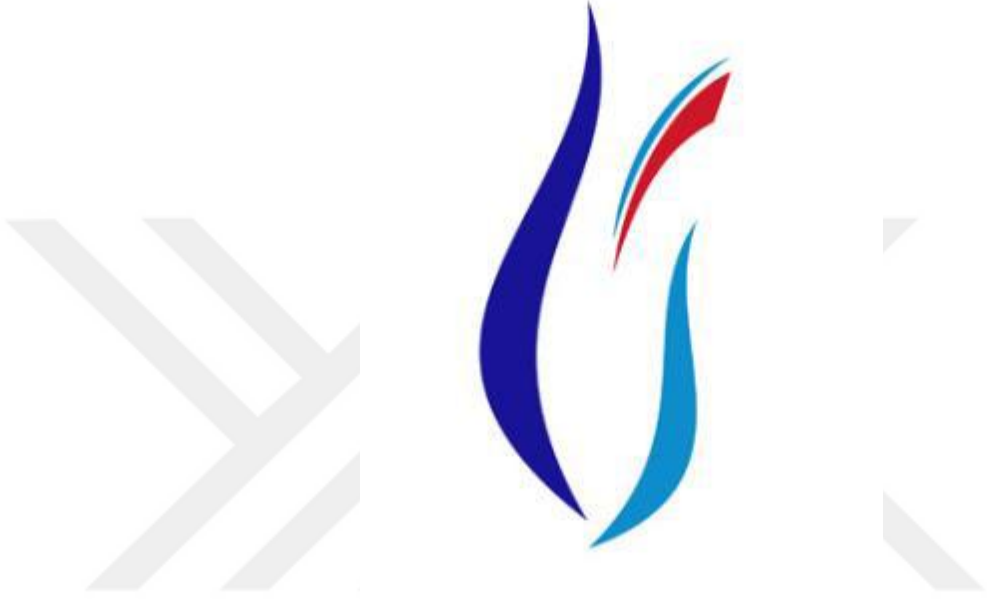


**T.C.
MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**



**BİREYSEL, KÜLTÜREL VE ÇEVRESEL FAKTÖRLERİN
GİRİŞİMCİLİK NİYETİNE ETKİSİ**

Manisa, 2019

T.C.
MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÖNETİM VE ORGANİZASYON PROGRAMI

BİREYSEL, KÜLTÜREL VE ÇEVRESEL FAKTÖRLERİN
GİRİŞİMCİLİK NİYETİNE ETKİSİ

Sevgi PALTA

Danışman
Doç. Dr. Hande ŞAHİN

Manisa, 2019

	T.C. MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	Doküman Kodu	FRYL-031
	YÜKSEK LİSANS EĞİTİMİ FORMLARI	Yayınlanma Tarihi	26/03/2018
		Revizyon No/Tarih	2/23/03/2018
		Sayfa	1/1
Tez Savunma Sınavı Tutanağı			

TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI

Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 12/11/2019 tarih ve 41/Ek7 sayılı toplantısında oluşturulan jürimiz tarafından Manisa Celal Bayar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği'nin 9. Maddesi gereğince Enstitümüz İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Sevgi PALTA'nın "Bireysel, Kültürel ve Çevresel Faktörlerin Girişimcilik Niyetine Etkisi" konulu tezi incelenmiş ve aday 20/11/2019 tarihinde saat 14:00'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 60 dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin,

BAŞARILI olduğuna ☒ OY BİRLİĞİ ☐
DÜZELTME yapılmasına * ☐ OY ÇOKLUĞU ☒
RED edilmesine ** ☐ ile karar verilmiştir.

BAŞKAN

ÜYE

Doç. Dr. Asma ALTIN BİLİR
Arzu Altın

Doç. Dr. Hediye Şahin

ÜYE

Doç. Dr. Berç SEĞER

Evet

Hayır

Tez, burs, ödül veya Teşvik programına (Tüba, Fullbright vb.) aday olabilir.

☐ ☐

Tez, mutlaka basılmalıdır.

☐ ☐

Tez, mevcut haliyle basılmalıdır.

☐ ☐

Tez, gözden geçirildikten sonra basılmalıdır.

☐ ☐

Tez, basımı gereksizdir.

☐ ☒

* Bu halde adaya 3 ay süre verilir. İkinci tez savunma sınavında da başarısız olan öğrencinin Enstitü ile ilişkisi kesilir.

** Bu halde adayın Enstitü ile ilişkisi kesilir.

Hazırlayan
Enstitü Sekreteri

Onaylayan
Enstitü Müdürü

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Bireysel, Kültürel ve Çevresel Faktörlerin Girişimcilik Niyetine Etkisi” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

.../.../2019

Sevgi PALTA

İmza

ÖZET

BİREYSEL, KÜLTÜREL VE ÇEVRESEL FAKTÖRLERİN GİRİŞİMCİLİK NİYETİNE ETKİSİ

Küreselleşen dünyada kendine bir yer edinmeye çalışan Türkiye son yıllarda girişimciliğin önemini kavramaya başlamış ve girişimciliğin yaygınlaşması için çalışmalar yapmaktadır. Bu çalışmaların en hızlı ve etkin biçimde yönlendirilebilmesi için ilk adımın var olan Türkiye'deki durumun ortaya konulması gerekmektedir. Tez kapsamında derlenen ulusal ve uluslararası araştırmalar ve istatistikler ışığında Türkiye'nin girişimcilik potansiyeli ve bu potansiyelin kullanılmasını engelleyen sebepler değerlendirilmiştir. Yapılan araştırmalar Türkiye'nin girişimcilik potansiyelinin kendi içinde ve dünya ülkelerine göre önemli bir düzeyde olduğu göstermektedir. Ancak bireysel, ve kültürel çevresel nedenlerle ortaya çıkan sorunlar girişimcilerin harekete geçmesini durdurarak ya da yavaşlatarak Türkiye'nin sahip olduğu girişimcilik potansiyelinin açığa çıkmasını engellemektedir.

Bu araştırmanın amacı, girişimcilik ve girişimcilik niyeti konusunda yapılan araştırmaları inceleyerek Türkiye'deki girişimcilik niyetine bireysel, kültürel ve çevresel faktörlerin etkisi üzerinden genel durumu değerlendirerek eksiklerin belirlenmesini sağlamak ve bu bağlamda yön gösterecek bir çalışmayı ortaya koymaktır.

Girişimcilik potansiyelinin kullanılmasının ilk adımı girişimcilik niyetinin oluşturulması ve harekete geçirilmesidir. Ancak yapılan araştırmalar Türk toplumunda girişimciliğin kavram olarak tam olarak bilinmediğini, öneminin tam olarak kavranmadığını, girişimcilik kültürünün, politikalarının ve teşviklerinin girişimcilik niyetini oluşturmada yetersiz kaldığını ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Niyeti, Bireysel Faktörler, Kültürel Faktörler, Çevresel Faktörler, Türkiye.

ABSTRACT

THE IMPACT OF INDIVIDUAL, CULTURAL AND ENVIRONMENTAL FACTORS ON ENTREPRENEURSHIP INTENTION

A place for itself in the globalized world, Turkey has begun to acquire a working understanding of the importance of entrepreneurship in recent years and is working to spread entrepreneurship. These studies are the first step is to quickly and effectively directed the state should be introduced in Turkey. National and international research thesis and in the light of the statistics compiled within Turkey's entrepreneurial potential and the reasons that prevent the use of this potential has been evaluated. The research in Turkey's own entrepreneurial potential and shows that there is a significant level by world countries. However, an individual is prevented by stopping the action of the cultural and environmental reasons, the problems are entrepreneurs or slowing the exposure of Turkey that have entrepreneurial potential.

The first step in utilizing the potential of entrepreneurship is the creation and mobilization of entrepreneurial intent. However, researches reveal that the concept of entrepreneurship in Turkish society is not fully understood, its importance cannot be fully understood, and that the entrepreneurship culture, policies and incentives are insufficient to form the intention of entrepreneurship.

The purpose of this research by examining research conducted in entrepreneurship and entrepreneurial intentions of individual entrepreneurial intent in Turkey is to ensure cultural and identification of missing assessing the overall situation on the effect of environmental factors and reveals a study to show the direction in this regard.

Keywords: Intent Entrepreneurship, Personal Factors, Cultural Factors, Environmental Factors, Turkey.

TEŞEKKÜR

Çalışmamın her aşamasında ve yüksek lisans eğitim sürecimde, ilgisini ve yardımını esirgemeyerek, bilgi ve deneyimleriyle bana her zaman destek olan, yol gösteren ve tez çalışmamı tamamlamamda büyük emeği olan danışman hocam Sayın Doç. Dr. Hande ŞAHİN' e sabırları ve katkılarından dolayı sevgi, saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

Hayatım boyunca desteklerini yanımda hissettiğim, annem ve babama sonsuz saygı ve sevgilerimi sunarım. Son olarak daima yanımda olduğunu hissettiğim, destek ve sevgisini hiçbir zaman benden esirgemeyen, sözleriyle beni yüreklendiren, bana olan inancıyla gücüme güç katan sevgili hayat arkadaşım Ali PALTA' ya ve çekirdek ailemizin küçük üyesi, güzel kızımıza çalışmam boyunca gösterdikleri sabır, anlayış ve ilgiden dolayı en içten teşekkürlerimi sunarım.

Sevgi PALTA

Manisa, 2019

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

YEMİN METNİ.....	iv
ÖZET	v
ABSTRACT.....	vi
ÖNSÖZ/TEŞEKKÜR	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
KISALTMALAR.....	xi
TABLolar LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiv
GİRİŞ.....	1

BÖLÜM 1

GİRİŞİMCİLİK

1.1 Girişim, Girişimci ve Girişimcilik	4
1.2 Girişimciliğin Önemi ve Amaçları	6
1.3 Girişimcilik Süreci	9
1.4 Girişimci Özellikleri.....	11
1.5 Girişimcilik Türleri	12
1.5.1 Genç Girişimcilik	12
1.5.2 Kadın Girişimciliği.....	13
1.5.3 Sosyal Girişimcilik.....	15
1.5.4 İç Girişimcilik.....	16
1.5.6 Kurum İçi Girişimcilik.....	17
1.5.5 Kamu Girişimciliği.....	18
1.5.7 Dijital Girişimcilik	19
1.5.8 Stratejik Girişimcilik	20
1.5.9 Yeşil (Eko) Girişimciliği	21

BÖLÜM 2

GİRİŞİMCİLİK NİYETİ VE ETKİ EDEN FAKTÖRLER

2.1 Girişimcilik Niyeti.....	23
2.1.1 Girişimci Etkinlik Modeli.....	24
2.1.2 Girişimcilik Niyet Modeli.....	24
2.1.3 Planlanmış Davranış Modeli	25
2.1.4 Girişimsel Tutum Oryantasyonu Modeli	25

2.1.5 Temel Eğitim Modeli	25
2.1.6 Davidsson Modeli	26
2.2 Girişimcilikte İtici ve Çekici Nedenler	26
2.2.1 İtici Nedenler	27
2.2.1.1 İşle ilgili sorunlar	27
2.2.1.2 Kariyerle ilgili sorunlar	27
2.2.2 Çekici Nedenler	28
2.2.2.1 Sosyal statü kazanmak	28
2.2.2.2 Güç ihtiyacı	28
2.2.2.3 Ekonomik düzeyi yükseltmek	28
2.2.2.4 Yeni ürün ve fikirleri uygulamak	29
2.2.2.5 Bağımsız ve özgür çalışma isteği	29
2.3 Girişimcilik Niyetini Etkileyen Temel Faktörler	29
2.3.1 Bireysel Faktörler	31
2.3.1.1 Demografik Faktörler	32
2.3.1.1.1 Yaş	32
2.3.1.1.2 Cinsiyet	34
2.3.1.1.3 Eğitim	35
2.3.1.1.4 İş deneyimi	36
2.3.1.2 Psikolojik faktörler	36
2.3.1.2.1 Başarı ihtiyacı	37
2.3.1.2.2 Bağımsızlık arzusu	38
2.3.1.2.3 Yaratıcılık	38
2.3.1.2.4 Yenilikçilik	39
2.3.1.2.5 Kontrol odağı	39
2.3.1.2.6 Risk alma	40
2.3.1.2.7 Belirsizliğe tolerans	41
2.3.2 Kültürel Faktörler	41
2.3.2.1 Güç mesafesi	43
2.3.2.2 Belirsizlikten kaçınma	43
2.3.2.3 Baskın değer (erillik/dışılık)	44
2.3.2.4 Bireycilik/toplulukçuluk	45

2.3.3 Çevresel Faktörler	48
2.3.3.1 Ailenin etkisi.....	48
2.3.3.2 Eğitim sisteminin etkisi	52
2.3.3.3 Politik sistemin etkisi	53
2.3.3.4 Ekonomik sistemin etkisi.....	54

BÖLÜM 3

TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİK NİYETİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1 Dünyada Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	58
3.2 Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi	63
3.2.1 Anadolu’da Girişimcilik	63
3.2.2 Osmanlı Döneminde Girişimcilik	64
3.2.3 Cumhuriyet Döneminde Girişimcilik.....	66
3.3 Türkiye’de Girişimcilik Potansiyelinin Boyutları	69
3.4 Türkiye’de Bireysel, Kültürel ve Çevresel Faktörlerin Girişimcilik Niyetine Etkisi	74
3.4.1 Türkiye’de Bireysel Faktörlerin Girişimcilik Niyetine Etkisi	74
3.4.1.1 Yaş.....	74
3.4.1.2 Cinsiyet	77
3.4.1.3 Eğitim.....	80
3.4.1.4 İş deneyimi.....	83
3.4.1.5 Psikolojik etkenler	85
3.4.2 Türkiye’de Girişimciliği Etkileyen Kültürel Faktörler	87
3.4.2.1 Güç mesafesi.....	90
3.4.2.2 Belirsizlikten kaçınma	91
3.4.2.3 Baskın değer (erillik/dışılık)	92
3.4.2.4 Bireycilik/toplulukçuluk	93
3.4.2 Türkiye’de Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörler	96
3.4.2.1 Türkiye’de Ailenin Girişimcilik Niyetine Etkisi.....	96
3.4.2.2 Türkiye’de Eğitim Sisteminin Girişimcilik Niyetine Etkisi ...	97
3.4.2.3 Türkiye’de Politik Sistemin Girişimcilik Niyetine Etkisi	101
3.4.2.4 Türkiye’de Ekonomik Sistemin Girişimcilik Niyetine Etkisi	106
SONUÇ.....	117
KAYNAKÇA.....	124

