

## BÖLÜM 1: GİRİŞİMCİLİĞİN TEMEL KAVRAMLARI

BÖLÜMÜN AMACI: Bölüm sonunda aşağıdaki kavramlarla ilgili bilgi sahibi olmanız amaçlanmaktadır:

- © Üretim Faktörleri ve Bilgi Sahipliğinin Önemi
- © Girişimci ve Girişimcilik Kavramları
- © Girişimcilik Türleri
- © Kadın Girişimcilik
- © Girişimcinin İlgili Olduğu Kavramlar
- © Girişimcinin Bireysel Özellikleri
- © Girişimcinin Yöneticilik Özellikleri
- © Girişimcinin İş Yapma Özellikleri

### 1.1 GİRİŞİMCİLİĞİN EKONOMİK VE SOSYAL ETKİLERİ

Tüm uluslar zenginliklerini ve refahlarını arttırma mücadelesi içindedirler. Zenginliği ve refahı arttırabilmenin yolu ise üretmek ve satabilmektir. Temel kural ya siz üretip satarsınız, ya da birileri üretir size satar. Daha fazla üreten uluslar daha az üreten uluslara daha fazla ürün ve hizmet satarak daha fazla kazanıp dünya üzerinde söz sahibi olurlarken, daha az üreten uluslar ise daha fazla üreten uluslar karşısında her açıdan güçsüzleşmektedirler.

Girişimci toplumsal kalkınmayı ve refahı yükseltmedeki en önemli unsurdur. Devletin personel politikalarının ve toplumsal yapının memuriyeti özendirdiği şu günlerde kalkınmanın temel aracı olan yatırımları gerçekleştirecek yeni bireylere, girişimcilere ihtiyaç duyulmaktadır.

Girişimcilik ruhunun en önemli unsuru ve ana dinamiği sürekli kazanma isteği ve kararlılııdır. Geri kalmış ölkelerde, girişimcilik sefaletten kurtulma ve bir mecburiyet olarak görölmektedir. Biraz çaba ile belirli yerlere gelen işletme sahibinin amacı gerçekleşmiş olur. İşletmesini daha ileri götürme arzusu artık yok olur ve elindekini idare etmek arzusu baskın çıkar. Zaten kıt olan sermaye ile de geldiği yerde kalabilmesi çok da zor değildir. Sığ olan piyasada varlığını sürdürürken işletmeden uzak diğer amaçlar daha baskın çıkmaya başlar. Siyaset ve cemiyetçilikle desteklenen girişimcilik, bu aşamadan sonra daha az riskli ve karlıdır. Artık devletten nemalanarak daha da büyüyen girişimci için ithalatçılık ve montaja dayalı sanayi ve tekelcilik daha rasyonel alanlar olmaktadır. Girişimciliğin önündeki engel işte bu alandır. Kısa vadede amaçlarına ulaşan işadamları için yenilikçilik ve dünya piyasalarında rekabet artık çok uzaktır. Dünya çapında bir markanın yaratılamaması, hala geri kalmışlıktan kurtulunamaması işte bu yüzdendir. Ekonomik alanda büyüme ve kalkınma sağlanmakta ancak geri kalmışlık devam etmektedir. Gelişmişlerle olan fark korunmakta veya daha da açılmaktadır. Türkiye, kalkınmasını ve dünya piyasasından aldığı payı kendi dinamikleriyle değil, uluslar arası

işbölümünün kendisine sunduklarıyla belirlemektedir. Girişimci yetiştirmek veya daha fazla işyeri açmak tabii ki bir her ekonomi için çok önemlidir, ancak öncelikli olarak yapılması gereken; işletmelerin devamlılığını sağlamak, girişimcinin sadece girişimcilikteki başarılarıyla kazanç sağlaması ve sürekli kazanmak zorunda kaldığı bir ekonomik yapının sağlanmasındadır (Demirez, 2006).

Şu günlerde dünyada yaşanan çok hızlı global gelişmeler, toplumsal ekonomik ve siyasal alandaki değişimler, girişimcilerin yerel ve bölgesel kalkınmadaki önemini ortaya çıkarmıştır (Akyüz). Girişimciliğin ekonomik ve sosyal gelişmede önemli bir faktör olduğu birçok araştırmada vurgulanan bir husustur. Girişimcilik, işletmeciliğin ve toplumun yapısında bir değişimi başlatır ve geliştirir (Erdoğan ve Kurt, bilgiyoneti.com).

Girişimcilik, daha doğrusu özel girişimcilik ekonomik büyüme ve kalkınmanın motorudur. Yenilik ve yaratıcılığın kaynağıdır... Bir ülkede “hür teşebbüs” olarak ifade edilen rekabete dayalı özel girişimcilik ne kadar gelişirse o ülkede ekonomik refah düzeyi de o ölçüde yükselir. Özel mülkiyetin, dolayısıyla özel girişimciliğin olmadığı ve/veya yetersiz olduğu ülkelerde ekonomik refah düzeyinin düşük olduğu gerçeği artık hepimiz tarafından bilinmektedir.

Özel girişimcilik, özel çıkarların maksimizasyonu demektir, fakat bu aynı zamanda toplumsal çıkarın maksimize edilmesine de imkan sağlar. İktisat biliminde bizim “homo economicus” olarak adlandırdığımız girişimci tipi aslında bir taraftan kendi çıkarı için çalışırken, öte yandan toplumun çıkarına da hizmet etmektedir.

Liberal felsefenin öncülerinden ve modern iktisat biliminin kurucusu olarak kabul ettiğimiz Adam Smith, ünlü Milletlerin Zenginliği adlı eserinde özel girişimcilerin “görünmez eli” sayesinde ekonomik refah düzeyinin artacağını şu şekilde anlatır:

“Her girişimci sahip olduğu sermayeyi en yüksek üretim ve kar sağlayacağı alanlara yönlendirir. Girişimci bunu yaparken, ne toplumun çıkarını artırmayı amaçlar, ne de bunu ne ölçüde yaptığını bilir. Girişimci sadece kendi özel çıkarını gözetir ve bu amacını gerçekleştirirken “görünmez bir el” onun hiç düşünmediği başka amaçlara da hizmet etmesini sağlar (Aktan,C)

Girişimciliğin ekonomik ve sosyal etkilerini şöyle özetleyebiliriz:

- Girişimciliğe toplumda değer kazandıran özellik para kazanılması değil, ekonomik değerlerin yaratılmasıdır. Girişimcilik toplumsal refahı artırmak ve yaşam kalitesini yükseltmek için önemli bir kavramdır ve ekonomik büyümenin sürdürülebilir olması için

şarttır. Girişimci, ekonomik kaynakların düşük üretkenlik alanlarından yüksek alanlara aktarılma sürecinde baş aktördür, çünkü üretim kaynaklarını yeni bir tarzda birleştirerek kullanılmayan üretim faktörlerinin kullanılmasını sağlar, ama daha önemlisi kullanılmakta olan üretim araçlarının ve mevcut girdilerinin değişik şekillerde kullanımı ile üretimi artırır.

- Girişimci yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması ve uygulamasını hızlandırır. İnovasyon, bir ülkede sürdürülebilir büyümenin, toplumsal refahın ve istihdamın sağlanması için tek çözümdür. Bunun için ülkede inovasyon için gereken ortamın oluşturulması gerekir. İnovasyon politikası, bilim ve teknoloji politikası ile sanayi politikasının bir karışımı olarak ortaya çıkmıştır.
- OECD'ye göre, inovasyon politikasının varlığı, bilginin ekonomik ilerlemede çok önemli bir rol oynadığını; inovasyonun bu "bilgiye dayalı ekonominin" çekirdeğini oluşturduğunu ve daha önce düşünülenlerden çok daha karmaşık ve sistematik bir olay olduğunu gösterir. İnovasyonda sistem yaklaşımı, hem bilginin üretilmesi, hem de yayılarak uygulanması süreçlerini vurgulayarak politikanın odağını kurumlar arasındaki etkileşime taşır. "Ulusal İnovasyon Sistemi" terimi bu kurumlar bütünü ve bilgi akışını ifade eder.

Gelişmiş ülkeler başta olmak üzere, pek çok ülkede önemi anlaşıldıkça, inovasyon, devlet politikalarının odağı haline geldi. Bu politikalar doğrultusunda, inovasyon için gereken koşulların sağlanması devletlerin en önemli görevlerinden biri haline aldı. Bugün artık inovasyonun öneminin farkına varan ülkeler, firmalarının inovasyon faaliyetlerini başarıyla yürütmelerini sağlamak için gereken yasal ve idari düzenlemelerin yanı sıra inovasyona kaynak ayırmalarını teşvik etmek ve sürekli bir faaliyet haline getirmelerini sağlamak için çok çeşitli mekanizmaları devreye sokuyorlar. Ulusal inovasyon sistemlerine etkin ve kalıcı bir işlerlik kazandırıyorlar (focusinginnovation.com)

- Ham maddeler veya diğer girdiler için yeni tedarik kaynaklarının geliştirilmesini sağlar.
- Ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına yol açar, teknolojileri kullanan sektörlerde verimliliği artırır.
- Hızla büyüyen sektörler yarattığı için ekonomik büyümeyi hızlandırır (TÜSİAD).
- Rekabet ortamının doğmasını sağlayarak işletmeler açısından örgütsel ataleti önler ve değişimi başlatır.
- Bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltılmasını sağlar.

- Yatırımları halkın tüm kesimlerine yayılması durumunda gelir dağılımını adilleştirir. Gelir grupları arasındaki uçurumları azaltarak toplumsal kaynaşmanın ihdasına yardımcı olur.
- Türkiye’de ve dünyada istihdamın büyük bir kısmının KOBİ’ler tarafından karşılandığı düşünülürse girişimciliğin önemi hem istihdam yaratma hem de üretim açısından karşımıza çıkmaktadır. Yeni yatırımlar işsizliğin azaltılmasında önemli rol oynarlar.
- Teknolojik gelişmeyi hızlandırır. Teknolojinin insanların yararına kullanılmasına ilişkin sosyal bir iticidir.
- Sosyal değişimin hızlanmasına sebep olur.

## 1.2 ÜRETİM FAKTÖRLERİ VE BİLGİ

Ekonomik mal ve hizmetlerin ortaya konması, yaratılması için yapılan faaliyetlerin tümüne üretim denir. Başlıca üretim faktörleri ise doğal kaynaklar, emek ve sermaye üçlüsünden oluşur. Bu üç temel üretim faktörünü bir araya getirerek uyumlu bir şekilde üretime yönelten girişimci ise dördüncü bir üretim faktörü olarak kabul edilir (Can, Tuncer ve Ayhan, 1999: 8).

Bilgi, işletmecilikte ilk öğretilen konular arasında yer alan Üretim Faktörleri içerisine stratejik bir değer olarak girmiş ve pek çok kişi başarının, bilginin paylaşımı ve verimli kullanılması ile eş anlamlı hale geldiğine tanık olmaya başlamıştır.

