

DÜNDEN BUGÜNE GİRİŞİMCİLİK VE 21. YÜZYILDA GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ



Tülin DURUKAN*

ÖZET

Girişimci, piyasada fırsat kovalayan ve bulduğu fırsatı tüketici talebine dönüştürebilecek şekilde üretim faktörlerini bir araya getirip işletme kurarak risk üstlenen, cesur ve yaratıcı bir kişidir. İnsanlık tarihi kadar eski olan girişimcilik ise, piyasadaki risk ve belirsizliklere rağmen öncelikle varlığını sürdürmek daha sonra kar elde etmek ve büyümek amacıyla, yaratıcı ve yenilikçi bir işletme faaliyetinin yürütülmesidir. Bu makalede girişimciliğin tarihsel süreç içindeki gelişimi ve 21. yüzyılda artan önemine ilişkin bir değerlendirme yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yenilik, yaratıcılık, cesaret, risk üstlenme ve girişimcilik.

ABSTRACT

An entrepreneur is a brave and creative person who seeks for opportunities, convert found opportunities into consumer demand by establishing a firm, *i.e.* accumulating means of production. Entrepreneurship is as old as the history of human beings. The main aim of entrepreneurs are to keep their existence in a risky and blurred business environment. Their secondary target is to make profit and expand their businesses. Innovation and creativity are musts for them to keep their existences in the market. This article deals with history of entrepreneurship and its importance in the 21st century.

Key Words: Innovation, creativity, bravery, risk taking and entrepreneurship.

* Yrd.Doç.Dr., Kırıkkale Üniversitesi , İİBF, İşletme Bölümü

GİRİŞ

Tarihsel süreç içinde bir vakıa olarak sabittir ki insanoğlu, ilkçağlardan bu yana yaşamını sürdürebilmek amacıyla her türlü olumsuz koşula rağmen ihtiyaçlarını karşılama eğiliminde olmuştur. Kaba taş, yontma taş, cilalı taş ve demirin icadına kadar olan tarihi devirleri, insanoğlunun girişimcilik ruhuyla ve risk almak suretiyle ortaya koyduğu birer yenilik olarak kabul etmek mümkündür. O halde insanlık tarihinin her döneminde insanoğlu şu veya bu şekilde bir girişimcilik faaliyetinde bulunmuştur. İlkel insan, bugün girişimciliğin tanımlarında ortaya konulan tüm özellikleri içinde barındırmaktaydı. Risk alıyordu, yenilik yapıyordu, yaşamını ortaya koyuyordu ve bu faaliyetleri yalnızca yaşamını sürdürebilmek amacıyla yapıyordu (Demirez, 2005).

Avcı insan topluluklarından sonra gelen tarım çağında ise, yerleşik hayata geçilmiştir. Bu dönemde artan tarımsal faaliyetler, insanoğlunun ilk defa ihtiyacından fazlasını üretmeye başladığını göstermektedir. İşte bu ihtiyaç fazlası mahsul, pazarlarda takas suretiyle veya değerli maden, para ve para benzeri kıymetli emtia karşılığında el değiştirerek ticari anlamda ilk girişimcilik fikrini ortaya çıkarmıştır.

İlerleyen dönemlerde Batı insanı için coğrafi keşifler ve dünya ticaret yollarının değişmesi, muazzam bir servete sahip olmakla aynı anlama gelmiştir. Devasa boyutlara ulaşan sermaye birikimine, Newton ve Galileo gibi bilim adamları tarafından oluşturulan modern bilim metodolojisi de eklenirse, Batı için eksik kalan tek unsurun, bu kaynakların en verimli şekilde kullanılmasını sağlayacak sanayi devrimi olduğu söylenebilir.