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ANKİGAD	Girişimci İş Kadınları ve Destekleme Derneği
Ar-Ge	Araştırma ve Geliştirme
AVGİD	Avrasya Genç Girişimciler Derneği
ÇATOM	Çok Amaçlı Toplum Merkezleri
GEDİ	Küresel Girişimcilik ve Gelişim Enstitüsü (The Global Entrepreneurship and Development Institute)
GEM	Global Entrepreneurship Monitor (Dünya Girişimcilik Platformu)
GEI	Global Girişimcilik Endeksi (Global Entrepreneurship Index)
GGM	Genç Girişimciler Merkezi
GGYD	Genç Girişim Yönetişim Derneği
GİDEM	Girişimci Destekleme Merkezleri
GSYH	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
İGİD	İzmir Genç İş Adamları Derneği
İSGİD	İstanbul Genç Girişimciler Derneği
İŞKUR	Türkiye İş Kurumu
KA-MER	Kadın Merkezi
KEDV	Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı
KOBİ	Küçük ve Orta Ölçekli İşletme
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development/ (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü)
SRAP	Sosyal Riski Azaltma Projesi
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
TEA	Total Early-Stage Entrepreneurship Activity (Toplam Erken Evre Girişimcilik Faaliyeti)
TEGEV	Teknolojik Eğitimi Geliştirme Vakfı
TİSVA	Türkiye İsrafi Önleme Vakfı

TKV	Türkiye Kalkınma Vakfı
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSEV	Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı
UİG	Ulusal İnovasyon Girişimi



TABLÖLAR LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 1. Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması.	14
Tablo 2. Dünya’da Toplam Girişimcilik Aktivitesi.	33
Tablo 3. Cinsiyete Göre İşveren Girişimci Oranları	78
Tablo 4. Türkiye’de Girişimciliğin Eğitim Altyapısının Yeterliği	100
Tablo 5. Türkiye’de Girişimciliğin Politik Altyapısının Yeterliği	104
Tablo 6. Türkiye'deki Girişimciliği Etkileyen Ekonomik ve Politik Sistem. .	112
Tablo 7. Türkiye’de Girişimcilik ve Kobi’lere İlişkin Gelişmeler.	113
Tablo 8. Türkiye’de Girişimciliğin Ekonomik Altyapısının Yeterliği	116



ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa No
Şekil 1. Girişimcilik Sürecindeki Temel Faktörler.	10
Şekil 2. Yaşam Süresine Göre Girişimler.	10
Şekil 3. Girişimcilik süreci içinde niyetin yeri.	31
Şekil 4. Kolektivist Toplum Özellikleri.	45
Şekil 5. Bireyci Toplum Özellikleri.	46
Şekil 6. Aile-Girişimcilik Kişilik İlişkisi.	49
Şekil 7. Ekonomik Sistemler.	55
Şekil 8. Girişimcilik ve Ekonomik Büyüme İlişkisi.	56
Şekil 9. Çağdaş Girişimciliğin Tarihsel Gelişim Süreci.	59
Şekil 10. Dünya Ülkelerine Göre Türkiye'deki Nüfus Artış Oranı.	70
Şekil 11. Türkiye İşgücü Göstergeleri (Haziran 2019).	70
Şekil 12. Türkiye'deki İşsizlik Oranının Değişimi (2000-2018).	71
Şekil 13. Türkiye ve Dünya Ülkelerindeki İşsizlik Oranları.	72
Şekil 14. Genç İşsizlik Oranları.	75
Şekil 15. Cinsiyete Göre İşgücü Oranları.	78
Şekil 16. Eğitim Durumuna Göre İşsizlik Oranları.	81
Şekil 17. Faaliyet Gösteren Girişimlerin Değişimi.	83
Şekil 18. Girişimciliği Etkileyen Psikolojik Faktörlerin Değişimi.	85
Şekil 19. Cumhuriyet Dönemi'nde Dış Ticaret (1923-1950).	108
Şekil 20. Cumhuriyet Dönemi'nde Dış Ticaret (1923-2018).	110

GİRİŞ

Girişimcilik tüm dünyada hem teorik olarak hem uygulamada ilginin gittikçe arttığı bir alan olarak dikkat çekmektedir. Ülkelerin kalkınmasının, toplumların ve bireylerin refaha kavuşmasının bir yolu olarak görülen girişimciliğin, teşvik edilmesi ve ilginin daha da yaygınlaşması birçok açıdan önemli görölmektedir.

Küreselleşen dünyada bireylerden aileye, ülke yönetimlerinden, dünya ülkelerine kadar farklı açılardan girişimciliğe ihtiyaç duyulma sebepleri de farklılaşmaktadır. Ekonomik ve politik sebepler, ülkelerin kalkınması ve refah seviyesinin artması, işsizlik sorunuyla baş etme, teknolojik yenilik ve rekabet, uluslararası pazarlarda söz sahibi olmak, kendini gerçekleştirmek, iş ortamında maruz kalınan psikolojik ve fiziksel şiddetten kaçınma gibi hem makro hem de mikro alanda birçok soruna çare olarak girişimcilik teşvik edilmekte ve desteklenmektedir.

İnsan ise hem sorunların kaynağı hem de çözümü olarak sorunların merkezinde yer almaktadır. Dünyada gittikçe artan nüfus yoğunluğuna bağlı olarak gelişen işsizlik, kaynakların azalması, çevre kirliliği gibi sorunlara yine beşerî kaynak olarak değerdendirilen insanın potansiyelini fark ederek kullanabilmesi ve farklı biçimleri ile çözümler bulabilmesi beklenmektedir.

Girişimciliğin hem kalkınmadaki hem teknolojik yenilik geliştirmedeki rolü anlaşıldıkça daha çok insana ulaşmasını ve girişimciliğin gücünün farkına varılmasını sağlamak ülkeler ve bireyler boyutunda başlıca hedef haline gelmektedir. Sorunların çözümü için girişimcilik bilincine sahip olmak ilk adım olmakla birlikte tek başına yeterli olmamaktadır. Bireylerin aynı zamanda girişimcilik niyetine sahip olması ve eyleme geçmesi, başlanan işin sonucuna ulaşmak için hayati anlam taşımaktadır. Bu bağlamda girişimcilik özelliklerinin doğuştan geldiği, kadınların girişimci olamayacakları gibi kültürel yanılsamaların farkında olup girişimcilik potansiyelinin eğitimle ortaya çıkabileceğinin ve geliştirilebileceğinin zihinlere yerleştirilmesi gerekmektedir.

Yapılan araştırmalar bazı toplumlarda girişimcilik eğiliminin daha baskın olduğunu göstermektedir. Özellikle uluslararası bir kuruluş olan GEM bu bağlamda bazı ülkelerde neden diğerlerine göre girişimcilik eğiliminin daha

fazla olduğunu araştırmak için kurulmuştur (Bilginer, 2016: 37). Alanyazında en çok ilgi gören çalışma alanlarından biri girişimcilerin hangi faktörlere bağlı olarak girişimde bulunma ve kendi işini kurma niyeti taşıdıkları üzerinedir. Bu bağlamda girişimcilik niyetine etki eden faktörlerin araştırılması, girişimciliğin oluşabilmesi için uygun şartların yaratılması bakımından önem taşımaktadır.

Girişimcilik özellikle 1980 sonrası tüm dünyada etkin olmaya başlayan neo-liberal politikalar içinde bireysel teşebbüsü desteklemesi, artan işsizlik oranlarına bir çözüm olarak görülmesi gibi birçok bakımdan önem arz etmektedir. Hem dünyada hem Türkiye'deki literatür içinde girişimcilik üzerine hem teorik hem de alan araştırmasına dayalı birçok çalışma bulunmaktadır. Hazırlanmış olan bu tezi bu çalışmalar içinde önemli kılan nokta ise, bu alanda yazılmış teorik literatürün genel bir değerlendirmesini yapıp, girişimcilik ve girişimciliği etkileyen faktörlerin Türkiye özelinde değerlendirmesini yapmasıdır. Çalışmayı önemli ve görecel özgün kılan diğer bir nokta ise bu faktöre sosyo-kültürel ve tarihsel bağlama yerleştirmeye çalışmasıdır.

Girişimcilik tüm dünyada giderek artan bir olgudur. Sosyal, kültürel ve ekonomik birçok boyutu olan girişimciliğin Sosyal bilimler literatürü içindeki yeri de önemine paralel olarak artmaktadır. Hazırlanmış olan bu tezin temel problemi ise, Türkiye özelinde girişimciliği etkileyen bireysel, kültürel ve çevresel faktörlerin neler olduğudur.

Hazırlanmış olan bu tezin temel amacı girişimcilik niyetini etkileyen bireysel, kültürel ve çevresel faktörlerin neler olduğunu ortaya koymak, bu faktörleri Türkiye özelinde analiz etmektir. Bu çerçevede tez aşağıdaki sorulara yanıt aramıştır:

1. Girişimciliği etkileyen bireysel faktörler nelerdir?
2. Girişimciliği etkileyen kültürel faktörler nelerdir?
3. Girişimciliği etkileyen çevresel faktörler nelerdir?
4. Türkiye de girişimciliğin tarihsel gelişimi nasıl olmuştur?
5. Türkiye de girişimciliği etkileyen bireysel, kültürel ve çevresel faktörler nelerdir?

Tezin birinci bölümünde girişimcilik kavramının genel çerçevesi çizilmeye çalışılmış, girişim, girişimci ve girişimcilik kavramları, girişimciliğin

önemi ve amaçları, girişimcilerin sahip olması gereken özellikler ve girişimcilik türleri açıklanmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde girişimcilik niyeti ve girişimcilikte itici ve çekici nedenler, girişimcilik niyetini etkileyen temel faktörler esas alınmaktadır. Girişimciliği etkileyen bireysel, kültürel ve çevresel faktörler alt başlıkları ile birlikte detaylandırılmaktadır.

Üçüncü bölümde ise Türkiye’deki girişimcilik, girişimcilik potansiyelinin boyutları ve ülkemizde girişimcilik niyetini etkileyen bireysel, kültürel ve çevresel faktörler irdelenerek değerlendirilmektedir. Literatür kısmında belirtilen bilgilerden elde edilen çıkarımlar çerçevesinde ise Türkiye’de girişimcilik niyetini etkileyen bireysel, kültürel ve çevresel faktörlerin analizi, tarihsel ve yapısal bir çözümleme şeklinde sonuç bölümünde değerlendirilmiştir.

BÖLÜM 1

GİRİŞİMCİLİK

Tezin birinci bölümünde girişim, girişimci ve girişimcilik kavramlarına, girişimciliğin amaçları ve temel fonksiyonları, girişimciliğin önemi, girişimcilik süreci ve bu süreçte yaşanan zorluklar ve bazı girişimcilik türleri ele alınarak girişimcilik kavramına genel bir alt yapı sağlamak amaçlanmıştır.

1.1 Girişim, Girişimci ve Girişimcilik

“Bir şey yapmak” anlamı taşıyan girişimci kelimesi, girmek anlamına gelen “entre” ve almak, üstlenmek anlamına gelen “prendre” kelimelerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuştur. Ekonomik alanyazında ilk defa 1730 yılında Richard Cantillon tarafından kullanılmış ve tanımlanmıştır (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 67). Cantillon girişimciyi, bedeli belli olmayan bir miktara satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini satın alarak yarattığı katma değerle üretimde bulunan kişi olarak tanımlamıştır. Ekonomik açılarından mal ve hizmet üretimini gerçekleştiren ve gereksinimlerini karşılamak amacıyla üretim faktörlerini bir arada tutan kişi “girişimci” şeklinde adlandırılmaktadır (Karalar, 2001: 13). Geleneksel yaklaşımda girişimci bir kurumun faaliyetlerindeki riski, sorumluluğu ve idareyi yöneten kişi şeklinde adlandırılırken; bilgi toplumuna geçiş sürecinde girişimci kavramının yenilendiği ve girişimcinin yenilikleri hayata geçiren, risk almaktan çekinmeyen, fırsatları değerlendiren kişi şeklinde tanımlandığı görülmektedir (Arslan, 2002: 3).

Literatürde “girişimci” bireylerin tanımlanması ile ilgili pek çok farklı yaklaşımlar olsa da bunların tamamında vurgulanan ortak noktalar bulunmaktadır. Bu noktalar arasında bir girişimcide risk almak, yenilikçi olmak, üretim unsurlarını bir araya getirmek ve kazanç elde etmek gibi faaliyetler temel alınmaktadır (Hisrich et al. 1998: 9). Walras’a göre kapitalist, toprak sahibi ve işçinin dışında ekonomik düzendeki dört aktörden biri olan girişimci bir arbitrajcıdır ve ekonomik kaynakların düzenleyicisi ve koordinatörüdür (Cogürcü, 2016: 73).