Bilgi toplumunda en önemli girdilerden insan faktörü ve bilginin niteliğinde değişim ortaya çıkmaktadır. Bilgi, hem kişisel bir kaynak olarak, hem de kilit ekonomik bir kaynak olarak görülmektedir. Günümüzde, bilgi toplumunda ise bilgi anlamlı tek kaynak olarak benimsenmektedir. Geleneksel üretim faktörleri yani doğal kaynaklar, emek ve sermaye ortadan kalkmamakta ancak, ikinci plana düşmektedir. Söz konusu üretim faktörleri bilgi sayesinde elde edilebilir kaynaklardır. Burada bilginin niteliği de önemlidir. İşe yarayan bilgi, sosyal ve ekonomik sonuçlar getirebilecek bilgi önem kazanmaktadır. Bilginin oluşumuna katkı verecek ve bilgiyi kullanacak olan ise insandır. Bilgi toplumunda diğer önemli girdi insan faktörü olmaktadır. Burada, düşünsel anlamda emek faktörünün gelişimi, insana yapılacak yatırımlar ön plana çıkmaktadır (Aktan ve Tunç,1998).

Girişimcilik ve bilgi ile ilgili şunu önemle ifade etmek gerekmektedir. Herkesin bildiği ve bir şeyler yapabilmek, temel süreçleri harekete geçirebilmek için gerekli olan bilgi önemlidir ama ekonomik anlamda girişimcilik açısından değeri azalmıştır. Girişimcilik açısından önemli üretim

faktörü olarak değer taşıyan bilgi bir süre sonra kendisinde eskiyecek olan yeni bilgidir. Yeni bir teknolojik buluş, yeni bir iş fikri, yeni bir iş yapma şekli, yeni bir üretim bileşeni, yeni bir bakış açısı gibi. Temel bilgiler zaten herkesin sahip olduğu bilgilerdir. Ancak yeni ve değer yaratıcı bilgi girişimci açısından öneme sahiptir. Bu tür bir bilgi ise zenginlik yaratma fonksiyonuna sahiptir.

### **1.3 GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMLARI**

#### **1.3.1 Girişimci Kimdir?**

Girişimci, hem günlük konuşmalarda hem de ekonomi ve yönetim bilimlerinde, geniş kullanım alanı bulan bir sözcük olup, girişimcilik, girişim, ve girişim süreci ya da girişimcilik faaliyeti gibi birçok kavram, bu sözcükten elde edilmiştir. Girişimci kelimesi bir şeyi yapmaya başlayan kişi anlamına gelmekte olup, girişmek fiilinden türemiştir. Tarihsel olarak baktığımızda girişimci diye Türkçe'ye çevrilen "entrepreneur" Fransızca kelime entreprendre'den gelmektedir ve anlamı bir şey yapmaktır (Aktoprak,2006)

Girişimci kavramı, gerçekten de, pek çok yazar tarafından, farklı yönler vurgulanacak şekilde tanımlanılmaya çalışılmıştır. Yönetim teorisyenlerinin çoğu girişimciyi bir yaratıcı, işletme sahibi veya bir girişimin yöneticisi olarak görürler. Bazı araştırmacılar ise, girişimcinin en temel özelliği olarak finansal riskten söz ederler (Donelly, Gibson ve Ivan cevich, 1998: 548, Akt.Arıkan ve Uysal).

Bir ekonomist açısından girişimci, kaynakları, işgücünü, makine-teçhizatı ve diğer varlıkları bir araya getiren ve önceki değerlerinden daha fazla bir değer yaratmalarını sağlayan bir kişiyi ifade ederken, bir psikolog için girişimci bir şey elde etmek veya bir şeye ulaşmak, denemeler yapmak, başarmak ve diğerlerinin elindeki otoriteyi almak ihtiyacında olan ve bu tür güdülerle güdülenen insanlar anlamına gelir. Bir işadamı için girişimci ise bir tehdit unsuru ve saldırgan bir rakip anlamına gelebileceği gibi bir müşteri, bir müttefik veya diğerlerinin refahı ve mutluluğu için çalışan bir kişi olarak da ifade edilebilir (Peters, 1998: 9, akt.Arıkan ve Uysal).

Girişimci, belirli bir projeyi, girişimcilik anlayışına uygun biçimde geliştirmek üzere gözler önüne seren ve tanıtan kişi olarak tanımlanabilir. Girişimciler, yalnızca üstlendikleri faaliyetlerle değil, aynı zamanda yüklendikleri riskler, yeni servet yaratmada hedefledikleri özel faaliyetler dizisi ve refah yaratmadaki özel yaklaşımları ile de nitelendirilebilirler (Wickham, 2001:7;Akt.

Özkan ve Diğerleri). Gerçekten de girişimci bir işletmeyi organize etme, yönetme ve risk alma şeklindeki sorumlulukları üstlenen kişiyi ifade eder.

Girişimci, ekonomik mal ve/veya hizmet üretmek ve/veya pazarlamak için üretim faktörlerini ele geçirip, düzenli bir biçimde bir araya getiren, kar amacı güden ve girişimlerinin sonucu doğabilecek tüm risklere katlanan kişidir (Can, Tuncer ve Ayhan, 1999: 11).

Artık girişimci denildiğinde “çevresel fırsatları gözlemleyerek risk alan ve yenilik yapan kişi” akla gelmektedir. Girişimci kavramının yenilik yapma özelliği ön planda olmasına rağmen, daha çok iş sahipleri ve yeni işletme kuran kişiler girişimci olarak adlandırılmaktadır (Çetin, 1996; Tüsiad Yay., 2002, Akt. Keskin).

Müftüoğlu’ na göre (2000) girişimci; “bir tarayıcı gibi sürekli olarak çevreyi gözleyip talep açıklarını yakalayan, yeni talepler oluşturan, talepteki değişimleri zamanında fark eden, kaynakları sağlayarak üretim tesislerini kuran, rekabeti seven ve varlığının önemli nedeni olarak gören, riske girmekten ve sorumluluk üstlenmekten çekinmeyen, atak ve yaratıcı yeteneklere sahip kişiler” olarak görülmektedir (Keskin; 2006).

Tüm tanımlar farklı bakış açılarından hareketle girişimciyi farklı özelliklerine göre tanımlamaktadırlar. Biz Girişimcilik dersi sürecinde aşağıda verdiğimiz tanımları kullanacağız:

**Girişimci;** *Kenside bir üretim faktörü olan, mali ve itibari bir risk üstlenerek herhangi bir amacı (kar elde etmek, refah yaratmak, topluma faydalı olmak v.b.) gerçekleştirmek üzere, diğer üretim faktörlerini yeni, değer yaratıcı, rekabet sağlayıcı ve optimal bir şekilde bir araya getirerek mal ve/veya hizmet üretimini gerçekleştiren zenginlik yaratan kişi, kişiler veya kurumlardır.*

### 1.3.2 Girişimcilik Nedir?

Girişimci kavramı bir faaliyeti gerçekleştirenleri (faiili) ifade ederken, girişimcilik ise bu faaliyetler dizisini (fiili) ifade etmeye çalışır. Girişimcilik, girişimcilerin risk alma, fırsatları kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tümüne verilen addır.

Girişimcilik; bir fırsatı yakalamak ve değerlendirmek için kaynakların bir araya getirilmesiyle oluşan bir değer yaratma sürecidir (Morris ve Davis, 1994). Benzer şekilde Gundry ve Kickul

(1999), girişimciliği, niyet , kaynak , sınır ve değişim faktörleriyle, davranışa ve süreç perspektifine yönelik olarak, yeni birleşimler yaratma süreci olarak ifade etmiştir. Girişimcilik; daha önceden, kişi veya kişiler tarafından fark edilmemiş bir fırsat yakalamaktır (Brazeal, 1999).(Aktaran, Güney ve Seçkin)

Girişimcilik, daha önce rutin, sıradan iş süreçlerinde yapılmayan farklı bir şeyler yapmaktır (Kurakto ve Hodgetts, 1995: 6; Akt. Arıkan ve Uysal)

Girişimcilik ortak bir tanımdan yoksun olsa da, yani girişimciliğin tanımı tam olarak ortaya konamasa da, varlığının dolayısıyla da etkisinin herkes tarafından hissedildiği konusunda bir şüphe yoktur (Shaver ve Scott, 1991: 23-46). Girişimcilikle ilgili bu tanımlar incelendiğinde, girişimcilik kavramının, yenilik ve yaratıcılığı içerecek şekilde tanımlandığı görülmektedir. Günümüzün modern işletmecilik anlayışına göre hareket eden işletme yöneticilerinin girişimcilik kavramını, yenilik, esneklik, dinamiklik, risk alma, yaratıcılık ve gelişim odaklı olma gibi kavramlarla açıkladıkları görülmektedir (Korkmaz, 2000: 166).

## 1.4 GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

Yaygın olarak kullanılan girişimcilik türleri; Bağımsız Girişimcilik, İç Girişimcilik, Kurumsal Girişimcilik, Profesyonel (yönetici) Girişimcilik, Teknik Girişimcilik, Girişimci Girişimciliği, Çevreci Girişimcilik olarak sınıflandırılabilir.

**1.4.1 Orijinal Girişimcilik :** Bağımsız bir şekilde girişimciliği orijinal haliyle ilk defa oluşturan yeni girişimciliktir. Esas olarak Girişimcilik dersinde ifade edilen temel alınan girişimcilik türü Orijinal Girişimciliktir. Orijinal Girişimcilik, Girişimcinin girişimi kendi özellikleri, kabiliyetleri, yaratıcı zekası, hayal gücü, deneyimi ile ilk defa benzersiz bir şekilde ortaya koymasıdır. Sonradan peşinden taklitleri gelecektir.

**1.4.2 İç Girişimcilik (Intrapreneurship) :** İç girişimciler, kurum içerisinde girişimci ruhuna sahip, yenilik getirme fırsatını gören ve yakalayan, sadece yeniliği getirmekle kalmayarak, bu fikirlerini ve modellerini, bulundukları işletmenin karlılığını ve rekabet gücünü arttıracak gerçek faaliyetlere dönüştürebilen yaratıcı bireylerdir (Kuratko, Hodgetts 1998: 72). İşletme içinde iç girişimciliği desteklemek, yenilik ve değişimleri gerçeğe taşıyarak pazarda rekabet avantajı sağlamak ve girişimci ruhunu taşıyan bu bireylerin değişim ve yenilik getirme arzularını kendi başlarına küçük işletmelere yönelerek kısıtlı olanaklarla kullanmaları yerine, işletmenin sunduğu

kaynaklarla daha avantajlı biçimde işletmenin yararına gerçekleştirmelerine olanak tanımaktır (Berber, 2000).

