



Girişimcilik Kültürü ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Teorik Bir Değerlendirme*

İsa ALTINIŞIK**

Cenap KÜLEN***

Öz

Girişimcilik kültürü, girişimci ve girişimcilik kelimeleri son zamanlarda önemle üzerinde durulan kavramlardır. Bu kavramlar araştırmacıların ve akademisyenlerin ilgisini üzerine çekmiş ve literatürde geniş bir şekilde tartışılmıştır. Öte yandan iktisadi gelişme üzerinde girişimcilik kavramının önemli etkilerinin olduğunun kabul edilmesi, ilginin bu kavramlara yönelik artmasında önemli bir yere sahiptir. Bundan dolayı girişimcilik kavramlarının gelişmiş ülkelerin var olan durumlarını korumasında gelişmekte olan ve az gelişmiş olan ülkelerin daha üst düzey bir gelişmede bulunmasında önemli bir role sahiptir. Küreselleşen dünyanın en önemli aktörleri girişimcilerdir denilebilir. Girişimciler eliyle duyurulan yeni işletmeler gelecek zamanda çok uluslu işletmelerin oluşmasına doğrudan katkı sağlayarak, kökeninde birçok ekonomik sorunun olduğu problemler-in bölgesel, yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde çözüm üretilmesinde stratejik bir rolünün olduğunu söylemek mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, İktisadi Gelişme, Girişimcilik Kültürü, Ekonomik Büyüme

Makale Türü: Derleme Makale

Relationship between Entrepreneurship Culture and Economic Growth: A Theoretical Evaluation

Abstract

Entrepreneurship culture, entrepreneur and entrepreneurship have recently been emphasized concepts. These concepts have attracted the attention of researchers and academics and been widely discussed in the literature. On the other hand, accepting that the concept of entrepreneurship has important effects on economic development has an important place in increasing the interest of these concepts. Therefore, entrepreneurship concepts exist in developed countries. Therefore, entrepreneurship concepts have an important role in developing and underdeveloped countries in developing a higher level in developing countries have an important role in finding. It can be said that the most important actors in the globalizing world are entrepreneurs. It is possible to say that new businesses announced by entrepreneurs have a strategic role in generating solutions at regional, local, national and international levels by directly contributing to the formation of multinational enterprises in the future.

Keywords: Entrepreneurship, Economic Development, Entrepreneurship Culture, Economic Growth

Article Type: Review Article

*5-9 Haziran 2020'de Antalya'da düzenlenen, 12th International Congresson Social Studies with Recent Researches (12.Uluslararası Güncel Araştırmalarla Sosyal Bilimler Kongresi) kongresinde sözlü olarak sunulmuş ve özet kitapçığında yayınlanmış bildirinin genişletilmiş halidir.

**Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, isa@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2697-9750

***Hazine ve Maliye Bakanlığı, Gelir İdaresi Başkanlığı, Diyarbakır Cahit Sıtkı Tarancı Vergi Dairesi, Gelir Uzman Yardımcısı, cenapkulen@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1197-3783

1.GİRİŞ

Bu çalışmada önce girişimciliğin tanımı, önemi ve ekonomiye katkısı anlatılmış daha sonra ise girişimciliği ve girişimciliğin gelişmesini engelleyen unsurlar üzerinde durulmuştur. Toplumların kültürleri ile girişimcilik arasında bağın olup olmadığı verilmiş ve son başlıkta da girişimci kültürün insanlar üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu çalışma da sonuç olarak girişimcilik ile toplumların kültürleri arasında doğrudan bir bağ olduğu sonucuna varılmıştır.

Günümüzdeki ekonomilerin en önemli faktörlerinden biri olarak gösterilen girişimciler, risk alma becerilerine sahip olmaları, yeniliklerin ve fırsatların peşinde giderek üretim unsurlarını bir araya getirip devletlerin ekonomik gelişmesine katkıda bulunur. Aynı zamanda iktisadi kaynakların etkin bir şekilde kullanılması ve dağıtılması yönünde de önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Bu açıdan bakıldığında girişimcilerin istihdamın ve dolayısıyla da üretimin artırılmasında önemli olduğu ve günümüzde ki ekonomiler yönünden önemli bir kaynak olduğu söylenebilir. Hatta denilebilir ki toplumların birbirleriyle rekabet edebilmeleri, sahip oldukları girişimcilik politikaları, girişimcilik sistemleriyle doğrudan ilişkilidir. Girişimcilik, iktisadi yönünün yanı sıra kültürel ve politik dinamikleri olan toplumsal bir kavram haline gelmiştir.

Girişimci en basit tanımıyla risk alan kişilerdir. Girişimcinin risk alma faktörü birçok değişkenin yanında hepsinden daha önemlisi sayılabilecek bir değişkenin varlığına işaret etmektedir. Bu değişken toplumların ahlaki, gelenek ve göreneklerini de içinde barındıran kültür olgusudur. Kültür olgusu birçok toplumsal unsur ile etkileşim halindedir bunlar; siyasi ortam, çevre, tarih, sosyal yaşam, aile, eğitim, çevre gibi temel unsurlardır. Ülkelerin iktisadi açıdan büyüme ve kalkınmalarında adeta bir lokomotif görevi olan girişimcilerin bu tarz kültürel unsurlar ile iç içe olması girişimcilik kültürü kavramını ortaya çıkartmıştır. Bu kavram ulusların değer yargılarının girişimcinin risk alma faktörüne olan etkilerini araştırmaktadır. Bazı kültürel ortamların girişimciyi risk alma konusunda hem olumlu hem de olumsuz iki uç nokta arasında etkilemesi, girişimcilerin her kültürde ve toplumda farklı özellikler taşımasına neden olmaktadır (Biol, Tuncay ve Kaya, 2014).

2.GİRİŞİMCİLİĞİN TANIMI, ÖNEMİ, NİTELİK VE İŞLEVLERİ

Tarihteki bütün iktisat okulları bu zamana kadar girişimcilik kavramının günümüz kapitalist ekonomik sisteminin gelişmesine katkıda bulunduğunu kabul etmektedir. Fakat iktisat teorisinde doğal kaynaklar, sermaye ve emeğin yanında dördüncü bir faktör olan girişimcinin önemi Joseph A. Schumpeterin ağırlık verdiği kadar hiçbir iktisatçı tarafından vurgulanmamıştır.

Girişimcilik kavramı, hem iktisat biliminde hem de işletme literatüründe uzun bir süredir önemli bir kavram olarak kullanılagelmiştir. Girişimcilik kavramının dördüncü bir üretim faktörü olarak genel kabul görmesi Fransız iktisatçı J. B. Say'dan itibaren olmuştur. Say'dan sonra Schumpeter'in dinamik girişimcilik terimiyle önemi daha da artmıştır. Schumpetere göre dinamik girişimci; piyasada ki yeni satış yöntemlerini tedarik kaynaklarını, yeni süreçler, yeni ürünler ve güncel organizasyon yöntemlerini kullanarak piyasanın durumuna göre eskinin yerine yenisini getiren, kısaca devamlı bir inovasyon süreci içinde eskinin yerine yeni yolları ve yeni yöntemleri kullanarak (yıkıcı yaratıcılık) yaşayan kişileri tanımlamış ve bunların ekonomik kalkınma ve büyümede en önemli role sahip olduğunu iddia etmiştir. (Müftüoğlu ve Durukan, 2004).

Girişimci, insanların ihtiyaçlarını karşılamak için iktisadi hizmet ve malların üretimini yapmak adına üretimde kullanılan faktörleri bir araya toplayan kişidir (Karalar, 2001). Başka bir tanıma göre girişimciler belirsizliğin ve riskin ortaya çıktığı zamanlarda yeni iş kolları oluşturabilmesinin yanı sıra kaynakları, fırsatları, kazancı arttırmak ve şirketin büyüyebilmesi için kullanabilen kişileri ifade etmektedir.