İlk tanımını 1934 yılında Schumpeter’ın yapmış olduğu girişimcilik için yıllar içinde birçok tanımlama yapılmış olsa da hala dünya çapında kabul gören genel geçer bir tanımlama yoktur. Peter Drucker girişimciyi “sahip olduğu kaynakları düşük verimlilik alanından yüksek verimlilik alanlarına yönlendiren ve buralarda tutmayı başarabilen kişi” olarak, girişimciliği ise “mevcut kaynakların değerlendirilerek yeni zenginlik üreten kapasite yaratan yenilikçi faaliyet” olarak tanımlar (Ersoy, 2010: 132). Genel olarak girişimcilik, var olan durumların daha üst düzeylere çıkartılabilmesi için yaratıcılığın yüksek düzeylerde aktifleştirildiği bir yöntem olarak düşünülmektedir. Var olan fırsatları sezme, sezgilerden düşler üretip bunları projelere dönüştürme, projeleri hayata geçirme ve insan hayatını kolaylaştıracak zenginlikleri yaratma becerisine sahip olmak olarak da tanımlanmaktadır (Arslan, 2002: 2).

Girişimcilerin ticari ve işletme faaliyetlerini yerine getirmek adına kurdukları yapılara “girişim” adı verilmektedir. Diğer bir ifade şekli ile girişim; belli bir unvanı, yeri, sermayeyi ve organizasyonu olan ekonomik birim şeklinde tanımlanmaktadır (Zhao, 2005: 26). İşletme ve girişim kelimeleri pek çok zaman aynı durumlar için telaffuz edilse de anlamları birbirinden farklıdır. Girişim, belirli ekonomik, örgütsel, hukuki niteliklere sahip kuruluş şeklinde adlandırılırken; işletme, fabrika ve satış mağazalarındaki mal ya da hizmetlerin üretilmesini ve pazarlanmasını sağlayan teknik birimlerdir (Allen, 2006: 13). Girişim, bir ya da birden çok işletmeye aynı zamanda sahip olabilmektedir. Örneğin Petro Kimya Anonim Şirketi, pek çok işletmeyi bünyesinde barındıran bir girişimdir, şirkete ait işleme fabrikaları ise işletmedir (Dolgun, 2003).

Girişim kavramı, kâr ya da farklı biçimlerde yarar elde edilmesi maksadıyla, belli bir fiyatlandırmada satılması için mal ve hizmet üreten, yasal ve finansal niteliklere sahip, sürdürülebilir örgüt şeklinde tanımlanmaktadır (Ağca, 2007: 169). Bu tanıma dayanarak girişimin özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır:

1. Girişim, kazanç ve yarar sağlanması amacı ile gerçekleştirilmektedir.
2. Girişimcilikte üretilen mal ve hizmet karşılığında belli bir finansal kazanç amaçlanmaktadır.
3. Bir girişimin temel üç birimi; üretim, satış ve gerekli fonların sağlanması için finansman kaynağıdır.

4. Girişimlerde yasal bir birim oluşturulmaktadır.
5. Tüzel kişiliğe sahip bulunan girişim, sahiplerinden ayrı bir kişiliğe sahiptir. Çalışmalarını bu kişilik altında yürütür, haklara sahip olur ve yükümlülükler üstlenir.
6. Girişimlerde finansal bir birim oluşturulmaktadır. Bu birimde öz ve yabancı kaynaklar bulunmaktadır.
7. Girişim, insan ve materyalden meydana gelen kuruluşlardır ve bu kuruluşların genelinde sürdürülebilir faaliyetler esas alınmaktadır.

2000’li yıllardan itibaren küresel piyasalarda şirketler arası rekabetin artması ile girişimcilik kavramı, yönetim disiplini içinde önemli bir konu haline gelmiştir. Son yıllarda dünya genelinde iktisadi ve sosyal açılardan, girişimciliğin önemli bir ekonomik güç olarak kabul edildiği ve bunun üzerine gerçekleştirilen araştırmaların çoğaldığı fark edilmektedir (Isenberg, 2008: 109). Girişimcilik alanında araştırmalar gerçekleştiren Schumpeter’e göre girişimcilikte 4 farklı davranışsal gösterge bulunmaktadır. Bunlar (Karasioğlu, 2006: 149):

- ✓ Pazara yeni mal ve ürün hizmetinin sunulması,
- ✓ Üretim sürecinde yeni metotların geliştirilmesi,
- ✓ Tüketicilere yönelik, keşfedilmeyen taleplerin tespit edilmesi,
- ✓ Herhangi bir sanayi biriminde yeni bir şirketin kurulması

Girişimciliğin yüksek oranda yaşandığı ülkelerde, öz ve yabancı finansal kaynakların pek çok sektör arasında dengeli dağılması, ülkelerin rekabetçi yapıyı geliştirmesine etken olmaktadır. Endüstriyel gelişimde küresel bir yapının hâkim olması ile birlikte ülkelerin ekonomik kalkınması sürecinde girişimcilik önemli bir hale gelmiştir. Bunun haricinde ülkelerin ekonomik kalkınma ve toplumsal gelişim sürecinde girişimciliğin üretim nezdinde, bir potansiyel oluşturduğu ve kilit bir görev üstlendiği gözlemlenmektedir (Okay ve Karahan, 2010: 293).

1.2 Girişimciliğin Önemi ve Amaçları

Girişimcilik ve girişimciliği meydana getiren olgular günümüzde önem verilen hususların başında bulunmaktadır. Girişimciliğin küresel ölçekte önem

kazanmasında iktisadi ve sosyal gelişmeler doğrudan etkilidir. Amerika Birleşik Devletleri gibi gelişmiş ülkelerde girişimcilik faaliyetleri sayesinde ekonomik büyüme hızlanıp, yeni iş kolları ortaya çıkmış ve sürekli istihdam ortamı yaratılmıştır. Büyüyen ekonomik oluşumlarda girişimcilik faaliyetleri vazgeçilmezdir (Jack-Anderson, 1999: 115).

Teknolojinin hızla ilerlemesi ile birlikte pek çok alanda değişimler yaşanmış ve insanlar bu değişen yapıya hızlıca adapte olmuştur. Girişimcilik yönündeki çalışmaların artırılması aynı ölçüde teknolojik gelişmelerin de hız kazanmasına yol açmıştır. Girişimcilik ve teknolojik faaliyetlerin birbirlerini doğrudan etkilediği gözlemlenmektedir (Zoltan vd., 2001: 235-245).

İnsanlık tarihi kadar eski olan girişimcilik kavramının toplumların gelişimindeki katkısı ve çağlar içindeki dönüşümüne bakıldığında insanların girişimciliğe neden ihtiyaç duyduğu daha net anlaşılmaktadır. Sanayi devriminin yarattığı değişim girişimcilik dinamiklerini de çok derinden etkilemiştir. Geleneksel üretim sisteminin değişmesiyle birlikte ekonomik gereklilikler aile ve akrabalık ilişkileri yerine çıkarlara dayalı ortaklıkları gelişmeye ve yaygınlaşmaya zorlamıştır. Ekonomik faaliyetlerin uluslararası arenaya taşınması ve ülkelerin pazar konumuna gelmesi uzmanlaşmayı gerektirmiştir. Nüfus kırsal kesimden şehre göç etmeye başlamış, şehirleşme artmaya başlamıştır. Tarım dışındaki üretim alanları yeni meslek ve sosyal gruplarının doğmasına neden olmuştur. Sermaye kaynakları üretim sürecinde daha aktif kullanılmaya başlanmış, sermaye ile birlikte biriken bilgi ve tecrübe modern bilimi de desteklemiş, teknolojik icatlar hız kazanmıştır. Ancak sanayi devriminin en önemli etkisi, teknolojik hız ve ilerlemeden çok kendini iktisadi örgütlenme şeklinde göstermiştir. Sanayi devrimi, lonca ile zanaatkar yetiştirmenin sonunu getirmiş, ticari sözleşmeler ve özel mülkiyet devri başlamıştır. Tüm bunlar girişimciliğin de önünü açmış ve yaygınlaştırmıştır. Özellikle mübadelenin yapılabilmesi için özel mülkiyetin gerekmesi, mübadele hacminin ve ticari faaliyetlerin artırılması için insanların özel mülkiyetini arttırmak zorunda bırakmıştır (Çakmak, 2003: 73).

Kapitalizmin yaşadığı krizler devletleri yeni politikalar geliştirmeye zorlamış, özellikle 1980 sonrasında özelleştirmelerle küçülmeye ve sanayileşmeyi özel işletmelere bırakmaya başlamıştır. Neo liberal politikalarla büyük sanayiler yerini hizmet sektörüne bırakmış, işsizlik sorununun çözümü

için girişimcilik çıkış yolu olarak görülmeye başlanmış ve kalkınmanın gerçekleşebilmesi için sorunların çözümü devlet tekeline bırakılmak yerine özel girişimler desteklenmeye başlanmıştır (Işık vd., 2011: 149).

21. yüzyıl da küreselleşmenin etkisiyle çalışma koşullarının, iş modellerinin ve işletmelerin üretim kapasitelerinin değişmesi neticesinde tüketicilerin arz ve talepleri farklılaşmıştır. Bu bağlamda küresel piyasalarda kapsamlı sermaye girişleri, maliyetlerin düşmesi ve teknolojik oluşumdan faydalanma imkânı doğmuştur. Geçmiş yıllara göre farklılaşan piyasalarda işletmelerin rekabet edebilmesi ve varlıklarını sürdürebilmesi için tüketicilerin arz ve taleplerinin doğru algılanması gerekmektedir. Son yıllarda tüketicilerin değişen talepleri doğrultusunda yenilikçi atılımlar gerçekleştirilmiş olup, bunun için girişimcilik yatırımlarına öncelik verilmektedir (Gülçubuk, 2014: 22).

Ekonomik alanda girişimciliğin önemi aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır (Bozkurt vd., 2012: 233):

- ✓ Girişimcilik sayesinde istihdam yaratıldığı için işsizlik oranı düşmektedir.
- ✓ Ekonomik büyümeyi hızlandırmaktadır.
- ✓ Yeni endüstriyel alanlar oluşturmaktadır.
- ✓ Toplumun refah düzeyini yükseltmekte ve orta sınıf şeklinde adlandırılan çoğun güçlenmesinde etkili olmaktadır.

Sosyal alanda girişimciliğin önemi aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır:

- ✓ Girişimcilikte pek çok teknolojik yenilik uygulanarak, ürün ve hizmete dönüştürülmektedir. Bu sayede toplumun yenilikçi oluşumlardan fayda sağlaması önemsenmektedir.
- ✓ Toplumsal değer yaratmaktadır,
- ✓ Toplumsal yapıda değişimci bir süreci başlatmaktadır.

Girişimcilik faaliyetlerinin toplumların gelişim süreçlerinde rolü bulunmaktadır. Risk alma, yenilikçi olma, ilkleri deneme konusunda faaliyete geçirilen girişimciliklerde bu katkı gözlemlenebilmektedir (Acs and Varga, 2005: 323-324).

Girişimcilik modern ekonominin gelişimiyle birlikte pazar oluşumunu tetikleyen, ekonomik gelişimleri hızlandıran ve farklı pazarlar arasında dengeyi sağlamak gibi fonksiyonları üstlenen kilit bir role sahip olmuştur (Başegmez, 2010: 1). Gelişmekte olan ülkelerde bölgeler arası gelişmişlik düzeyi düşük

olan bölgelerin ekonomik seviyesini arttırmak ve diğer bölgelerle rekabet edebilir düzeye yükselmesini sağlamak amacıyla bu bölgelerde girişimcilik teşvik edilebilmektedir. Böylece ürün, hizmet kalitesi artacak aynı zamanda yeni kültürel değerler yaratılmış olacaktır (OECD, 2003: 39).

Girişimcilikte başarının sağlanması yeni mal ve hizmet üretmeye bağlıdır. Bilinen mal ve hizmetlerin nitelik ve kalitelerini yükseltmeye ya da fiyatlarının daha makul seviyelere çekilmesini sağlamak da rekabet edebilirlik için bir adım öne geçmeyi sağlayacaktır. Yeni üretim yöntemlerinin geliştirilmesi ve uygulanması da buna aracılık etmektedir (Küçük, 2011: 9)

Ülke içinde ya da uluslararası arenada yeni ham madde kaynakları bulmak ya da gerekli ham maddelerin yerine koyulabilecek, benzerlerinin sağlanabileceği yeni kaynaklar bulmak, bunların yurtdışından veya yurt içinden transferini sağlamak, endüstride yeni organizasyonlar kurmak ve yeni pazarlara ulaşmak da girişimciliğin temel fonksiyonlarından sayılmaktadır. Tüm bu amaçlar girişimcilerin var olan sorunların çözümüne odaklandığı ve bu sorunların çözümüne katkı sağladığı ölçüde başarılı olmaktadır (Sönmez, 2017: 16).

1.3 Girişimcilik Süreci

Girişimcilik sürecinin tanımlanması ve bir girişimcinin geçirdiği aşamaların incelenmesi girişimciliğe etki eden faktörlerin ve girişimcilik niyetinin oluşması için gerekli koşulların daha belirgin bir biçimde ortaya konmasını sağlamaktadır. Girişimcilik bir hayalden öte bir yeterlilik ve eylem planı gerektirmektedir. Dikkatlice incelendiğinde sürecin zorluklarını anlamak, gerektirdiği yeterlilikleri görmek ve eksikliklerin giderilmesi için ne yönde çalışmaların yapılması gerektiğine karar vermek kolaylaşacaktır.

Girişimcilik sürecinin başlatılabilmesi için öncelikle girişimci, fırsat, kaynak ve organizasyon unsurlarının bir araya gelmesi gerekir. Girişimcilik sürecinin temel faktörleri olan bu unsurlardan birinin bile eksik olması sürecin başlatılmasını engeller (Kaygın, 2011: 27).