**1.4.3 Kurumsal Girişimcilik :** Ana fikir, girişimcilerin artık her şeyi kendileri tek başlarına üretecek entegre tesisler kurmak yerine, daha küçük parça, set ve diğer işler için bağımsız küçük girişimleri teşvik ederek, koruyarak, yönlendirerek, teknolojik destekler vererek, işbirliği yaparak birlikte çalışan, riski azaltıp faydayı en çoklayan bir girişimciliktir (Top, 2006). Bu yeni yönetim tekniklerinden dış kaynak kullanımı konusunu çağrıştırmaktadır. Ancak buradaki temel özellik hazır bir işletme bulunması ve onunla çalışılması yerine çalışılacak ve büyük işletmeye hizmet verecek yeni bir daha küçük işletmenin doğmasına destek vermektir.

**1.4.4 Profesyonel Girişimcilik :** Profesyonel boyutta bir girişimci çeşitli sebeplerden dolayı (hastalık, ölüm, yaşlılık, taşınma v.b..) işletmeyi terk ederken, bir girişimci ise işletmeyi devir almaktadır. Bu tür Girişimcilik daha çok Risk Sermayesi şirketlerinin dışsal kredi ve finansmanı ile desteklenir. Risk Sermayedarları uygun oranlarda girişime katılırlar. (Top, 2006)

**1.4.5 Teknik Girişimcilik :** Teknik girişimcilik, yenilik ve araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin (AR-Ge) finanse edilmesini ve yönetilmesini içine alan ve daha çok teknolojik alanda bir girişimcilik türüdür. Tekno-girişimcilik ismiyle de anılan bu girişimcilik türü inovasyon niteliğindeki ürünlerin üretimi ve satışıyla ilgilidir.

Tekno-girişimci, öngörü ve sezme yeteneği ile pazar yaratma ve geliştirme becerisine sahip, teknoloji geliştirebilen ve inovasyon yönetimine hakim girişimcidir. Tekno-girişimcinin başarısı öngörülerinin mümkün olduğu kadar doğru ve gerçekçi olmasına bağlıdır (ttgv.org.tr)

**1.4.6 Girişimci Girişimciliği :** Daha önce uzman olduğu bir alanda sahip olduğu şirketi satarak ayrıldıktan sonra, ayrıldığı alanda başkasının kurduğu daha küçük bir işletmeyi satın alarak o işletmeyi belli bir büyüklüğe ve değere ulaştırdıktan sonra satmaya denir.

Özellikle hızlı büyüyen sektörlerde icra edilen bir girişimcilik türüdür. Bu girişimcilik türünü civciv yetiştiriciliğine benzetebiliriz. Civcivi alır 2 ay içinde büyütür tavuk haline gelince satar sonra yine civcivler alarak büyütür yine satarsınız.

**1.4.7 Çevreci Girişimcilik :** Çevresel sorunlara fırsat bularak sorunların içindeki fırsatları ortaya çıkaran kişidir. Yeşil girişimcilik olarak da adlandırılan bu girişimde girişimciler deyim yerindeyse başkalarının çöplerini girişimcilik yoluyla tertemiz yeni ürünlere dönüştürürler. Mesela Kirli Pet şişeler daha sonraları işlenerek naylon torbaya, Eski kullanılmış kağıtlar ise



kartona haline getirilirler. Organik tarım gibi çevreye zarar vermeyen, çevreyi ve insan sağlığını koruyan iş fikirleri çevreci girişimcilik olarak adlandırılır.

## 1.5 GİRİŞİMCİLİK TİPLERİ (STİLLERİ)

En yaygın kullanılan girişimci stilleri genel olarak orijinal idealist girişimci tipi, stratejist girişimci, taktik girişimci, geleneksel girişimci şeklinde dört kategoriye ayrılmıştır:

**1.5.1 Orijinal İdealist Girişimci Tipi :** Hayal, düş ve tutkularını gerçekleştirmek üzere yola çıkan girişimciler için yapılan bir sınıflamadır. Aynı zamanda orijinal girişimcilik türü tanımına da uygundur. Orijinal bir şeyi veya yepyeni farklı bir işi, kendine özgü bir iş fikrini ilk defa girişime dönüştüren girişimci tipidir. Özel bir girişimcilik vizyonları vardır. İyi bir öngörüye sahiptirler ve gelecek odaklıdır. Yaratıcı, yenilikçi, keşifçi, maceracı, meraklı, icatçı, aşırı risk alan, vizyon sahibi kendine özgü ve orijinal girişimcilerdir.

**1.5.2 Stratejist Girişimci Tipi:** Bütüncül bir yaklaşım içinde, işin gerçekten hakkını vererek, fırsatı arayan, algılayan, tanımlayan, yakalayan ve onları gerçek hale getiren girişimcidir. Stratejist lider girişimci tipi olarak da adlandırılır.

Bu tip girişimci öz olarak fırsatçıdır ve fırsata odaklanmıştır. Kritik bilgileri edinme becerileri yüksektir. İyi yetişmiş eğitilmiş insanlardır. Deneyim düzeyleri yüksektir bu sayede riski kontrol edebilme becerisi gösterirler.

**1.5.3 Taktik Girişimci Tipi :** Bilinen bir teknoloji içinde veya mevcut bir teknolojik Pazar içinde dikkate şayan bir performans sergileyip yenilikleri, farklı bilgi ve sistemleri işe koşturan ve kazandıkları bu deneyim, bilgi ve becerilerini kendi adlarına bizzat kendileri kullanan “taktik-dinamik” girişimci stilidir.

Mevcut teknolojiler altında bir işi yeniden yapılandıran, iş yöntemlerini değiştiren veya belli bir alanda bir yenilik ve gelişme sağlayan, proje geliştiren girişimci tipidir. Taklitçilerdir ancak hızlı esnek ve zamanlı hareket ederler (Top, 2006).

**1.5.4 Geleneksel (idari) Girişimci Tipi :** Mevcut ve kurulu işleri ve işletmeleri yöneten girişimci tipidir. Daha önce yatırım yapılmış alanlara yatırım yaparlar. Riskten diğer girişimci

tiplerine göre kaçınma eğilimi fazladır. Aldıkları örgütsel yapıları organize ederek, yenilikleri, yeni uygulamaları işlerine adapte ederler (Top, 2006).

## **1.6 GİRİŞİMCİLERİN KENDİ İŞİNE SAHİP OLMAK İSTEMELERİNİN NEDENLERİ NELERDİR?**

Kendi İşine Sahip Olanların Bu Yolu Seçme Nedenlerini aşağıdaki gibi özetleyebiliriz.

- **Zorunluluklarla İlgili Nedenler**
  - Aile işlerini devam ettirme zorunluluğu
  - Ücretli iş bulma olanağının kısıtlılığı
- **Pratik Nedenler**
  - Gerekli geliri kazanmanın bir yolu
  - Emeklilik dönemini dolduracak faaliyetler
  - Ek bir gelir ihtiyacı
  - Boş zamanları değerlendirme çabası
  - Aileye gelecekte bir iş alanı bırakma isteği
- **Kişisel Yapıyla İlgili Nedenler**
  - Başkaları için çalışmama isteği
  - Bağımsız bir çalışma ortamı ve sürelerle sahip olma arzusu
  - Emir altında çalışmama isteği
  - Kendi geleceğine kendi karar ve çabaları ile şekil verme isteği
  - Kişisel tatmin, yaratıcılığı geliştirme çabası
  - Hedeflenen farklı bir sosyal statüye ulaşma çabası

### **1.6.1 Kendi İşinin Sahibi Olmanın avantaj ve Zorlukları Nelerdir?**

Bu avantaj ve zorlukları maddeler halinde özetleyebiliriz.

#### **Avantajları :**

- İzlemek yerine liderlik yapmak
- Fikirlerinizi uygulama şansı
- Yaratıcılığa açık
- Yüksek kazanç beklentisi
- Bağımsız çalışmak
- İş ortamını kontrol altında tutmak
- Emirler verebilmek

### **Zorlukları :**

- Uzun ve düzensiz çalışma saatleri
- Geniş sorumluluklar
- Risk almak
- Gelirin düzensizliği
- Daima finansmanla uğraşma zorunluluğu
- Zaman kısıtı
- Sürekli öğrenme gereği
- İşleri delege edememe
- İdari ve bürokratik işler
- Başarının çalışanlara da bağlı olması

### **1.7 GİRİŞİMCİLER HANGİ KAVRAMLARLA İLGİLİDİRLER?**

Girişimciler yerine getirdikleri fonksiyon gereği şu kavramlarla yakından ilgilidirler:

- ♦ Başarı
- ♦ Kar
- ♦ Refah yaratma
- ♦ Toplumda iz bırakma
- ♦ Risk alabilme

### **1.8 GİRİŞİMCİLERİN İŞ YAPMA ÖZELLİKLERİ**

#### ***(a) Bireycidirler...***

- ♦ Fark edilmek ve tanınmak için aşırı çaba gösterirler İyi araba, ev, giyim, topluluklarda önde, sesini duyurmaya çalışır, spor kulüpleri, siyasi bağlantılara önem verirler

#### ***(b) Asidirler***

- ♦ Kurallara, otoriteye başkaldırırlar
- ♦ Sabırsızdırlar ve sistemi anında aşmak isterler
- ♦ Önce yap, sonra özür dile kuralı
- ♦ Şans, talih değil 'çok/sıkı çalışmak' başarıyı getirir
- ♦ Girişimciler geçimsiz iş arkadaşlarıdır

#### ***(c) Kimseye Güvenmezler***

- ♦ Amansız birer rakip olan girişimciler herkesi rakip görürler ve kimseye güvenmezler (babana bile güvenme!!!)

- ♦ Başarı stratejilerinde gizliliği ve sürprizi benimserler
- ♦ Bu tutumlarını işlerinde de taşıdıklarından bağlı oldukları kurum, iş arkadaşları ve danışmanları ile çatışırlar
- ♦ Ana görevleri kimseye bırakmaz, kendileri yüklenirler
- ♦ Genellikler kendilerine bir 'sırdaş' bulurlar ve diğerleriyle paylaşmadıklarını bunlarla paylaşırlar.

**(d) Takım Oyununu Sevmeyenler**

- ♦ Bu özellikleri işlerine çok zarar verir ve kariyerlerinin bitişinin temel gerekçelerindendir

**(e) Orkestra Şefidirler**

- ♦ Girişimcilerin çoğu işe başlarken yeterli fona sahip değildirler bu yüzden bir orkestra şefi gibi davranarak kaynak sağlarlar:-bilezik, döviz borçlanma, parası olan arkadaş-akrabayla ortak olma, kiralama, satın almalarda 'sosyal ilişkiler ağını' yönetme, oluşturdukları 'azim ve başarı duygusunu' diğerlerine yayma, satma...

## 1.9 GİRİŞİMCİLERİN BİREYSEL ÖZELLİKLERİ

Girişimcilerin bireysel özelliklerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

- 1- Başarma Arzusu
- 2-Sıkı Çalışma
3. Kaliteyi özendirmek
4. Sorumluluk almak (hukuki, ahlaki, hesabi)
5. Ödüllendirilme eğilimli -çabalarının karşılığının en yükseğini beklerler
6. İyimserlik- Her şey mümkündür
7. Mükemmelliği arayış- Bir şeyi ilk yapan olmaktan gurur duymak
8. Örgütlü- Çalışanların her şeyinden sorumlu
9. Kar Yönelimli- Başarı ve başarımının arkasındaki temel güdü kar elde etmektir.