Girişimcinin yapmak istediği asıl şey kâr maksimizasyonunu sağlamaktır. Dolayısıyla girişimci bir yandan bütün riski göze almakta diğer bir yandan işletmesi için gerekli olan üretim faktörlerini bir araya toplayarak işletmektedir. Bundan dolayı bir girişimcide üretmenin yanında yöneticilik için gerekli birtakım unsurların da olması gerekmektedir. Girişimci birer holding, fabrika, büyük marketler gibi işler yapabilen insanların yanı sıra tamirci, manav, perakendeci gibi küçük esnaf işletmelerini de çalıştırabilirler. Bu açıdan bakıldığında dikkat çekilmek istenen yerin girişimcinin kim olduğu sorusu ve konusudur. Girişimcilikle ilgili yapılan tanımların hepsinin ortak noktasına bakıldığında, temel girişimci unsurlarının başkalarının göremediği piyasa boşluklarını, fırsatlarını görüp bu fırsatları işleyebilecek bir iş fikrine çevirebilmesi ve bu fikirleri uygulayabilmek için gerekli olan riski almaya yatkınlığı olduğu sonucuna varırız.

Başka bir yönden bakıldığında sermaye sahibi ile girişimci kişilerin kesinlikle birbirinde farklı olduğunun bilinmesidir. Çünkü girişimcilik terimi, sermayenin varlığından daha çok piyasaya gerekli olan yeni ürünler ve bu ürünlerin üretim teknikleri ve pazarlanabilmesi için gerekli yöntemleri geniş bir bakış açısını, vizyonu ve değişen piyasa koşullarına en kısa zamanda uyum sağlayabilme yeteneğini çağırır. Yani bu yeteneklere sahip olup yeterli sermayesi olmayan kişiler birer potansiyel girişimci olarak kabul edilmektedir (Durukan, 2005). Genelde girişimcilikle işveren kavramları birbirleri ile çok karıştırılan kavramlardır. Bunlara benzer başka bir kavramda patron kelimesidir. Patron işveren olabildiği gibi işveren, sermaye sahipliği, yönetici ya da girişimcide olabilir. Başka bir kavram olan sermayedar kelimesi aslında bilindiğinin aksine para sahipliği anlamına gelmez. Daha çok mal ve hizmet üretimi için gerekli olan üretim araç ve yöntemlerini açıklamakta kullanılan bir terimdir. Girişimcilik kavramı ise diğerlerinden farklı bir şekilde sürekli risk alarak başkalarının cesaret edemediği ya da göremediği fırsatları bulan ve bu fırsatları değerlendiren kişidir (Durukan, 2005).

Ülkelerin kalkınması ve ekonomik anlamda büyümesi ve gelişmesi küreselleşen dünyada hızlı bir şekilde değişen koşullara ayak uydurabilecek ve bu şekilde ülke ekonomisine katkı sağlayabilecek girişimcilerin yetiştirilebilmesine bağlıdır. Günümüzde az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin hemen hemen hepsinin ortak noktaları girişimcilerin sayısının çok az ve olanlarında yeterince desteklenmemesidir. Ekonomilerde girişimcilerin değeri kazandıkları paralar değil ülkede ortaya çıkarttıkları ekonomik değerlerle ölçülmektedir.

Kenneth Lawyer'e göre girişimcilerin başarılı olabilmeleri için şu ortak özelliklere sahip olması gerekmektedir;

Gereksiz risklerden kaçınan tersine daha inandırıcı ve kabul edilebilir riskleri alabilen kişidir. Çünkü girişimci kumar oynamaz ne istediğini bilen kararlı bir duruş sergiler. Çok yönlü ve iş bitiricidir. Egoist olmadan kendi eksikliklerini görüp bunlara çözüm üretir. Kendinden emin taviz vermeden çalışan ve işlerin doğru bir şekilde ve zamanında yapılmasını isteyen bir karaktere sahiptir. Bunların yanında kendisini değişen piyasa koşullarına göre sürekli olarak güncelleyebilen kişidir (Bozgeyik, 2005).

Charles Handy'e göre ise girişimciler; dünyaya uygun olmayanları, eksiklikleri ve yanlışları zamanında gözlemleyerek onları onarmak, düzeltmek, yenilikler çıkarmak ve piyasa boşluklarını görmek zorundadır. Bunun için kendilerini girişimci olarak gören kişilerin aşağıda sayıldığı gibi bazı görev ve sorumlulukları vardır;

Bir düşünceyi fiile geçirip onu üretip pazarlamak, başka işletmelerin oluşturduğu fırsatları değerlendirebilmek, günümüz teknolojisini çok iyi kullanarak ürün kalitesini en yükseğe çıkarmak, ürünlerin satılabileceği yeni pazarlar bulmak, işsizlik oranlarının aşağı çekilmesine katkıda bulunmak.

Küreselleşen ve adeta tek bir ülke halini alan dünyada en temel üretim faktörleri olan doğal kaynaklar ve emek zaman geçtikçe çok hızlı bir şekilde ikincil plana gerilemektedir. Para da artık küresel bir rol aldığı için ve herkesçe elde edilebilir olduğu için küresel piyasada sadece bir ülkeye avantaj

sağlayacak bir üretim faktörü olmaktan çıkmıştır. Bütün bunların yanında yönetim kavramı, üretim için temel faktör olma niteliğini elde etmiştir. Yani küreselleşen bilgi toplumunda yönetici ve paralel bir şekilde girişimci en önemli merkeze oturmuştur (Durukan, 2005).

Yönetim ve liderlik kavramları günümüz 21. yüzyılında hızlı bir şekilde değişim sürecinden en fazla etkilenen kavramların başında gelmektedir (Akın, 2005). Bu değişim sürecinde üretim faktörlerinden olan girişimciliğin daha da bir önem kazanması ve somut değişimler geçirmesi sebebiyle, girişimcilikte önderlik, rehberlik, liderlik faktörlerinin de giderek bir hayli önem kazandığı görülmektedir. Bunun yanında değişim sürecinde dinamizmi ve büyümeyi sağlayan önemli bir unsurunun da strateji belirlemek olduğunu göz ardı etmemek gerekir. Girişimcilerin fikirleri doğru bir strateji ile piyasaya sunulmaması halinde etkisinin de gerektiği ölçüde olmayacağı aşikardır (Eren, 2002).

İnsanlık tarihi bugüne kadar farklı ekonomik ve sosyal değişimlere uğramıştır. Bu değişimler sırasıyla yerleşik hayat ardından tarım toplumu, sanayi toplumu ve sonunda günümüze ulaşan bilgi ve teknoloji çağı toplumudur (Bayraktaroğlu ve Tunçbilek, 2005). Günümüz bilgi toplumu kavramı henüz yeni bir kavram olmasından dolayı, literatürde tanımı hakkında görüş birliği sağlanamamıştır. Bilgi toplumu kavramının tanımı, özellikleri, bir önceki dönem olan sanayi toplumundan farkı ve sınırları ortaya konulmak şeklinde belirtilmektedir. Bu doğrultuda bilgi toplumu kavramı kitlelerin tüketimini ve üretimini, merkezileşmeyi, standart kurallar getirmeyi ve küreselleşen bir dünyayı destekleyen sanayi toplumundan farklı olarak bireyselleşen bir dünyayı, ademi merkezizeti, mistik eğilimleri ve yerel kültürleri savunmaktadır (Akın, 2005).

21. yüzyılda bilgi toplumuna geçiş, milletlerin kültürlerinde değişime neden olduğu gibi liderlik ve yönetim şekillerinin de değişmesine sebep olmuştur. Bilgi toplumu çağında birey ekonomik ve sosyal yapının tam merkezindedir. Birey bilgiyi kullanan üreten ve yöneten kişidir. Dolayısıyla aynı zamanda bir girişimci olan birey piyasadaki arz ve talep boşluklarını gören ve dolduran kimsedir. Bunun için çağımız girişimcisinin bilgiyi üretebilme ve yönetebilme kabiliyetlerine sahip olması gerekmektedir.

Jim Collins, bilgi toplumundaki girişimci liderlik ile ilgili eserinde, “5. seviye liderlik” adını verdiği yeni bir kavram geliştirmekte ve artık günümüzde tuttuğunu koparan, gözü pek, atak, cesur, girişimci liderlik tipinin gözden düştüğünü; sessiz, sakin, alçak gönüllü, kendini çok fazla ön plana çıkarmayan liderlerin daha fazla tercih edildiğini belirtmektedir (Gül, 2005). Rowan Gibson ise, Jim Collins’in aksine bilgi toplumu girişimci liderlerinin güçlü ve zayıf tarafları ile birlikte çevresel tehdit ve fırsatların da farkında olan diğer bir ifadeyle SWOT analizi yapabilen, rakipleri izleyen, kaşif ruhlu ve maceraperest kişiler olacağını ileri sürmektedir. Gibson, geleceği kaos ve belirsizlikten oluşan bir dünya olarak görmekte, Jennifer James ise bu tür bir geleceği anlamının gittikçe daha zorlaştığını ifade etmektedir (Gibson, 1997).