Şekil 1’de görülen temel unsurlarla birlikte girişimcilik süreci altı aşamadan oluşmaktadır. Girişimcinin önce var olan fırsatları görebilmesi ve ye bu fırsatları değerlendirebilmek için gerekli kaynakları bir araya getirebilmesi gerekir. Organizasyon aşaması ise girişim fikrinin hayata geçirilmesi

aşamasıdır. Süreç yönetimi boyunca karşılaşılabilecek risklerle baş etmek ve sorunlar karşısında çözüm yolları üretebilmek girişimcinin becerilerine bağlıdır (Durak, 2011: 196).

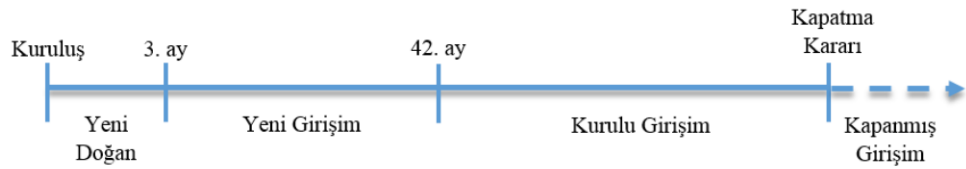
Şekil 1. Girişimcilik Sürecindeki Temel Faktörler



Kaynak: Kaygı, 2011: 27.

Girişimler, yaşam süresine göre dört türe ayrılır. Bu türler Şekil 2’deki gibi sıralanmaktadır (Yatmaz, 2019: 6):

Şekil 2. Yaşam Süresine Göre Girişimler



Kaynak: Yatmaz, 2019: 6.

- 1. Yeni doğan girişim:** Girişimcilik niyetini hayata geçirmek üzere kaynakları ayırmış ancak yaşam süresi üç ayı geçmemiş olan girişimlerdir.

2. **Yeni girişim:** Yeni doğan aşamasını geçmiş, 3-42 ay arası yaşam süresi olan girişimlerdir.
3. **Kurulu girişim:** 42 aydan fazla süredir hayatta olan girişimlerdir.
4. **Kapanmış girişim:** Son 12 ayda kapanma ya da devretme kararı alarak işletmesini durdurmuş girişimlerdir.

1.4 Girişimci Özellikleri

Girişimci, var etmeye çalıştığı oluşumun ekonomik faaliyetlerini gerçekleştirmeye ve yönetmeye çalışırken, rekabet ortamının getirdiği koşullarla uyumlu bir şekilde akılcı ve verimli yenilikler yapmak zorundadır. Rakiplerine üstünlük sağlayabilmek için üstlenmek durumunda kaldığı birçok zor görevi başarmak için sürekli mücadele halinde olmalıdır. Bu bağlamda girişimcinin üstlenmesi gereken bazı zor görevler aşağıdaki gibi sayılabilir (Arslan, 2002: 2):

- Üretim ve ticari ilişkilerde rasyonelliği sağlamak,
- Yeni örgütlenme biçimlerini ve teknolojilerini uygulamak,
- Yeni ürün geliştirmek ve piyasaya sürmek
- Yeni pazarlar keşfedip bunlara yönelmek,
- Sermayeyi büyütmek ve harekete geçirmek

Girişimin türünden bağımsız olarak girişimcilerin “teknik, yönetsel ve bireysel” olmak üzere özellikleri üç alanda değerlendirilmektedir. Bu özelliklerden birinin eksikliğini kapatabilmek için ise takım çalışması ve işbirliği gücünün desteklenmesi gerekir (Hirs ve Peters, 2001).

Girişimcinin sahip olması gereken en önemli özelliğin risk alabilmesi olduğu birçok araştırması tarafından vurgulanmaktadır. Bazı araştırmacılar girişimcinin hem yönetici yeteneklerine hem risk alabilme potansiyeline sahip olması gerektiğini savunurken bir kısmı ise sadece risk alabilmenin yeterli olduğunu savunmaktadır (Ersoy, 2010: 72).

Girişimciler kendilerine güvenen, kaderlerini değiştirme gücüne sahip olduğunu düşünen bireylerdir. İş kurma riskine girerken şartları iyi değerlendirir ve başarabileceğine inancı yüksektir. Güçlü bir iç kontrol odağı vardır. Böylece kurduğu işin sürdürülebilmesi için gerek duyduğu enerjiyi ve mücadele gücünü kendi içinde bulabilir. Kolay vaz geçmeyen ve aldığı kararları yerine getirme konusunda ısrarcı davranırlar (Bahadır, 2018: 11).

Girişimcilerin en temel özellikleri iş fırsatlarını tanımlama ve bunlardan faydalanma kapasitesi, ekonomik değeri ve bilgiyi bir araya getirerek katma değeri yüksek yeni bir ürün ya da hizmet ortaya çıkarmak, yenilikçi ve yaratıcı olmak, iş fikirlerini zaman, çaba ve becerilerini kullanarak hayata geçirmek, gelişmiş iletişim becerisine sahip olmak, iş birliğı yapabilmek, iyi gözlemci olmak, öğrenmeye açık olmak sıralanmaktadır (Göksel ve Ulucan, 2019: 20).

1.5 Girişimcilik Türleri

Girişimcilik alan yazını incelendiğinde girişimcilik türlerinin farklı amaçlara göre farklı başlıklar altında gruplandırıldığı görölmektedir.

1.5.1 Genç Girişimcilik

Birleşmiş Milletler ve Uluslararası Çalışma Örgütü'ne göre 15-24 yaş aralığındaki bireyler “genç” olarak, bu yaş aralığındaki girişimciler ise “genç girişimci” olarak tanımlanmaktadır. Bu yaş aralığına bakıldığında, genç girişimcilerin üniversite yıllarında gerçekleştirdikleri çalışmalar ile genç girişimciliğe dâhil olabildiğı söylenebilir (Carsrud ve Brannback, 2011: 11).

Günümüzde işsizlik dünya çapında temel sorunlardan biri haline gelen kronik bir hal almıştır. Küresel işsizlik olarak nitelendirilen bu sorundan en çok etkilenen kesimlerden birini genç nüfus oluşturmaktadır (Erdayı, 2009: 133). Bu anlamda genç girişimcilik, önemli bir strateji olacağından üzerinde dikkatle durulması gereken bir çalışma alanıdır.

15-24 yaş gurubunun eğitime katılma oranındaki artışla birlikte, iş hayatından uzaklaşmaları, tecrübesizlik, eğitimin bireylere iş hayatıyla ilgili temel becerileri aşılayamaması, bu gurubun dahil edilebileceğı iş alanlarının yaratılamaması gibi nedenler gençleri girişimciliğe yönelten yapısal nedenlerdir (Erdayı, 2009: 133). Genç girişimcilerin yaşadıkları en önemli problemler genellikle faaliyetlerin sürdürüldüğü ilk yıllarda meydana gelmektedir. Bunun nedeni de yeni kaynak oluşumunu yaratma ve bu kaynakların kazancında karşılaşılan olumsuzluklardır. Bu durum genellikle finansal, teknolojik, bilgi ya da insan kaynaklı gerçekleşmektedir. Ayrıca “girişimci” mesleğine ve bu yeni unvanın getirdiğı yalnızlık, yeni profesyonel yaşam ve iş hayatı dışındaki alanın çatışması, aşırı iş yükü gibi durumlara alışmak da yaşadıkları problemler arasında bulunmaktadır. Genç girişimcilik

hakkında araştırmalarda bulunan pek çok kişi, yaşanılan sorunların temelinde, yönetimsel beceri eksikliğinin olduğunu vurgulamıştır (Malebana, 2014: 711).

1.5.2 Kadın Girişimciliği

Ekonomik, sosyal ve ticari kurumları idare eden ve organize edenlerin kadın ya da bir grup kadın tarafından gerçekleştirilmesi “kadın girişimciliği” şeklinde adlandırılmaktadır. Kadın girişimciler; kendi ayakları üzerinde, bağımsız durmak için iş dünyasına atılan ve buna karar veren kişilerden oluşmaktadır. Kadın girişimciliğin temelinde ev içi sorumluluğu ve ev işlerinden sıkılma, bunlardan bağımsız faaliyetler üretme ve başarı kazanma isteği bulunmaktadır. Son yıllarda kendi hayatı ile ilgili karar verici konumunda yer almak isteyen kadınların girişimleri dikkat çekmektedir. Kadınların hayatlarını tek başına sürdürebilme noktasında meslek seçiminde bulunması, yeni mal ve hizmet talebinin doğması kadın girişimciliğini geliştirmektedir (Tekin, 2005: 320).

Kadınların iş hayatına katılımı sanayi devrimi sonrası artış göstermiş ve kadınların evden ayrılıp, iş dünyasına katılımı gerçekleşmiştir. Bu dönemde kadınların üretici konumuna geçtiği ve iş gücü olarak kullanıldığı görülmektedir (Yelkikalan, 2006: 50). Son yıllarda ülkelerin kalkınma süreçlerinde bilek gücünün yerini, bilginin kullanımı almıştır. Bu bağlamda girişimcilik konusu ne çıkmış ve kadınların zek ve işlevselliği girişimcilikte önem kazanmıştır. Kadın girişimcilerin kurumlarda yönetim, yaratıcılık ve iş dünyasına getirdiği yenilikler dikkat çekmiştir (Aydın, 2007: 313).

Kadın girişimcilerin sosyal ve aile hayatındaki pozitif gelişmeler yaratma talebi, girişimcilikte kaliteyi arttırmaktadır. Kadın girişimci sayısının artmasındaki nedenler arasında sosyal, aile ve iş dünyasında yaşadığı problemler de sayılabilir. Boşanma sonrası kadınların yaşadıkları, hamilelik nedeni ile işten çıkarılma, aile bireylerinden birinin sağlık problemi veya herhangi bir nedenle işten çıkarılma gibi sebepler kadınları kendi işlerini kurmaya yöneltmektedir (Tekin, 2002: 305).

Sosyo-ekonomik ve kültürel yapıda kadın-erkek özelinde cinsiyet ayrımının yapılması kadın girişimciliğin gelişiminde etkili olmuştur. Cinsiyet ayrımcılığın sosyal ve aile hayatındaki varlığını, iş hayatında da varlık

göstermekte; kadın ve erkeğe uygun iş niteliklerinin ayrışmasına sebep olmaktadır (Narin vd., 2006: 67).

Girişimcilik kapsamında kadın ve erkeklerin özellikleri birbirine benzer olsa da bazı koşullarda ve durumlarda gösterilen reaksiyonlar farklılık göstermektedir. Tablo 1’de Hisrich ve Peters’in kadın ve erkek girişimcileri üzerine yapmış oldukları araştırmalarda elde edinilen çıkarımlar detaylıca açıklanmaktadır.

Tablo 1. Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması.

ÖZELLİKLER	KADIN GİRİŞİMCİLER	ERKEK GİRİŞİMCİLER
Motivasyon	-Bağımsız olma -Hedefe yönelme -Tek başına başarıma	-Kimliğini ortaya çıkarma -Yenilikleri ortaya çıkarabilmek için çaba
Girişimci Olma Nedeni	-Meslekten soğuma -İş yerinde yaşanan engeller -Fırsatları değerlendirme	-İş yerinden çıkarılma -İşi bırakma -İş yerinden ve işten memnun olmama
Mali Kaynaklar	-Birikim -Bireysel borçlar	-Birikim -Banka kredileri -Aile ya da yakın çevreden alınan borç
Mesleki Altyapı	-Sahada iş tecrübesi -Sahada yönetim tecrübesi -Hizmet sektöründe mesleki deneyim	-Çalıştığı iş dolayısıyla kazandığı tecrübe -Konunun uzmanı olma -Farklı iş kollarında rekabet
Bireysel Özellikler	-Özgüveni orta düzeyde -Yaratıcı -Realist -Mücadeleci	-Özgüveni yüksek -Yenilikçi -İdealist -Kararlı
Lisans Derecesi	Liberal sanatlar, Sosyal Bilimler, İşletme	İşletme, Mühendislik
Destek Grupları	-Eş -Aile -Sivil toplum kuruluşları	-Eş -Arkadaşlar -İş ortakları
Kurulan İşletme Modeli	-Hizmet sektörü (Danışmanlık, halkla ilişkiler, eğitim)	-İnşaat -İmalat
Girişime Başlama Yaşı	35-40	25-35

Kaynak: Hisrich ve Peters 1998: 76.

Kadınların günümüzde girişimci olmasına etki eden faktörler çekici ve itici nedenler açısından az gelişmiş ve gelişmiş ülkeler arasında fark göstermektedir. Gelişmiş ülkelerde kadınların okuma yazma oranı ve ekonomik refah seviyesi daha yüksektir. Bu nedenle gelişmiş ülkelerde kadınların girişimciliğe yönelmesinde çekici nedenler etkin rol oynarken, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde yaşanan kadın sorunsalı kadınların daha çok itici nedenlerle girişimciliğe yöneldiğini göstermektedir.

- ✓ Kadınların yeni fikirlerini hayata geçirme talebi,
- ✓ Kadınların kendi benliklerini oluşturma,
- ✓ Toplum içinde sosyal statü kazanma talebi,
- ✓ Aile ekonomisine destek olma,
- ✓ Ekonomik açıdan ek gelir gereksinimi,
- ✓ Karar merciinde özgür ve bağımsız olma,
- ✓ Çocukların geleceklerini teminat altına alma ve iyi bir gelecek sunma,
- ✓ Rol model olma (Aydın, 2007: 313).