## 1.10 GİRİŞİMCİLERİN YÖNETİCİLİK ÖZELLİKLERİ

Girişimcilerin yöneticilik özellikleri kısaca şunlardır:

- 1-Müşterinin ve piyasanın davranışlarını anlamada aşırı duyarlı-** Sürekli olarak piyasada olan-biteni izler. Paydaşlarının davranışlarını kafasına not eder. İşin bütün boyutlarıyla ilgilenir.
- 2- Her parçayı ve bütünü görür.** İş yapma ve süreç oluşturma yazılı değil, daha çok girişimcinin kafasındadır. Bildik risk, maliyet metotlarını uygulamaz.

**3- Güçlü bir iletişimcidir.** Yazıdan çok sözlü iletişimi tercih eder. Basit dil. Benzetmelerden hoşlanır (çocukluk, spor). Dinlemekten çok konuşmayı sever. Hareketlidir, dikkati kolay dağılmaz, başkalarının sözünü hemen keser.

### 1.11 GİRİŞİMCİ DOĞULUR MU OLUNUR MU?

Girişimcilik alanında yapılan çalışmaların çoğu iyi bir girişimde bulunması gereken ve/ veya beklenen özellikleri belirlemeye çalışmıştır. Peter Drucker gibi bazı yazarları girişimciliğin öğrenilebileceğine inanırken, diğer bazı yazarlara göre girişimcilik özel bir kişilik özelliği olduğundan öğrenilmesi mümkün olmayan bir kavramı ifade eder.

Varsayalım ki girişimcilik **doğuştan** kazanılır.

- ♦ O zaman ana özellikleri belirlemek mümkündür.
- ♦ Ana okulundan itibaren bu özellikler aranır
- ♦ Bulunanlar girişimci olur, bulunmayanlar olmaz

Varsayalım ki girişimcilik **eğitim** ile **sonradan** kazanılır.

- ♦ O zaman okullar kişileri eczacı ve hukukçu yaptığı gibi girişimci de yapar
- ♦ Şirketler girişimcilik okulu açar
- ♦ Hükümetler girişimci üretir
- ♦

Gerçek bu ikisinin arasında gibi gözükmektedir. Bu bakış açısına göre girişimcilik hem bazı **kişisel** özellikleri hem de **eğitimi** gerektirmektedir.

### OKUMA PARÇASI:

#### **KURBAĞA İLE GELEN BAŞARI**

*Türkiye'nin en kaliteli kurbağası nerede bulunur? Peki en iyi kara ve deniz salyangozu, yabani mantarı?.. Çoğumuz için bırakın yanıtları, sorular bile çok anlamsız değil mi? Fakat bir firmayı ve o firmanın sahiplerini bu genel yargının dışında tutun.*

*Çünkü onlar için bunların yanıtı çok önemli. Kemal Balıkçı- İrkin sahipleri işte bu sorulan, Türkiye'nin dört bir yanını yıllarca dolaşarak yanıt aramışlar.*

*Buldukları yerde de kurmuşlar fabrikalarını. Kurbağa için Edirne'nin İpsala İlçesi. Salyangoz için de Erzincan, fabrika kurmaya layık görülmüş.*

*Şimdi bu fabrikalardan, dünyanın dört bir yanına işlenmiş, canlı kurbağa ve salyangoz ihraç ediliyor. Şirketin yaptığı ihracat, öyle sıradan ve küçük çaplı da değil.*

*Kemal Balıkçılık, son dört yıldır gerçekleştirdiği yaklaşık 10 milyon 200 bin dolarlık ihracatla 'Türkiye'nin en başarılı ihracatçıları arasında gösteriliyor.*

### ***Dünya pazarı onların***

*Şirket, çoğumuz için “Hoş bir doğa görüntüsü olan bu canlıları işleyerek Japonya, Kore. Filipinler. Tayvan ve Hong Kong başta olmak üzere birçok Uzakdoğu ülkesi ile Fransa, İtalya, İsviçre ve Avusturya'ya ihraç ediyor. Dünya pazarının yüzde 60'mı da elinde bulunduran Kemal Balıkçılık'ın ürünleri, kalite ve lezzet bakımından eti çok aranan ürünler.*

*Edirne ve Erzincan dışında Adana. Samsun. Adapazarı ve Bursa'da bulunan toplam 6 fabrikada sadece kurbağa ve salyangoz işlenmiyor. Aynı zamanda yabani mantar, su ürünleri ve kerevit de işleyen Kemal Balıkçılık, Türkiye genelinde 10 bin aileye ek gelir sağlıyor. Bazı aileler için ise bu iş tek geçim kaynağı.*

*Bu işi yapanlar az para da kazanmıyorlar. Örneğin biraz deneyimli bir kişi, gecede 20 kilogram kurbağa toplayabilir. Bu rakam da bugünün fiyatları ile günde 800 bin, ayda ise 24 milyon lira demek. Yabani mantarın bir kilosu ise 100 bin lira. Kerevit ve salyangoz toplamak biraz meşakkatli ama getirisi de bir o kadar yüksek.*

### ***Bir Çuval Yeter***

*İşin ilginç yanı bu ürünlerin, Türkiye'nin hemen hemen her yerinde toplanabiliyor olması. Kemal Balıkçılık Yönetim Kurulu Başkanı A.Tuncay Sagun isteyen herkesin bu ürünleri toplayarak kendilerine getirebileceğini söylüyor. Sagun, kırsal alanda yaşayan ve ek gelir elde etmek isteyenlere şu mesajı veriyor:*

*“Bu işi yapmak için beş kuruş sermaye gerekmiyor. Elimize bir çuval alın. Kurbağa mı topluyorsunuz. salyangoz mu, yabani mantar mı. Ne toplarsanız toplayın getirin şubelerimizden birine bırakın. Karşılığını hemen alacaksınız.”*

*Sagun bunları söylüyor söylemesine ama, Türkiye’de kurbağa ya da salyangoz toplayarak para kazanmak pek kimsenin aklına gelmiyor. Böyle olmasa Kemal Balıkçılık alanında tek firma olamazdı. Oysa dünya pazarlarında bu ürünler için kıyasıya bir rekabet yaşanıyor.*

### **Pazarın tek Hakimi**

*Sagun’un verdiği bilgilere göre, dünya pazarlarında kendilerine en çok Arnavutluk Mısır ve bazı Doğu Avrupa ülkeleri zorluyor. Fakat bu ülkeler son yıllarda Kemal Balıkçılık’ın üstünlüğünü kabul etmişler. Sagun şöyle devam ediyor.*

*Dünya pazarının yüzde 60’ını elimizde bulunduruyoruz. Geri ye kalan yüzde 40’lık payı sözünü ettiğim ülkeler aralarında paylaşıyorlar. Uzakdoğu’dan Avrupa’ya kadar onlarca ülkeye ihracat yapıyoruz. Türkiye çapındaki 6 fabrikamızda toplam 300 kişiyle bu işleri yapıyoruz. Tabii bize Ürün getiren, 10 bin civarında aile de buna katmak gerekiyor. Fabrikalarımız her mevsim dönüşümlü olarak ihracat ürünlerini işleyebilecek kapasitede.*

### **Fotoğraf bile Çekilmiyor**

*Şu anda, babasının 30 yıl önce temelini attığı Kemal Balıkçılık’ın başında bulunan Tuncay Sagun, yaptıkları üretimin, Türk mutfağına uymadığını, bu nedenle işleriyle ilgili kamuoyunun önüne çıkmamayı yeğlediklerini söylüyor.*

*Tabii işin içinde bir de, fabrikada kullanılan teknoloji var. Türkiye’de ilk oldukları için, kullandıkları teknolojinin başkaları tarafından taklit edilmesini de istemeyen Sagun Ailesi, kurbağa işleme fabrikaları fotoğraf çekilmesine dahi izin vermiyor. Tuncay Sagun ihracat rakamların, vermekten çekinmiyor ama, yılda kaç kilo ya da ton kurbağa, salyangoz ve yabani mantar işlediklerini bir sır gibi saklıyor.*

### **Ağlardan Çıkan Şirket**

*İşin temelini atan Kemal Sagun, bu işe direkt kurbağa ve salyangoz toplayarak başlamamış. Gençlik yıllarının geçtiği Samsun’da, Karadeniz’den toplanan ağlardan atılan salyangozlar ilham kaynağı olmuş. Yurtdışında bu ürünlere büyük rağbet olduğunu öğrenen Kemal Sagun, her sabah sahile gelen balıkçı teknelerinden atılan salyangozların heba olduğunu ve bunların işlenerek ihraç edilebileceğini görmüş.*

*Bunun üzerine küçük bir salyangoz işleme tesisi kurmuş. Daha sonra buna kerevit ve midyeyi de eklemiş. Bu anda tesisin biraz daha büyümüş. Yurtdışıyla ilişkileri geliştikçe, kurbağa ve yabani*

*mantara da talep olduğunu gören Kemal Sagun, o günlerde kimsenin anlam veremediği bir şekilde kurbağa da işlemeye başlamış.*

### ***Dünyada bir numarayız***

*Kemal Balıkçılık şu anda Türkiye'nin hemen hemen her bölgesinde 6 fabrikası var. Kemal Sagun ise yönetimi 4 oğluna devretmiş. Çocukları belli fabrikaların sorumluluklarını almış. Tuncay Sagun en büyükleri ve işi yürüten de o.*

*Kemal Balıkçılık kurbağa, kara ve deniz salyangozu, yabani mantarın yanı sıra çeşitli su ürünleri ve midye türlerinin ihracatını yapıyor. Sagun Ailesi bugüne kadar hiç kredi kullanmamış. Tümü öz kaynaklara dayanarak büyümüş. Büyüyünce de şirket satışı artmış. Kemal Balıkçılık, Sagun, Sagro ve Sasu şirketlerini doğurmuş. Şirket ihracatını her yıl % 30-40 düzeyinde arttırıyor.*

*Tuncay Sagun dünya pazarlarındaki konumlarıyla ilgili şunları söylüyor Bugünlere gelmek kolay olmadı. Soframızda böyle bir kültür olmadığı için başlangıçta, (ürünlerimizi dünya pazarlarına sunmakta çok güçlük çektik. Bunu hiçbir destek almadan, kendi çabamızla gerçekleştirdik.*

*Artık rahatız. Avrupalılar, çok sıkı denetimden geçirdikleri ithal mallar arasında bizim markamızı arıyor.*

**Kaynak: “Genç Girişimcilerin Başarı Öyküleri” Capital Guide 14, Mart 1995**

### **ÇALIŞMA SORULARI**

- *Siz bir girişimci misiniz?*
- *Girişimci olmayı düşünüyor musunuz?*
- *Yukarıda anlatılanla ışığında aklınıza gelen ilk üç girişimci kimdir?*
- *Girişimcilik türleri arasında iç girişimcilik kavramını örnekleyiniz?*
- *Girişimciliğin gelişmesi demokrasiyi de geliştirir mi?*
- *Girişimciliğin toplumsal ve sosyal değişimi nasıl sağladığını tartışınız?*
- *Şirketler açısından iç girişimciliğin önemini tartışınız?*



## BÖLÜM 2: TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİK

**BÖLÜMÜN AMACI:** Bölüm sonunda aşağıdaki kavramlarla ilgili bilgi sahibi olmanız amaçlanmaktadır:

- © Türkiye’de işletmecilik ve girişimcilik olgusu nasıl bir gelişim seyri geçirmiştir?
- © KOBİ Kavramı ve Türkiye Ekonomisi İçin Önemi
- © Girişimciliğin Türkiye deki temel sorunları nelerdir?