Max Weber'e göre; bilim doğuda İslam medeniyeti içinde de var olmuştur. Tarihi bir olgu olarak sabittir ki İslam medeniyeti, ortada Batı bilimi diye bir şey henüz yokken Hint ve Yunan medeniyetinden matematik, felsefe gibi konularda yararlanmış ve bu alanlardaki bilgisini ilerletmiştir. Yine tarihi bir olgu olarak, Batı medeniyeti de İslam medeniyeti içinde ilerletilen matematik ve felsefe bilgilerini almış ve olabildiğince geliştirmeye ileri götürmeye çalışmıştır. Bu ilerleme bir noktada bugünkü bilim yöntemini ortaya çıkartmıştır (Özakpınar, 1999: 88). Yine Weber'e göre, üretim, ticaret, iş örgütleri gibi birçok unsur dünyanın birçok yerinde farklı zamanlarda var olmuş ve olmaya da devam edecektir. Ancak bu kurumların hiçbiri Batıdaki düzeye gelememiştir. Weber Batı insanının bu farklı özelliğini, Protestan çalışma ahlakına bağlamaktadır. O halde, günümüzdeki anlamıyla ortaya çıkan girişimciliğin miladını Rönesans olarak belirlemek doğru olacaktır. Dinde reform hareketiyle başlayan bu yeni dönemle birlikte, "burjuva" adı verilen yeni bir sınıf ortaya çıkmıştır; kentlerde yerleşen ve ticaret yapan bu

sınıf, Batının yeni dinamiği olmuştur. Burjuvayla birlikte Batıda başlayan iç mücadele, günümüz dünyasının kavramlarının ve düzeninin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dolayısıyla, Batıda geleneksel toplum yapısından modern topluma doğru geçiş sürecinin sembolü olarak Newton'u göstermek mümkündür. Batıdaki bu ilk girişimciler, ticaretten kazandıklarıyla güçlenmişler, güçlendikçe siyasi alanda hak kazanmışlar ve kazandıkları haklarla kendileri için daha elverişli bir ortam oluşturmuşlardır. Böylece sınırlar yeniden çizilmiş, siyasi sistemler değişmiş, kazanmak ve daha çok kazanarak belirli sınırlar içinde zenginliği artırmak Batının temel düşüncesi olmuştur (Demirez, 2005).

Ülkemizde ise, girişimcilik tarihinin bin yıl kadar eskiye dayandığını söylemek mümkündür. Türkler Orta Asya'dan gelip Anadolu'ya yerleşmeye ve dolayısıyla göçebe toplumundan yerleşik toplum düzenine geçmeye başlamalarından itibaren, ticaret ve özellikle de zanaatkarlık konularında oldukça ileri gitmişlerdir. Nitekim Selçuklular devrinde ve Osmanlı'nın kuruluş devrinde bir esnaf-sanatkar örgütü olan Ahilik teşkilatı oldukça etkin ve başarılı olmuştur. Hatta bu örgüt Osmanlı'nın kuruluş ve yükselme devirlerinde askeri ve siyasi açıdan da rol oynamıştır. Ancak Osmanlı hükümdarlarının, imparatorluğu oluşturan toplum katmanları arasında adeta bir iş bölümüne giderek Türkleri ticaret dışında bırakmasıyla, girişimcilik de bir duraklama dönemine girmiştir. Ticareti Osmanlı İmparatorluğunda Rum, Yahudi ve Ermeniler üstlenirken, Türkler askerlik, ulemalık, bürokratik, tarım ve hayvancılık gibi işlere yönlendirilmişlerdir. Dolayısıyla, Türk toplumu yedi-sekiz nesli kapsayan çok uzun yıllar ticaretin dışında kalmış ve Türk insanında gerek sosyo-kültürel gerekse etik açılardan arzu edilen ölçüde bir ticaret altyapısı ve ticaret kültürü oluşturulamamıştır. Ancak İmparatorluğun son dönemlerinde ve özellikle de İttihat ve Terakki döneminde "*Türk'ten iş adamı ve tüccar yapma*", "*Müslüman ve Türk ticaret adamı oluşturma*" konusunda önemli gayretlere girişilmiştir. Bu çabalar, Osmanlı İmparatorluğu sona erdikten sonra kurulan yeni Türkiye Cumhuriyeti'nde özel önem kazanmış ve yeni cumhuriyetin ekonomik alandaki başlıca stratejilerinden birini oluşturmuştur. Hatta cumhuriyet ilan edilmeden dokuz ay önce, 1923 Şubat ayında İzmir'de toplanan İktisat Kongresi'nde alınan ilke kararlarından biri de, "*Türk ve Müslüman ahaliden tüccar ve iş adamı insanlar oluşturma*" konusundadır. Yeni cumhuriyetin bu politikası 1930'lu yıllara kadar sürdürülmüştür (Müftüoğlu ve Durukan, 2004).