Anlaşılması güç ve belirsizliklerin günden güne artması, gelecek kaygısı taşıyan bilgi toplumundaki girişimcileri, içerideki ve dışarıdaki faktörler arasında bulunan ilişkiyi çok iyi analiz ederek en az zararla maksimum kârı elde edebilmeleri gerekmektedir. Bunun bir örneğini eskiden ürünlerinin imajını değiştirmek için çağın gerektirdiği yenilikçi tasarıma odaklanan Samsung firması gösterilebilir. Samsung’un yönetim kurulu başkanı o dönemde zorlu bir kararla karşı karşıya kalmıştır. Firma bu dönemde ilk önce tüm ürünlerini perakendeci raflarından geri çekmiş ve ürünlerini gelir düzeyi daha üst seviyede olan kitlelere satış yapan mağazalara koymuştur. Samsung firması bu şekilde kendisi için maksimum kârı sağlayan müşteri kitlesine ulaşmış olup gelirlerini ciddi bir şekilde arttırmıştır. Samsung firmasından yapılan açıklamaya göre 2003 yılındaki toplam satış hasılatı tutarı 36.9 milyar dolardır.

Jennifer Jamese göre girişimcinin bilgi toplumunda sahip olması gereken özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Gül, 2005);

-Değişen dünya düzenine farklı bir gözle bakma: Bilgi, kültür düzeyi ve tecrübelerinin gerçeği görmelerini engellemek için etrafına ve kendilerine sorgulayıcı bir gözle bakmaları.

-Mit ve sembolleri kullanmak: Çevresel faktörleri ve farklı kültürleri etkin bir şekilde kullanarak güncel fikirlerin ve düşüncelerin gelişmesine ve yayılmasına katkı sağlar.

-Daha hızlı yanıt verme: Etrafındaki değişimlere ve müşteri portföyündeki farklılıklara anında ve hızla tepki verebilecek yeteneğe sahip olma.

-Geleceği tanıma: Geçmişten aldığı bilgi ve tecrübelerle gelecekte olabilecek değişimleri bugünden ön görebilmesi ve bu değişimler için gereken tedbirlerin alınmasını sağlamak.

-Farklılıklardan yararlanma: Dünyadaki farklı din, kültür, sosyal ve zihinsel farklılıklardan yararlanma ve bunları kendi lehlerine çevirebilmek.

-Rasyonel kaynak kullanımı: Elleriindeki kıt kaynaklarla optimum üretim seviyesini yakalamak ve israfı en aza indirmek.

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere girişimci kişilerin sahip olması gereken özellikler; azimli bir şekilde çalışmakta, başarıya olan açıklık, geçmişte yapılan hatalardan ders çıkarmak, yeniliklere açık olmak, öncü güç haline gelmek, vizyon sahibi olmak, liderlik için istekli olmak, bütün bu kriterlerin fakında olarak sorumluluk sahibi olmak şeklinde nitelendirilebilir (Peker, 2000).

3.GİRİŞİMCİLİĞİ VE GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞMESİNİ ENGELLEYEN UNSURLAR

Girişimciliğe etki eden nedenlerin yanında girişimcilik için de bazı engeller bulunmaktadır. Girişimciliğe önündeki birtakım engelleri aşağıdaki gibi sıralayabiliriz;

Sosyal Çevre: Girişimciliğin önündeki en önemli engellerden bir tanesinin sosyal çevre olduğu kabul edilmektedir. Kırsal kesimlerde hatta şehir merkezlerinde bile aile yapısının baskıcı ve sürekli eleştiren kişilerden olması bireyin küçük yaşlardan itibaren kendine güveni olmayan, sürekli olarak hesap verme ve hata yapma korkusuyla yaşayan, tamamen edilgen ve pasif bir şekilde yaşayan bir kişilik edinmek zorunda bırakmaktadır. Bu durum, ailesinden sosyal çevresinden edindiği görgü ve ahlak kuralları, kültürel baskılar ve el alem ne der düşüncesi bireyin bütün hayatını etkileyecektir. Kişiler kendilerini özgür hissedebileceği zaman ve fikirlerini özgür bir şekilde açıklayabildikleri zaman girişimciliğin en temel ögesi olan yenilik yapma alanında başarıya ulaşabilirler.

İşletme sahiplerinin teknik kökenli olması: Girişimcilerin en önemli ortak özelliklerinden bir tanesi de üretim konusunda yetenekli olmalarıdır. Fakat girişimciliğin diğer unsurları olan düşünme, piyasa analizi, stratejik çalışma, piyasa değerlendirmesi ve finansmanı gibi konularında yeterli başarıyı sağlayamamıştır.

Fizibilite çalışmaları: Geniş bir yanılgıya göre fizibilite, girişimcilerin yapacakları iş için devletten destek almaları olarak değerlendirilmektedir. Bunun sonucunda girişimci aldığı teşvikte kâr edememektedir. Oysa ki devletin verdiği teşvikler her zaman kâr sağlayacak diye bir şey yoktur. Devlet kendi teşvikini ülkenin dış ticaretine etkisi, bölgelerin kalkınmasına etkisi ve bölgeler arası kalkınmışlık farklarının azaltılması yönünden değerlendirir. Yani girişimcinin kendi kâr analizini yapması gerekirken girişimciler bu durumu başkalarından beklemektedir.

ARGE çalışmalarının yetersizliği: Girişimciliği genelde yeni fikirler ve çalışmalar yapmaktan daha çok var olan ve çok kazanan işletmeleri taklit ederek piyasaya giriş yapmakta ve piyasanın kârlılık

düzeyini düşürmekte dolayısıyla kâr edemeyen firmalarında kısa bir süre içerisinde piyasadan çekilmesi ile sonuçlanan girişimcilik denemeleri ile gerçekleşmektedir.

Piyasa araştırmasının yetersiz olması: Girişimcinin en önemli unsurlarından bir tanesi giriş yapacağı piyasanın çok iyi analiz edilmesidir. Maalesef piyasa araştırmasına yeterli özen gösterilmemekte ve firmalar öngöremediği yerlerden yara alarak piyasayı terk etmek durumunda kalmaktadır.

Aile işletmeciliği: Girişimciliğin önündeki en büyük engellerden bir tanesi de aile işletmeciliğidir. Küçükken çok iyi kazançlar elde eden firma büyüme aşamasına geldiğinde profesyonel bir destek almadıkları için işletme aile bireyleri arasında küçük parçalara bölünmekte ve piyasa gücünü başka firmaların eline kaptırmaktadır. Bu durum işletmelerin sürekliliği ilkesine ters düşmektedir.

Finansman sorunu: Girişimcilerin en önemli sorunlarından bir tanesidir. İşlet kuran girişimci, uzun vadeli ve düşük faizli kredi bulmada bir hayli zorlanmaktadır. Bu durum sermaye sahibi olmayan girişimcilerin istedikleri gibi bir çalışma yapamamalarına neden olmaktadır. Devletin buradaki görevi girişimciye yeterli krediyi sağlamasıdır. Ülkemizde bu durum KOSGEB eliyle bir nebze olsa aşılmıştır.

Eksik ve asimetrik bilgi: Dünyadaki teknolojik gelişmeler sonucunda bilgi edinmek artık çok kolay bir hal almaya başlamıştır. İnsanlar hemen hemen istedikleri her konuda bilgiye erişebilmektedir. Teknolojik okuma yazma oranlarının düşük olması nedeniyle girişimciler yeterli bilgiye sahip olamamaktadır.

Bürokrasinin girişimciye bakış açısı: Başarılı olan girişimciye olumsuz bakış açısı bürokrasideki bir takım yetkili insanlara da yansımış ve bu yetkili kişiler girişimcilere destek olmaktan çok köstek olarak işlerinin yerine getirmeme veya sürüncemede bırakarak girişimcinin işlerini zorlaştırmaktadır.