### 2.1 TÜRKİYE’DE İŞLETMECİLİK VE GİRİŞİMCİLİK

İşletmeciliği genel ekonomik koşullardan ve ekonomik politikalardan ayrı düşünmek mümkün değildir. Özellikle Türkiye gibi özel sektörün devlet kanalıyla beslendiği ve geliştirildiği ülkelerde hükümet politikalarıyla işletmelerin başarıları arasında yakın bir ilişki söz konusudur. Aşağıda Türkiye’de işletmeciliğin aldığı yolun ana noktalarından kısaca bahsedilecektir.

**Osmanlı Dönemi:** Osmanlı döneminde işletmecilikte tartışmasız bir azınlık egemenliği söz konusuydu. Osmanlı’nın son yıllarında kurulan bazı kiremit-tuğla atölyeleri ile az sayıdaki tekstil atölyelerinin ve ticarete Şirketi Hayriye gibi firmaların dışında dikkate değer işletmeler yok gibiydi. Var olan işletmeler de yaygın olarak ticari girişimcilik niteliğindeydi ve ya yurt dışından getirilen ürünlerin ülke içinde pazarlanmasını veya kimi hammaddelerin yurt dışına satılmasını sağlıyorlardı. Ancak, bu dönemde Avrupa ve ABD’de yaşanan sanayileşmeye paralel bir sanayileşmeden ve modern işletmelerden bahsetmek zordur.

**Erken Cumhuriyet Dönemi:** Cumhuriyet, tam anlamıyla madden ve manen çökmüş bir imparatorluğun kalıntıları üzerinde modern ve milli bir ekonomi inşa etmek için önemli çabalar harcadı. İlk önemli girişim olarak 1923 yılında İzmir İktisat Kongresi toplandı. Bu toplantıda Osmanlı Döneminde yabancı firmalara verilen imtiyazların kaldırılacağı ancak yabancı firmaların isterlerse yerli firmalarla aynı haklara sahip olarak faaliyetlerini sürdürebileceği karara bağlandı. Bunun yanında milli ekonomiyi oluşturmak için devlet önderliğinde sanayileşme çabalarına hız verildi. Bu dönemde Sümerbank ve Etibank gibi şirketler kurularak kamu iktisadi kuruluşlarının temeli atıldı. Daha sonra Türkiye İş Bankası kurularak kamu ve özel sektör kuruluşlarının finanse edilmesi sağlandı.

Ancak, 1929’da yaşanan Dünya Ekonomik Buhranı sonucunda yabancı firmaların millileştirilmesi girişimleri hızlandı ve devlet öncülüğünde kalkınmaya daha ağırlık verilmeye başlandı. Bu dönemde işletmelerin kurulması için yol, enerji gibi altyapı çalışmalarına da hız verildi. Ayrıca hem Balkanlar’dan hem de Kafkaslardan gelen göçler sayesinde giderek bir girişimci grubunun oluşmasına katkıda bulundu. 1940’lar ise Türkiye’nin savaşlar ve İnönü’nün yönetim anlayışına bağlı olarak tamamen içine kapandığı bir dönemdir.

**1950’ler: Kısmi Serbesti:** 1950’ler Menderes hükümetlerinin görece ekonomik serbesti sağlayarak yeni bir girişimci sınıfı oluşturma çabalarının yoğunlaştığı bir dönemdir. Türkiye’nin dışa kapalı bir ekonomik sistemden ihracat ve ithalat yapmayı amaçlayan, uluslar arası ekonomiyle eklemlenmeye çalışan bir noktaya geçişi bu dönemde başlar. Ancak zamanla ihracatın ithalatı karşılayamaması nedeniyle yaşanan döviz sıkıntısı bu dönemin diğer ekonomik başarılarını da gölgede bırakmıştır. Her şeye rağmen Türkiye bu dönemde görece düşük enflasyonla görece yüksek bir kalkınma göstermiştir. Bu dönemde artık Türkiye’de devlete göbekten bağlı da olsa bir özel sektörün doğduğunu görüyoruz.

**1960’lar ve 1970’ler Planlı İthal İkameci Kalkınma:** Bu dönemde özellikle Devlet Planlama Teşkilatı’nın (DPT) da kurulmasıyla Planlı kalkınma ve İthal İkameci Politikalar uygulanmaya başlanmıştır. Daha önceki dönemde yaşanan döviz darboğazı hükümetleri “dışarıdan alma, kendin üret” yaklaşımı ile ithal ikameci politikaların uygulanmasına yöneltmiştir. 1963-1972 yılları yine Türkiye için düşük enflasyonla yüksek büyümenin gerçekleştiği bir döneme işaret eder. Ancak 1973’te yaşanan petrol krizi Türkiye’nin Kıbrıs Harekatı nedeniyle bir de ambargolarla boğuşmasıyla birleşince, bütün bunlara giderek yayılan terör faaliyetleri de eklenince ekonomi yine darboğaza girmiştir. Bu darboğazın temel sebebi döviz sıkıntısı olmasına rağmen sosyal çalkantılar, yaygınlaşan terör ve anarşi faaliyetleri ile birlikte sendikaların da sürekli olarak ideolojik eylemler yapması ve grev ve lokavtların yaygınlaşması ekonomiyi işlevsiz duruma getirdi. Sürekli değişen hükümetler ve koalisyonlar da ekonominin yapısını kökten değiştirecek radikal kararların alınmasını engelliyordu. Özetle, 1970’ler Türk ekonomisi için kayıp, Türk girişimciler için bereketsiz yıllar oldu.

**1980’ler: İhracata Yönelik Kalkınma:** 1980’in Ocak ayında ekonomiyi dönüştürme yönünde hükümet tarafından bir istikrar paketi açıklandı. Bu yeni paketin temelinde “içeride rekabeti artır ve dışarıya açıl” şeklinde özetlenebilir. Yapılan askeri darbe sonrasında kurulan hükümette bu yaklaşımı temelde benimsedi. Döviz darboğazı zamanla aşıldı. Yabancı yatırımcılar özendirildi. Özelleştirme çabalarına girişildi. İhracat yapan firmalara özel teşvikler verildi. Bu arada giderek “yolsuzluk ekonomisinin” hakim olduğu bir döneme de giriliyordu. Ancak, Türkiye uzun yıllar sonra yakaladığı siyasi istikrara da bağlı olarak 1980’lerin sonlarına kadar iyi bir ekonomik performans gösterdi. Ancak

1980'lerin sonlarında bu yeni ekonomik modelin de tıkanma noktalarına gelindi. Kamu iç ve dış borçları giderek artarken, devlet bırakın özelleştirmeyi, giderek büyüyordu. Devletin yaptığı yatırımlar ekonomik olmaktan çok siyasi kaygılarla alınmış kararlar olduğu için getirileri çok düşük oluyordu. 1990'lar iç borçların giderek arttığı, özellikle bankaların takibinde yaşanan eksiklikle nedeniyle krizlerin yaşandığı, yine koalisyon hükümetlerine dayalı siyasi istikrarsızlıkların yaşandığı yıllar oldu. Ekonomi belli aralıklarla krize girdi. Bir yıl yaşanan yüksek düzeyde ekonomik büyüme, ertesi yıl küçülmeye dönüşüyordu. Bu yönüyle bakıldığında 1990'lar ve 2000'li yılların başları Türkiye için yine kayıp dönemler olarak tarihe geçti.

Ancak 1990'larda Türkiye hiç beklemediği bir fırsatla karşılaştı. Sovyetler ve Doğu Bloku çökünce Türkiye'nin etrafında Türkiye açısından müthiş fırsatlar anlamına gelen bir ekonomik alan oluştu. Türk firmaları zaten alışkın oldukları Orta Doğu ülkelerine ek olarak Balkanlar ve Rusya ile Asya Türk Devletlerinde de etkin bir şekilde faaliyetlerde bulunmaya başladılar. Bugün Beko Avrupa'nın en büyük beyaz eşya ve televizyon üreticilerinden bir tanesidir. Migros Rusya'da ve Türk Cumhuriyetlerinde 20'nin üzerinde mağaza açmıştır. Bulgaristan, Romanya, Rusya ve diğer bir çok ülkede faaliyette bulunan çok sayıda Türk firması vardır. Bu durum artık Türk işletmecilerinin hem Türkiye'de hem de uluslar arası pazarlarda varlıklarını giderek hissettirmeye ve diğer ülke işletmeleriyle rekabet edebilmeyi öğrenmeye başladıklarının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

## **2.2 TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİK OLGUSUNUN DÜNYADAKİ GELİŞME TRENDLERİ ÇERÇEVESİNDE GENEL DEĞERLENDİRİLMESİ**

Yukarıda çok kalın çizgilerle anlatılan Türk ekonomi tarihinin kilometre taşlarından çıkarılabilecek net bir durum var. Bir ülkede girişimciliğin ve işletmeciliğin gelişmesinde hükümetlerin politikaları belirleyici rol oynamaktadır. Bunun daha net bir şekilde ortaya koymak için G. Kore ile Türkiye'yi karşılaştırmak yeterlidir. G. Kore 1960'larda dünyanın en fakir ülkelerinden biriydi ve kişi başına düşen milli geliri Türkiye'nin yaklaşık üçte biri kadardı. 1980'lere gelindiğinde ise Kore Türkiye'yi az farkla da olsa geride bıraktı. 1990'larda Kore Türkiye'nin yaklaşık iki buçuk katı bir milli gelir düzeyine ulaştı. Bugün bu rakam üç buçuk katına kadar çıkmış durumdadır. Bunun ardında yatan iki temel nedenden bir tanesi Kore hükümetlerinin uzun dönemli hedefler koyarak bunlara bağlı kalması, ikincisi ise Koreli girişimcilerin sadece kendi ülke pazarlarıyla yetinmeyerek dışarıya açılmaları ve ihracat ve başka ülkelerde yatırımı yapma becerilerini geliştirmeleridir.