Yukarıda da belirtildiği gibi Türkiye'de cumhuriyetin kurulmasından sonra, üzerinde önemle durulan nokta girişimci bir sınıfın devlet koruyuculuğunda meydana getirilmesi olmuştur. 1960'lı yıllarda, girişimciliğin geliştirilmesi amacıyla bir dizi kanun çıkarılmış ve iktisadi

devlet teşekkülleri kurulmuştur. 1960-1970’li yıllar, Türkiye’de özel girişimciliğin gelişme gösterdiği dönem olmuştur. 1980’li yıllar ise, piyasa ekonomisine geçiş ve dünya ekonomisiyle eş güdümün sağlanması amacıyla birçok yeni düzenlemelerin yapıldığı bir dönem olmuştur (Güngör, 1999: 17).

Dünya açısından değerlendirildiğinde; Adam Smith’in “*Ulusların Zenginliği*” adlı kitabıyla temelleri atılan kapitalist ekonomik sistemin, sanayi devriminden sonra iyiden iyiye artan üretim ve ticaret hacmiyle birlikte gittikçe serbestleşen ve rekabetin çok yoğun yaşandığı bir piyasa ekonomisine dönüştüğünü söylemek mümkündür. Günümüzde iyi yetişmiş, gerçek anlamda girişimcilik ruhuna sahip, ekonominin itici gücünü oluşturacak bireylere duyulan ihtiyaç, tarihin hiçbir döneminde bugünün bilgi toplumunda olduğu kadar hissedilmemiştir.

Girişimcilik nedir? Neden önemlidir? Girişimci kime denir? Girişimcilerde bulunması gereken temel nitelikler nelerdir ve girişimciler ne iş yaparlar? Bu soruların yanıtları aşağıda yer almaktadır.

GİRİŞİMCİLİĞİN TANIMI, ÖNEMİ, NİTELİK VE İŞLEVLERİ

Bugüne kadar yapılan birçok tanım ile girişimciliğin açıklanmaya çalışılmasını, kavramın önemine yapılan atıflar olarak kabul etmek gerekir. Hemen hemen tüm iktisat ekolleri, girişimciliğin kapitalist ekonominin gelişmesine yaptığı katkıları kabul etmektedir. Ancak iktisat teorisinde emek, sermaye ve doğal kaynaklar yanında dördüncü üretim faktörü olan girişimcinin önemi, hiçbir iktisatçı tarafından Joseph A. Schumpeter gibi ağırlıkla vurgulanmış değildir (Demirez, 2005).

Girişimcilik kavramı, gerek işletme gerekse iktisat biliminde uzunca bir süredir kullanılmaktadır. Fransız iktisatçı J.B. Say’dan itibaren, girişimcilik dördüncü üretim faktörü olarak genel kabul görmüştür. Konu, Schumpeter’in dinamik girişimcilik kavramıyla daha büyük bir önem kazanmıştır. Schumpeter dinamik girişimciyi; yeni tedarik kaynakları, yeni satış piyasaları, yeni ürünler, yeni süreçler ve yeni organizasyon şekillerini uygulayarak eskiyi yeni ile ikame eden, kısaca sürekli bir yenilik (innovasyon) süreci içinde eskiyi terk edip daha etkin yeni yolları ve yöntemleri devreye sokarak (yıkıcı yaratıcılık) yaşayan kişiler olarak tanımlamış ve bu kişilerin ekonomik büyümenin en önemli aktörü olduğunu iddia etmiştir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004).

Girişimci, ihtiyaçları karşılamak üzere iktisadi mal ve hizmet üretiminin gerçekleştirilebilmesi için üretim faktörlerini bir araya getiren kişi olarak tanımlanabilir (Karalar, 2001: 13). Diğer bir tanımda ise girişimciler; risk ve belirsizlik ortamında yeni iş imkanlarını üretebilmenin yanında fırsatları ve kaynakları, kazancı artırmak ve büyüebilmek için kullanabilen kişiler olarak ifade edilmektedir (Bozgeyik, 2005).

Girişimcinin faaliyetlerindeki asıl hedef, kar elde etmektir. Yani girişimci, bir yandan risk altına girmekte diğer taraftan üretim faktörlerini temin ederek işletmektedir. Bu nedenle girişimcide, yöneticilik özelliklerinin de bulunması gerekir. Girişimciler birer manav, tamirci, perakendeci olabilecekleri gibi büyük marketler, fabrikalar, holdingler kuran kişiler de olabilir (Durukan, 2005: 131). Burada dikkat edilmesi gereken nokta, “girişimcinin kim olduğu” konusudur. Bu konuda yapılan çeşitli tanımların hepsinde ortak olan noktalar tespit edildiğinde, girişimcinin temel unsurlarının “başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, bunları birer iş fikrine dönüştürebilmesi” ve “risk almaya yatkınlığı” olduğu sonucuna ulaşılır (Titiz, 1994: 3).