Toplumun girişimciye bakış açısı: Birçok toplumda nedense zengin insanların kötü olduğu gibi yaygın yanlış anlayışlar nedeniyle girişimci toplumdaki gerekli desteği alamamaktadır. (Müftüoğlu, 2004).

Yukarıdaki sorunları devlet millet hep birlikte aşmalıdırlar bunların birlikteliği iki kanatlı kuşa benzer. Ülkenin büyüme ve kalkınması refahının üst seviyelere çıkarılması bu sorunların aşılmasıyla mümkündür. Sadece vergi oranlarının düşürülmesi, yatırımcıya yer temini gibi bazı palyatif tedbirleri almak girişimciliğin önünü açmak için yeterli değildir. Bu sorunların çözümü kökten yapılmalıdır. En başta girişimciliğe bağlı ve ilişkili dersleri ilkokuldan itibaren bilinçli bir şekilde eğitim müfredatına sokulması gerekmektedir. Daha sonra bireyin ve ailesinin çevreye bakış açısının değiştirilmesi, toplumsal değerlerin dinsel ve özgüven açısından artılarının ve eksilerinin çok iyi bir şekilde analiz edilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla bu duruma aileden başlanarak bir çözüm üretilmesi en etkili yöntemlerden birisi olacaktır.

Ünlü fütürist Alvin Toffler'e göre girişimcilerin önünde duran en büyük değişim, küresel ekonominin finansal sermayeden entelektüel sermayeye değişim geçirmesidir. Toffler 'Cahillik bilmemek değil bilgiye nasıl ulaşılabileceğini bilmemektir.' diyerek teknoloji çağında bilgiye erişimin önemine ve kolaylığına dikkat çekmekle birlikte 'Bilgi, artık üretim faktörlerinden sadece biri değildir; bilgi, üretimin çok önemli bir faktörüdür.' diyerek de bilginin girişimciler için ne kadar büyük bir güç olduğunu belirtmiştir (Bozgeyik, 2005).

Geçmiş dönemlerde daha yavaş olan değişim süreci günümüzde birçok olanak sayesinde akıl almaz derecede hızlı bir hal almaya başladı, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçmeye başlayan dünya birçok yeni iş alanları ve fırsatları da beraberinde getirmiştir. İlerleyen zamanlarda artık üretimin tamamıyla robotların ve bilgisayar yazılımlarıyla birlikte yapılabileceği, endüstri 4.0a geçilmesiyle

birlikte artık fiili üretim alanında başarılı olmak yeterli kazancı sağlayamayacaktır. Dolayısıyla eğitim sisteminden sosyal yaşama kadar çağın gerektirdiği şekilde bir değişim yapmanın zamanı gelmiş durumdadır.

Özellikle ülkemizdeki genç nüfus yoğunluğunun fazla olması, gençlerin değişim sürecine daha çabuk adapte olabilmeleri büyük bir potansiyel sahibi olduğumuzu gösteriyor. Bu potansiyel en iyi şekilde değerlendirilmeli, bilgiye dayalı ve pratiği etkileyebilecek eğitim sistemi kurulmalıdır. Bundan dolayı girişimcilik adına araştırmalar, kongreler, özgür tartışma ortamları kurulmalıdır. Ve en önemli noktalardan biriside genç ve dinamik girişimcilere destek olunarak sahaya çıkarılmalıdır.

4.GİRİŞİMCİLİK VE KÜLTÜR İLİŞKİSİ

Neden bazı toplumlar çok ilerlemişken bazı toplumlarda onlardan çok geride kalmışlardır? Toplumların kültürleri ile girişimcilik arasında ne tür bir bağ vardır? Ülkelerin coğrafi durumlarının bireylerin kişilikleri üzerine etkisi var mıdır? Şüphesiz bu sorular, bizi kültürlerin teması ve doğası üzerinde çalışma yapmaya sevk ediyor.

Bilindiği üzere toplumların içerisinde yaşadıkları kültür, o toplumun bütün etkileşim ve ilişki sürecinde kurumsal yapılarını etkileyerek, bireylerinin tüm duruşlarını, çalışmalarını, üretimlerini, örgütlenme ve yönetme şekillerini güçlü bir şekilde etkisi altına almaktadır (Tosun, 1990). Hatta toplumun ve bireyin üzerindeki en büyük etkisi kültüre aittir denilebilir. Kültür o toplum içindeki herkesin ortak bir niteliği olup zamanla kişiden kişiye aktarılan yaşam biçimleri formudur. İnsanların hayatındaki bütün evrelerde aile içindeki eğitimde, davranış biçimlerinde, ahlaki kurallarda, sosyal çevrede ve yaşam biçimlerinde hep kültürün etkileri vardır. Tercihlerimiz ve peşin fikirlerimiz çoğunlukla içinde bulunduğumuz kültürün etkisi altında kalmıştır. Aynı zamanda kültürlerine uymayanlar için dışlanma, ayıplanma gibi yaptırımlarının olması spesifik davranış kalıplarının üretilmesine neden olmuştur. Girişimci kalıplarda bu kültür yaptırımların olduğu bir ortamda geliştiği için risk alma, başarı, birikim yapma, cesaret gibi girişimciliğin önemli nitelikleri de yaşanan kültürün bir parçasıdır. Kültürün hâkim kalıpları bireyi girişimci olarak davranmanın imkânsızlıklarıyla ya da imkânlarıyla baş başa bırakır.

Morrison toplumsal kültürle girişimcilik arasında sıkı bir ilişki olduğunu söyleyerek kültürün girişimcilerin kararlarındaki etkisinin önemli ölçüde olduğunu söyler. Morrisona göre, kültür girişimciliği doğuran onu harekete geçiren etkilere, güdülere içerisinde yer verir. Örnek vermek gerekirse demokratik ülkelerde girişimciliğin teşvik edilmesi, yapılan hataların ve başarısızlığın çok büyütülmemesi ve bu gibi durumlarda girişimciye toleranslı davranılması bireyin yeni şeyler denemesi ve hatadan korkmaması girişimci için büyük bir fırsat olmakta yeni girişimlerin önünü açmaktadır. Mesela Kuzey Amerika, Avustralya gibi daha demokratik ve eşitlikçi toplumların girişimcileri desteklemesi ve teşvik etmesiyle girişimci kültürüne destek vermektedir. Diğer ülkelerde ise girişimciliğin az olmasının sebepleri de onları körelten, perdeleyen uygulamalarla anti girişimciliğin artmasına ve kalıcı bir hal almasına neden olmaktadır (Morrison, 2000).

Bu noktada girişimcinin davranış biçimleri ve kişiliği ile içinde yaşadığı ailenin kültürel yapısı arasında oluşan ilişki otomatik bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bazılarına göre aile çocuğun girişimci duygularının ortaya çıkmasında hayati bir göreve sahiptir. Çünkü aile çocuğun karakteri ve davranışları üstünde doğrudan ve birinci dereceden etkili olabilen en önemli varlıktır. Aile kendisinin kültürünü doğrudan çocuğa yansıtarak büyütür. Çocuk, gördüğü bütün davranışlarını bilinçaltına alarak herhangi bir problem karşısında isteyerek ya da istemeyerek bu tutum ve davranışları sergiler. Çocuk sosyal ve iktisadi becerilerini kazanmaya yönelik ilk edinimleri burada kazanır. Ailenin dışarıyla ilişkileri, içindeki bireylerin başarıları, tutumları, çocuk üzerinde erken yaşta girişimcilik duygularının

pekişmesini sağlar. Çocuk küçük yaşta çalışmışsa, para biriktirmeye, kazanç elde etmeye başlamışsa, piyasa, rekabeti, mücadeleci olma gibi değerlere aşinalık elde eder.

