa ekonomisinde yalnızca gerçekleşen şey, kaynak sahipleri ile bu kaynaklarla üretilen ürünleri tüketmeye istekli olan tüketicilerin, müteşebbislerin arabuluculuğuyla, karşılıklı fayda sağlayan mübadelelere yönlendirilmeleri değildir. Piyasada gerçekleşen şey, kaynak sahiplerinin sahip oldukları kaynakları, tüketici tercihlerine göre süreci en iyi şekilde planlamış ve yönetecek olan üreticilerin buluşturulmasıdır. Tüketicilerin tercihlerine göre hangi kaynağın kime, ne kadar tahsis edileceği belirlenir. Piyasa, potansiyel fayda olasılıkları ve gönüllü mübadelelerden oluşan bir paylaşım alanı olarak görülebilir. Gönüllüğün referans noktası olarak ise görünen fiyat yani finansal anlamlılıktır. Fiyat birçok şeyi birinci derecede şekillendirirken, ikinci ve üçüncü derecede faktörlerde etkili olabilmektedir.

Kirzner (1973) piyasanın gözlemlenebilir olgusu olarak fiyatı kabul etmektedir. Piyasanın oluşması belirli fiyatlardaki ürünlerin değiş-tokuşlarında sistematik ilişkilerin tezahürü, ifadesidir. Yani kaynak dağılımının referans noktası piyasadaki fiyatlardır. Mises tarafından fiyat 'arz ve talep dengesinin göstergesi' olarak görülürken; Kirzner (2001) göre ise piyasa fiyatları, belirsizlik altındaki alınan kararların önlenemez hatalarının sonuçları olan dengesizliğin göstergeleridir. Bir ürünün farklı pazarlarda farklı fiyatlarda alınıp-satıldığı görülebilir. Hatta aynı pazar içinde aynı ürün farklı fiyatlara satılabilmektedir. Bu fiyat dengesizliği karar mercilerinin verdiği hatalı kararların sonucudur. Bu fiyat dengesizliğini kullanarak kar sağlamak için yapılan ticari faaliyete ise arbitraj denilmektedir. Arbitraj pazar ekonomisinin önemli bir olgusudur. Arbitraj coğrafi olduğu gibi zamansal olarak da olabilir. Girişimci mevcuttaki ve gelecekteki arbitrajı eş zamanlı öngörebilir (Harper, 2003) ve bu öngürüsüne göre yatırım yapabilir.

Kirzner (1979) pazardaki arbitrajdan faydalanarak gerçekleştirilen girişimciliğe spekülative girişimcilik olarak tanımlamıştır. Spekülative girişimcilik, belirsizliğin olduğu bir ekosistemde girişimci lehine kullanılabilir fiyat dengesizliğiyle yani arbitraj temelli yapılan girişimcilik faaliyetleridir. Arbitraj fırsatlarını teşhis eden girişimci hedeflerini gerçekleştirmek üzere, kontrol edemeyecekleri bir çok faktör olsa bile, yüksek riskli bir piyasada faaliyet göstermek için gerekli kaynakları toplar (Kirzner, 1973).

Kirzner spekülative girişimciliği açıklarken Avusturya İktisat Okulu yaklaşımını benimsemiştir. Kendi faydası ve karı peşinde olan girişimci diğer ekonomik aktörlerin bilgisizlikleri veya hatalarından kaynaklanan ve hatta manipüle ederek oluşturduğu piyasadaki fiyat dengesizliğini kendi lehine kullanabilmektedir. Girişimci karını maksimize etmek, hatta pazar oluşturabilmek için bu dengesizliğin ifadesi arbitrajı fırsat olarak değerlendirmektedir. Kirzner'e göre spekülative girişimci pazarda bir açığı ve dengesizliği değerlendirdiği için dengeleyici bir fonksiyonu da icra etmektedir.

Spekülative girişimciliğin kaynağını oluşturan arbitrajı yüzeysel bir fiyat dalgalanması olarak değerlendirmek yanlış olacaktır. Arbitrajın temeli yeni bir ürün, hizmet, üretim süreci, organizasyon yapısı veya psikolojik bir algı yönetimi gibi bir veya eş zamanlı birden fazla kaynak olabilir. Bunlardan biri veya birden fazlasıyla arbitraj oluşturulabilir. Spekülative girişimci var olan piyasa açığını değerlendirdiği gibi kendisi de bilgisi ile yeni bir ürün veya hizmeti kurgulayarak arbitraj fırsatı sağlayan yeni bir ürün veya hizmet ile piyasanın oluşmasını sağlayabilir. Örneğin; Henry Ford'un yeni bir üretim teknolojisi ile montaj hattı kurması, üretimi yeniden yapılandırması bir yeniliktir. Bu yeniliğin temelinde bir bilgiye dayalı farkındalık bulunmaktadır. Uygulanan yeni üretim tekniği üretim maliyetini

düşürürken, ürünün satış fiyatı düşürülse bile, daha yüksek kar elde edebilme fırsatı sağlamıştır. Bu durum piyasada bir arbitraj oluşturmaktadır. Bu arbitrajı sürekli hale getirebilmek için çalışanlarına zam yaparak, gelirlerini artırmış ve onları birer müşteriye dönüştürmüştür. Yüksek gelir ve buna ek sağlanan krediyle bağımlılıklarını artırmış ve piyasanın hem üretim hem de müşteri yönünden kendi lehine şekillenmesini sağlamıştır. Spekülatif girişimciliğin başarısı girişimcinin farkındalık düzeyine, arbitraj fırsatının keşfine ve finansal anlamlılığa bağlı olarak değişmektedir.

Kirzner (1999), Schumpeter'in özellikle belirttiği, girişimciliğin piyasadaki mevcut dengeyi bozucu, yıkıcı bir özelliğe sahip olduğunu önceleri kabul etmese de sonradan kabul etmiştir. Spekülatif girişimcilik piyasadaki açığı kapatırken mevcut pazarın sahip olduğu dengeyi de bozmaktadır. Çünkü yeni bir ürün veya hizmet ile kendisine yeni pazar oluştururken diğer ürün ve hizmetler için var olan dengeleri bozabilmektedir. Fakat yeni fırsatın farkına varan diğer girişimciler veya aktörler tekrar dengenin oluşmasını sağlamaktadır.

Kirzner (1973) tarafından girişimcilik bireysel özellikten öte bir fonksiyon, keşfetme süreci olarak görülmektedir. Girişimcilik süreci bilinçsiz öğrenme, öğrenilenlerin bilgiye dönüşmesi, aktifleşmesi ile farkındalığın oluşması ve girişimcilik davranışlarının ortaya çıkmasını kapsamaktadır. Girişimcilik karar ve davranışların sonucu oluşan dinamik bir süreçtir. Yani bir kişi karar ve davranışları ile girişimci özellikleri gösteriyorsa girişimcidir. Girişimcilik süreci sonucu ister olumlu isterse olumsuz olsun, nihayete erdiği zaman girişimcilik sona ermektedir. Bireyi ömür boyu girişimci olarak kabul edilmemektedir. Dolayısıyla spekülatif girişimcilik temel kişilik özelliği değildir.

Kirzner (1979) girişimci ile yatırımcı arasındaki farkı da vurgulamak ihtiyacı hissetmiştir. Yatırımcı sürece parası ile dâhil olur ve belirli bir getiriye kabul ederken risk almayı reddeder. Girişimci ise pazardaki fırsatın farkındalığı ile kaynakları toplamak, ürün veya hizmeti üretip satarak para kazanabileceğinin veya süreç sonunda zarar edebileceğinin yani sürecin risk barındırdığının farkındadır. Yatırımcı, girişimcinin tam tersine mal veya hizmet üretimi yapmak niyetinde değildir, kontrollü bir risk çerçevesi içinde karını garanti edecek şekilde hareket etme eğilimindedir.