Diğer taraftan, girişimcilik ile para sahipliğinin birbirinden kesinlikle ayrılması gerekmektedir. Çünkü girişim kavramı, paranın varlığından çok yeni ürün ve üretim tekniklerini, geniş bir vizyonu veya değişen koşullara uyum yeteneğini çağırır. Dolayısıyla, girişimcilik yeteneklerine sahip fakat yeterli sermayesi olmayan kişiler potansiyel birer girişimci olarak tanımlanmaktadır (Durukan, 2005: 132). Girişimcilikle karıştırılan kavramlardan biri, hukuki bir kavram olan “işveren”dir. Yine benzer kavramlardan biri de “patron” dur. Patron, girişimci olabileceği gibi sermaye sahipliği, işveren ya da yöneticilik kavramlarının yerine de kullanılabilir. Bir diğer kavram olan “sermayedar”, aslında para sahipliği anlamına gelmez. Mal ve hizmet üretimi için kullanılan üretim araçlarını ifade etmede kullanılan bir kavramdır. Girişimcilik ise, tüm bunlardan farklı olarak devamlı risk almak suretiyle diğerlerinin göremediği ya da cesaret edemediği iş fırsatlarını değerlendiren kişidir (Durukan, 2005: 132, Titiz, 1994: 4, Müftüoğlu, 2004: 10-11).

Geri kalmış toplumların en önemli sorunlarından biri, girişimci niteliklerine sahip kişilerin az olması ya da mevcudun yeterince desteklenememesidir. Bir ülkenin kalkınması ve gelişmesi; hızla değişen koşullara uyum sağlayabilme yetisine sahip, ekonomik büyümeye katkı sağlayabilecek girişimciler yetiştirebilmesine bağlıdır. Girişimcilerin değeri, kazandıkları büyük miktarlardaki paralarla değil aksine oluşturdukları ekonomik değerlerle ölçülmektedir.

Kenneth Lawyer'e göre başarılı girişimcilerin ortak özellikleri şöyledir (Durukan, 2005: 132, Titiz, 1994: 4, Müftüoğlu, 2004: 10-11; Bozgeyik, 2005):

- Kabul edilebilir riskleri göze alan kişidir, gereksiz risklere atılmaz zira o bir kumarbaz değildir.
- Kararlıdır, ne istediğini bilir.
- Çok yönlüdür.
- İş bitiricidir.
- Kendine güvenir, eksiklerini görür.
- Tavizsizdir, işlerin zamanında ve doğru yapılmasını ister.
- Değişiklikleri benimseyebilen kimsedir.

Charles Handy'e göre, "*büyük girişimciler; yanlışları, eksikleri ve dünyaya uygun olmayanları görerek, düzeltmek, tamir etmek, boşlukları doldurmak ve yenilik meydana getirmek için çalışmaktadırlar*". O halde, girişimci kimliğine sahip kimselerin bazı sorumluluk ve görevleri de vardır. Bunları aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Bozgeyik, 2005):

- Bir iş düşüncesini hayata geçirerek üretim ve pazarlama yapmak,
- Başkalarının göremediği fırsatlardan yararlanmak,
- İleri teknoloji kullanarak yüksek kalitede ürünler üretmek,
- Yeni tedarik kaynakları bulmak,
- İstihdam artışına katkı sağlamak.

Küresel ekonomide geleneksel üretim faktörleri olan emek ve doğal kaynaklar giderek daha büyük oranlarda ikincil duruma düşmektedir. Küresel bir nitelik kazandığı ve herkesçe elde edilebilir hale geldiği için, artık para da dünya piyasasında tek bir ülkeye rekabet avantajı sağlayacak bir üretim faktörü olmaktan çıkmıştır. Döviz kurları ancak kısa süreler için önem taşımaktadır. Bütün bunlara karşın yönetim, üretimin belirleyici faktörü olma niteliğini kazanmıştır. Dolayısıyla günümüz bilgi toplumunda yönetici ve buna paralel olarak da girişimcilik merkeze oturmuştur (Durukan, 2005: 138).