GEM'in kadın girişimcilerle ilgili yaptığı araştırma sonucunda biri dışındaki bütün ülkelerde kadın girişimci sayısının erkeklerden daha az olduğunu bildirmektedir. Raporun kadın girişimciler konusunda dikkat çektiği bazı önemli noktalar içinde kadınların büyük çoğunluğunun kendini girişimcilik için yetersiz ve yeteneksiz gördükleri, başarısızlık korkusu nedeniyle girişimci olmayı istemeyen kadın sayısının erkeklere göre daha yüksek olduğu, girişimcilik fırsatları algılarının ise kadınlarda daha düşük olduğu belirtilmektedir. Girdi koşullarına bağlı ekonomilerde kadınların girişimcilik fırsat algısı (%20) ekonomik refahı yüksek olan ülkelere (%10) göre daha yüksektir. Yenilikçiliğe bağlı ekonomilerde ise bu oran %4'e düşmektedir (Onuncu Kalkınma Planı, 2014: 76).

1.5.3 Sosyal Girişimcilik

Girişimcilik kavramı ekonomik bağlamı dışında da sosyal yönü ile incelenmeye değer bir olgudur. Ekonomik bağlamda girişimciler sahip oldukları kaynakları kullanarak, toplumun talep ve gereksinimlerine yönelik

kar elde etmeyi amaçlamaktadır. Sosyal girişimciler ise mevcut kaynakları kullanarak, toplum içerisinde yaşanan problemlere odaklanıp; kar elde etme amacı gütmeyen, toplumun bütününde sürdürülebilir yararların elde edilmesi amaçlar. Bu bağlamda sosyal girişimcilik, kurumların sosyal alanlarda yarar sağlama amacı ile sürdürdüğü faaliyetler olarak tanımlanabilir (Kümbül, 2011: 79-80).

Gerçekleştirilen faaliyetlerde maddi açıdan kazanç önemli kabul edilse de sosyal girişimciler bu kazançtan ziyade topluma yarar sağlamak için çalışmaktadır. Sosyal girişimcilerin hedefinde bireysel değil, toplumsal refah ve düzen vardır. Bu nedenle toplumda yaşanan sosyal aksaklıkları ilk fark eden ve harekete geçme cesaretine sahip, duyarlı, gerçekçi, çözüme ulaşma konusunda kararlı ve ısrarlıdır (Denizalp, 2007).

Sosyal girişimcilikte üretilen mal, hizmet ve bilgi ile kâr amacı güdülmeden, toplumun genelinde bir değer yaratma ve fayda sağlama benimsenmektedir (Kümbül, 2011: 79-80). Sosyal girişimciliğin tarihsel gelişimi incelendiğinde, özellikle bazı akademisyen ve bilim adamları araştırmaları ve sosyal girişimcilik uygulamaları ile dikkat çekmektedir. Vinova Bhave, Hindistan'daki Toprak Bağış Hareketi'nin kurucusudur. Ekonomik geliri düşük ve toprak sahibi olmayan kişilere toprak arazisi dağıtımını gerçekleştiren ünlü sosyal girişimcidir. Dr. Maria Montessori, erken çocukluk dönemi eğitime yenilikçi bir yaklaşım getirmiştir. Florence Nigtingale, profesyonel hemşirelik okulunu ilk kuran ve sağlık alanında, hastanelerin organizasyon yapısında devrim yaratan sosyal girişimcidir. Gandhi, Hindistan'da sömürge altında bulunan halkının sorunlarına dünya genelinde dikkat çeken sosyal girişimcidir. Martin Luther King, Amerika Birleşik Devletleri'nde ırk ayrımına dikkat çeken ve ayrımcılığın önüne geçilmesi için faaliyetler sürdüren sosyal girişimcidir (Bahadır vd., 2012).

1.5.4 İç Girişimcilik

Ekonomik gelişimde ve organizasyonel yapılarda önemli bir unsur şeklinde değerlendirilen iç girişimcilik; faaliyet halindeki organizasyonlarda gerçekleştirilen girişimcilik şeklinde tanımlanmaktadır (Naktiyok, 2004: 64).

1980’li yıllardan sonra akademisyenler ve bilim adamları tarafından iç girişimcilik konusunda yapılan araştırmalar artmaya başlamıştır. İç girişimciliğe talebin artmasının temel nedeni; şirketlerin kâr marjını artırma ve ekonomik hacmini geliştirmede, canlılık ve performans artışını sağlamasıdır. Aynı zamanda iç girişimciliğin pek çok sektördeki işletmelerde faydalı uygulanabileceği ve ekonomiyi bir bütün olarak ele aldığı ileri sürülmektedir. Ekonomide iç girişimcilik; verimlilik artışları, şirketlerin faaliyetlerinin en doğru uygulanması, yeni endüstriyel alanların oluşması ve küresel piyasalarda rekabet olanağına ulaşılması gibi konularda etkili olduğu gözlemlenmektedir (Naktiyok, 2004: 64).

Son yıllarda küresel ekonomide pek çok değişimler ve organizasyon faaliyetlerinde gelişimler yaşanmaktadır. Yaşanılan bu gelişimler her sektörde varlığını sürdüren kurumların hedeflerini, uyguladıkları stratejilerini ve politikalarını yeniden gözden geçirmesine ve revize etmesine yol açmaktadır. Pek çok şirket, iç ve dış çevreden kaynaklı gelişen radikal değişimlere karşılık olarak, faaliyetlerini köklü ve anlamlı biçimlerde yeniden yapılandırmaktadırlar. Günümüz koşullarında şirketlerin küresel rekabetin kıyasıya yaşanması nedeni ile ‘sürekli yenilik’ yaklaşımını benimsediği görülmektedir. Bu şirketler mevcudiyetlerini sürdürmek için kurum içerisinde çalışanlara daha fazla özerklik (otonomi), özgürlük ve kaynak kullanma imkânı veren ve yaratıcı enerjilerini kullanarak yenilik yapmalarını sağlayan bir metot olarak “iç girişimciliği” benimsemektedirler (Naktiyok, 2004: 64).

1.5.6 Kurum İçi Girişimcilik

Girişimcilik fikirlerinin örgüt içine doğru yayılması ve genişlemesi “kurum içi girişimcilik” şeklinde adlandırılmaktadır. Kurum içi girişimciliğin uygulanabilmesi için şirketlerde ya da kurumlarda görev alan personellerin, çalışma süreçlerinde birtakım girişimlerde bulunması ve bunları gerçekleştirmesi gerekmektedir. Kurum içi girişimciler, çalıştıkları şirketlerde yeni fikirleri öne süren ve bunların hayata geçirilmesini sağlayan, uygulayan kişilerdir. Genel hatları itibari kurum içi girişimcilik; kurum içinde mevcut görevine devam edenlerin yenilikçi fikirlerine değer verilmesi ve buna yönelik girişimcilik faaliyetlerinin iş yerinde desteklenmesidir (Koçel, 1998: 17).

Kurumlar ve şirketler bünyesinde incelendiğinde, kurum içi girişimcilikte çalışanların bulundukları şirketi daha iyi noktalara taşıma adına, yeni fikir ve önerilerini desteklediği ve bu sayede rekabet üstünlüğünü sağlamaya çalıştığı gözlemlenmektedir. Kurum içi girişimcilere destek verilmesi halinde, çalışanın kendi işini kurması ya da rakip bir şirket kurup, karşısına çıkması engellenmiş olacaktır. Aynı zamanda rakip konumdaki şirkete herhangi bir avantaj sağlanmamış ve potansiyeli yüksek çalışanlar kurum içinde tutulmuş olur. Kurum içi girişimcilerin önüne geçilmediği takdirde, kurumlarda stabil bir iklimin yaşanması da önlenmektedir. Bunun haricinde çalışanların kuruma bağlılıklarının artması ve motivasyon kaybının yaşanması engellenmektedir (Koçel, 1998: 18).

Kurum içi girişimciliğin çalışanlar düzeyindeki algısı incelendiğinde; insanların potansiyel güç ve yeteneğine uygun alanlar yaratılması, bağımsız ve özgür bir çalışma ortamının sunulması kurum içi girişimciliğin yaygınlaşması ve gelişmesi açısından gereklidir (Koçel, 1998: 18).

1.5.5 Kamu Girişimciliği

Mülkiyet yapısı kapsamında girişimcilik kavramı özel ve kamu şeklinde ayrı ayrı değerlendirilmektedir. Çünkü devlet politikalarında sadece ekonomik destek ölçeğinde değil, daha geniş bir yelpazede girişimciliğin ele alınması önemslenmektedir. Bununla alakalı yapılan incelemelerde kamu girişimciliği; kamu tarafından göze alınan riskler doğrultusunda uygulanacak strateji ve politikalar çerçevesinde, kamu kaynaklarının kullanımı ile devamlılığı sağlanan, yenilikçi bir fikir üretme noktasından başlayarak toplumsal yarar sağlayacak çıktının üretilmesine kadar olan geniş bir süreci kapsayan faaliyetlerin bütünü şeklinde tanımlanmaktadır. Genel hatları ve boyutları ile sosyal girişimciliği anımsatan kamu girişimcilikte, nihai amaç kâr elde etmektir. Buradaki esas nokta; kârın mülkiyetinin kişiden alınıp, devlet bünyesine geçmesidir (Öztürk, 2012: 153).

Kamu girişimciliği kendi içinde dört sınıfa ayrılmaktadır. Birincisi kamu adına girişimciliktir. Devlet başkanlarının özünde kendi adına ancak görünürde kamu adına yaptıkları iktisadi faaliyetlerdir. Osmanlı padişahlarının dokuma ve halı fabrikaları, Fransa krallarının halı ve çini işletmeleri, Roma imparatorlarının tersaneleri kamu adına girişimcilik türüne örnek olarak

gösterilebilir. Kamu yönetimi girişimciliği devletin iktisadi bir faaliyeti doğrudan işletmeci olarak, kamu idaresinin bütçesi ile ve devlet memurları aracılığıyla yürütmesidir. Örnek olarak rejiler ve ofisler verilebilir. Ülkemizde Devlet Su İşleri, Karayolları Genel Müdürlüğü tamir atölyeleri ve döner sermayeler, askeri fabrika ve atölyeler reji türü girişimciliğe girmektedir. Ofisler ise kanunun verdiği yetkiye dayanarak rejilere göre daha özerk ve ticari nitelikli kuruluşlardır. Karma iktisadi girişimcilik ise son yıllarda gelişen kamu ve özel sektör ortaklığını ifade etmektedir. Anonim şirketler bu tür girişimciliğe örnek olarak verilebilir. Kamu iktisadi girişimciliği ise en yaygın kamu girişimcilik türüdür. Kanuna veya kanunun verdiği yetkiye dayanarak özel mallar üretmek üzere sosyal fayda gözeterek kurulan yönetimde ve sermayede kamunun hâkim olduğu girişimcilik türüdür (Aktan, 2010: 90).

1.5.7 Dijital Girişimcilik

Yeni endüstriyel alanların oluşması ve yaratıcı endüstri alanların ortaya çıkmasında etkili olan girişimcilik türlerinin ilk sırasında dijital girişimcilik bulunmaktadır. Girişimcilerin genel tabiatında yeni fırsatlar arama ve bunlardan yarar sağlama amacı vardır (Eleftheriadou, 2014: 8)

Schumpeter'in araştırmaları neticesinde ortaya sunduğu girişimcilik yaklaşımına göre; girişimcilerin yeni endüstriyel alanlar oluşturulurken, bazı alanları da işlevsiz ve değersiz hale getirmektedirler. Dijital medya ve bilgi teknolojileri, farklı iş kolları ve sektörler için olduğu kadar, iletişim için de yeni koşullar ortaya çıkarmaktadır. Bu çerçevede dijital girişimcilik, dijital medya ve diğer bilgi ve iletişim teknolojileri kullanılarak, fırsatların aranması şeklinde tanımlanmaktadır (Davidson ve Vaast, 2010: 2).

Dijital girişimcilerin faaliyetlerinde bilgi teknolojileri ve dijital medyadaki değişimlerin ve gelişimlerin, fırsat ve olanakları değerlendirmede yer teşkil ettiği gözlemlenmektedir. Günümüzde bilgi ve teknolojinin sürekli değişime uğraması, sektörlerdeki yenilenme sürecini doğrudan etkileyip; dijital girişimciliğin artmasını kaçınılmaz hale getirmektedir (Van Horne and Zhang, 2016: 296).

Dijital girişimciliğin son yıllarda artmasında bilgi teknolojilerinin, işlenen bilginin farklı kullanımlarının, iletişim kanallarının farklılaşmasının ve neticesinde kullanılan araçların da değişmesi etkili olmaktadır. Toplum

nezinde sosyal medya araçlarının kullanımındaki talep artışı, bu alanda gerçekleştirilecek sektörel ve kurumsal girişimlerin sayısını artırmıştır. Her geçen gün sayıları artan sanal kuruluşların sektörde varlıklarını sürdürebilmesi, rekabet üstünlüğünü elde edebilmesi için dijital girişimciler, en yalın hali ile bilgi teknolojileri ile ilgili olanakları değerlendirip, uygulamaktadır (Hull vd., 2007: 293). Ayrıca dijital girişimcilerin diğer girişimcilerden farklı olarak fiziki şartlarda faaliyetlerini sürdürmedikleri ve pek çok açıdan maliyet yükünü azalttığı için avantajlı kabul edilmektedir (Hafezieh vd., 2011: 267).

Mobil uygulamalar, “big data” vb. kavramlar, kapsamı giderek artan bir dijital dünya yaratmaktadır. Öyle ki, dijital girişimciler geleceğin ekonomik güç kaynağı olarak görülmekte ve bunların faaliyetlerinin bir sonraki nesil için yeni istihdam olanakları yaratacağına inanılmaktadır. Bu milenyumun girişimciliğe yönelik verdiği tepki öncelikle dijital nesilden gelmiştir ve dijital teknolojinin gelişmesiyle de sürmektedir (GEI, 2016).