*'Spekülatif girişimciliğin, diğer girişimcilerden ayıran özellikler nelerdir?'* Sorusuna öncelikle genel girişimciliğin özellikleri tanımlamakla başlamak gerekir. Wales ve diğerlerinin (2016) çalışmalarında, literatürdeki 128 girişimcilik konulu makale üzerinde yaptıkları çalışmanın sonucuna göre; 98 tanesi Miller'in (1983) ortaya koymuş olduğu girişimciliğin üç boyutu olarak yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma olduğunu tespit etmişlerdir. Spekülatif girişimcilerin bu özelliklere ek olarak sahip oldukları özellikler *farkındalık, arbitraj, öz manipülasyon ve yüksek kazanç beklentisidir.*

## 2.1. Farkındalık

Kirzner farkındalığı girişimcilik sürecinin temeli olarak tanımlamaktadır. Farkındalığı bir girişimcinin sahip olduğu bir bilgiden kaynaklanan, girişimciliğin temelini oluşturan ve bir ekonomik fayda sağlayan durumdur. Diğer kişiler aynı bilgiye sahip olsa bile bilgiyi yorumlamadıkları, anlamlandırarak kullanılabilir hale getiremedikleri için onlarda farkındalık oluşmamaktadır. Farkındalık bilgiden kaynaklanmakla birlikte, içerik olarak pazardaki boşlukların, hataların ve dengesizliklerin teşhisini kapsamaktadır (Kirzner, 1999). Bilgi diğerleri tarafından da bilinebilecek açık, objektif bir özelliğe sahip olsa bile, yorumlanması, anlamlandırılması ve farkındalığın oluşması öznel ve subjektif durumdur. Bu

durumda aynı bilgiye sahip herkeste aynı farkındalığı oluşturması beklenemez. Farkındalık sonucu ortaya çıkan şey girişimcinin yaratıcı yönünün ürünüdür. Bilgi ve farkındalık dinamik ve birbirleriyle etkileşim içinde olan faktörlerdir. Bilgi değiştiği zaman kişinin farkındalığı da değişmektedir. Fakat bilginin değişmesi ile farkındalığın da değişmesi girişimciliğin geliştiği anlamına gelmez. Bilgideki değişim girişimciliği güçlendirdiği gibi zayıflatabilir. Hatta girişimci bilgi ve farkındalığının değişmesi ile girişimcilik sürecini sonlandırabilir.

Bilginin oluşması için öncelikle okullarda olduğu gibi kontrollü veya kişisel tecrübe gibi tamamen kontrolsüz şartlar altında bir öğrenme gerçekleşmektedir. Kişinin öğrendiklerinin sonucu bilgi ortaya çıkmaktadır. Aynı bilgi her bireyde farklı yorumlanmakta, farklı farkındalıklara neden olmaktadır. Bunun için girişimciliğin temelini oluşturan farkındalık subjektif bir durumdur. Ortaya çıkan bilgi ile kişi uyarılmış ve farkındalık oluşmuştur. Bu farkındalık girişimcilerin yaratıcı yönünün temelini oluşturmaktadır. Girişimcilik sürecinin başlaması ile bilgi referans alınarak yüksek belirsizlik içinde dahi olsa kişi bir vizyon kurgulamaktadır. Vizyona sahip olan kişi tamamen uyarılmış, farkındalığı pekişmiş ve girişimcilik karar ve davranışları için altyapıya sahip olmuştur.

Spekülatif girişimcinin sahip olduğu farkındalık için kapsamlı bir bilgiye, büyük bir veriye sahip olmasına veya yatırımda bulunduğu alanın uzmanı olmasına gerek yoktur. Temel düzeydeki bilgi bile farkındalığın oluşması kişiyi girişimciye dönüştürmek için yeterli olabilmektedir. Girişim sürecinin başlangıcı olan bu farkındalık piyasadaki açıklığın ve arbitraj fırsatlarının görülmesidir. Bir ürün veya hizmetin eksikliğini teşhis eden kişi bu mal veya hizmeti üreterek piyasaya sürebilmektedir. İster mal veya hizmet üretiminin tamamı veya bir bölümünden kaynaklansın arbitraj fırsatını teşhis eden ve bu bilgi ile faaliyete geçen kişi normalin üzerinde kar elde etmeyi hedeflemektedir. Kişi bu durumunu beyan olarak açıklamasa bile davranışları ile gösterebilir.

Tıpkı Somerset Maugham'ın Zangoç hikâyesinde (2018) olduğu gibi. Okuma yazma bilmediği için yeni atanan papaz tarafından çok sevdiği zangoçluk işinden kovulan Foreman, kilisenin kapısından çıkar çıkmaz sigara içme ihtiyacı hisseder. Fakat yanında hiç sigara olmadığını fark eder. Kiliseye giden ana yol üzerinde sigara almak için dükkân aramaya başlayınca tütün ürünleri satan hiçbir dükkânın bulunmadığını görür. Ondaki bu anlık, doğal öğrenme ve içinde bulunduğu şartlar bilginin ve farkındalığın oluşmasını sağlar. Bunun üzerine kiliseye giden yolun üzerine tütün ürünleri satan bir dükkân açmaya karar verir. Bunun için kendisi ilk önce çok sevdiği zangoçluktan yani işini geri kazanma mücadelesinden vazgeçmesi gerekmektedir. Bu aşama öz manipülasyon sürecidir. Çok sevdiği işi için mücadele etmek yerine hayatı boyunca hiç düşünmediği, kendisini hazırlamadığı bir teşebbüsü gerçekleştirmeye yönlendirici, onu teşvik edici bir rasyonalite oluşturması gereklidir. Kendisi kabullendikten sonra ise girişimcilik vizyonu için gerekli yatırımı yapabilmesi için karısını ikna etmesi, onun desteğini alması gerekmiştir. Çünkü karısı zangoçluktan ayrılıp böyle bir iş yapmayı toplumda sosyal statü, itibar kaybı olarak görmektedir. Kendisi karısına kilisenin ve kilisedeki konumunun ne olduğundan öte artık önemli olanın hem kendisinin hem de kilisenin eskisi gibi olmadığını ve 'Sezar'a ne yapması gerektiğini söyleyen yine Sezar'dı' diyerek kararlılığını açıklar. Karısını ikna etmeden önce kendi kendini ikna ettiği ortadadır. Çok sevdiği zangoçluk yerine tütün satan bir kişiye dönüşmeyi kabullenmesi için sürecin rasyonelleştirilmesi gerekmektedir. Bu rasyonelleştirme süreci yeni süreçteki karar ve davranışlarını, diğer kişilerle ilişkilerini düzenleyen yeni tutumların oluşturulmasıdır. Kilise cemaati tarafından tanınmıyor ve işini hakkıyla yıllardan

beri yapan bir kişi olarak haksız yere işten atılmış olması girişimciliğine arbitraj fırsatı sağlayacaktır. Bu durumun farkında olan Zangoç'un öz manipülasyon sürecinde rasyonelleştirmesi daha kolay olmuştur. İlk teşebbüsü gelecekteki büyük ticari başarısı için bir başlangıç olur, zira girişimciliğinin sonucu Londra'nın önemli bulvarlarında tütün ürünleri satan dükkânlar zincirine sahip olur. Bu başarının arkasında yatan pazardaki açığın farkına varması, ikincisi ise ticari faaliyet göstereceği çevrede bilinen zangoçluk hikâyesi ve hali hazırda tanınıyor olmasıdır. Bunun pazarda işini kolaylaştıracağını, kendisi için bir arbitraj fırsatı oluşturacağını öngören kişi öz manipülasyonla rasyonelleştirme sürecini hızlandırabilmiştir. Burada önemli olan Zangoç'un ekonomik faydaya odaklanırken karısı sosyal statüye odaklanmasıdır. Girişimcilik için gerekli öğrenme, bilgi ve farkındalık Zangoç'ta oluşmuştur.