Uluslararası *girişimcilik endeksinde* kullanılan 100 yetişkin içinde *şirket kuran insanların sayısına* bakıldığında Türkiye 29 ülkeden daha az sayıda girişimciye sahiptir. Türkiye'de her 100

yetişkin insan içinde şirket kuran sayısı 4,6 iken, bu sayı Meksika'da 18,7, İrlanda'da 12 ve Amerika Birleşik Devletlerinde 11,7, Kore'de 15, İsrail'de ise 6 kişidir.

**Tablo: Bazı Ülkelerde Her 100 Yetişkin İçindeki Girişimci Sayısı**

Türkiye	Japonya	İsrail	İngiltere	ABD	İrlanda	Kore	Meksika
4,6	5,1	6	7,7	11,7	12	15	18,7

**Kaynak:** GEM (2001) ve DİE verilerinden derlenmiştir (TÜSİAD, 2003)

Yeni kurulan şirket sayıları açısından da Türkiye kötü bir performans göstermektedir. OECD üye ülkelerinde yeni kurulan işyerlerinin tüm işletmeler içinde oranı % 11-17, kapanan işyerlerinin oranı da % 9-14 arasında değişmekteyken, Türkiye'de bu oranlar sırasıyla % 3,5 ve % 0,9'dur.

Türkiye nüfusunun önemli bir girişimci potansiyeli olan kadınlar ve gençler girişimci olarak değerlendirilememektedir. Tüm işverenler arasında kadınların oranı % 3,3 gibi oldukça düşük bir orandır ve 30 yaşın altında bulunan gençlerin % 64'ü işsizdir.

Girişimci sayısı ile ilgili ilginç bir bulgu, girişimci erkek ve kadınların oranlarıdır. Çıkış ve inişlere rağmen, kendi hesabına çalışan kadınlar toplam kendi hesabına çalışanların % 10'u civarındadır. Tüm işverenler içinde kadınların oranı ise % 3,3 gibi çok düşük bir orandır. Hem işverenleri, hem de kendi hesabına çalışanları girişimci diye düşünürsek Türkiye'de erkek girişimciler, kadın girişimcilerin 7 katıdır. Girişimciyi sadece işveren olarak tanımlayan uluslararası bir çalışmada bulunan 29 ülke sonuçlarına göre ise erkek girişimcilerin kadın girişimcilerin iki misli olduğu saptanmıştır. Bu tanıma göre Türkiye'de erkek girişimciler kadın girişimcilerin 29 katıdır.

Türkiye genelinden şehirlerin girişimcilik performansına inildiğinde ise girişimcilik performansı en gelişkin olan illerin sadece İstanbul ve Kocaeli olduğu görülmektedir.

Günümüzde değişim süreci önemli ölçüde hızlanmıştır. Değişimin hızı sadece teknolojiye değil , ekonomik ve sosyal alanlarda da kendini göstermektedir. Dünyadaki hızlı değişime ayak uydurmak ve toplumsal refahı arttırmak ancak ve ancak girişimcilik olgusuna gereken önemin verilmesiyle mümkün olacaktır. Çünkü bu olgu bireysel olarak kişilerin başarısından çok, ulusal ekonominin gelişimine ve başarısına katkıda bulunacaktır. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişte en önemli üretim faktörü insandır. Günümüzde insan faktörünün fiziksel gücü yerine fikri gücü önem taşımaya başlamıştır. Bu durum ise eğitimin, nitelikli iş gücü sağlamadaki önemini belirtmektedir.

Türkiye, çalışma yasaları, şirketlere yönelik mevzuatlarda yaşanan sorunlar ve bürokratik engeller yüzünden iş ve yatırım yapmaya uygunluk açısından kötü bir performansa sahiptir. İş ve yatırım yapmaya uygunluğu ölçen birçok istatistik çalışmasında Türkiye oldukça kötü bir performans göstermektedir. Örneğin, Ekonomist dergisinin endeksinde, 1996-2000 döneminde 60 ülke arasında yapılan iş ve yatırım yapmaya uygunluk değerlendirmesinde Türkiye 42'nci olmuştur. Bu oranın 2001-05 için yapılan tahmini senaryoda 46'ncılığa gerileyeceği tahmin edilmektedir. Benzer bir çalışma yapan Birleşmiş Milletler Ticaret ve Gelişme İşbirliği kurumunun endeksinde 1988-90 döneminde 112 ülke arasında 71'inci sırada olan Türkiye, 1998-2000 döneminde 137 ülke arasında 122'nci olmuştur. Bu endeksin ilk altı ülkesi sırasıyla şunlardır: Belçika, Lüksembourg, Hong Kong, İrlanda, İsveç ve Hollanda.

Ülkemizde girişimciliğin geliştirilmesinde eğitimin yanında önemli olan bir diğer faktör ise girişimciliğin özendirilmesini sağlayacak adil vergi düzenlemeleri ve teşvik tedbirlerin olmamasıdır.

Ayrıca ülkede yaşanan belirsizlik ve sürekli değişen ekonomik politikalarda girişimcilik olgusunun gelişmemesinde önemli bir rol oynamaktadır.

## **2.2.1 TÜRKİYEDE GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞMESİ İÇİN YAPILMASI GEREKENLER**

Yukarıdaki genel analiz neticesinde Türkiye'de girişimciliğin geliştirilmesi için yapılması gerekenlerden bazıları şunlardır:

1. Girişimcilik ile ilgili açık ve net bir vizyon oluşturulmalı, buna bağlı stratejiler geliştirildikten sonra hükümet programlarında öncelikli olarak yer almalıdır.
2. Şirket kuruluşu, işleyişi ve kapanışına ait bürokratik engeller azaltılmalıdır.
3. Fikri mülkiyet haklarına yönelik düzenlenen yasalar işler hale getirilmelidir.
4. Vergi işlemleri kolaylaştırılmalıdır.
5. Teknoloji transferinin başarılı biçimde gerçekleşmesini sağlayacak örgütler oluşturulmalıdır.
6. KOBİ.lere verilen krediler artırılmalıdır.
7. Finansman seçenekleri artırılmalı ve risk sermaye sektörü kurulmalıdır.
8. Girişimciler ve girişimciliği destekleyen kuruluşların oluşturduğu platformlar/ girişimci ağları kurulmalı ve bu platformlar aracılığıyla koordinasyon sağlanmalıdır.

9. Girişimciliğin desteklendiği bir kültürel ortamın yaratılması için topluma olan katkısı ve ekonomik büyümedeki önemli rolünün anlatılması gerekmektedir.
10. Teknolojik girişimcilik başta olmak üzere her tür girişimcilik performansı düzenli olarak ülke çapında ölçülmeli ve uluslararası ekonomilerle karşılaştırmalıdır.
11. Eğitime yapılan yatırım artırılmalıdır.
12. Güçlü bir bilimsel altyapı oluşturulmalıdır.
13. Vergi sistemi yeniden yapılandırılmalı, kayıt dışı ekonomi kayıtlı hale getirilmelidir.
14. Girişimcileri teşvik edecek bir ortam için kamu borçlarının azaltıldığı, yolsuzlukların engellendiği ve faiz ve enflasyonun düşürüldüğü bir ortam yaratılmalıdır.
15. Politik süreklilik ve istikrar sağlanmalıdır (TÜSİAD, 2003).
16. Türkiye'de girişimciliğin geliştirilebilmesi için aynı zamanda niversite sanayi işbirliğinin de sağlanması şarttır. Gerek sanayi kesiminin uygulama alanında, gerekse niversite kesiminin teorik alanda bilgi alışverişine girerek, girişimciliğin teorik ve uygulama alanlarındaki bilgi eksiklikleri ortadan kaldırılmalıdır.
17. Türkiye'de küçük ve orta ölçekli işletmelerin ve girişimcilerimizin üzerinde önemle durmaları gereken konulardan birisi de rekabettir. Rekabetin, tüm boyutları dikkate alınarak rekabet gücünün arttırılması gereklidir.
18. Bu boyutlarla birlikte değerlendirilmesi gereken bir diğer konu da tüm küçük ve orta ölçekli işletmelerin güçlü ve zayıf yönlerini ortaya koyarak bunları ortadan kaldıracak yapısal değişimler yürütülmelidir.
19. Türk insanının fikir geliştirmedeki potansiyelinin arttırılmasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır.
20. Beyin göçünün engellenmesi sağlanmalıdır. Özellikle İnovatif girişimler için önemli sayılabilecek düzeydeki vatandaşlarımızın ülkemizde kalarak kazanımlarını aktarması sağlanmalıdır.

Yapılması gerekenler listesinde belirtilen ilk 10 madde doğrudan girişimciliğe etkisi olacak önlemler ve nerileri içermektedir. Son beş madde ise ülke genelinde yapılması gereken çok genel önermelerdir. Fakat unutmamak gerekir ki, genel ülke altyapısı güçlendirilmeden girişimcilik ile ilgili yapılan faaliyetler ve iyileştirmeler bir sonuç vermeyecektir.

Ekonomik büyümeyi başaran ülkeler incelendiğinde görüldüğü gibi, endüstriyel yapının iyileştirilmesi, rekabet gücünün arttırılması, ekonomik büyümenin hızlandırılması, istihdamın artması ve gelir düzeyinin iyileştirilmesi için *ekonomik yapının girişimci ve yenilikçi olması gerekir*. Bu yüzden, ekonomik canlanmayı sağlamak ve sık sık sürüklendiği krizlerden

kurtulmak için Türkiye'nin günü kurtaran geçici çözümler değil uzun vadeli bir çıkış yolu bulunması gerekir ve bu yol girişimcilikten geçmektedir (TÜSİAD, 2003).

## 2.3 TÜRKİYE'DE KOBİ'LER

Girişimcilik kavramıyla yakından ilgili olan bir başka konu ise Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ) ve bunların performanslarıdır. Yapılan araştırmalar girişimcilerin genellikle gördükleri fırsatları değerlendirirken Küçük İşletme şeklinde örgütlendiklerini göstermektedir. Bu nedenle, burada KOBİ'ler hakkında biraz daha bilgi vermek yararlı olacaktır.

KOBİ'lerin tanımı konusunda bir görüş birliği yoktur. Çünkü bu tanım yapılırken çalışan sayısı, satışlar, sermaye, yönetim biçimi, enerji tüketimi gibi değişik ölçütler dikkate alınmaktadır. Dahası, ülkeden ülkeye bir işletmenin büyük, orta veya küçük tanımına girmesinde farklılıklar gözükmemektedir. Bu, söz konusu ülkenin ekonomik büyüklüğü ile örgütlenme geleneğiyle de ilgilidir. Sözgelimi Almanya'da çok büyük ve hiyerarşik örgütlenmeler yaygın iken, İtalya'da daha küçük ve orta ölçekli örgütlenmeler yaygındır.

Bütün bu farklılıklara ve her tanımın getireceği kısıtlamalara karşın, bir tanım yapılması gerekmektedir. Uygulamada KOBİ tanımı yapılırken en sık kullanılan ölçüt işletmenin istihdam ettiği çalışan sayısıdır. Değişik kuruluşlar farklı tanımlar yapsa bile en yaygın olarak kullanılan ölçüte göre çalışan sayısı :

1-9 kişi olan işletmeler mikro

10-49 olanlar küçük

50-250 olanlar orta ölçekli işletmeler olarak adlandırılmaktadır.