1.5.8 Stratejik Girişimcilik

2000’li yıllarda önemli hale gelen girişimcilik türlerinden biri de stratejik girişimciliktir. Entrialgo vd., (2000) ve Messegheem (2003) gibi yönetim, strateji ve girişimciliği ayrı ayrı tanımlayıp stratejik girişimcilik tanımına bütünsel bir bakış açısı ile yaklaşan araştırmalar yapmışlardır. Stratejik girişimciliği tanımlayan Hitt vd. (2001:408), dışsal ağlar, kaynaklar, örgütsel öğrenme, yenilikçi ve uluslararası konulara odaklanmıştır.

Strateji ve girişimciliği bir kesim kümesi şeklinde kabul edip, bir arada kullanımı ile değer yaratılabileceğini savunan Ireland ve Webb’ e göre; yenilikçi yaklaşımların benimsenmesi neticesinde, rekabet üstünlüğünün elde edilmesi için yeni fırsatların araştırılması önem kazanmıştır (Ireland ve Webb, 2007). Luke vd. (2010), stratejik girişimciliği piyasaya yeni bir şey getirmek için kurulmuş, yenilik, fırsat tanımlama ve büyümenin bir arada yer aldığı belirgin bir süreç olarak tanımlamıştır. Stratejik girişimcilik ile ilgili araştırmalar ve çalışmalar yürüten önemli akademisyenden Kuratko ve Audretsch (2009), stratejik düşünme ve planlamanın önemi üzerinde durarak, ekonomi ve liderlik bakış açısı ile stratejik girişimciliğin doğabileceğini ileri sürmüştür. Monsen ve Boss (2009), kurum içerisinde stratejik girişimcilerin etkili olabileceği, insan kaynakları ve kurumsal davranış bakış açısı ile

yöneticinin ve personelin algısı sayesinde stratejik girişimciliği meydana getireceğini savunmaktadır. Bu alana katkı sağlamış önemli çalışmalardan birini yapan Kyrgidou ve Hughes (2010) değer yaratma potansiyeli en yüksek fırsatları belirlemek için şirketlerin çabalarını girişimci bileşenler ile kolaylaştırma, kendi kaynak tabanına dayalı, ölçülebilir stratejik eylemler yoluyla bu fırsatları kullanma süreci ile stratejik girişimciliğe ulaşılacağını savunmuşlardır.

1.5.9 Yeşil (Eko) Girişimciliği

Küreselleşen dünyada sanayileşmeden kaynaklı meydana gelen çevresel tahribatlar, bir takım sosyal sorumluluk ve çevresel etik adı altında oluşumların gelişmesine ve buna yönelik girişimlerin artmasına yol açmaktadır. Sanayileşmenin beraberinde getirdiği çevre kirliliği, toplumsal yaşamı etkilediği ve insan hayatına zarar verdiği gözlemlenince; şirketlerin çevresel yükümlülükleri yerine getirmesini sağlamak amacı ile “yeşil girişimcilik” oluşumu doğmuştur. Yeşil girişimcilik ya da eko girişimciliği adı altında kurumsal ve toplumsal bilinçlendirme çalışmaları hızlandırılmıştır. Bu yönde atılım gösteren girişimcilerin sayısı günden güne artış gösterse de yeşil girişimcilik üzerine günümüzde çok fazla çalışma geliştirilmemektedir (Pachaly, 2012: 7).

Literatürde yeşil girişimci ya da eko girişimci adı ile bilinen kişiler, çevresel faktörleri esas alarak girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Yeşil girişimcilerinin faaliyetlerinin sürdürülmesinde ve motivasyonlarını kaybetmesini önlemede etkili olan faktörler şunlardır:

- ✓ Her girişimcinin talep ettiği kendi işini kurma isteği,
- ✓ Gelişen ve büyüyen küresel piyasa kendine yer edinme,
- ✓ Daha iyi bir çevre yaratma talebi,
- ✓ Toplumda bireyleri bilinçlendirme ve sorumluluk aldırma, çevresel konularda eğitilmelerini sağlama,
- ✓ Çevreye olan tutku ve iyi bir çevrenin sürdürülebilir kılınması,
- ✓ Çevresel tahribatın ve yıkımın önüne geçme (Hamdouch, Depret, 2012: 7).

Yeşil girişimciliğe geçiş sürecinde etkili olan temel faktörlerden birisi de toplum içerisinde yaşanan sosyal değişimler, değerlerin farklılaşmasıdır. Çevresel değişimlere duyarlı olan toplumlarda sosyal ve iş alanlarında kültürel anlamda değişimler yaşanabilmekte ve sonrasında çevreye duyarlı, sürdürülebilir üretim organizasyonları geliştirilmektedir. Küçük ya da büyük ölçekli olduğuna bakılmaksızın, bütün kurumların girişimcilik faaliyetlerinde bu değişimler yaşanmaktadır. Dünya genelinde koşulların değişime uğraması, kaynak sıkıntılarının ortaya çıkması, ekolojik dengede meydana gelen değişimler; girişimcilerin bu koşulları göz önünde bulundurarak faaliyetlerini sürdürmesine neden olmaktadır (Kuratko, 2005: 577).



BÖLÜM 2

GİRİŞİMCİLİK NİYETİ VE ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Tezin ilk bölümünde girişimcilik kavramı, girişimciliğin amacı, önemi girişimcilik süreci, girişimcilik türleri gibi girişimcilik sürecinin kendisine yönelik temel bilgilerin aktarılmasının ardından ikinci bölümde girişimcilik niyeti ve girişimcilik niyetine yönelik geliştirilen modeller, girişimcilik niyetine etki eden faktörler ele alınmıştır. Bu bölümde bireylerin girişimcilik niyetlerini etkileyen faktörler incelenerek girişimciliğe yönelik derinlemesine bir yaklaşım geliştirilmek amaçlanmaktadır.

2.1 Girişimcilik Niyeti

Niyet kavramını Bird (1988), bir kişinin özel bir amacı başarmak için gerekli gördüğü yol ya da olması gerekenle ilgili içsel diyalog olarak tanımlamıştır. Zihinsel odaklanma, oluşturma-sürdürme ve seçme olmak üzere üç aşamadan oluştuğunu belirtmiştir. Ajzen (1991) ise niyeti bir kişinin bir işe karşı motivasyonun, çaba harcamaya olan istekliliğinin ve işi başarmak için zorluklarla mücadele etmeye gönüllüğün birleşimi olarak tanımlamıştır.

Thompson (2009) girişimcilik niyetini girişim kurmaya duyulan istek, inanç ve kararlılık olarak tanımlamıştır. Girişimcilik niyeti bir iş fikrini gerçekleştirmek isteyen girişimcilerin organizasyonun şeklini ve yönünü belirleyen, dikkat, tecrübe ve harekete geçmeyi sağlayan düşünceyi ifade eder. Yalnız yeni bir girişimin kurulmasını değil, aynı zamanda var olan girişimler içinde yenilikler yapmayı ve geliştirmeleri de kapsar (Ayar, 2019: 39).

Girişimcilik niyetini etkileyen unsurlar kişisel tutum, düşünce ve motivasyon, yaratıcı ve yenilikçi olma, cinsiyet, kariyer ve kazanç isteği, aile geliri, iş deneyimi ve yaş gibi birçok faktöre bağlıdır (Yavaşoğlu, 2019). Ajzen (1991), girişimcilerin salt kişilik özelliklerine ya da demografik özellikleri yerine girişimcilik niyetlerine odaklanmanın girişimcilerin gelecekte nasıl davranacağıyla ilgili daha net öngörüler yapılabileceğini vurgulamaktadır. Çünkü niyet, planlı bir davranışın öngörüsüdür ve niyetin gücü davranışın ortaya çıkma olasılığını vermektedir. Girişimcilik niyetine etki eden faktörler

farklı bakış açılarıyla ele alınmış ve bazı modeller geliştirilmiştir. Alanyazında yaygın olarak bilinen bazı modeller, özellikle Shapiro ve Sokol'un modelinden sonra gittikçe artmaya ve çeşitlenmeye başlamıştır (Bahadır, 2019: 31).

2.1.1 Girişimci Etkinlik Modeli

Shapiro ve Sokol (1982) tarafından geliştirilen “Girişimci Eylem Modeli” girişimciliğe etki eden faktörleri girişimcinin sosyo-kültürel yapısı ile tecrübelerinin birleşiminden meydana gelen süreç olarak tanımlamaktadır. Girişimcilik niyetinin eyleme dönüşmesi için ise üç temel unsura ihtiyaç olduğunu önerir (Ayar, 2019: 44):

- **Algılanan istek;** kişisel değerler, duygular, düşünceler ve tutumlar gibi içsel nedenlerle bir işi yapmayı isteme derecesidir.
- **Algılanan yapılabirlik;** bireyin ulaşabildiği kaynaklara olan farkındalığı ve bunları kullanabilme yeterliliği konusunda hissettikleridir.
- **Harekete geçme;** kişinin niyeti doğrultusunda kendi kararlarıyla harekete geçme durumudur.

2.1.2 Girişimcilik Niyet Modeli

Bird (1988) tarafından geliştirilen “Girişimcilik Niyet Modeli” (Girişimci Fikirleri Uygulama Modeli) kişisel, kavramsal, düşünsel ve sezgisel etkenlerin bireylerin girişimci olmaya yönelten sebepler olarak tanımlamaktadır. Bu etkenler aşağıdaki gibi özetlenebilir (Bahadır, 2018: 33):

- **Kişisel etkenler;** bireylerin yetenekleri, özellikleri ve tecrübeleridir.
- **Düşünsel etkenler;** kişinin hedefleri, fikirleri ve tespitleridir.
- **Sezgisel etkenler;** kişinin misyon ve vizyonudur.
- **Kavramsal etkenler;** yasal düzenlemeler, hükümet politikaları ve pazar yapısıdır.

2.1.3 Planlanmış Davranış Modeli

Ajzen (1991) tarafından geliştirilen “Planlanmış Davranış Modeli”, girişimcilik niyetlerini belirleyen faktörleri davranışa yönelik tutum, kişisel normlar ve algılanan davranış kontrolü olarak önermektedir (Dashdamirova, 2019: 63).

- **Davranışa yönelik tutum;** inançlar ve bilgiler yoluyla davranışın olumlu ya da olumsuz olarak nitelendirilmesini ifade eder.
- **Kişisel normlar;** davranışın gerçekleştirilmesi konusunda algılanan sosyal baskıyı ifade eder.
- **Algılanan davranış kontrolü;** davranış geçmiş yaşantılardan, deneyimlerden yola çıkarak kolay ya da zor olarak nitelendirmeyi ifade eder.

Tüm bu faktörler göz önüne alınarak girişim niyetine yönelik olan davranışlar değerlendirilmekte ve varılan sonuca göre harekete geçmeye ya da vazgeçmeye karar verilmektedir.

2.1.4 Girişimsel Tutum Oryantasyonu Modeli

Robinson, Stimpson, Huefner ve Hunt (1991) tarafından geliştirilen “Girişimsel Tutum Oryantasyonu Modeli” girişimcilik niyetini belirlemek için geliştirilen ilk tutum ölçeğini içerir. Model, başarı, inovasyon, bireysel kontrol ve kendine saygı boyutları altında girişimci davranışlarını ölçmeyi hedeflemektedir (Ayar, 2019: 45).

2.1.5 Temel Eğitim Modeli

Krueger ve Carsrud (1993) tarafından geliştirilen “Temel Eğitim Modeli” çevresel etkenlerin niyet-davranış ilişkisini düzenlediğini, inanç ve tutumların davranış yönlendirdiğini söylemektedir. Çevresel etkiler tutumları, tutumlar niyetleri etkilemekte ve hedef davranışın ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Ayar, 2019: 46).

2.1.6 Davidsson Modeli

Davidsson (1995) tarafından geliştirilen model, diğer modellerin girişimcilik niyetleriyle ilgili kısımlarını birleştirerek geliştirilmiştir. Modele göre girişimcilik niyet ve eylemlerin paralel ilerlediği ve etkileşimli olarak birbirini beslediği bir süreçtir (Ayar, 2019: 48).

2.2 Girişimcilikte İtici ve Çekici Nedenler

Bireylerin olabilecek tüm risklere rağmen iş kurmayı göze alabilmesi için gerekli etkenlerin ya da iş kurmaya engel olabilecek durumların belirlenmesi ekonomik kalkınmanın temelini oluşturma bağlamında girişimciliğin anlaşılması açısından oldukça önemlidir. Girişimciliğe olan artan ilginin altında yenilik, istihdam yaratması, bireylerin bağımsız olma ve kendini gerçekleştirme istekleri, sosyal medyanın teşvik edici ilgisi, kadın girişimlerine olan teşvik gibi sebepler yatmaktadır (Yılmaz ve Günel, 2011: 7).

Girişimcileri yeni yatırımlara, yeniliklere yönelten ve girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirmesine neden olan unsurlar itici ve çekici nedenler olarak iki grupta incelenmektedir. Girişimciliğin çekici nedenleri bireyler için daha cazip fırsatlar sunan ödüller gibi kabul edilirken itici nedenler ise bireyin yaşam koşulları sebebiyle girişimciliği seçmek zorunda bırakan, bireyin girişimi çekici olarak algılamasına sebep olan nedenler olarak ele alınabilir (Yılmaz ve Günel, 2011: 7). İnsanların girişimciliğe yönelmesinde etkin olan durumlar ve nedenler ile alakalı pek çok araştırma ve değerlendirme yapılmaktadır. İlgili en temel yaklaşım olarak kişisel çıkar ve menfaatlerin en üst düzeye çıkarılması güdüsü öne sürülmektedir (İlhan, 2005: 220).