Spekülatif girişimciliğin temelinde subjektif rasyonalite ve karar verme bulunmaktadır. Subjektifliğin en belirgin yönü girişimcilik sürecinin tetikleyicisi olan kişinin sahip olduğu bilgiden kaynaklanan farkındalıktır. Aynı bilgiye sahip olan diğer bireylerde farkındalık oluşacağı anlamına gelmemektedir. Krizner (1979) ekonomik fayda kazanma olasılığının kişiyi motive ettiğini ve bu farkındalığa sahip kişilerde sürecin hızlandığını belirtmektedir.

Girişimde oluşan farkındalık ile birbirini tetikleyen faaliyetleri kapsayan girişimcilik süreci başlar (Krizner, 1999). Pazar yeni fırsatlar arayan veya spontane farkındalık ile ortaya çıkan girişimcilik faaliyetlerinin bulunduğu dinamik bir yapıya sahiptir. Piyasada ekonomik teşvikler kaynakların yeniden dağıtımını sağlamaktadır. Fakat fırsatları, teşvikleri ve kaynakların yeniden dağılımını teşhis edebilmek için bilgi ve farkındalık gereklidir. Değişikliklere ve dengesizlik durumuna dikkat eden bireyler, fırsatları değerlendirip ekonomik kazançlar elde etmeye yönelir. Girişimcinin rolü, keşfetmek ve kaynakları yeniden dağıtmak yoluyla fırsatları yakalamaktır (Cengiz, 2018).

Bilgisizlik belirsizliğin kaynağıdır. Girişimci, diğer aktörler ile ilgili tüm verilere sahip olmak gibi bir olasılığı olmadığı için geleceği mutlak bir doğrulukla öngöremeyebilirler. Bunun için girişimcilik sürecindeki fikir olsa bile, bilgi eksikliğinden dolayı vereceği kararlar gelecekte 'öngörülemez sorunlar' olarak tanımlanan hatalara neden olacaktır. Bilgi eksikliği spekülatif girişimcilik sürecinde yaşanan sorunların kök nedenidir. Fakat bu hatalar spontane öğrenmeyi, yeni bilgi ve fikirlerin oluşmasını sağlar. Ekonomik aktör olarak girişimci bu hataları, inkıtalı süreç içinde düzeltmek zorunda kalır. Bu düzeltmeler sonucu yeni öğrenme, bilgi ve farkındalık ile girişimci arbitrajı öncelikle artırmaya veya korumaya çalışır. Girişimcilik sürecinde yaşanan bu sorunlar ve düzenlemeler pazarın gelişmesine katkıda bulunur. Krizner de pazarın bireylerin karar ve davranışları ile kendisini yenileyeceğini bu süreçte girişimcinin karını azami seviyeye getirmeye çalışacağını vurgulamaktadır. Krizner bu öğrenmede ekonomik fayda kazanma olasılığının kişiyi motive ettiğini belirtmektedir; "bilginin spontane keşfedilmesinde tek bildiğimiz şey, bilgidен fayda sağlayacak potansiyele sahip kişilerde göreceli olarak bu sürecin çok hızlı işlediğidir." (Krizner, 1979). Girişimcilik sürecinde girişimcinin hatalarını düzeltmesi, yeni bilgi arayışı içinde olması, bilgi eksikliğinin üzerine giderek farkındalığını geliştirme isteğidir (Krizner, 1997). Bilgisizlikten doğan hataların yeni öğrenme ve bilgileri, bunların ise yeni farkındalık ve arbitraj fırsatlar doğurduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Fakat girişimcinin farkındalığının temelinde yalnız bilgi değil, bilinçaltındaki bir güdü veya sezgisel bir durumun bulunması da söz konusudur. Farkındalığı oluşturan kaynağın kökeninde subjektif bir yan bulunmaktadır. Bu subjektiflik kişinin düşünsel modelleri, temel

kişilik özellikleri, tecrübesi gibi birçok nedenden kaynaklanabilir. Daha önce veya anlık öğrendiği, kazandığı bir tecrübeyi yeni bir alana uygulamaya çalışması veya sürekli iyileştirme ve geliştirme çabası içinde olması düşünsel bir modellerinin bir ifadesidir. Örneğin, Henry Ford mezbahada gördüğü bant sistemini araba üretim bandı olarak fabrikasına uyarlamış ve T1 modelini üretim bandında üretmiştir. Bu teknoloji transferi ile üretim kapasitesi artarken maliyetler düşmüştür. Aynı zamanda üretimde işbölümü ve uzmanlaşma sağlamıştır. Benzer şekilde Ataman Özbay çocukken matbaacı çıraklığı döneminde gördüğü baskı makinesini yıllar sonra ıslak mendil üreten bir makinaya dönüştürmüştür (Özbay, 2014). Temelinde her biri açısından subjektif yönün dahil olması ile farkındalık ortaya çıkmıştır.

Spekülatif girişimcinin farkındalığı sanal bir fırsatı gerçek bir şey olarak da niteleyebilmesidir (Murray, 2018). Yani spekülatif girişimci, piyasada olmayan bir dengesizliği yaratabilir. Bu açıdan bakılırsa kar, belirsizlik ve dengesizliğin içindeki bir olgudur. Kirzner piyasayı ve piyasa dengesini 'amaçlı insan eylemlerinin sonuçları' olarak tanımlar. Dolayısıyla arbitraj fırsatını yakalayan spekülatif girişimcilerin amaçlı davranışları kendi lehlerine göre piyasanın dengesini bozduğu gibi suni dahi olsa açıkları kapatarak piyasanın hem daha dengeli olmasını hem de gelişmesini sağlamaktadır.

## 2.2. Diğer Aktörlerin Fikirsizliği (Sheer Ignorance)

Spekülatif girişimcilik diğer ekonomik aktörün fikirsizliğinden dolayı ortaya çıkmaktadır. Kirzner'in tanımında yer alan fikirsizlik kapsamı, girişimci diğer aktörün bilgiye sahip olmadığını veya sahip olsa bile farkındalığın yeni bir girişimcilik sürecini oluşturmadığının farkındadır. Bu farkındalık eksikliği, girişimcinin hedefindeki aktörün bilmemesinin ötesinde, bilse bile bilgiyi anlamlandıramaması veya farklı bir farkındalığın oluşmasıdır. Bilginin girişimcilik kapsamında ne anlama geldiği, nasıl kullanacağı hakkında bir fikri bulunmamasıdır. Bilginin sağladığı avantajın farkında olan ve yeterli bilgi sahibi olmadığını hisseden girişimci arayış içine girecektir. Yeni bilginin öğrenilmesi ek bir maliyet ve zahmet getirebilir ve girişimci bunu ödemeyi gerekirse göze alacaktır (Kirzner, 1997).