21. yüzyılda yaşadığımız hızlı değişim sürecinden en çok etkilenen kavramların başında, hiç şüphesiz yönetim ve liderlik gelmektedir (Akın, 2005). Bu süreçte girişimciliğin öneminin artması ve nitel değişimlere uğraması nedeniyle, girişimcilikte liderlik fonksiyonunun da giderek daha önemli bir hale geldiği görülmektedir (Şenkal, 2005). Ayrıca, bu değişim ortamında büyüme ve dinamizm sağlayan en önemli unsurun da "strateji" olduğunu belirtmek gerekmektedir. (Eren, 2002: 8).

Günümüze kadar, insanlık tarihi ekonomik ve sosyal olarak birçok aşamalardan geçmiştir. Bu aşamalar; doğa ve avlanmaya dayalı ilkel toplumdaki yerleşik hayata geçilmesinin ardından tarım toplumu, buhar gücünün sanayide kullanılması ile başlayan sanayi toplumu ve bilginin bir kaynak olarak ön plana çıkması ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeleri izleyerek günümüzdeki durumuna ulaşan bilgi çağı veya toplumdur (Bayraktaroğlu ve Tunçbilek, 2005). Bilgi toplumunun tanımı hakkında henüz literatürde bir görüş birliği bulunmamakla birlikte, bilgi toplumunun tanımı, sınırları ve özellikleri, sanayi toplumundan farklı olan yönleri ortaya konulmak suretiyle belirtilmektedir. Bu bağlamda bilgi toplumu, kitle üretimi ve tüketimini, standartlaşmayı, merkezleşmeyi ve kitleselleşmeyi savunan sanayi toplumu anlayışının aksine; bireyselleşmeyi, kültürel yerelleşmeyi, ademi merkeziyetçiliği ve mistik eğilimleri savunmaktadır (Tekin ve Çiçek, 2005).

21. yüzyıl bilgi çağına geçiş, toplumların kültürlerini değiştirdiği gibi yönetim ve liderlik stillerini de değiştirmektedir. Bilgi çağında insan, sosyal ve ekonomik yapının merkezindedir. Bilgiyi üreten, kullanan ve yöneten insandır. Girişimci piyasadaki talep boşluklarını gören kimsedir. Bunun için bilgi toplumu girişimcisinin bilgiye ve bilgiyi yönetebilme kapasitesine ihtiyacı vardır (Yeniçeri, 2002: 57). 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, sakın, 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: 3-9).

Belirsizliklerle dolu ve anlaşılması iyiden iyiye zorlaşan, gelecek endişesi taşıyan bilgi toplumunun girişimci liderlerinin, iç ve dış parametreler arasındaki ilişkiyi iyi bir şekilde analiz edip en fazla kazanç ve en az zararla değişimi kendi lehlerine çevirebilmeleri gereklidir. Buna örnek olarak, Samsung firmasının ürünlerinin eskiyen imajını değiştirmek için yenilikçiliğe ve tasarıma odaklanmak istemesi ve Yönetim Kurulu Başkanı Kun-Hee Lee’nin zor bir kararlar karşısında kalması gösterilebilir. Firmada bu zor karar verildikten sonra, ilk önce kitlesel perakendecilerin raflarından tüm ürünler geri çekilmiş ve bu ürünler daha üst gelir düzeyine sahip kitlelere satış yapmayı hedefleyen mağazalara konulmuştur. Samsung bu sayede

kendisi için doğru olan müşteri kesimine ulaşmış ve gelirlerini önemli ölçüde artırmıştır. Firma, 2003 yılı satış hasılatını 36.9 milyar dolar olarak açıklamıştır (Süzer, 2005).

Jennifer James, bilgi toplumunda girişimcilik yapacak liderlerinin sahip olması gereken özellikleri aşağıdaki şekilde sıralamıştır (Gül, 2005):

Dünyaya Yeni Bir Gözle Bakma: Tecrübe, bilgi ve kültür düzeylerinin gerçekleri görmekten alıkoymalarını engellemek için, çevreye ve kendilerine karşı sorgulayıcı bir gözle bakarlar.

Mit ve Sembollerini Kullanma: Çevresel unsurları, kültür ve iletişimi etkin bir biçimde kullanarak yeni fikirlerin gelişmesi için gerekli ortamı hazırlarlar.