Gelişmiş ülkelerde girişimciliğe yönelme sebepleri incelendiğinde daha çok gelir düzeyinin ve eğitim seviyesinin yüksek olması nedeniyle çekici nedenlerin etkin rol oynadığı görülmektedir. Gelişmiş ülkelerde bireyler kendini gerçekleştirmek, bağımsızlığını kazanmak, yeni ürünler geliştirmek ve daha fazla gelir elde etmek amacıyla girişimciliğe yönelmektedirler. Gelişmekte olan bir ülkelerde ise yoksulluk, işsizlik, geçim sıkıntısı, düşük ücretli işler gibi nedenlerle girişimcilik bir çıkış yolu olarak görülmektedir.

2.2.1 İtici Nedenler

Mevcut çalışma ortamından bilinçli bir şekilde ayrılarak girişimciliğe yönelme, mevcut işinden memnun olmama, iş yerinden kovulma, iş yeri ile olan uyumsuzluklar, işsizlik korkusu, iş güvencesinin eksikliği, kariyer ve yenilikçiliğe getirilen kısıtlamalar gibi koşullar ise girişimcilikte itici nedenleri oluşturmaktadır (Demirel ve Tikici, 2004: 55).

2.2.1.1 İşle ilgili sorunlar

Küreselleşmenin sonucunda giderek artan krizler ve ekonomik küçülme, ekonomik gelişmişlik olarak bölgesel farklar, işsizliğin giderek artması, yapılan işten çıkarmalar, işsizliğin getirdiği yoksulluk ve diğer sorunlar, işgücü piyasasında erkek iş gücünün baskın olması ve sektörlerle bağlı olarak kadın işgücünün arka plana atılması, fırsat eşitsizliği, gelenek ve göreneklerin getirdiği kısıtlamalar, işyerinde yaşanan sıkıntılar bireyleri girişimciliğe iten nedenlerdendir (Soysal, 2010: 84).

Kadınları girişimciliğe iten en önemli faktörlerden biri esnek çalışma saatleri ile kendi ev işlerine devam etmelerini sağlayan ve aile içindeki rollerini yerine getirmelerine olanak tanıyan esnek çalışma süreleridir. İş ortamındaki huzursuzluklar ve düşmanlıklar da girişimciliğe iten nedenlerden sayılmaktadır (Yılmaz ve Günel, 2011: 8).

2.2.1.2 Kariyerle ilgili sorunlar

Kadınların çalıştıkları iş yerlerinde üst yönetim kademesinde görev alanlar ile yaşadıkları problemler, hak edilmesine rağmen alamadıkları terfiler, başarıları çalışmalarının göz ardı edilmesinden doğan engeller “cam tavan sendromu” şeklinde adlandırılmaktadır (Aytaç, 1999: 27). 1986 yılında Wall Street Journal’da Hymovitz ve Schellhard tarafından “Glass Ceiling” adı altında haber yapılarak ortaya çıkan “**cam tavan sendromu**”, zamanla kadınlar başta olmak üzere iş yerinde gözle görülmeyen engellerin ifade edilmesinde de kullanılmaktadır (Ataay, 1998: 241).

Kadınların iş yerlerinde diğer kadın yöneticiler tarafından uygulanan baskı da önemli itici nedenlerden birini oluşturmaktadır. “Kraliçe Arı Sendromu” olarak tanımlanan bu durum yönetimdeki kadınların tek olma arzusu, çekememe ve rekabetin bir sonucu olarak diğer kadınlara karşı

geliştirdikleri engel olma, zorluk çıkarma, erkek gibi davranma, başarısızlık hissi yaratma gibi tutum geliştirmelerini ifade etmektedir (Durmaz, 2016: 53).

2.2.2 Çekici Nedenler

Her sektör içerisinde gözlemlenen fırsatların değerlendirilmesi, girişimciliğin kazandıracığı finansal ödüller, kazanılacak bireysel özgürlük, kendi işini kurmanın getireceği güven ve başarı duygusu, toplumun saygısını kazanma, yenilikçi fikirler ve ürünler ortaya koyma, kendini gerçekleştirme çekici nedenlere örnek olarak verilebilir (Demirel ve Tikici, 2004: 55).

2.2.2.1 Sosyal statü kazanmak

Sosyal çevrede insanların daha fazla gelir elde etme isteği, kişilerin bireysel kazancı ve buna yönelik harcamalarının başkaları tarafından gözlemlenmesi, bu ölçekte başarılı ya da başarısız kabul edildikleri görülmektedir. Kariyer sahibi olmak, ekonomik anlamda iyi kazanç sağlamak toplumun pek çok kesimi tarafından kişiye değer verilmesini sağlamaktadır. İyi bir iş ve unvana sahip olmak, toplum gözünde girişimcilere verilen değer olarak yorumlandığından kişilerin sosyal statülerinde olumlu etkiler yapmaktadır (İlhan, 2005: 222).

2.2.2.2 Güç ihtiyacı

Güç ihtiyacı insanların başkalarını etkileme, kontrol etme ve onlardan sorumlu olma talebidir. Buradaki esas alınan nokta, kendi dışındaki insanları davranışsal açılarından etkileme, yönetme ve imkanlar dahilinde hüküm sahibi olmasıdır. McClelland'a göre güç ihtiyacı pozitif ve negatif olmak üzere iki şekilde değerlendirilmektedir: Pozitif güç ihtiyacı, ikna ve motive etme yönlü güç olarak tanımlanırken, negatif güç ihtiyacı, itaat etkisine alıp, hakimiyet kurma gücü olarak ele alınmaktadır (Mowen, 1993: 184-186).

2.2.2.3 Ekonomik düzeyi yükseltmek

Ekonomik anlamda bir işten elde edilecek faydanın maksimum bir sınırı vardır. Beceri ve tecrübe ne olursa olsun insanların elde edeceği kazancın bir sınırı bulunmaktadır, daha fazlasını kazanmasına imkân yoktur. Ancak tek başına bir işletmeye sahip olduğunda, elde edilen kazanç yalnızca işletme

sahibine kalacaktır. Bireysel açıdan ekonomik düzeyini yükseltmek isteyen kişilerin yenilikçi girişimler ile işletme kurma hedefinde bulunduğu gözlemlenmektedir (Özgen vd., 2001).

2.2.2.4 Yeni ürün ve fikirleri uygulamak

Girişimci kişilerin en dikkat çeken niteliği, başarılı olma arzusudur. Girişimciler genellikle rutin ve stabil faaliyetlerden hoşlanmayıp, genellikle yeni ürün ve fikirlerin uygulanmasından memnun olur. Girişimci ruha sahip kişiler, ortaya koydukları yeni fikirler ile yeni girişimleri meydana getirmektedir. Bu sayede özgün fikirlerini uygulama imkânı yakalayabilirler. Çünkü herhangi bir kurumda üst düzey yönetici pozisyonunda çalışılsa bile, kurumsal kimliğin getirdiği zorunluluklar bulunmaktadır ve bu durum kişi üzerinde bir sınırlama getirmektedir (McDaniel, 2002: 7).

2.2.2.5 Bağımsız ve özgür çalışma isteği

Girişimci ruha sahip kişiler bağımsız ve özgür bir çalışma ortamı arzulamaktadır. Bundan dolayı yeni girişimler geliştirilip, kişiler kendi adına işletme kurmaya çalışmaktadır. Bağımsız çalışma isteği ile kişiler kendi patronu oldukları yapıyı oluşturmaktadır. Bunun haricinde pek çok kişiye hükmetme ve nüfuz kazanma talebi ile de yeni girişimlerin arttığı görülmektedir (Tutar, 2005).

Kendi işini kurma, emir altında çalışmama ve kendi becerilerini kullanmanın insana özgür çalışma koşulları yarattığı ifade edilmektedir. İnsanlar kendileri için bir şeyler yaptığında ya da kendi mutlulukları için belli kararlar alıp, uyguladıklarında motivasyonlarını yüksek tuttıkları gözlemlenmektedir. Bu açıdan bakıldığında girişimcilikte motivasyon kaybının yaşanmaması için hedeflere ulaşabilme arzusu etkili olmaktadır (Norman ve Zimmer, 1996).

2.3 Girişimcilik Niyetini Etkileyen Temel Faktörler

Girişimciliği etkileyen temel faktörler bireysel, çevresel ve kültürel kategoriler altında ele alınacaktır. Böylesi bir kategorileştirme ile girişimciliğe etki eden faktörlerin daha sağlıklı değerlendirileceği düşünülmüştür. Aynı

kategoriler, Türkiye örneğinin de çözümlenmesinde yol gösterici olacak, Türkiye’de girişimcilerin girişimcilik niyetini etkileyen faktörler benzer yapıyla ele alınacaktır.

İnsanların düşünce yapısı ve kişisel özellikleri içinde doğup büyüdüğü sosyal ve kültürel yapı ile yakın bir ilişki içerisinde. Bu yüzden girişimcilik de sosyal ve kültürel yapının temel bileşenlerinden etkilenmektedir. İnsan davranışları ve girişimciliğin sosyal ve kültürel yapı ile bu ilişkisi nedeniyle girişimcilik kavramı kuramsal olarak psikoloji, davranışsal ve sosyolojik kuramlarla ele alınan bir kavramdır. Sosyal kurama göre bireyin içinde yaşadığı sosyal ve kültürel yapı, düşünceye etki edip biçimlendirmektedir. Kültürel ortam bireylerin düşünce dünyasını biçimlendirirken davranışlarına da biçim vermekte ve toplum içindeki insan tipinin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Öte yandan Türkiye gibi birçok ülkede sosyal ve kültürel çevrenin yeterince homojenleşmemiş olması, girişimciliğin ve yatırımların belirli bölgelerde kümelenmesine yol açmaktadır. Ayrıca girişimcilik başta yasalar ve hükümet politikaları olmak üzere eğitim, insan kaynaklarının yetiştirilmesi, ticari ve profesyonel alt yapı, fiziksel alt yapı, sosyal normlar ve kültürel değerler gibi birçok faktörden de etkilenmektedir (Ersoy, 2010: 73).

En genel anlamıyla küreselleşmenin etkisi ile de önemi daha da artan girişimcilik, birçok faktörün etkilediği bir sosyo-ekonomik fenomendir. Sosyo-ekonomik bir fenomen olması nedeniyle girişimcilik, bireysel/kişisel özellikler kadar sosyal, kültürel, politik ve çevresel faktörlerle iç içe geçmiş bir kavramdır. Bu çok boyutluluk dolayısı ile girişimcilik birçok bilim disiplininin ilgi alanına giren, sosyal, davranışsal, psikolojik ve ekonomik yönden ele ayrı ayrı ele alınabilen bir olgudur.

Bireysel faktörler yalnızca kişinin bireysel nitelikleri üzerinden girişimciliği ele almaktadır. Bu yaklaşım ile girişimciliğin incelenmesi tek boyutlu şekilde gerçekleşmiş olacaktır, ancak girişimcilikte pek çok faktörün bir arada etki ettiği ve çok boyutlu unsurları içinde barındırması ile gelişen bir süreçtir (Ağca, 2005: 156-157). Bu açıdan diğer unsurların da analize katılması oldukça önemlidir.

Girişimciliği etkileyen faktörler literatürde yaygın olarak iki ayrıma tabi tutulmaktadır. İçsel-dışsal faktörler ayrımına göre girişimcinin kişilik özellikleri içsel faktörleri oluştururken kültürel, politik ve diğer çevresel

faktörler de dışsal faktörleri oluşturmaktadır. Diğer ayrıma göre ise girişimciliği etkileyen faktörler; girişimci kişilik, kültürel faktörler ve diğer faktörler (çevresel koşullar) olmak üzere üç ana grupta ele alınmaktadır (İlhan, 2003: 61-62).

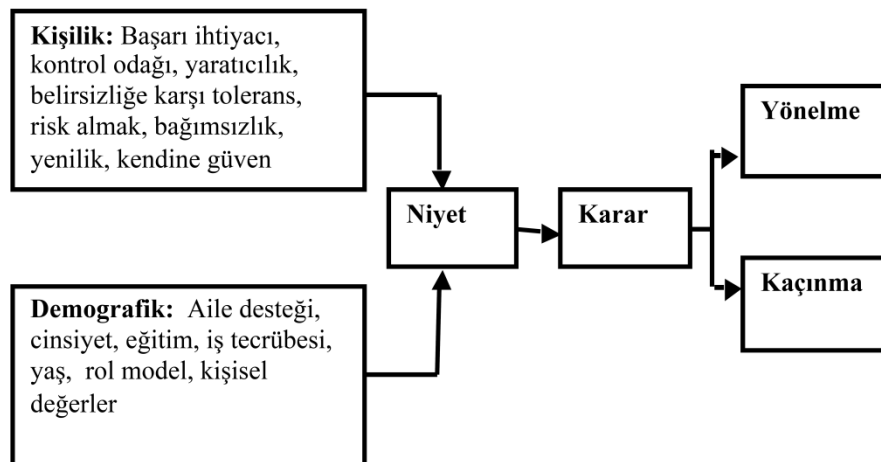
Hazırlanmış bu tez kapsamında bu başlık altında girişimciliği etkileyen faktörler bireysel, kültürel ve çevresel olmak üzere 3 ana başlık altında ele alınmıştır. Tezde böylesi bir yöntem seçilmesinin temel sebebi hem bireysel hem de yapısal faktörlerin bütünsel bir analizinin yapılması amaçlanmıştır.

2.3.1 Bireysel Faktörler

Tezde bireysel faktörler, bireyleri doğrudan etkileyen faktörler demografik ve psikolojik faktörler altında alınmıştır. Demografik faktörler, yaş, cinsiyet, eğitim ve iş deneyimi alt başlıklarında; psikolojik faktörler bireylerin başarı ihtiyacı, bağımsızlık arzusu, yaratıcılık, yenilikçilik, kontrol odağı, risk alma ve belirsizliğe tolerans alt başlıklarında incelenmiştir. Bu faktörler çerçevesinde neden bazı bireyler daha girişimciyken bazılarının girişimcilik konusunda daha pasif olduğu sorularının cevapları aranmıştır.