Piyasa aktörleri kararlarının sonuçlarını, süreçteki hataları gördükleri zaman girişimcilik sürecinde değişikliğe gitme ihtiyacı hissederler. Hatta hedeflenenlerin gerçekleştirilme düzeyi optimal olsa bile, en düşük seviyedeki kararlarından, hatalarından vazgeçerler. Bu fiyat, mal, hizmet ve/veya üretim faktörlerinde değişikliğe neden olur. Hatta bu aktörlerden planlarında anlık olmakla birlikte sistematik bir değişiklikte beklenebilir (Kirzner, 1973). Bu değişiklik girişimcinin diğer ekonomik aktörlerin tercihlerinin farkına varmasından kaynaklanmaktadır. Homo economus olarak davranması beklenen aktörler homo agens olarak davranması hatalara neden olacağı gibi yeni fırsatların da ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Daha önceki farkındalığa göre yapılan planların uygulanması esnasında hataların, aksaklıkların oluşması, hedef aktörün tercihlerinin teşhis edilememesinden kaynaklanmaktadır. Hedef aktörün tercihlerini ve faktörleri teşhis eden yani öğrenen girişimci yeni bilgi ile üst bir farkındalık düzeyine geçmektedir. Bu yeni farkındalıkla süreç kapsamındaki birçok şeyde, örneğin ürün veya hizmetin kalite ve özellikleri, fiyatı veya üretim teknolojisi vb. gibi faktörlerde değişikliğe gidebilmektedir. Bu yeni bilgi diğer aktörler tarafından bilinmediği için girişimciye yeni arbitraj fırsatı, kaldıraç gücü veya var olanın devamını sağlamaktadır. Bir gıda üretim tesisinin bir yıl kosher sonraki yıl helal gıda takibinde ise hijyenik üretim belgesini alması bu durumun bir örneğidir. Hedef kitlesinin tercihlerine göre üretiminde

hiçbir şeyi değiştirmese bile ürün tanımlaması ve konumlandırmasını da yapacağı gelişmeler ile yeni bir pazar oluşturabilmektedir.

Kirzner (1979) piyasada iki tür insan bulunduğunun altını çizer. Birincisi kendisi için tanımlanmış modellerden birini seçen ve bu çerçevedeki amaç ve araçlarla optimizasyonun peşinde olan kişilerdir. Diğeri ise alternatif model ve çerçevelerin arayışında, kurgulanmasının peşinde olan girişimcilik davranışları gösteren kişilerdir. Kirzner girişimciyi tanımlarken de iki önemli noktaya işaret eder. Birincisi, Lionel Robbins'ın yaklaşımın zıttı olan bir faydacılıktır. Ona göre girişimcilik davranışı Robbins'ın ekonomik davranış yaklaşımının dışındaki, ona aykırı olan tüm davranışlara sahip olan pazardaki aktörler girişimcidir. İkincisi ise; girişimci başkaları tarafından fark edilmemiş bir fırsattı teşhis etmekten doğan bir özelliğe sahip karar vericidir (Kirzner, 1979). Ekonomik aktör olan karar vericiler Robbins'ın ekonomik aktöründen daha çok Mises'in homo agens (Mises, 1990) yani zayıf, saf, hatta aptal, düşüncesiz ve kötü yönlendirilmiş kişiler olabilirler. Davranışları rasyonel davranış değildir, irade tarafından mutlak şekilde kontrol edilemeyen beden ve içgüdülerin uyarılara tepkisidir. Örneğin; homo economus olarak bir kişi şirketinin karını maksimum düzeye çıkarmak isteyebilir. İşine özen göstererek, ortaya çıkan problemleri kökten çözmeye çalışabilir. Bu çabasına rağmen ortaya hatalar çıkabilir. Bu öngörülemeyen sonuçlar cehalet, ihmal, hata gibi değerlendirilmelidir. Bu doğal bir süreçtir, hatalar yeni öğrenme ve bilginin ortaya çıkmasını sağlar.

Bununla birlikte herkes kar için ince hesaplar içinde olan bir iş adamı değildir, bazı insanlar ekonomik fayda, kar yerine rahatlığı tercih edebilirler. Bu kişiler homo agens olarak tanımlanan kişilerdir (Mises, 2003). Ekonomik fayda olsa da buna rağmen tercih edilen haz, bir psikolojik veya dini durum tüketici olan aktör için daha öncelikli olabilir. Örneğin, Müslümanların 'helal' veya Yahudilerin ise 'kosher' ürünlere, muadili olan ve aynı zamanda daha ucuz ürünler yerine daha fazla para ödemeye istekli olması gösterilebilir. Ürünlerin helal veya kosher olması, ekonomik aktör olan, bu konuda hassasiyeti olan tüketiciler için tercih sebebi olabilmekte ve bu özellikler için daha fazla para ödeyebilmektedir. Tüketici homo economus olarak değil homo agens olarak davranmaktadır.

Birey mutlak homo economus veya homo agens değildir. Bazı durumlarda homo economus olarak ekonomik faydasını, karını maksimum düzeye çıkarmaya çabaladığı gibi bazı durumlarda ise helal veya kosheri tercih ederek, homo agens olarak davranabilir. Homo agens durumu aktörün içinde bulunduğu şartlarda psikolojik veya içgüdüsel bir tepki olarak davranmasıdır. Kirzner'in yaklaşımı ile bakıldığında zaman piyasadaki kişilerin bazıları homo economus bazıları da homo agens olarak davranabilirler. Hatta bir kişi farklı senaryolarda her iki davranışı da gösterebilir. Örneğin, işadamı olan bir kişi homo economus olarak davranırken, öğlen yemeği yemek isteyen aç bir insan olarak homo agens olarak davranabilir. Buradaki durum bilgisizlikten değil tüketicilerin değişik içerik ve seviyedeki farkındalıklarından kaynaklanırken, bu ürün ve hizmetleri üretilen, piyasaya süren girişimciler ise müşteri potansiyeli olan kişilerin tercihlerinin arbitraj fırsatı olduğunun farkındadır. Homo economus açısından değerlendirildiği zaman davranışları birer hata olarak görülürken homo agens olarak birer bilinçli bir tercih olarak karar ve davranışlar ortaya çıkmış olabilmektedir.

### 2.3. Arbitraj

Kapitalist sistem kendini yenileyebilmek için kendi kendini, gerekirse devrimsel bir yıkıcılıkla, yeniden yaratmaktadır. Kirzner'in girişimcilik yaklaşımı ise yıkıcılıktan öte



geliştirme, dengesizliği rehabilite etmesidir (Kirzner, 1999). Girişimciliğin kaynağı başta fiyat olmak üzere piyasada birçok alanda bulunan dengesizliklerdir. Bazıları hali hazırda var olan bazıları ise suni olarak oluşturulan bu dengesizlikler girişimciler için arbitraj fırsatını doğurmaktadır.

Kirzner'e göre en can alıcı sorular: '*Bir pazarın oluşmasını sağlayan alıp, satmak, üretmek ve tüketmek gibi kararların arkasındaki güçlerin mahiyeti nedir?*', '*Geçmişte piyasada kazanılmış deneyimlerin, fiyat, mal ve hizmetler veya üretim faktörlerinin kullanımı mevcut plan ve programlarında değişikliğe gitmeyi nasıl açıklayabiliriz?*'. Bu sorunların cevabı girişimcinin deneyimlerinden gelen öğrenme ile gelişen içgüdüleri ve farkındalığıdır.