### 2.3.1 KOBİ'lerin Önemi

Bu noktada KOBİ'lerin Türk ekonomisi açısından önemini vurgulamak adına KOBİ'lere ilişkin sağlanan bilgilere bakmak gerekir. KOSGEB'in ([www.kosgeb.org.tr](http://www.kosgeb.org.tr)) değerlendirmesine göre, işyeri sayısı, çalışanlar sayısı ve katma değer olmak üzere üç önemli göstergeye bakıldığında küçük ve orta ölçekli işletmelerin ülkemizin gerek sosyal gerekse ekonomik dokusunda önemli bir yer işgal etmektedirler.

- Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri imalat sanayiinde faaliyet gösteren işletmelerin % 99.5'ini oluşturmaktadır.
- İmalat sanayiindeki istihdamın % 61.1'i Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinde yer almaktadır.

- Yaratılan katma değerde ise Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinin payı ise % 27.3'dür.

**Tablo: KOS İşletmelerinin Ölçeksel Dağılımı**

Sanayi Ölçeği	İşletme Sayısı	İşletme Payı (%)	Çalışan Sayısı	Çalışan Payı (%)	Katma Değer (Trilyon TL)	Katma Değer Payı (%)
<b>Küçük Ölçekli Sanayi (1-49)</b>	194.546	98.4	721.469	47.1	37.9	14.1
<b>Orta Ölçekli Sanayi(50-199)</b>	2.247	1.1	213.676	14.0	35.6	13.2
<b>KOS(1-199)</b>	196.793	99.5	935.144	61.1	73.5	27.3
<b>Büyük Sanayi (200+)</b>	982	0.5	595.601	38.9	194.9	72.7
<b>TOPLAM İMALAT SANAYİ</b>	197.775	100.00	1.530.745	100.00	268.4	100.00

**Tablo: Çeşitli Büyüklükteki İşletmelerin Türkiye Ekonomisine Katkıları**

		1-9	10-24	25-49	50-99	100-150	151-200	201-250	251-500	501+	Toplam
<b>1992</b>	İşyeri sayısı	94,35	2,07	1,96	0,71	0,29	0,14	0,09	0,23	0,17	100,00
	İstihdam	34,69	3,60	8,05	6,45	4,55	3,21	2,78	10,55	26,13	100,00
	Katma Değer	7,37	1,61	4,82	5,46	4,49	3,45	3,80	18,00	51,02	100,00
<b>1993</b>	İşyeri sayısı	94,71	1,75	1,89	0,70	0,29	0,15	0,09	0,24	0,16	100,00
	İstihdam	34,20	3,16	8,11	6,56	4,78	3,53	2,84	11,25	25,57	100,00
	Katma Değer	6,94	1,57	4,69	5,46	4,87	4,23	3,98	18,71	49,54	100,00
<b>1994</b>	İşyeri sayısı	94,89	1,63	1,86	0,69	0,30	0,15	0,09	0,22	0,17	100,00
	İstihdam	35,20	3,02	8,07	6,58	4,98	3,56	2,88	10,53	25,17	100,00
	Katma Değer	5,71	1,47	5,07	6,18	5,25	4,32	3,83	20,01	48,16	100,00
<b>1995</b>	İşyeri sayısı	94,88	1,76	1,80	0,67	0,29	0,14	0,08	0,22	0,16	100,00
	İstihdam	35,10	3,10	8,05	6,60	4,98	3,55	2,87	10,55	25,20	100,00



	Katma Değer	7,20	1,46	5,03	6,10	5,10	4,30	3,81	20,00	47,00	100,00
1996	İşyeri sayısı	94,75	1,91	1,75	0,66	0,32	0,13	0,07	0,24	0,17	100,00
	İstihdam	33,75	3,91	8,06	6,70	5,01	3,58	2,88	10,54	25,57	100,00
	Katma Değer	6,60	1,50	5,05	6,20	5,20	4,20	3,82	19,00	48,43	100,00
1997	İşyeri sayısı	94,41	1,89	1,87	0,83	0,32	0,18	0,09	0,23	0,18	100,00
	İstihdam	32,40	3,90	8,10	6,90	4,99	3,59	2,89	10,59	26,64	100,00
	Katma Değer	6,50	1,49	5,03	6,10	5,20	4,28	3,80	19,60	48,00	100,00

**Tablo: Çeşitli Ülkelerde Küçük İşletmelerle İlgili Ekonomik Göstergeler**

	A.B.D.	ALM.	HİND.	JAP.	İNG.	G. KORE	FRA.	İTA.	TÜRK.
Küçük İşletmelerin Toplam İşletmelere Oranı	97.2	99.8	98.6	99.4	96.0	97.8	99.9	97.0	98.8
Küçük İşletmelerde İstihdam Oranı (%)	50.4	64.0	63.2	81.4	36.0	61.9	49.4	56.0	45.6
Küçük İşletmelerin Yatırım Payı (%)	38.0	44.0	27.8	40.0	29.5	35.7	45.0	36.9	6.5
Küçük İşletmelerin Üretim Payı (%)	36.2	49.0	50.0	52.0	25.1	34.5	54.0	53.0	37.7
Küçük İşletmelerin İhracat Payı (%)	32.0	31.1	40.0	38.0	22.2	20.2	23.0	-	8
Küçük İşletmelere Verilen Kredi Payı (%)	42.7	35	15.3	50.0	27.2	46.8	48.0	-	3-4

### 2.3.2 Türkiye’de Girişimcilik Sorunları

Girişimler genellikle Küçük ve orta büyüklükte hayata başladıklarından KOBİ’lerin sorunlarıyla girişimciliğin sorunlarını beraber incelemek gerekmektedir. KOBİ’lerin büyük işletmelerle benzeşik ve farklı sorunları vardır. Girişimcilik sorunları çevresel faktörlerden kaynaklanacağı gibi girişimcinin kendisinden ve kurduğu işletmenin yapısal özelliklerinden de kaynaklanabilir.

Özellikle girişimcilerin eğitim düzeylerinin düşük olması, Özgüven eksikliği, karasızlık, teknolojik yetersizlik, girişimcilerin iş sahibi olmanın gerektirdiği sorumluluğa sahip olmaması, işini sevmemesi,

yöneticilik yeteneğinin olmaması, uzun dönemli bir amaca (iş stratejisine) sahip olmaması girişimciden kaynaklanan girişimcilik sorunlarına birer örnek olarak verilebilir. Ancak girişimciden kaynaklanan sorunların piyasadan kaynaklanan sorunların derinleşip ağırlaşmasına sebep olacağı gibi, fırsatlarında değerlendirilememesine neden olacağı da düşünülmelidir.

Burada Girişimciliğin sorunları bu üç sorun kaynağı düşünülerek genel olarak ifade edilecektir :

**(a) Yapısal ve Hukuki Sorunlar:** Devlet bürokrasisi, anti-girişimci iklim ve bunun getirdiği mevzuat tıkanıklığı, görece düşük işgücü kalitesi; yasal konularda sıkıntı; çevre analizinde eksiklik (kendisine sağlanan imkanlardan haberdar değil), yoğun rekabet baskısı, zayıf finansal yapı, asgari ücret, vergi ve sosyal güvenlik uygulamalarından doğan güçlükler v.b...

**(b) Yönetim Sorunları:** Üst yöneticiye bağımlılık, tek merkezli karar alma süreçlerinin işletilmesi; karar almada sistematik ve bilimsel yöntemlerin kullanılmaması, Yönetimin güncel konularının bilinmemesi, Profesyonel hareket etme anlayışının eksikliği, Yeterli yetkinliğe sahip insan kaynağının bulunamaması yada bulunanların pahalı olması, pozisyonlar arasında rol belirsizliği, biçimsel bilgi akışı eksikliği, Kurumsallaşmanın yukarıdaki ilgili nedenlerle sağlanamayışı, Yöneticilerin çoğunun teknik kökenli olması, vb.,

**(c) Pazarlama sorunları:** Pazarlama bölümünün olmayışı, Pazarlamaya ilişkin yeterli bilginin olmayışı, Pazar araştırmalarının yapılmayışı, Hedef pazarların ve pazarlama stratejilerinin olmayışı-belirlenemeyişi, Pazar bilgisi eksikliği, İl-bölge dışına çıkmada sıkıntı; Uluslararası pazarlara açılmada sıkıntılar v.b..

**(d) Finansman Sorunları:** Toplam kredi içinde KOBİ'lerin aldığı pay son yıllarda yükselse de hala arzu edilen noktalarda değildir. Finansmanla ilgili olarak KOBİ'lerin sorunlarını şöyle özetleyebiliriz; Öz sermaye yetersizliği, sermaye piyasasına girişte sorunlar, tasarruf yetersizliği, faiz oranları yüksek, bağımlılıktan dolayı alacak tahsilinde sıkıntı, sağlanan finansal haklardan habersiz olmak, yenilikçi ve teknolojiye dayalı firmaların gelişmesinin arkasındaki en büyük destek olarak görülen risk sermaye sektörünün henüz gelişmemiş olması, ekonomik ve siyasi belirsizlik yüzünden işletmelerin büyümeyi finanse etmeyi riskli olarak görmeleri v.b..

**(e) Üretim Sorunları:** Fizibilite çalışmaları yapmama- yapamama, yatırım yerini doğru seçememe, ölçek ekonomisinin imkanlarından yararlanamadığı için rekabet gücünü kaybetme; tedarikte sıkıntı-yüksek fiyat, kaliteli hammadde bulmada sıkıntılar, yüksek maliyetli ileri teknolojileri uygulamada

sıkıntı, talep tahmininde sıkıntı, düşük kalite-yüksek maliyet, Kalite güvence desteği eksikliği ve bu sistemlerin temsilcisi durumunda olan şirketlerin bunu istismar etmeleri v.b..

**Özetle,** Türkiye girişimcilik ve işletmecilik açısından bakıldığında köklü bir geleneğe sahip değildir. Büyük holdinglerde bile ikinci ve yeni yeni üçüncü kuşak şirket yönetiminde söz sahibi olmaya başlamıştır. Bunun ötesinde, sanayi kuruluşlarının az sayıda ilde odaklanması işletmecilik ve girişimcilik yeteneğinin ülke geneline yayılmasının önündeki bir diğer engel olarak gözükmektedir. Her şeye rağmen Anadolu'nun Konya, Kayseri, Denizli, Manisa, K.Maraş, Gaziantep gibi bazı illeri giderek kabuğunu kırma ve bir sanayileşme ve işletmecilik kültürü geliştirme yönünde önemli adımlar atmaya başlamışlardır. Bunun yanında artık uluslararası pazarlarda da giderek söz sahibi olmaya başlayan işletmelerin varlığı dikkati çekmektedir. Bütün bu veriler ışığında Türkiye'de bazı temel sorunlar (örneğin devlet kredi ve teşviklerinin dağıtımında girişimciliğin özendirilmesi ve KOBİ paylarının artırılması, veya KOBİ'lere için yeni örgütlenme modelleri geliştirilmesi, onlara eğitim ve eleman gibi konularda bazı desteklerin verilmesi) çözüldüğünde gelecekte daha güçlü bir işletmecilik geleneğiyle daha güçlü bir milli ekonominin oluşması sağlanabilecektir.