Geleceği Tanıma: Geleceği tanıma çerçevesinde, günümüzdeki gelişmelerin itici kuvvetlerinin etkilerini izlemek zorundadırlar.

Daha Hızlı Yanıt Verme: Çevresel değişikliklere hızla uyum sağlayabilecek çevikliğe ve müşteri talebine hızla tepki verecek esnekliğe sahiptirler.

Kaynakları Rasyonel Kullanma: İşletmelerinin kıt kaynaklarını daha rasyonel kullanarak atıl kapasite ve kaynak israfı gibi sorunların üstesinden gelirler.

Çeşitlilikten Yararlanma: Farklı kültürel, sosyal, dinsel ve zihinsel çeşitlilikten yararlanırlar.

Buraya kadar olan açıklamalardan da anlaşılacağı gibi, girişimci lideri başarıya taşıyacak özellikleri; başarıya duyulan ihtiyaç, azimle çalışmak, hatalardan ders almak, vizyon sahibi olmak, öncü olmak ve liderliğe istek duymak, sorumluluk sahibi olmak ve güçlü bir kişilik olarak özetlemek mümkündür (Peker, 2000: 59-61). Girişimcilerde bulunması gereken niteliklerin yanında, Türkiye’de girişimciliğin yeterince gelişmesini engelleyen bir takım unsurlar da bulunmaktadır. Bu unsurlar, aşağıda yer almaktadır.

GİRİŞİMCİLİĞİ VE GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞMESİNİ ENGELLEYEN UNSURLAR

Sosyal Çevre: Ülkemizde girişimciliği engelleyen unsurların en önemlilerinden biri, sosyal çevre olarak kabul edilmektedir. Kırsal kesimde baskıcı bir çevre ve aile yapısında yetişen birey, hayatının ilerleyen dönemlerinde kendine güveni olmayan, dahası devamlı hata yapma ve hesap verme korkusu içerisinde tamamen pasif ve edilgen bir kişiliğe bürünmektedir. Bireyin aile ve sosyal çevresinden edindiği kültür ve görgü gibi normlar tüm hayatı boyunca kendisini etkilemektedir. Bireyler özgür olduğu ve fikirlerini özgürce ifade edebildikleri ölçüde girişimciliğın temel unsuru olan yenilik yapma konusunda başarılı olabilirler.

İşletme Sahiplerinin Teknik Kökenli Olması: Üretim konusunda çok yetenekli olan Türk girişimcisi, piyasaya yönelik olarak düşünme, değerlendirme ve finansman konularında yeterince başarılı olamamaktadır.

Fizibilite (Uygulanabilirlik) Çalışmalarının Yetersizliği: Fizibilite raporu yaygın bir yanlışya göre, devletten teşvik alabilmek için yapılması gereken bir bürokratik işlem olarak değerlendirilmektedir. Oysaki devlet, yatırımı karlılık yönünden değil, kendi koyduğu yatırımın ihracata yönelik olup olmadığı ve geri kalmış bölgelerin kalkınmasına katkı sağlayıp sağlamadığı gibi çok geniş bir çerçeveden değerlendirir. Yani, onay verilen her rapor kar sağlayacak demek değildir. Bu analizi yatırımcıların kendileri yapmaları gerekirken, olay ülkemizde oldukça yanlış değerlendirilmektedir.

Piyasa Araştırması: Faaliyet gösterilecek hedef pazar çok dikkatli seçilmeli ve analiz edilmelidir. Ülkemizde bu konuya da yeterli özen gösterilmemektedir.

Yenilik: Genelde Ar-Ge çalışmalarına zaman kaybı ve masraf olarak bakan girişimciler, yenilik yapamamakta ve kısa zamanda piyasadan silinmektedirler.

Aile İşletmeciliği: Geleneksel aile işletmeciliği anlayışı büyümenin önündeki en büyük engel olarak görülmektedir. Küçük iken aile bireylerinin dayanışması ile sorunların üstesinden kolaylıkla gelebilen işletmeler, kritik büyüme aşamasına geldiğinde dağılma sürecine girmektedirler. Bu nedenle büyüme aşamasında girişimciler, mutlaka uzman bir yönetici istihdam etmelidirler.

Finansman Sorunu: Girişimciler sahip oldukları küçük ve orta ölçekli işletmeleri için, düşük faizli ve uzun vadeli kredi bulma konusunda sıkıntı çekmektedirler.