Arbitrajı finanstaki anlamı ile dar kapsamlı yaklaşmak yerine Kirzner daha geniş anlamda ele almıştır. Benzer hizmetleri sunup, farklılaşmayı, ayırmayı sağlayacak bir farkındalığa sahip girişimci bir malı veya hizmeti yeniden tanımlayıp, pazarda yeniden konumlandırabilir. Bu bilgi aynı zamanda arbitrajın yani yüksek karın kaynağını oluşturmaktadır. Bu arbitraj kaynağı yeni bir üretim veya hizmet sistemi olabileceği gibi ekonomik, dini, milli veya sosyal bir olgunun yansımaları olarak ekonomik faydaya dönüşmesi de olabilir. Spekülatif girişimci diğer aktörlerin duyarlılıklarını ekonomik faydası için kaldıraç olarak kullanabilir. Örneğin, şirketlerin sosyal sorumluluk projelerine destek olması tüketicilerin satın alma niyeti ve davranışı üzerinde etkili olduğunu göstermektedir (Parsa, Lord, Putrevu, & Kreeger, 2015). Tüketicilerin özgeci davranışları kadar kişisel ilgi ve çıkarları da satın almalarında etkili olmaktadır (Wongpitch, Minakan, Powpaka, & Laohavichien, 2016).

Spekülatif girişimciler arbitraj oluşturabilmek için tüketicilerin duyarlılıklarından faydalanabilmektedir. Örneğin; '*el değmeden üretilmiştir*' mesajı ile mutlak hijyen vurgusu yapılarak ürünün fiyat olarak daha üst bir segmentte veya '*hand made*' mesajı ile benzer ürünlere göre daha üst kalite ürün olarak, yüksek fiyatla konumlandırılması girişimcinin farkındalığı ile kendine pazar yaratmasıdır. Benzer şekilde anti-bakteriyel sıvı sabunların diğer sıvı sabunlara göre daha pahalıya satılmasıdır. Fakat Amerika Yiyecek ve İlaç İdaresi (USA-FDA, Food and Drug Administration, 2018) tarafından anti-bakteriyel sabunların satışının yasaklanmasıdır. Departman tarafından yapılan anti-bakteriyel sıvı sabunları test sonuçları bu sabunların diğer sıvı sabunlara göre daha koruyucu olmadıklarını göstermiştir. USA-FDA anti-bakteriyel sıvı sabunu üreten firmalara iddialarını ispatlamak için bir yıl vermiştir. Verilen süre içinde normal sabunlardan daha etkili ve koruyucu olduklarını üreticiler ispat edememişlerdir. Bunun üzerine sabunların anti-bakteriyel kategorisinde satılması yasaklanmıştır.

Arbitraj yalnız ürünün pazarlanması satılması süreci için düşünülmemesi gerekir. Tüm girişimcilik süreci için geçerli bir durumdur. Girişimci hiçbir mal veya kaynağa süreç içinde kendisinin sahip olmasına gerek yoktur. Yalnızca diğer aktörlerin kendi fikrine yatırım yapmasını sağlaması yeterlidir (Kirzner, 2010). Bunun için girişimcinin kaldıraç görevi görecek, arbitrajı sağlayacak bir nedene ihtiyacı vardır. Girişimci burada sahip olduğu bilgi ve farkındalıkla diğer aktörleri manipüle ederek girişim sermayesini diğer alternatif kaynaklara göre daha ucuza ve hızlı bir şekilde temin edilebilir. Bu sayede girişimci sıfır veya çok düşük maliyetle ihtiyaç duyduğu sermaye, arazi, fabrika hatta emek gibi üretim kaynakları elde edebilir (Casson, 2010). Örneğin, 1990'lı yıllardan sonra birçok holding gurbetçilerden kar payı vaadi ve belirli bir miktar yatırımları karşılığı istedikleri bir kişiyi işe aldırma hakkı verme ile topladıkları nakit parayı sermaye olarak kullanmış ve yatırım

yapmıştır (TBMM Araştırma Komisyonu, 2019). Çiftlik Bank (Wikipedia, 2019) spekülâtif girişimcilik için diğer iyi bir örnektir.

Mises (2012) yöneticilerin sermaye kullanımında riskli davranışlar sergileyebileceğini belirtmiştir. Spekülâtif girişimcilik kapsamında yalnız yöneticiler değil girişimci de diğer aktörleri ve kaynakları riske atabilir. Her ne kadar sorumlu kişi olarak görülseler de üretim kaynaklarının sahibi olmadığı için daha riskli kararlar verebilir. Bu tarz girişimler her zaman olumsuz sonuçlanacak anlamına gelmemektedir. Fakat unutulmaması gereken suistimale açık yönlerinin bulunduğudır. Arbitraj ile girişim için gerekli kaynakları toplamak ve yüksek kar, Kirzner için girişimcilerin farkındalıklarının bir ödülü, rekabetçi davranışlarının sonucu olarak görülmektedir (Kirzner, 2001).

Öğrenme kaçınılmaz olarak tüm ekonomik aktörlerde bulunmakla birlikte girişimcilerde bu öğrenme sonucu elde edilen bilginin farkındalığa dönüştürmesi daha hızlı ve güçlü olmaktadır. Farkındalığa sahip girişimci diğer aktörlerin öğrenmelerini de etkileyebilir. Örneğin girişimci malı veya hizmeti ile ilgili bilgiyi karşı tarafa gönderirken bilinçli olarak mesajı, örneğin kullandığı kelimeler, renk, fotoğraf veya müzik ile yine karşı tarafın öğrenmesini, kendisinin istediği yönde, seviyede farkındalık oluşturacak ve ürün veya hizmeti tüketmeye teşvik edecek şekilde düzenleyebilir (Kirzner, 1979). Yani girişimci girişimcilik sürecinin tüm aşamalarında diğer ekonomik aktörleri de manipüle edebilmekte, azardaki diğer ekonomik aktörleri sistematik bir şekilde uyarabilmektedir (Kirzner, 1999). Girişimci müşteri ve tedarikçilerini uzun dönemli yazılı veya psikolojik sözleşme ile bağlayabilmek için bile manipüle edebilmektedir. Bu sayede üretim maliyetlerini düşürerek ve müşteri sadakatini sağlayarak arbitraj fırsatını devam ettirebilir (Casson, 2010). Bu tarz durumlar spekülâtif girişimciyi yeni arayışlara ve keşiflere yönlendirmektedir (Wadson & Casson, 2010).

#### **2.4. Girişimcilik Sürecinde Arbitrajdan Dengeye Geçiş**

Farkındalık seviyesi yüksek olan girişimci diğer aktörlerin göz ardı ettiği ekonomik gelişmeleri öngörür; ayrıca diğer aktörlerin ürün ve hizmetlerin eksiklikleri veya piyasa fiyatı hakkındaki bilgi eksikliğinin hatalara neden olduğunu da tespit edebilmektedir. Düzeltilebilecek bu hatalar girişimcilik sürecinde yeni karında habercisidir. Dolayısıyla kar girişimcinin farkındalığı ile başlattığı süreç içinde yine farkındalığı ile düzelttiği hataların sonucu elde ettiği bir durumdur. Kar olduğu sürece girişimci açısından piyasadaki arbitrajı korumak için motivasyonu mevcuttur, çünkü arbitrajın devamı karın da devamını sağlamaktadır. Girişimci kar ettiği sürece başarılıdır. Fakat girişimciliğin olduğu pazarda rekabetin olmaması imkânsızdır ve girişimciliğin olabilmesi içinse piyasaya giriş serbestliği olmalıdır (Kirzner, 1973). Dolayısıyla piyasadaki kar fırsatı diğer aktörlerin de farkındalığını geliştirecektir. Bu yeni girişimci farkındalıkları ve girişimcilik süreçlerini tetiklenecektir. Girişimcinin dışındaki diğer aktörler mal ve hizmetin hedef kitlesi olduğu gibi, rakip olabilecek diğer girişimci adayları, piyasa düzenleyicisi olarak kamu veya özel kurum kuruluşlar veya girişimi birçok nedenden dolayı tehdit olarak algılayan diğer aktörlerden kaynaklanabilir.