Bazı geleneksel ataerkil toplumlar da aile içi sıkı disiplin ve hatalara karşı daha fazla duyarlı ve baskıcı olma, çocuk üzerinde daha küçük yaşlarda girişimcilik adına korkma, risk almaya karşı olma gibi olumsuz etkilerin oluşmasına neden olmuştur. Bu gibi ailelerde yenilikçi olma, bir şeyler üretme, risk alma gibi girişimciliğe ait özellikler daha çok arka plandadır. Bunun yanı sıra modern toplumlar ve aileler girişimcilik için gerekli olan hemen hemen bütün özellikleri bünyesinde barındırır. TÜSİAD (1987)'in yaptığı bir araştırmada modern aile yapılarının etkisini öne çıkaran bulgular elde edilmiştir. Örneğin, girişimcilerin %62 gibi büyük bir kısmının ilk girişimcilik becerilerini aile ortamında kazanmış oldukları açığa çıkmıştır. Bu girişimciler, yaşadıkları çocukluk ve yakın aile çevresinin kendilerini yarışmacı ve mücadeleci kıldığını belirtmişlerdir. Aile yapısı, Morrison'un belirttiği gibi, girişimciliğin devamında da pozitif bir işlev görmektedir. Kenya, Güney Afrika, Avustralya ve Kuzey Amerika gibi ülkelerdeki girişimciler üzerine yapılan kimi araştırmalarda da aile yapısının bu yönde bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Ailenin yanında ele alınabilecek başka bir faktörde toplumların çocuklarını yetiştirme düzenidir. Girişimcilikle ilgili yapılan araştırmaların birçoğunda çocukluk döneminde aile tarafından verilen eğitimin ileriki yaşlarda girişimcilik yapan kişilerde önemli etkisinin olduğunu göstermiştir. Bundan dolayı çocukların örnek aldığı kişiler, eğitim, kişisel motivasyonları ve değerleri, girişimcilik yolunda önemli pay sahibi olmaktadır. Aile fertleri arasında girişimci olan bireyle ileriki zamanlarda girişimcilik eğilimleri daha kolay ve çabuk bir şekilde edinebilmektedir. Aile fertleri arasındaki motivasyon, moral ve iş birliği bireyin karşılaşılabileceği sorunları daha erken ve çabuk çözümleyebilmesini sağlamaktadır (Swedberg, 2000; TÜSİAD, 2002).

Bazı gelenekselleşmiş değerler ve inanç sistemleri de başarıyı ve girişimciliği teşvik etmektedir. Buna örnek olarak batıda girişimciliğin oluşmasına katkıda bulunan Protestan ahlakını örnek gösterebiliriz. Weber'e göre Protestanlıktaki üretim, maddiyat, sermaye ve çalışma gibi kavramların üzerinde durulması ve yine tembelliği, miskinliği, boş durmaya karşı olan birtakım telkinler insanları daha inançlı olmak adına daha iyi bir mümin olmak adına girişimciliğe teşvik etmektedir. Bu teşvikler şüphesiz, bireyin yaptığı her türlü eyleme ve fiile meşruiyet kazandırmıştır. Yine Protestanlık Webere göre bireysellik, asketizm, rasyonalite, başarı motivasyonunu ve özgüveni ön plana çıkaran bir kültürün oluşumunu teşvik etmektedir (Weber, 1999). Mc Clelland aynı Weber gibi toplumların inanç sistemlerinin girişimcilik üzerinde etkisinin olduğunu söyler. Clelland'a göre de Protestanlık bireye kimseye bağlı olmadan yetişme imkânı sunmakta, güçlü başarıların motiflerini kazandırmakta ve insanların zevklerine bağımlı olmasını engellemektedir. Bundan dolayı kültürler, başarı odaklı olmakta ve aynı zamanda başarılı girişimciler ortaya çıkmaktadır. Yine Mc Clelland'da Weber gibi zenginliğin ve girişimciliğin kaynağının Protestanlık olduğunu söylemekte hatta geri kalmış ülkelerin toplumlarının hiçbirinin Protestan olmadığını söylemektedir (Aytaç ve İlhan, 2007).

Girişimcilik ve kültür arasında bir ilişki kurulurken hangi kültürlerin girişimciliği teşvik etmek hangisinin köstek olmak gibi etkilere sahip olması sorusu da önem taşımaktadır. Mc Clelland'a göre girişimciliği destekleyen kültürlerin üç önemli özelliği bulunmaktadır. Bunlar (Johnson, 1990): (1) yüksek sorumluluk sahibi olma, (2) riskleri öngörebilme ve hesaplama ve (3) performansa yönelik geri bildirimleri istemedir.

Bu ana davranış kriterleri, şüphesiz kültürel yapının yanında, bu yapının etrafındaki iktisadi, teknolojik ve politik sistemle de yakından ilişkilidir. Toplumların ve politik kurumların inovasyona, değişikliğe, risk algısına ve belirsizliğe ne kadar tolerans gösterdikleri, girişimciliğin doğup, rahat bir şekilde hareket etmesi ihtimalini de ortaya koyar. Yapılan araştırmalara göre belirsizliğe ve hatalara

karşı tolerans gösterme oranlarının yüksek olması o toplumlarda ki girişimcilik sayısı ile doğru orantılıdır (Özarpınar, 1999).

Görüldüğü üzere, girişimci güdüler, sosyo-kültürel etkenler, kültür kalıpları, girişimci birey üretilebilmektedir. Zira bu etkenler girişimciye karar verebilme, kavrama riskleri, ileriye görebilme, atılganlık, sorumluluk sahibi olma, ağır çalışma şartları, birikim yapabilme gibi bazı özellikleri kazandırdığı için çalışmanın sonucunda dinamik girişimciler, etkin çalışma kültürü, kaynak üretimi, yeni fırsatları ve imkânları oluşturma gibi artı değerlerle toplumun büyük bir kesimine canlılık ve dinamizm getirir. Kültürün engelleyici olması ise girişimciyi tembelleğe, ataletle götürür dolayısıyla iktisadi ve toplumsal hayat canlılığını dinamizmini kaybeder. Bu konuda yapılan çalışmalarda özgürlükçü, liberal ve esnek piyasa koşullarının girişimci sayısını ve kalitesini olumlu anlamda etkilediğini göstermiştir (TÜSİAD, 2002).

Dolayısıyla kısaca özetlemek gerekirse girişimcilik faaliyetleri ve bireyin yaşadığı toplumun kültürel değerleri arasında doğrudan büyük bir bağ vardır. Bygrave ve Minniti'nin de dediği gibi kişilerin yaşadığı sosyo-kültürel yapı girişimcilerin tutum ve davranışlarında büyük rol oynamaktadır. Çünkü kültür inşaların ekonomik alanda işine yarayabilecek risk alma, değişime karşı verilen tepkiler, yenilikçi olma gibi önemli özellikler üzerinde yönlendirici bir rol üstlenmektedir.

5. GİRİŞİMCİ KÜLTÜR

Girişimci kültür, spesifik davranışlara, algılama ve tutum tarzlarına, insanların yaşam şekillerine açıklık getirir. Girişimci kültürde okul, aile, kitle haberleşme, sosyal medya, bireyin çevresi gibi değişkenlerin hepsi kişiyi üretmeye, gerçekçi düşünmeye, kar elde etme güdüsüyle hareket etmeye, başarılı olma, rekabetten kaçınmama gibi girişimcide olması gereken bütün özelliklere yönlendirilir.

Girişimci kültürünü belirten bazı özellikler vardır. Bunlardan en önemlisi kişilerin birbirlerine karşı olan güven katsayısıdır. İnsanların birbirlerine karşı hal ve hareketleri, astın üstüne karşı davranışları, iş ortamındaki kişilerin çalışma şartları gibi özelliklerden olumlu yönde etkilenmektedir. Üstler astlarına daha özgür ve esnek çalışma ortamları sunar bu durum güven ortamının varlığında olabilen bir şeydir. Bu güven daha çok örgüt yapılanmasının daha katı, hiyerarşik düzenin çok belirgin olduğu toplumlarda ortaya çıkartılamaz. Moral ve ahlaki değerlere daha çok önem veren, dışarıya dönük gruplarda girişimcilik iş birliği şeklinde ortaya çıkarak daha kaliteli ve hızlı bir şekilde gelişme fırsatını elde eder.

Girişimci kültürlerde kişiler, bireysel bağımsızlık hedefinde çalışır. Bu durumun önü kapatılmaz aksine olumlu karşılanarak desteklenir. Bu şekildeki bir davranış girişimcilik için olmazsa olmaz; kendi sesini dinleme, hayallerinin peşinden gitmek, özgürleşmek gibi özelliklerin gelişmesine fırsat sağlar. Bu şekilde davranan birey baskıcı etkilerden kendisini uzaklaştırarak özgün, yeni, farklı buluşlar yapmak, yeni kültürleri keşfetmek gibi imkânları elde eder.