Bilgi Eksikliği: Bilgi edinme, bilgi işleme ve bu bilgileri değerlendirme konusunda, Türk işletmelerinin çoğu henüz dünya ölçeğinde rekabet edememektedir.

Devlet Yönetiminin Girişimciye Bakış Açısının Değiştirilmesi: Toplumumuzun girişimciye bakış açısındaki olumsuzlukların, yönetimi oluşturan kamu görevlilerinin hiç olmazsa bir kısmına yansıdığı şüphesizdir. Bu tutum, zaman zaman kamu görevlilerinin girişimcilere kötü muamele etmelerine ve işlemlerini savsaklamalarına kadar gidebilmektedir.

Toplumun, Girişimciye Bakış Açısının Değiştirilmesi: Bireylerin zihinlerindeki “kötü zengin adam” izleniminin giderilmesi gerekmektedir (Titiz, 1994: 60-78, Müftüoğlu; 2004: 199-115).

Yetkili kurumlar, top yekun millet ve girişimciler ortak bir hedefe doğru yukarıda belirtilen sorunları aşmalıdırlar. Ülke ekonomisi ve dolayısıyla her bir ferdin refahı için girişimciliğin önündeki engeller kaldırılmalıdır. Girişimciliğin geliştirilmesi sadece vergileri düşürmek, yatırım için (bölgeler) yer göstermek, bazı avantajlar sağlamak gibi birkaç tedbirle pek mümkün değildir. Bunlar palyatif tedbirlerdir. Girişimciliğin önündeki engelleri ortadan kaldırmak için sorunu kökten çözmek gerekir. Girişimci olma fikrinin temelinde birey ve onu yetiştiren ailenin hayata bakış açısı, toplumsal değerleri, eğitim, inanç ve özgüven açısından artıları ve eksileri yatmaktadır. İşe toplumun çekirdeği olan aileden başlayarak, girişimciliği bir amaç haline getirmek yararlı olacaktır. Çünkü Alvin Toffler’a göre şu anda girişimcilerin karşılarında duran en büyük değişim, dünya ekonomisinin finansal tabanlı sermayeden entelektüel sermayeye doğru olan değişimidir. Toffler “*Bilgi, artık üretimin faktörlerinden sadece biri değildir; bilgi, üretimin çok önemli bir faktörüdür*” demektedir (Bozgeyik, 2005).

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçerken yeni bir içerikle büyük önem kazanan girişimcilik konusunda ülkemiz büyük bir potansiyele sahiptir. Genç, sağlıklı, hırslı nüfus yapımız bu potansiyelin başlıca kaynağını oluşturmaktadır. Bu potansiyeli etkin bir şekilde değerlendirerek, 21. yüzyılda gelişmiş toplumlar arasında yer alabilmek hepimizin hedefi olmalıdır. Bu hedefe ulaşabilmek için, ülkemizin girişimcilik potansiyeli en iyi şekilde değerlendirilmelidir. Bu nedenle girişimcilik konusunda araştırmalar yapılmalı, konu her platformda ilgililerle tartışılmalı,

girişimciliğin geliştirilmesine ilişkin planlar, stratejiler oluşturulmalı ve en önemlisi de genç, dinamik, zeki ve iyi eğitilmiş gençler girişimci olarak sahaya çıkarılabilmelidir.

SONUÇ

Girişimci, etkin bir rekabet ortamında risk üstlenebilen, ekonomik değerler yaratabilen ve yarattığı ekonomik değerlerin sonucunda işletmesini de kar edebilir duruma getirebilen kişidir. Girişimcilik kavramı ise, hızla küreselleşen dünyamızda bilgi toplumuna girerken çok önem kazanan, fakat aynı zamanda da popülerleşen bir kavramdır. Bu kavram son yıllarda ülkemiz için de geçerlidir. Zira bilgi toplumunda insanın fiziki gücünün ekonomik değeri hızla azalırken, fikri emeğin ekonomik değeri daha büyük bir hızla artmaya başlamıştır. Girişimcilik ise yönetim ve araştırma-geliştirme faaliyetleri ile birlikte fikri emeğin en önemli boyutunu oluşturmaktadır.