Yasal olarak piyasayı düzenleme hakkı olan aktörler de piyasada yeni bir dengenin kurulmasını sağlarlar. Örneğin devlet, hâlihazırda piyasa oluşmuş ve ticari faaliyet içinde bulunan aktörler olsa bile gerekli gördüğü durumlarda piyasayı yeniden şekillendirebilmektedir. Örneğin, önemli bir arbitraj fırsatına sahip olan 'booking.com' adlı online otel sitesi ticari faaliyetlerine devam ederken devlet tarafından yasaklanmıştır. Taşıma

hizmeti sunan Uber benzer şekilde yasaklanmıştır. Fakat Uber yasaklanmış olmasına rağmen Türkiye’de hala faaliyetlerine devam etmektedir. Çünkü taksicilere karşı sağlamış olduğu arbitraj avantajından vazgeçmek istememektedir. Spekülatif girişimciliğin iyi bir örneği olan Çiftlik Bank işletmesine ise devlet kayyum atamıştır (Yavuz, 2019). 1990’lı yıllardan sonra gurbetçilerden para toplayan holdingler hakkında TBMM araştırma komisyonu kurmuştur (TBMM Araştırma Komisyonu, 2019). Spekülatif girişimcilik sürecinde en önemli nokta girişimcinin nasıl bir piyasa kurgusu içinde faaliyet gösterdiğini, mevcut şartları ve ne tür bir güç ile hangi kaynağı etkileyebileceğini anlaması gerekir (Bruce, 2016).

Kirzner piyasadaki rekabetin dengeyi bir şekilde sağlayacağını kabul eder. Fakat önemli olan devletin piyasaya giriş engellerini oluşturmamasıdır. Maliyetler yüksek olsa da girişimcilik faaliyeti gerçekleşecek, denge bozulduğu gibi tekrar denge kurulacaktır. Önemli olan girişimcilerin piyasaya girmesinin devlet tarafından engellenmemesi gerekir (Kirzner, 2001). Engellenmemiş bir piyasadaki mevcut koşullarda, girişimciler tarafından tüketici tercihlerini en iyi şekilde tatmin etmek için yapılabilecek olan ve yapılmakta olan şeyler farklılıkları teşhis etmek ve düzeltmek amaçlı en gayretli çabalarlardır. Bu gayretli çabalar geçmişten beri yapılmaktadır. Şimdiki piyasa fiyatları girişimcilerin geçmişteki kararlarının “hatalı” olarak açığa çıkmaları ölçüsünde, (geçmişte kalan fiyatlar üzerinden) tadil edilmektedir (Kirzner, 2001).

Kirzner piyasanın dengesi sağlanırken birçok aktörün bir ürün veya hizmetin arz ve talebi hakkında bilgiye sahip olacağını belirtmektedir. Onların müdahaleleri ile arbitraj fırsatının ortadan kalkıp, piyasada denge tekrar kurulabilir. Piyasanın geçici de olsa dengelenmesi bir yerde engellenmez. Bu denge durumu, piyasada her şeyin mükemmelleştiği, belirsizliklerin ortadan kalktığı, ideal kaynak dağılımı sağlanmasıyla uzun dönemli istikrarın kazanıldığı bir durum değildir (Kirzner, 2010). Dengeye ulaşmış bir piyasanın da bozulması engellenemez. Çünkü denge ortamında arbitraj fırsatının anlık ortadan kalkması, piyasada fırsatların sona erdiği anlamına gelmemektedir. Aynı zamanda hem dengeye hem de dinamizme sebep olan arka plandaki güç, girişimciliğe de kaynak olan farkındalıklar, keşiflerdir (Kirzner, 1997). Dengenin sağlanması, arbitrajın bitmesi veya tehlikeye girmesi girişimcilere engel teşkil etmemekte aksine yeni fırsat arayışlarına teşvik etmektedir.

## 2.5. Öz Manipülasyon

Farkındalığın kaynağı olan bilginin temelinde öğrenme vardır. Fakat bu öğrenme planlı, formal bir öğrenme sonucu olmayabileceği gibi, hatta kişi öğrendiğinin farkında bile olmayabilir. Ne zaman öğrenilen şey aktif hale gelip bilgiye dönüşerek farkındalık oluşturur ve bunu takiben bir vizyon kurgulanırsa girişimcilik süreci başlamış olur. Bu sürecin içinde girişimci birden çok değerlendirme yapmak ve karar vermek zorundadır. Kişi girişimcilik süreci ile ilgili beyanda bulunmasa bile girişimcilik davranışları gözlemlenebilir. Bu aşamalardaki önemli bir nokta birçok açıdan kontrol edilemeyen sistem içinde bir teşebbüsü gerçekleştirme kararının verilmesidir. Çünkü kontrol edilemeyen birçok faktör ve yüksek riski barındıran ortamda faaliyet göstermek hiç de rasyonel görülmebilir. Bununla birlikte girişimcilik faaliyeti kapsamı dolayısıyla dini, milli ve toplumsal değerlerle çatışma olasılığı gibi durumları göze alması, bazı kararları alabilmek ve eyleme geçebilmek için öncelikle kendi bu risk, çatışma olasılıklarını kabul etmesi gereklidir.

Örneğin, Robinson Crusoe, Birezilya’da çiftçilik yaparken diğer çiftlik sahiplerine Gine kıyılarına yapmış olduğu iki yolculuğunu anlatırken, oradaki zencilerle ticaretinden ve

tarlalarda çalıştırılmak üzere birçok köle bile alınabileceğinden bahseder. *“Söylediklerimi, özellikle zenci köleler satın alma konusundaki sözlerimi can kulağıyla dinlerlerdi. O zaman zenci alım satımı daha alıp yürümemişti; ancak Portekiz kralı ile İspanya kralının assiento'su ya da özel izniyle yapılabildiği için pek az zenci getirilebiliyor, bunlar da çok pahalıya satılıyordu.”* Birgün çiftlik sahipleri satmak için değil çalıştırmak için köle getirmek için Crouse'ya geminin yük sorumluluğunu teklif ederler. *“Doğrusu ya bu öneri, yerleşmemiş, kendine bir düzen, bir çiftlik kurmamış bir kimsenin iyi bir kazanç sağlayabilmesi, ilerleyebilmesi için eşi bulunmaz bir yoldu. Ama ben düzenimi kurmuş, işlerimi yoluna koymuşum.... Benim durumumdaki bir kimsenin böyle bir yolculuğa yeltenmesi, yaplabilecek en büyük mantıksızlıktı... Ama kendimi kaptırmıştım artık, mantığa sırt çevirmiş, düşgücümün buyruklarına körü körüne uymuştum.”* (Defoe, 2018)

Kişi önceleri kabul etmediği, değerleri, inançları veya rasyonelitesi ile çatıştığı bazı karar ve davranışları gerçekleştirmeden önce, kabullenme ve rasyonelleştirme süreci yaşar. Rasyonelleştirme süreci sonucu tutumlar değişmiş, yeni karar ve davranışları destekleyici yeni tutumlar ortaya çıkmıştır. Bu aşamada girişimci teşebbüsü başarılı olduğu zaman elde edeceği faydanın etkisi ile bir rasyonelleştirme süreci yaşar. Spekülatif girişimci 'bulan-yaratan-tutan' (finder-creator-keeper) (Kirzner, 1973) ilkesinden yola çıkarak girişimcilik süreci ahlak ilkesini kurgulamaktadır. Girişim sürecinin başlangıcında girişimcinin sahip olduğu rasyonelite, ahlak ilkeleri, kültürel değerler veya dini yasaklar gibi bir durum ile girişimcilik faaliyetinin karar ve davranışlarının çatışmasını kapsamaktadır. Girişimci bu çatışma sürecinde öz manipülasyon ile girişimcilik sürecini destekleyen yeni rasyonel gerekçeleri üreterek kabullenir. Girişimci faaliyetini ve elde edeceği karı bu şekilde hem rasyonelleştirmekte hem de meşrulaştırmaktadır. Farkındalık olmadan bir kar oluşamayacağı için mülkiyetten daha önemli olan, girişimcinin subjektif algısı ile yorumladığı bilgi ve sonucunda sahip olduğu yeni farkındalığıdır. Farkındalık olmasaydı girişimcilik de kar da olmayacaktır. Bu durumda fikri bulan, kaynakları temin eden, zorluklara katlanan, birçok şeyden vazgeçtiği gibi yeni birçok şeyi kabullenen kendisidir. Bu karı girişimci elde edebilmesi için bazı durumlarda kendini kendini manipüle etmesi kadar motive etmesi de gerekir.