Bu kültürde bireylerin yüksek başarı duygusu ön plandadır. Başarının ölçüsü, girişimci kültürünün karakterini belirleyen unsurlardan biridir. Mc. Clelland'ın "That Urge to Achieve" eserinde girişimcilik ve kültür arasındaki bağlantıya değinerek girişimciliği başarı duygusu ile ilişkilendirir. Yazara göre başarı duygusu harekete geçmek, teşebbüs etmek ve kâr elde etmek açısından elzemdir. Buna benzer bir tespit De Bono tarafından yapılmaktadır. Bono'ya göre de girişimcilik kültürünü en iyi şekilde tanımlayan duygu başarı duygusudur (Çelik ve Akgemci, 1998).

Hofstede'ye göre toplumların cinsiyet yapısının da girişimcilik üzerinde etki ettiğini söyler. Ona göre erkek ve kadının yapısal ve duygusal farklılıkları girişimcilik değerleri üzerinde de etkilidir. Erkek kültürler, kararlı, saldırgan, girişken kişiliklere sahipken kadın kültürler, içe dönük, göze batmayan, daha çok uyumlu karakterlere sahiptirler. Erkek kültürü, daha çok para kazanma, maddeci bir yapı,

atılğan olma ve daha cesur olma gibi özellikler gösterirken, kadın kültürleri genel anlamda kadınlığın özellikleri olan merhamet, şefkat, sadakat ve nezaket gibi özelliklere sahiptir. Kadın kültüründe yaşama daha ön plandayken erkek kültüründe çalışmak daha ön plandadır. Erkek kültüründe çocuklar daha atılğan, hırslı ve rekabetçi olarak yetiştirilir ve dolayısıyla erkekler doğası gereği de girişimcilik piyasasının özelliklerine daha yatkındırlar (Hostede, 1983).

Toplumdaki alt kültür portföyü de girişimci değer oluşumu ve girişimci bireylerin ortaya çıkmasında etkili bir unsurdur. Girişimci alt kültür grupları, kendi üyeleri ve grup dışındakiler için teşvik edici, özendirici, modelleyici etkide bulunurlar. Örneğin, Amerika'daki farklı girişimci alt kültür grupları, bu türden bir etkiye sahiptirler ve girişimci kültürün ikamesinde büyük pay sahibidirler. Özellikle, Route 128 (Boston), Silicon Valley (California) ve North Caroline Triangle vs. bir tür girişimci okulu gibidirler. Ayrıca, fırsat kollamak, teşebbüse geçmek, başarmak, yarışmacı bir mizaca sahip olmak da özendirilmektedir. Bu alt kültürler de, kendi içlerinde girişimciliği desteklemeleri açısından farklılaşırlar. Örneğin, Silicon Valley'de, girişimciliği destekleyen kültürel faktörler olarak aile özellikleri ön sırayı alır. Yapılan araştırmalarda, buradaki girişimcilerin daha çok, bağımsızlığa önem veren anne ve babaların çocukları olduğu görülmüştür. Aile ortamının girişimciliğe pozitif destek vermesi, girişimci sayısının artmasında etkili olmuştur.

Daha önce de belirtildiği gibi girişimci kültür içerisine büyüyen birey ileriki dönemlerde toplumun iktisadi yaşamına ve çevresine faydalı olabilecek üretimler yapacaktır. Girişimci kültürü olmayan toplumlarda gerçek anlamda girişimci çıkmayacağı gibi o toplumun kültür yapısı içinde kısa yoldan köşeyi dönme çabaları, kurnazlık, emek vermeden kazanç sağlama, açık gözlülük gibi olumsuz ve insanları üretmekten çok var olan şeyi kullanmaya teşvik eden kamburlar oluşur.

Sonuç olarak, girişimcilik kavramının en çok etkilendiği unsur olarak kültürü gösterebiliriz. Bu kültürler doğal çevre, bölgenin jeopolitik konumu, iklim şartları, bölgenin geçim kaynakları gibi değişkenlerden etkilenir. Girişimci toplumlarda yetişen kişiler, daha yumuşak hiyerarşi kavramı, azimli ve verimli çalışma arzusu, sürekli arayış içinde olma ve başarı olarak daha iyi seviyelere çıkmaya çalışma, rasyonel hareket etme gibi davranış ve tutumlara gereken değeri veren üretkenlik ve aktif çalışma potansiyeli yüksek olan bireylerdir.

6.GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ-EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ

18. yy. iktisatçılarından Adam Smith, girişimciliğin ekonomik göstergeler üzerinde olumlu etkiler oluşturabilecek potansiyele sahip olduğunu söyleyen ilk iktisatçıdır. Toplumların refahının ve zenginliğinin nasıl daha üst seviyelere çıkabileceği üzerinde çalışmalar yapan Smith'e göre piyasaların zamanla büyümesi girişimci sayısında da bir artışa neden olacağını ve bu durumda da iş bölümü ve uzmanlaşmanın da artacağını söylemiştir. Başka bir iktisatçı olan David Ricardo'ya göre ise üretimin artması toprak, emek ve sermaye gibi girdilerin artmasına bağlıdır. Ricardo'ya göre azalan verimler yasası ve toprak gibi sabit giderler nedeniyle insan nüfusunun artması ülkeyi iktisadi anlamda bir baskı altına alacaktır. Daha sonraki iktisadi gelişmelere bakıldığında Ricardo'nun girişimciliğin iktisadi anlamda büyümeye olan katkısını anlatan görüşünün Smith'in görüşüne göre daha fazla tercih edildiği görülecektir (Öztürk, 2010).

İktisadi büyüme ile girişimcilik arasında bir bağ kurmak kolaydır. Toplumda girişimci bir işletme kurar, bu işletmeye işçi olarak istihdam sağlar, üretim yaparak ülke ekonomisine katkıda bulunur, ülkede rekabet ortamında üretim yapmayı sağlar, rekabet dolayısıyla teknolojik gelişme ve ürün kalitesinde artışa neden olur. Bunun yanında, gerçek hayatta işlerin bu kadar kolay olmadığını bu konuda yapılan teorik çalışmalarla görüyoruz.

Neoklasik büyüme teorisinde girişimcilik açıklanırken teknolojik değişimlerden bahsedilmemiştir. Ölçek ekonomileri daha ürünün çıkış sürecinin başında etkide bulunduğu için, klasik

Solow modelinde iktisadi gelişme fabrikaların daha büyük sermaye yatırımına bağlıdır. Lucas ve Romer'in destekleriyle geliştirilen son dönemdeki içsel büyüme teorileri, bilgiyi ve dışsallıkları ölçek ekonomilerinin yerine, iktisadi büyümenin itici gücü olarak görmüşlerdir. Dışsallıklar kişiler üzerinde etkili olduklarından, girişimci ve onun oluşturduğu gruplar, iktisadi büyüme ve kalkınmada daha büyük bir öneme sahip olmaktadır (Karagöz, 2016).

İkinci dünya savaşından itibaren, girişimcilik kavramının, ülkelerin ekonomi, büyüme ve kalkınmaları üzerindeki rolü ciddi değişiklik göstermiştir. Savaştan sonraki yıllarda büyük ölçekli firmaların fiziksel sermayenin iktisadi gelişmenin ana kalemi olduğu düşünülürken, küçük ölçekli girişimcilere yeterli destek verilmemiştir. Takip eden yıllarda gelişen, bilginin iktisadi gelişme yolunda önemli bir değişken olduğu görüşü ve patent hakları, ARGE ve beşeri sermayeye verilen değer artış göstermesi büyük ölçekte çalışan firmaların ekonomiye katkısı fikrini desteklemiştir. Fakat her ne kadar büyük ölçekli ve büyük sermayeli firmalara destek verilse de ekonomik gelişme istenildiği seviyelere çıkamamaktadır. Buna Avrupa paradoksu denilmektedir. Bu durum 1990'lı yıllarda ilginin ve desteğin küçük ölçekli ve sermayeli firmalara kaymasına sebep olmuştur. Çünkü bilgi çağında insanların en önemli enerji kaynağı bilgiye ulaşabilmekten geçer. Küçük firmalar ve girişimciler büyük firmalardan sayı olarak daha çok olduğu için küçük ölçekli firmalara verilen destek o bilginin tabana daha fazla yayılmasına ve potansiyel girişimcilere bir yol haritası olma işlevi görmektedir. Dolayısıyla çok farklı alanlarda girişimcinin piyasaya rahatça girebilmesine olanak sağlamaktadır.