Bilgi toplumunda ekonomik arenanın dominant unsuru olacağı tahmin edilen girişimciyi, sanayi toplumunun sermayedar, kapitalist, patron ve işadamından ayırmak gerekmektedir. Bu ayırmadan yola çıkarak, girişimcilik kavramına yeni bir içerik kazandırılmalı; özellikle insan unsurunun, risk üstlenme ve piyasalaşma boyutları ile ekonomik değer yaratma niteliği ön plana çıkarılmalıdır. Diğer taraftan, girişimcilik sosyal ve kültürel bir olgudur. Bu nedenle farklı sosyo-kültürel özelliklere sahip toplumlarda farklı girişimcilik nitelikleri önem kazanmaktadır. Belirli bir toplumda girişimciliğin geliştirilmesine ilişkin politika ve stratejilerin oluşturulmasında; eğitim, danışmanlık ve bilgilendirme programlarının geliştirilmesinde ve yürütülmesinde, kısaca girişimcilikle ilgili teşvik tedbirlerinin alınmasında toplumsal niteliklerle sosyo-kültürel yerel özelliklerin de dikkate alınması gerekir. Diğer bir ifadeyle, başarılı bir uygulama için girişimciliğin evrensel nitelikleri yanında yerel nitelikleri de belirlenip ortaya konmalıdır.

KAYNAKÇA

AKIN, H. Bahadır; (2005), **21. Yüzyılın Eşiğinde Küreselleşme ve Küresel İşletmeler**, http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=262

BAYRAKTAROĞLU; Serkan ve TUNÇBİLEK Murat, (2005), **Bilgi Toplumunda İnsan Kaynakları Yönetiminin Değişen Yüzü**, http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=164

BOZGEYİK, Abdullah; (2005), **Kriz Dönemlerinde Girişimcilik Neden Daha Önemli?**, http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=577

DEMİREZ, Murat; (2005), KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Merkezi Müdürlüğü Yayınları, Ankara, www.kosgeb.gov.tr.

DURUKAN, Tülin; (2005) , **Küreselleşme ve Çokuluslu İşletmecilik**, Nobel Yayınları, Ankara.

EREN, Erol; (2002), **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, Beta Yayınevi, İstanbul.

GIBSON, Rowan; (1997), **Geleceği Yeniden Düşünmek**, (Çev: Sinem GÜL), Sabah Kitapçılık, İstanbul.

GÜL, Hasan; (2005), **Bilgi Toplumu Liderliği Karizmatik Liderliğin Sonu Olur mu?**, http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=223

GÜNGÖR, Erol; (1999), **İktisadi Gelişmenin Merhaleleri**, Ötüken Neşriyat, İstanbul.

KARALAR, Rıdvan; (2001), **Genel İşletme**, AÖF Yayınları, Eskişehir.

MÜFTÜOĞLU, M. Tamer; (2004), **Girişimcilik**, AÖF Yayınları, Eskişehir.

MÜFTÜOĞLU, M. Tamer, DURUKAN, Tülin ve başk.; (2003), **Girişimciler İçin İşletme Yönetimi**, Gazi Yayınevi, Ankara.

MÜFTÜOĞLU, M. Tamer ve DURUKAN, Tülin; (2004), **Girişimcilik ve KOBİ'ler**, Gazi Yayınevi, Ankara.

ÖZAKPINAR, Yılmaz; (1999), **Kültür Değişmeleri ve Batılılaşma Meselesi**, Ötüken Neşriyat, İstanbul.

PEKER, Ömer; (2000), **Etkili Yönetim Becerileri**, Yargı Yayınevi, Ankara.

SÜZER, D. Hande; (2005), **Müşteri Yönetiminde On Öldürücü Hata**, <http://www.capital.com.tr/>.

ŞENKAL, Abdülkadir; (2005), **Yeni Bin Yılda İnsan Kaynakları Yönetiminin Değişen Fonksiyonları**, <http://www.isguc.org/printout.php?id=200>.

TEKİN, Mahmut ve ÇİÇEK, Ercan; (2005), **Bilgi Çağında Bilgi Toplumu ve Bilgi Ekonomisi**, http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl/_gos.php?nt=149_ftn 17.

TİTİZ, Tınaz; (1994), **Girişimcilik**, İnkılap Kitabevi, Ankara.

YENİÇERİ, Özcan; (2002), **Örgütleri Etkinleřtirme Aracı Olarak Bilgi ve Bilgi Yönetimi**, 2023 Dergisi , Sayı:20.