## 2.6. Yüksek Kazanç Beklentisi

Spekülatif girişimcide, diğerlerinin sahip olmadığı farkındalığın ve aldığı risklerin sonucu olarak yüksek ekonomik fayda beklentisi oluşmaktadır. Arbitraj fırsatı girişimciye daha büyük bir ekonomik fayda sunmaktadır. Teşebbüsü başarılı olursa sağlayacak olduğu ekonomik fayda kendisi için büyük bir anlam ifade etmektedir. Kirzner (1979), pazarın bireylerin karar ve davranışları ile kendisini yenileyeceğini bu süreçte girişimcinin karını azami seviyeye getirmeye çalışacağını vurgulamaktadır. Spekülatif girişimci farkındalığı ile arbitraj fırsatını yakalamakta veya kurgulamaktadır. Bu fırsat veya kurgu sonucu yüksek kazanç beklentisi girişimcilik sürecinin en başında hali hazırda bulunmaktadır. Girişimci arbitraj sayesinde yüksek beklentisi olduğu kadar müşteri de bunu ödemeye hazırdır.

Önreğin, Crouse bilmediği bir çok şey olmasına rağmen risk alarak adadan kurtulmak için çalışmaya başlar. Crusoe her ne kadar bir çok şey hakkında yeterli bilgisi olmasa da, şartları kontrol edemese de adadan kurtulmanın ekonomik sonucu onu motive etmektedir. *'Dönüşte aşağı yukarı 2,5 kilo altın tozu getirdim, bu da Londra'da 300 lira etti. Bu kazanç gözümü karartarak içimi, ileride beni büsbütün yıkacak aşırı bir tutkuyla doldurdu'* (Defoe, 2018, s.35). Daha önce elde etmiş olduğu kazanç, sonrasında Gine'den alabileceği köleler ile elde

edeceği servet hayallerini süslemektedir. Adadan kurtulma sürecinin içerdiği riskleri kabullenebilmesi için öncelikle kendisini manipüle etmesi gereklidir yani süreçte öz manipülasyon bulunmaktadır. Asıl girişimcilik sonunda elde edilecek olan ekonomik fayda, finansal hedefler birçok tutarsızlığın, çelişkinin, yeni tutum ve davranışların rasyonelleştirilmesi sağlamakta ve onu motive etmektedir.

Spekülatif girişimci süreç sonucunda sürdürülebilir bir yapı ortaya çıkmasa bile finansal hedefini gerçekleştirdikten sonra yeni bir fırsatın peşine düşer (Bruce, 2016). Bunun için kök (fundamental) girişimciler için önemli kriterler olan kazanılmış olan pazar payı, marka tanınırlığı veya sahip olunan müşteri güveni spekülatif girişimcilerin öncelikleri değildir. Spekülatif girişimcilerde girişimin başarılı olması, sürdürülebilirlik sağlanmış halde olsa bile en nihai hedef belirli bir seviyede finansal anlamlılıktır. Finansal hedefini gerçekleştirmiş ve arbitraj fırsatı ortadan kalktığını farkına varan spekülatif girişimci kurduğu yapıyı devretmeye veya gerekirse yok etmeye de hazırdır.

### 3. DEĞERLENDİRME

Girişimcilik fonksiyonun gelişmesi ve güçlenmesi için ekosistemi kurgulayan ve düzenleyen başta devlet olmak üzere tüm aktörler hem örgütleri hem de bireyleri girişimcilik yönünde teşvik etmekte ve desteklemektedir. Hayatın her alanında öne çıkarılan girişimcilik önümüzdeki yıllarda da popüler bir konu olacağı, bununla birlikte devlet, kamu ve özel ve kurum ve kuruluşlar tarafında destekleneceği, her seviyedeki eğitim kurumunda ders olarak okutulacağı ve dolayısıyla hem bireylerde hem de toplumda güçlendirileceği aşikardır. Girişimciliğin gelişmesi için uygun ekosistemde birden çok girişimcilik türünün ortaya çıkacağı şüphe götürmez. Başarılı olan girişimcilik hikayesi efsane olarak anlatılacağı, başarısız olanlarından ise çok bahsedilmeyeceği bir gerçektir.

Tüm girişimcilik faaliyetlerinin ortak yönleri olarak yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte girişimcilik faaliyetlerinin ve aktörlerinin diğerlerinden ayrılan yönleri süreci ve sonuçlarını etkilemektedir. Spekülatif girişimciliğin yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma özelliklerine ek olarak *farkındalık*, *arbitraj*, *öz manipülasyon* ve *yüksek kazanç beklentisidir*. Spekülatif girişimci diğer aktörler ve Pazar hakkında sahip olduğu bilgi sayesinde girişimciliğin temelini oluşturan bir farkındalığa sebep olmaktadır. Bu farkındalık ile bazen dini bir yön ile güçlendirilmiş bir ticari girişim olarak karşımıza çıkarken bir başkasında ise sosyal veya siyasi bir yön ile olmaktadır. Bu özel durum girişimciye arbitraj için bir kaldıraç oluştururken muadili olan diğer ürünlere göre pazarda daha ayrıcalıklı bir konum sağlamaktadır. Bunun farkında olan girişimci teşebbüsünün sonucu olarak daha yüksek bir kazanç beklentisi içinde bulunmaktadır. Örneğin, bankacılık sistemine alternatif katılım bankacılığının oluşturulması gibi. Dini hassasiyete sahip olan kişilere alternatif bir bankacılık hizmeti sunmayı hedefleyen katılım bankacılığı bir arbitraj fırsatı sunmaktadır. Katılım bankacılığı hedef kitlesinin dini duyarlılıklarında yola çıkarak ürün ve hizmetlerini tanımlamış, fiyatlandırmıştır. Bu durum bir arbitraj fırsatı sunmaktadır. Bununla birlikte spekülatif girişimciliği karanklık bir tarafının olacağını da göz ardı etmemek gereklidir. Örneğin Çiftlik Bank gibi bir spekülatif girişimcilik sürecinde dini hassasiyeti bir kaldıraç olarak kullanarak birçok kişi mağdur edilmiştir.

Spekülatif girişimcilik kapsamında üretilen ürün ve hizmeti piyasadaki muadillerine göre daha yüksek fiyata satmanın ötesinde girişimcilik sürecinde kaldıraç görevi görecektir, sosyal, siyasi veya millî duyarlılıktan yola çıkarak girişimleri için düşük maliyetli üretim

kaynakları sağlayabilmektedir. Kirzner girişimciliği bireysel özellikten öte bir fonksiyon olarak görmektedir (Kirzner, Competition and Entrepreneurship, 1973). Yani bir kişi bir davranışı ile spekülâtif girişimcilik özelliği gösteriyorsa sonuç olumlu veya olumsuz olsun girişimcidir. Özel hayatında bankalar tarafında risksiz, kredi notu yüksek bir kişi olabilir hatta spekülâtif girişimcilik sonucunda bu durumunu da koruyabilir. Fakat davranış olarak spekülâtif girişimcilik özelliği göstermesi bu kapsamda değerlendirmesini sağlayacaktır.