Girişimcilik kavramının iktisadi gelişme açısından önemine değinen ilk iktisatçı J. Schumpeter dir. Schumpeter'e göre girişimci, yenilikleri başkalarına taşır ve iktisadi gelişmenin ana kaynaklarından bir tanesidir. Yenilikçi girişimci, yeni icatları takip ederek, piyasadaki hakim firmalarla rekabete geçer ve en sonunda başarılı olduğunda, mevcut olan firmaların ürünlerinin piyasadan çekilmesinin sağlar. Bu yaratıcı yıkım süreci, Schumpeter'e göre birinci düzey rejiminin en belirgin özelliğidir. Başka bir yönden bakıldığında, büyük firmalar geliştirdikleri yüksek ölçek ekonomileri sayesinde küçük firmalara piyasada çok küçük bir yer vererek daima bir üstünlük kurar. Bu durumda ikinci düzey rejiminin ayırt eden bir karakteristiğidir.

Belirli bir zaman ve endüstride düzey bir ve düzey iki süreçlerinden hangisinin başarılı olacağı pek çok unsura göre farklılık gösterir. Yirminci yüzyılın büyük bir bölümünde birikim evresi etkili olurken batı ekonomilerinde yirminci yüzyılın son çeyreğine doğru, küçük sermayeli üretim işletmelerinin ön plana çıkmaya başladığı görülmektedir. Görece daha büyük olan firmalar yeniden bir yapılanmaya girerek küçülüp asıl yapmakta olduğu işler üzerinde dururken girişimci tekrar önem kazanmıştır. Bunun için 1970'li yıllardan itibaren piyasaların yaratıcı yıkım sürecine daha uygun olduğu söylenmektedir. Bazı ekonomistler bu değişimi "yönetimsel ekonomiden girişimsel ekonomiye geçiş" olarak nitelendirmektedirler (Güngör, 1999).

Girişimcilik ve kalkınmışlık seviyeleri arasında, ekonominin kalkınma dönemleri yaklaşımıyla doğrudan teorik bir ilişki kurulabilir. İktisadi kalkınma evresinin ilk düzeyinde, insanların sadece kendileri için çalıştığı tarım sektörü ön plandadır. Herkesin sadece kendisi için çalışması zorunlu olarak girişimci sayısını arttırmaktadır. Bundan sonraki ikinci aşama olan sanayi evresinde, hem üretim için gelişen teknolojiler hem de firmaların büyümesiyle birlikte artan ölçek ekonomilerinden dolayı işletmelerin büyüklüğü ortalama olarak artış gösterir. Bu da insanların kendileri için değil de büyük firmalar için çalışmasına yol açarak girişimci sayısında düşüşe neden olur. Ekonomik büyüme ile girişimci sayısı arasında doğrudan olmayan bir orantı vardır. Ekonomik büyümenin gerçekleşmesi için vazgeçilmesi gereken unsur girişimci sayısıdır. Yani iktisadi büyüme arttıkça girişimci sayısında da aynı oranda bir azalma gerçekleşmektedir.

Kalkınma evrelerinin en uç noktası olan hizmet evresinde ise girişimciliğin bir başka türü olan fırsat girişimciliği artış gösterir. Bunun nedeni hizmet sektöründeki işletmelerin büyüklüğü sanayi

sektöründekilere nazaran çok daha küçük ölçeklidir. Başka bir açıdan da hizmet sektöründe girişimcilik yapılacak alan ve imkân sayısı daha fazladır.

Bazı ekonomistler, girişimcilik ve iktisadi büyüme arasındaki bağlantıyı araştırdıklarında, ihracata yönelik girişimlerin iktisadi büyümeye etkisinin, gelişmiş ülkelerde pozitif iken gelişmekte olan ülkelerde negatif olduğunu ortaya koymuşlardır. Bunun nedeni olarak gelişmekte olan ülkelerde ihracata yönelik işletmelerin yeniliği daha çabuk kabullenen ve uygulayan büyük firmalar tarafından yapılmasıdır (Karalar, 2001).

Çeşitlerine göre girişimciliği değerlendirdiğimizde, girişimciliğin büyüme üzerinde farklı şekillerde etkili olması mümkündür. Zorunlu girişimcilik, genellikle verimsiz ve teknoloji içermeyen alanlarda yapıldığı ve büyüme ve istihdam sağlama kapasitesi kısıtlı olduğu için, iktisadi büyüme ve kalkınma üzerinde yeterli etkiyi gösterememektedir. Diğer yandan fırsat girişimciliği işletmelerin büyüklüğü ve çalışma alanlarının sınırsız olması nedeniyle büyüme ve kalkınma üzerinde daha fazla etkiye sahip olacaktır. Dolayısıyla değerlendirmeler yapılırken, ülkelerdeki girişimci sayısından ziyade girişimci türünün ülkeye katkısı göz önünde bulundurulmalıdır.

7. SONUÇ

Girişimci; ülkelerde, toplumlarda, bölgelerde genel olarak risk alıp bütün üretim faktörlerini bir araya toplayan ve böylece toplumların iktisadi büyüme ve kalkınmalarına büyük katkısı bulunan kişilerdir. Bundan dolayı dünya piyasalarında ekonomik ve stratejik kararlar alınırken girişimcilik kavramına yönelik etkenlerin de dikkate alınması büyük önem arz etmektedir. Günümüze kadar yapılan çalışmalar dikkate alındığında girişimciliğin bölgelerin hatta aynı bölgedeki farklı toplumların kültürlerinden etkilendiği ve girişimci çeşitliliğinin farklılık gösterdiği görülmektedir.

Girişimcilik, insanların doğuştan gelen yetenekleriyle ilişkili olmakla birlikte, esas olarak bireyin içerisinde yaşadığı toplumun kültürel, sosyolojik, iktisadi hatta iklimsel yapısından bile etkilendiği ve ayrılmaz bir bağının olduğu görülmektedir. İnsanların norm ve değerleri, iktisadi politik ve sosyal şartları, girişimci özelliklerini ziyadesiyle etkilemektedir. Bu özellikler, insanların dünyadaki yaşam biçimlerine, duygularına ve hayata bakış açılarına büyük ölçüde yön vermektedir. İçinde bulunulan toplum yapısı, bireye belli şekilde kalıplar yüklemekte ve birey bu kalıplarıyla girişimcilikte karşılaşacağı sorunlara tepki vermektedir (Peker, 2000).

Bu bağlamda değerlendirildiğinde, girişimcinin davranış ve duygusal kalıpları da, söz konusu bölgenin ve toplumun çevre ve kültür koşullarının etkisinde oluşmaktadır. Girişimcinin çalışmalarının her birinde, içinde yaşadığı ve büyüdüğü toplumun değerlerinden bir iz bulmak mümkündür. Mesela bazı kültürlerde inanç faktörü (Protestanlık) girişimcilerin tavırlarında etkili olup; başarıya, kendini kanıtlama hırısı, yükselme, makam ve mevki, şeref, rekabetçi, mücadele etme gibi eğilimler etkili olmaktadır. Dikkat edilirse bu etkilerin hiçbirisi para kazanmak gibi bir amaç taşımamaktadır. Elverişli koşullarda yetişen girişimciler, girişimcilik için gerekli olan başarıya isteği, motivasyon, risk alabilme, atılganlık, yeniliğe karşı olumlu tutum, birikim yapabilme ve değişimlere ayak uydurabilme gibi yetilere doğal olarak sahip olmaktadır. Bu durum da girişimcileri olumlu anlamda etkilemekte, toplumda adeta bir girişimcilik sektörünü doğurmakta ve toplum hep birlikte kazanmaktadır.