## **OKUMA PARÇASI:**

### ***GİRİŞİM DESTEKLEME AJANSLARI***

*Girişim Destekleme Ajansı (GDA) ya da Girişim Destekleme Şirketi, işsizlikle mücadele için kurulan ve amacı, kişilere çeşitli beceriler kazandırılmasını sağlayıp, böylece onların daha kolay iş bulmalarına ya da kendi işlerini kurmalarına yardımcı olmak olan bir, "kar amacı gütmeyen ticari şirket" dir.*

*Ortaklarının, özel kişi ve kuruluşlar olması dolayısıyla bir özel sektör niteliği taşıyan GDA, kar gayesi gütmemesi dolayısıyla da kamusal nitelik taşımaktadır. Bu ikiz özelliği dolayısıyla GDA'lara Batı ülkelerinde "Üçüncü Sektör" adı verilmektedir.*

### ***GDA İhtiyacı Neden Doğmuştur?***

*Girişim Ajansı (enterprise agency) adıyla ilk örnekleri İngiltere ve A.B.D. de görülen GDA'lar, "Sosyal Çölleşme" ve bununla bağlantılı, "Sosyal Sorumluluk" denilen iki kavrama dayalı olarak ortaya çıkmışlardır.*

*Tanım olarak "Sosyal Çölleşme", kendi içinde karlı olarak çalışıp, çalıştırdıklarına da iyi imkanlar sağlayabilen kuruluşların, çevrelerindeki sosyal yaşantıda, işsizlik, gelir yetmezliği ve bağlantılı sosyal sorunların bulunması ve bu sorunların giderek, o kuruluşlar içindeki olumlu ortamları (yeşil alan) bir çöle çevirmesine verilen addır. "Sosyal Sorumluluk" ise, sosyal çölleşmeye karşı durabilmek amacıyla, kuruluş sahiplerinin duydukları sorumluluğa denilmektedir.*

*Gelişmiş ülkelerde, kuruluşların cirolarının %1 ila 2.5'ünü, sosyal sorumluluk payı olarak ayırmaları ve bunu nakdi ve/ya ayni olarak harcamaları alışılmış bir uygulamadır.*

*Ayrılan bu paylar yoluyla işsizlikle mücadele edilir, kişilere gerekli beceriler kazandırılır ve onların iş bulmaları ya da iş kurmaları kolaylaştırılmış olur.*

*Bu çabalar bir uzmanlık gerektirir. Bu nedenle, her sosyal sorumluluk payı ayıran kuruluşun, bireysel olarak bu çabaları harcaması doğru olmadığı gibi çoğu zaman mümkün de değildir. İşte bu nedenlerle kuruluşlar biraraya gelerek, ayırdıkları sosyal sorumluluk paylarını heba etmeden harcamak üzere Girişim Destekleme Ajanslarını kurarlar. Diğer yandan Devlet de, bu yararlı örgütlere çeşitli destekler sağlar.*

### ***GDA Nasıl Çalışır?***

*Bir GDA, birçok havuzu bulunan ve bu havuzlarda, iş kurmak ya da iş bulmak isteyenlerin ihtiyacı olan çeşitli destekleri (Çok Yönlü Destek) bulunduran bir sisteme benzetilebilir.*

*Havuzlardan birisinde mali kaynaklar, birisinde işyerleri, birisinde uzman personel zamanları, bir diğerinde ise çeşitli kuruluşlar tarafından verilmiş satınalma güvenceleri bulunur. Sadece birkaç çeşit havuzu bulunan GDA'lar bulunabileceği gibi çok sayıda havuza sahip olanları da bulunabilir.*

*GDA, hangi tür kişileri ve girişimleri destekleyecekse, onlara uygun sayı ve büyüklükte havuz bulunduracaktır.*

*İş bulmak ya da iş kurmak isteyenlerin çeşitli desteklere ihtiyaçları vardır.*

*Genel kanı, iş kurmak isteyen başlıca gereksiniminin para olduğu ise de bu çoğu zaman doğru değildir. Para, iş kurmak isteyen bir kişinin ihtiyaçları içinde önemli yer tutan, ama ilk sırada yer almayan bir ögedir. İş bulmak ya da kurmak isteyen bir kişinin gereksinimleri arasında:*

- iş konusu ile ilgili beceri kazanmak,
- iş bulma ya da iş kurma konusunda gereken becerileri kazanmak,
- girişimcilik eğitimi
- işyeri
- uzman personel (hukuki, mali, teknik vbg konularda danışmak için)
- kredi teminatı
- pazarlama
- iş idaresi
- para (hibe+kredi+hisse satışı vb) bulunmakta olup bunların bütününe Çok Yönlü Destek adı verilmektedir.

GDA bünyesinde bulunan her bir havuzda, bu desteklerden birisi bulunur. Her havuzun bir giriş, bir de çıkışı bulunduğu düşünülmelidir. Girişlerden, havuza ilgili konuda destek gelmekte, çıkışlardan ise iş bulacak ya da kuracak kişilere destek verilmektedir.

Diğer yandan da destek verilen kişiler, iş bulur ya da kurarlarsa sahip olacakları gelirden bir payla geri ödeme yapacaklardır. Böylece havuzun dengesine olumlu katkıda bulunurlar.

Başarılı bir GDA, her havuzunun gelirleri ile giderleri arasında uygun bir denge kurabilmeli, böylece kendi işletme masraflarını da karşılamış olmalıdır.

### **Destek Havuzları Nasıl Dolar?**

GDA'nın havuzları üç ayrı yoldan dolabilir; GDA kurucularının aynı ve/ya nakdi katkıları, kurucu olmamakla birlikte sosyal sorumluluk hissedenlerin katkıları ve nihayet devletin katkıları. Bir GDA'nın, fonksiyonlarını yapabilmesi, çeşitli havuzlarının doluluğuna, bu ise gerekli tanıtımı yapabilmesine, güven yaratabilmesine ve başarılı olabilmesine bağlıdır.

GDA kültürü henüz yeterince gelişmemiş ülkelerde (Türkiye gibi), başlangıçta, gereken desteğin büyük bölümünün devletten gelmesi zorunludur.

Türkiye'de Geliştirme ve Destekleme Fonu, bu tür kuruluşları (GDA) desteklemeye uygun mevzuata sahiptir.

Parasal havuzda, hibe ve değişik koşullu krediler bulunabilir. Bir kısım kuruluş havuza hibe şeklinde katkıda bulunurken, bankalar ve diğer finans kuruluşları düşük veya normal faizli krediler verebilirler.

Devlet ise hibe ve/ya geri ödemeli kaynaklar tahsis edebilir.

*GDA ise, böylece biriken kaynakları daha değişik koşullarla, ama her durumda girişimcinin başarı grafiğine bağlı olarak sityasyonlar şeklinde dağıtır ve yönetirler.*

*Uzman personel havuzunda, çeşitli destekleyici kuruluşların (sponsor), mesaisinin bir kısmı veya tamamını, bir süre için, girişimcilerin ihtiyaçlarını karşılamaya tahsis eden uzmanları bulunur. Bunlara (secondee) adı verilmekte olup, dilimize ödünç personel olarak çevrilebilir. Ödünç personel, bir girişimcinin ihtiyacı olan, ama başlangıçta masrafına katlanamayacağı çeşitli hizmetleri (hukuk, maliye, finansman, teknik konular) verirler.*

*Batı'da ödünç personel usulü, daha üst bir pozisyona getirilmesi düşünülen personel için bir "Başarı Testi" anlamına gelmektedir.*

*Satınalma güvencesi havuzunda, bir girişimcinin ihtiyacı olan en önemli destek bulunmaktadır. O da, üreteceği mal veya hizmetin, belirli koşullara uyulduğu sürece satın alınacağına (herhangi bir destekleyici tarafından) güvence verilmiş olmasıdır.*

*İşyeri havuzunda, bir binanın bir kısmının kullanım hakkı ya da işyeri olabilecek bir yapının mülkiyeti bulunabilir.*

*Bu tür destekler, özel veya kamu kuruluşlarından, vakıf ve derneklerden gelebilir.*

*Bu desteklerden birisi ve belki de en değerlisi "Girişimcilik Eğitimi" dir. Bu, çevresine bakmayı öğrenmek ya da çevresindeki ihtiyaçları görebilmek demektir.*

*Başarılı girişimciler, çevrelerindeki ihtiyaçları görebilen ve onları iş haline getirebilen insanlardır.*

*Bir GDA'nın sağlayacağı desteklerden birisi de işte bu, "İhtiyaçların Farkına Varabilme Becerisi" kazandırmaktır.*

*Bunun dışında da destek türleri bulunabilir ve ilgili havuzda, yukarıdakilere benzer biçimde bulunurlar. GDA yöneticisi, hizmetlerini iyi tanıtıabildiği ölçüde destek havuzlarını da doldurabilecektir.*

*Bugün, başta işsizlik olmak üzere birçok önemli sorunumuzun altında "yeni işler yaratamamak" yatmaktadır. Bu konuda kafa yorulmamasının bir sonucu olarak da, yeni işlerin, ya kamu*

*kadrolarına ek personel almak ya da yeni yatırımlar yapmak gibi biri tamamen diğeri de kısmen yanlış olan iki yetersiz seçenek yoluyla yaratılabileceği gibi bir yanlışla saplanılmıştır.*

*Girişim Destekleme Ajansları, bu çıkmaz sokaktan kurtulmanın en etkin araçlarından birisidir.*

**KAYNAK: <http://www.tinaztitiz.com/yazi.php4?id=40>**

### **ÇALIŞMA SORULARI**

- İlinizde aklınıza gelen başlıca KOBİ'leri belirleyip bunların kaçınıcı kuşak aile üyelerince yönetildiklerini araştırın. Aile üyelerince yönetiliyor olmak KOBİ'ler için ne tür üstünlüklere ve sakıncalara yol açmaktadır?
- Türkiye'de köklü bir girişimcilik ve işletmecilik geleneğinin olmamasının nedenleri ne olabilir?
- Dört üniversite öğrencisi arkadaşınızla görüşün. Onlara mezun olduklarında kendi işlerini mi kuracaklarını, özel sektörde mi çalışacaklarını yoksa devlet memuru mu olmayı amaçladıklarını sorun ve bunun gerekçesini öğrenin?
- Girişimci dendiğinde aklınıza gelen iki kişiyi belirleyin. Bunların hangi özellikleri sizde böyle bir çağrışım yapmaktadır?