Geçmişte kişilerin duyarlılıkları ekonomik bir fırsata dönüştürüldüğü gibi önümüzdeki günlerde de spekülâtif girişimciler bunu sürdürecektir. Kimi girişimcilik sürecinde ürün ve hizmet olarak başarılı teşebbüsler ortaya çıktığı gibi bazı teşebbüsler sonucu birçok kişi mağdur olacak, birçok aktör bozulan piyasa dengesinin yeniden dengeye girmesi için sürece müdahil olacaktır.

## KAYNAKÇA

- BACQ, S., HARTOG, C., & HOOGENDOORN, B. (2016, 133). "Beyond the moral portrayal of social entrepreneurs: An empirical approach to who they are and what drives them". *Journal of Business Ethics*, 703-718.
- BARREIRA, J. C. (2018, Aralık 25). PHD Thesis: The influence of business knowledge and work experience, as antecedents to entrepreneurial success. repository.up.ac.za: [https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/27470/thesis.pdf?sequence=1&isAllowed=adresinden alındı](https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/27470/thesis.pdf?sequence=1&isAllowed=adresinden%20alindi).
- BRUCE, R. (2016, July 19). Are you a fundamental or speculative entrepreneur? *Forbes*: <https://www.forbes.com/sites/robinbruce/2016/07/19/are-you-a-fundamental-or-speculative-entrepreneur/#74c875bf7a3d> adresinden alındı.
- CASSON, M. (2010). The economic theory of entrepreneurship: An overview. M. Casson içinde, *Entrepreneurship: Theory, Networks, History* (s. 13). Massachusetts, USA: Edward Elgar Publishing Limited.
- CENGİZ, S. (2018). "Kirzner'in girişimcilik teorisinin Avusturya iktisat okulundaki yeri ve önemi". *Girişimcilik, İnovasyon ve Pazarlama Araştırma Dergisi*, 2(3), 15-28.
- DEFOE, D. (2018). *Robinson Crusoe*. İstanbul : Yapı Kredi Yayınları.
- GORMAN, M., & SAHLMAN, A. W. (1989). "What do ventures capitalists do?" *Journal of Business Venturing*, 4(4), 231-248.
- GREBEL, T. (2004). *Entrepreneurship: A new perspective*. New York: Taylor&Francis.
- HARPER, D. (2003). *Foundations of entrepreneurship and economic development*. New York: Routledge & Taylor Francis.
- KIRZNER, I. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: The University of Chicago Press.
- KIRZNER, I. (1979). *Perception, opportunity, and profit*. Chicago: The University of Chicago Press.
- KIRZNER, I. (1997). "Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach". *Journal of Economic Literature*, 35(1), 60-85.

- KİRZNER, I. (1999). “Creativity and/or alertness: A reconsideration of the Schumpeterian entrepreneur”. *Review of Austrian Economics*, 11, 5-17.
- KİRZNER, I. (2001). “Piyasa süreci teorisi: Tarihsel gelişim”. *Liberal Düşünce*, 21, 73-85.
- KİRZNER, I. (2010). “Mises ve onun kapitalist sistem anlayışı” . *Liberal Düşünce*, 59-60, 7-20.
- KOELLİNGER, P., MİNNİTİ, M., & SCHADE, C. (2007). “ ‘I think I can, I think I can’: Overconfidence and entrepreneurial behavior”. *Journal of Economic Psychology*, 28(4), 502-527.
- MAUGHAM, S. (2018, Kasım 10). The Verger. [www.siden.org: http://www.siden.org/verger.html](http://www.siden.org:www.siden.org/verger.html) adresinden alındı.
- MİLLER, D. (1983). “The correlates of entrepreneurship in three types of firms”. *Management Science* 29(7), 770–791.
- MİSES, L. (1990). *Money, method, and the market process*. Alabama, USA: Ludwig von Mises Institute.
- MİSES, L. (2003). *Epistemological problems of economics*. Alabama, USA: Ludwig von Mises Institute.
- MİSES, L. (2012). *Human action: A treatise on economics*. Connecticut, USA: Martino Fine Books.
- MURRAY, R. N. (2018, Kasım 15). *Entrepreneurship: Kirzner vs. Mises*. [https://mises.org: https://mises.org/wire/entrepreneurship-kirzner-vs-mises](https://mises.org:https://mises.org/wire/entrepreneurship-kirzner-vs-mises) adresinden alındı
- ÖZBAY, A. (2014). *7 yaşında bindiğim kamyonun frenleri patladı ve hayata yuvarlandım*. Ankara: Elma Yayınevi.
- PARSA, H. G., LORD, K. R., PUTREVU, S., & KREEGER, J. (2015). “Corporate social and environmental responsibility in services: Will consumers pay for it?” *Journal of retailing and consumer services*, 22 (1), 250-260.
- SCARLATA, M., & ALEMANY, L. (2010). “Deal structuring in philanthropic venture capital investments: Financing instrument, valuation and covenants”. *Journal of Business Ethics*, 95(2), 121-145.
- STENBERG, R., & WENNEKERS, S. (2005). “Determinants and effects of new business creation using Global Entrepreneurship Monitor data”. *Small Business Economics*, 24(3), 193-203.
- TBMM Araştırma Komisyonu. (2019, Şubat 12). Dönem 22, Yasama Yılı 4, S.Sayı 1061, (10/16, 262) Esas Numaralı Meclis Araştırması Komisyonu Raporu. [tbmm.gov.tr: https://www.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem22/yil01/ss1061m.htm](https://www.tbmm.gov.tr:sirasayi/donem22/yil01/ss1061m.htm) adresinden alındı.
- USA Food and Drug Administration. (2018, Kasım 28). *Antibacterial soap? You can skip it, use plain soap and water*. [www.fda.gov: https://www.fda.gov/ForConsumers/ConsumerUpdates/ucm378393.htm](https://www.fda.gov:https://www.fda.gov/ForConsumers/ConsumerUpdates/ucm378393.htm) adresinden alındı

- WADESON, N., & CASSON, M. (2010). The discovery of opportunities. M. Casson içinde, Entrepreneurship: Theory, networks, history (s. 42). Massachusetts,USA: Edward Elgar Publishing.
- WALES, W., VISHAL, G., & MOUSA, F. T. (May, 2016). "Empirical research on entrepreneurial orientation: An assessment and suggestions for future research". International Small Business Journal, 357-383.
- Wikipedia. (2019, Mayıs 15). Çiftlik Bank. wikipedia.org: [https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%87iftlik\\_Bank](https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%87iftlik_Bank) adresinden alındı.
- WONGPITCH, S., MĪNAKAN, N., POWPAKA, S., & LAOHAVĪCHĪEN, T. (2016). "Effect of corporate social responsibility motives on purchase intention model: An extension". Kasetart Journal of Social Sciences, 37(1), 30-37.
- YAVUZ, S. (2019, Şubat 12). Çiftlik Bank soruşturması kapsamında 3 şirkete kayyum atandı. sozcu.com.tr: <https://www.sozcu.com.tr/2018/ekonomi/son-dakika-ciftlik-banka-kayyum-atandi-2318119/> adresinden alındı.