Ekonomik gelişmenin en önemli argümanı olarak görülmeye başlandıktan sonra, girişimcilere yönelik niteliğin ve niceliğin artırılmasına yönelik kapsamlı çalışmalar yapılmıştır. Fakat bu çalışmalar henüz istenilen seviyelere ulaşamamıştır. Böyle bir durumla karşılaşılmasında, toplumdaki ekonomik ve kültürel değerlerin etkisi büyüktür. Bunun yanında girişimci sayısının artması da tek başına bir çözüm olmamakla beraber toplumun sosyo-ekonomik yapısının girişimci bireylere yol gösterici, kolaylaştırıcı ve teşvik edici bir sisteme evrilmesi gerekmektedir.

Ayrıca teknolojik ilerleme insanların bilgiye ulaşabilmesini kolaylaştırmış bu durumda girişimcilerin dünya pazarını takip etme, gelişmelerden haberdar olabilme yetilerini artırmıştır. Devletin yeni nesil iletişim kaynaklarına ulaşmayı kolaylaştırma gibi bir görev üstlenmesi girişimci sayısının ve kalitesinin artmasına katkı sağlayacaktır. Özellikle Türkiye’de genç nüfusun fazla olması teknoloji okur yazarlığının yüksek olması dolayısıyla bu konuda önemli bir potansiyele sahiptir.

Dünya üzerinde gerek sanal alışveriş gerekse elektronik aletlerde yaşanan gelişmeler yazılım sektöründe büyük bir gelişmeyi beraberinde getirmiş böylece büyük iş alanları açılmıştır. Artık birçok işin bilgisayar programları ile yapılabilmesi yazılım sektöründe çalışan insan sayısını artırmış bu durum girişimciler için başlı başına yeni bir sektör haline gelmiştir. Devletin burdaki diğer bir görevinde girişimcileri bu alana yönlendirerek çalışmalarına katkıda bulunmasıdır.

Girişimciler için davranış ve ruh yetileri bir kez geliştikten sonra, girişimci bireyler de içinde yaşadığı toplumu, yapıyı ve girişimci kültürünü değiştirmekte ve yeniliğe açık olan bireylerin olduğu bir süreci başlatmakta ve sürdürmektedir. Girişimcilik kavramı, sürekli değişim ve yenilik üzerinde durduğundan dinamik ve sürekli işleyen bir ekonomik yapı, imkânların ve kaynakların doğru ve en fazla yararlı değerlendirilmesini sağlar. Bunun yanında yeni ekonomik ilişkiler, yaşam biçimleri, politikada değişiklik ve yeni bir toplumsal yapıya geçiş için kapı açmaktadır. Girişimci düşünce üretim faktörlerinden olan müteşebbisi özgür kılmakla birlikte, sosyal ilişkilerde dinamiklik, aktif olma, değişimlere ayak uydurma açısından sosyal bünyenin açığa çıkmasına sebep olur. Girişimci eylemler daha fazla yaygınlaştıkça da, müteşebbisliğin politik inşası ve bununla eşgüdümlü çalışan düşünsel akımlar daha fazla gelişme imkânı bulmaktadır.

Sadece vergi oranlarının düşürülmesi, yatırımcıya yer temini gibi bazı palyatif tedbirleri almak girişimciliğin önünü açmak için yeterli değildir. Bu sorunların çözümü kökten yapılmalıdır. En başta girişimciliğe bağlı ve ilişkili dersleri ilkokuldan itibaren bilinçli bir şekilde eğitim müfredatına sokulması gerekmektedir. Daha sonra bireyin ve ailesinin çevreye bakış açısının değiştirilmesi, toplumsal değerlerin dinsel ve özgüven açısından artılarının ve eksilerinin çok iyi bir şekilde analiz edilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla bu duruma aileden başlanarak bir çözüm üretilmesi en etkili yöntemlerden birisi olacaktır.

Etik Beyan

“Girişimcilik Kültürü ve Ekonomik Büyüme İlişkisi:Teorik Bir Değerlendirme” başlıklı çalışmanın yazılması ve yayınlanması süreçlerinde Araştırma ve Yayın Etiği kurallarına riayet edilmiş ve çalışma için elde edilen verilerde herhangi bir tahrifat yapılmamıştır. Çalışma için etik kurul izni alınmamıştır.

Katkı Oranı Beyanı

Çalışmadaki yazarların tümü çalışmanın yazılmasından taslağın oluşturulmasına kadar tüm süreçlere katkı yapmış ve nihai halini okuyarak onaylamıştır.

Çatışma Beyanı

Yapılan bu çalışma gerek bireysel gerekse kurumsal/örgütsel herhangi bir çıkar çatışmasına yol açmamıştır.

KAYNAKÇA

Akın, H. B. (2005). “21. Yüzyılın Eşiğinde Küreselleşme ve Küresel İşletmeler”. http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=262, (01.05.2020).

- Altınışık, İ. & Külen, C. (2020). Girişimcilik Kültürü ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Teorik Bir Değerlendirme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22(39), 277-290.
- Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2008). Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif, *Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2007(18), 101-120.
- Bayraktaroğlu, S. ve Tunçbilek, M. (2005). “Bilgi Toplumunda İnsan Kaynakları Yönetiminin Değişen Yüzü”. <http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl/gos.php?nt=164>, (01.05.2020)
- Biol, Y. E., Tuncay, E. ve Kaya, H. İ. (2014). İktisadi Gelişme Açısından Girişimcilik Kültürü: Sivas, Tokat ve Amasya İllerinde Bir Uygulama. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2014(2), 233-252.
- Bozgeyik, A. (2005). “Kriz Dönemlerinde Girişimcilik Neden Daha Önemli?”. <http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl/gos.php?nt=577>, (15.04.2020).
- Çelik, A.ve Akgemci, T. (1998). *Girişimcilik Kültürü ve KOBİler*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Durukan, T. (2005). *Küreselleşme ve Çokuluslu İşletmecilik*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Eren, E. (2002). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Gibson, R. (1997). *Geleceği Yeniden Düşünmek*. S. Gül (Çev.). İstanbul: Sabah Kitapçılık.
- Gül, H. (2005). “Bilgi Toplumu Liderliği Karizmatik Liderliğin Sonu Olur mu?”. <http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl/gos.php?nt=223>, (25.04.2020).
- Güngör, E. (1999). *İktisadi Gelişmenin Merhaleleri*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Hofstede, G. (1983). National Cultures in Four Dimension: A Research-Based Theory of Cultural Differences Among Nations. *International Studies of Management and Organization*, 3(1-2), 46-74.
- Johnson, B. R. (1990). Toward A Multidimensional Model of Entrepreneurship: The Case of Achievement Motivation and the Entrepreneur, *Entrepreneurship Theory and Practice, Sage Journals*, 1990(3), 39-54.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2000). *Kültürel Psikoloji. Kültür Bağlamında İnsan ve Aile*. İstanbul: Evrim Yayınları.
- Karagöz, K. (2016). Girişimcilik-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye İçin Ekonometrik Bir Analiz, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (GKD)*, 2016(2), 264-292.
- Karalar, R. (2001). *Genel İşletme*. Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Morrison, A. (2000). Entrepreneurship: What Triggers It?. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 6(2), 59-71.
- Müftüoğlu, M. T. ve Durukan, T. (2004). *Girişimcilik ve KOBİ'ler*. Ankara: Gazi Yayınevi.
- Müftüoğlu, M. T., Durukan, T., Akmut, Ö., Aktaş, R., Yüksel, Ö., Aykaç, B. ve Doğanay, M. M. (2003). *Girişimciler İçin İşletme Yönetimi*. Ankara: Gazi Yayınevi.
- Müftüoğlu, M. T. (2004). *Girişimcilik*. Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Özarpınar, Y. (1999). *Kültür Değişmeleri ve Batılılaşma Meselesi*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Öztürk, N. (2010). Klasik ve Neoklasik İktisatta Gelir Bölüşümü. *Çalışma ve Toplum Ekonomi ve Hukuk Dergisi*, 2010 (1), 58-89.
- Peker, Ö. (2000). *Etkili Yönetim Becerileri*. Ankara: Yargı Yayınevi.
- Tosun, K. (1990). *İşletme Yönetimi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.
- TÜSİAD (2002). *Türkiye'de Girişimcilik*. Ankara: TÜSİAD Yayınları.
- Weber, M. (1999). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. Z. Gürata (Çev.). Ankara: Ayraç Yayınevi.