Kaygın ve Güven (2013), niyeti bireysel faktörler bazında Şekil 3'teki gibi temsil etmiştir. Niyet, demografik ve psikolojik faktörlerin etkisiyle oluşur ve karar mekanizmasını çalıştırarak bireyin şartları değerlendirerek girişime yönelme ya da kaçınmasıyla sonuçlanır.

Şekil 3. Girişimcilik süreci içinde niyetin yeri.



Kaynak: Kaygın ve Güven, 2013.

Girişimciliği etkileyen bireysel faktörlerin temel çıkış noktası, “niçin belirli kişilerin bir işletme kurdukları ve girişimci olarak başarı gösterdikleri” ile ilgilidir (Lee ve Peterson, 2000: 402). Bu çerçevede girişimcilik hakkında yapılan araştırmalarda; insanların demografik, kişilik ve psikolojik nitelikleri bakımından girişimciliğin temel kaynakları incelenmiş, psikolojik ve sosyal etkilerin kişi üzerinde yarattığı durumlar öne çıkarılmıştır. Bu incelemelere göre girişimcilerin risk alma, başarılı olma ve içsel kontrol odaklı davranışlar sergiledikleri tespit edilmiştir (Lee ve Peterson, 2000: 402).

Çocukluk döneminde yaşanılanlar, edinilen tecrübelerin zaman içerisinde bireyin ilgi, tutum ve davranış eğilimlerini belirlediği ve sonrasında kariyer seğimini buna göre şekillendirdiği bu yönde yapılan çalışmaların elde ettiği diğer bir ortak bulgudur. Bu çalışmalar göstermektedir ki çocukluk dönemindeki tecrübeler bireysel özellikleri ortaya çıkarmaktadır ve kişinin girişimcilik tutumları konusunda da etkin olmasına sebep olmaktadır (Cox ve Jennings, 1995: 14).

2.3.1.1 Demografik Faktörler

Demografik faktörlerin etkisi, girişimciliğin geliştiği popülasyonun koşulları ve yapısı, aile ve birey ile ilişkili olabilmektedir. Bu yönde yapılan araştırmalarda ailede ilk çocuk olanların, eğitim düzeyi yüksek olanların, girişimci bir ailesi olanların, girişimci olma ihtimallerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Durak, 2011: 198).

Çalışmalar demografik faktörlerin girişimciliği doğrudan ve dolaylı olarak etkileyebildiğini göstermektedir. Tezde girişimciliğe etki eden demografik faktörler yaş, cinsiyet, eğitim ve iş deneyimi faktörleri ile sınırlandırılmıştır.

2.3.1.1.1 Yaş

Girişimcinin kariyer süresi ile yaşı arasındaki ilişki literatürde pek çok araştırmada kendine yer bulmuştur. Bu araştırmalar sonucunda çoğu girişimcinin girişimcilik kariyerlerine 22 ile 45 yaşları arasında başladıkları görölmüştür. Öte yandan, bu yaşlardan önce ve sonra da girişimci yeterli deneyim, finansal destek ve çok yüksek bir enerjiye sahip ise başarılı bir girişim başlatıp yürütebilir. Ayrıca her beş yaşta bir (25, 30, 35, 45...) bireyler

yaşam değerlendirmesi yaparak yeni bir girişime atılabilirler. Genellikle erkek girişimciler ilk işlerini otuzlu yaşların başlarında, kadınlar ise ortalarında kurma eğilimi gösterirler. Girişim konusunda deneyim kazanmak, yapılacak yeni atılımdaki başarı olasılığını öngörebilme yeteneği ile ilgilidir (Atasoy, 2012: 12).

Girişimcilik niyetleri karşılaştırıldığında bireylerin yaşlandıkça yeni bir girişim kurma isteklerinde azalma ve kaçınma olduğu yapılan araştırmalarla belirlenmiştir. Artan yaşla birlikte zaman bireyler için daha fazla önem taşımaktadır. Bu yüzden yeni girişimden gelecek geri dönüşlerin uzun sürmesi ve belirsizlikler nedeniyle risk alma konusunda çekingen davranmaktadırlar. Bunun yerine sabit maaşlı bir işe girmek daha cazip gelmektedir. Halbuki yapılan araştırmalar bilgi ve tecrübe konusunda daha donanımlı olan orta yaş üzeri bireylerin daha başarılı girişim sonuçları elde ettiğini göstermektedir (Ayar, 2019: 57).

Küresel Girişimcilik Endeksi (GEI) raporunda belirtilen rakamlara göre dünyadaki girişimcilik kapasitesinin ancak %52'si kullanılmaktadır. Tüm dünyada yaş grupları bazında Toplam Girişimcilik Aktivitesi Tablo 2'deki istatistiklerde görülmektedir.

Tablo 2. Dünya'da Toplam Girişimcilik Aktivitesi

Yıllar	18-24 Yaş	25-34 Yaş	35-44 Yaş	45-54 Yaş	55-64 Yaş
2007	7,08	11,44	10,12	8,21	4,69
2008	7,56	12,62	10,47	8,39	5,25
2009	6,95	12,25	10,22	8,11	5,44
2010	6,42	11,02	10,06	8,35	4,72
2011	8,29	13,10	12,65	10,20	7,00
2012	8,19	12,86	11,20	9,11	5,79
2013	8,66	13,13	12,15	9,31	6,08
2014	8,74	13,65	12,43	9,57	6,36
% Değişim (2007-2014)	1,66	2,22	2,32	1,36	1,67

Kaynak: GEI, 2016.

Tablo 2’de her yaş grubuna ait girişimcilik aktivitesi gözlemlenmiş olup, 2007 yılı sonrasında girişimcilik üzerine faaliyetlerin arttığı fark edilmektedir. Tablo 2’ye göre 35-44 yaş aralığındaki girişimcilik aktivitesi, diğer yaş gruplarına göre oransal açıdan daha fazla artış göstermektedir. Ancak girişimcilerin çoğunluğunu da 25-34 yaş grubu oluşturmaktadır. Bu bağlamda genç girişimciliğin, önemli bir hale geldiği ve girişimcilerin genç olma eğilimi gösterdikleri söylenebilir. Genç girişimci sayısındaki artış, yenilikçi adımların da aynı paralellikte ilerlemesine etki etmektedir (GEI, 2016).

2.3.1.1.2 Cinsiyet

Cinsiyet bağlamında birçok araştırma yapılmış ve sonucunda kadın ve erkek girişimciler arasında farklılıklar olduğu yönünde birçok veriye ulaşılmıştır. Erkeklerin girişimcilik niyetlerinin ve iş tercihlerinin kadınlara göre daha yüksek olduğu yapılan çalışmalarla belirlenmiştir. Kadınların iş fırsatlarını erkeklere göre algılamakta daha yavaş oldukları da bulgular arasındadır. Ancak cinsiyete göre belirlenen bu farklılıkların yeterlilikten ziyade niyetle ilgili olduğu vurgulanmaktadır (Bahadır, 2018: 90)

Kadın ve erkek girişimciler arasındaki farkların daha çok kaynaklara ulaşmada, girişimin kurulma amacı (aileye katkı amaçlı ve daha çok hizmet sektörlerinde) ve kurulan yeni girişimin organizasyonu ve çalışma ilişkilerinde ortaya çıktığı belirlenmiştir. Erkek ve kadın girişimcilerin motivasyon kaynakları da farklıdır ve buna göre eylem planlarını oluştururlar. Erkekler hayatlarındaki kontrolün kendisinde olmasını ve olayları yönlendirme konusunda belirli bir hırsa sahipken; kadınların beceri ve potansiyeli oldukları konuda kendilerinin gelişimine izin verilmemesi neticesinde hırslandıkları ifade edilmektedir (Kutaniş, 2006: 33-34).

Cinsiyet faktörü bireyleri girişimciliğe iten ve çeken nedenlerde belirleyicidir. Özellikle kadın girişimciler eve ek gelirle katkı sağlamak gibi itici nedenlerle girişimci olurken erkeklerin girişimciliğe yönelmesinde çekici nedenler çok daha ağır basmaktadır. Ayrıca kadınların eğitim, kültürel ve sosyal sermaye eksikliği çoğu zaman onları erkeklere nazaran daha dezavantajlı duruma düşürmekte ve formel bir iş bulmalarını zorlaştırmaktadır. Bu yüzden evden veya kısmi zamanlı yapabilecekleri daha esnek yapıya sahip girişimci faaliyetlerde bulunmaktadırlar (Yılmaz ve Günel, 2011: 8). Böylece

bazı durumlarda cinsiyet ayrımcılığı girişimcilik niyetini tetikleyen bir duruma da dönüşebilmektedir.

2.3.1.1.3 Eğitim

Eğitim bireylere bilgi, beceri kazandırma, bireyin topluma uyumunu sağlama, davranış, tutum, ahlak, bakış açısı, karar verme, yaratma ve uygulama eylemlerini geliştirmek adına yapılan çalışmaların bütünüdür (Öztürk, 2005: 30). İnsanlar hayatları boyunca almış oldukları eğitim ile bilgi ve becerilerini geliştirip, potansiyellerini artırmayı hedeflemektedir. Bazı tutum ve davranışlar, önyargılar yaşamın ilk yıllarında aileden, daha sonraki yıllarda ise okullarda ve toplum içinde öğrenilmektedir. Alınan eğitimler ile insanlar daha öncesinde deneyimlemediği ve bilmediği konularda bilinçlenmekte ve farkındalık kazanmaktadır (Bozkurt, 2011: 21).

Gerçekleştirilmek istenen girişimlerin başarıya ulaştırılmasında bireyin eğitim düzeyi önemlidir. Her zaman için zorunlu olmasa da iş hayatında başarı yakalamak için eğitim düzeyi önemli bir unsurdur. Bireyin sahip olduğu eğitim düzeyinin kazandırdığı vizyon ve tecrübenin girişimcilik niyetine olumlu katkı sağlaması beklenir. Ancak bir girişimin sürekliliğini sağlamak ve başarıya ulaştırmak için gerekli bilgi ve becerileri kazandırmak tek başına örgün eğitimle mümkün olmamaktadır. Bunun yanında girişimcilik niyetine sahip bireyler girişimin teknik yönünün yanında, finans, stratejik planlama, pazarlama ve yönetim alanlarında da eğitime ihtiyaç duymaktadır (Dündar ve Ağca, 2007: 130).

İnsanoğlu, pek çok şeyi eğitim yoluyla öğrenebileceği gibi girişimciliği de öğrenebilir. Dünya genelinde en hızlı büyüyen alanlardan biri olan girişimcilik ve bu bağlamda girişimcilik eğitimi istihdam, ekonomik büyüme, yoksulluk gibi çözümü zor sorunlara bir çare olarak görülmektedir. Girişimcilik eğitimi bireylere ekonomik kalkınmada önemli rolü olan çeşitli sektörlerle ilgili bilgi ve beceri kazandırmayı hedefleyen hem girişimciliği teşvik eden hem sektörlerin gelişimini hızlandıran önemli bir adımdır. Girişimciliğin teşvik edilerek çekici bir alternatif olduğu, belirli inanç, tutum ve değerlerin geliştirilmesine katkı sağlamak girişimciliğe yönlendiren itici güçlerin farkındalığını kazandırmak temel girişimcilik eğitiminin temel

amaçları arasındadır. Kazandırılan farkındalık ile kendi işini kuran ve yöneten bireylerin sayısının artırılması hedeflenmektedir. Yapılan araştırmalar ile girişimcilik eğitiminin bireylerde girişimciliğe yönelik tutum, sosyal etki yaratma algısında, davranışsal kontrol, özyeterlilik konularında olumlu yönde etki sağladığı görülmektedir (Uygun ve Güner, 2016: 37).

2.3.1.1.4 İş deneyimi

Girişim faaliyetlerinde bulunan kişilerin daha önceki zamanlarda kazanmış oldukları deneyimler incelendiğinde, küçük ölçekli işletmelerde çalıştıkları yönünde bulguları ortaya koyan çalışmalar bulunmaktadır. Çalışma hayatı içerisinde yaşanan girişimcilik deneyimleri, kişilerin girişimci olmasını olumlu yönde etkilemektedir. Geçmiş dönemlerde herhangi bir girişimcilik sürecine dâhil olan kişilerin, girişimciliğin yaygınlaşmasına ve gelişmesine katkı sağladığı düşünülmektedir. Bireylerin önceden çalıştıkları işlerindeki hoşnutsuzluk ile girişimcilik başarıları arasında pozitif bir ilişki iş deneyimi ile ilgili diğer önemli bir husustur. Yaptığı işten ya da çalıştığı iş yerinden memnun olmayan ve iş güvenliği konusunda yetersiz kaldığını düşünen kişilerin gerçekleştirdiği girişimlerde başarılı olma ihtimali yüksektir (İlter, 2010: 49).

Bireye özgü temel teknik bilgi, beceri, sosyal ilişkilerin yönetilmesi, stratejik davranma, kriz anı yönetimi gibi tecrübeye dayalı yetenek ve davranışların gelişmesinde en yüksek kazanımı iş deneyimi sağlar. Bu nedenle iş deneyimi girişimcilik fikrinin ve niyetinin oluşmasında önemli bir basamak görevi görür (Yavaşoğlu, 2019: 5).

2.3.1.2 Psikolojik faktörler

Girişimcilikte başarıyı sağlayan en önemli faktörler içinde değerlendirilen psikolojik faktörler, kişisel öğelerin temel alınarak girişimcilik aktivitesinin açıklanmaya çalışıldığı psikolojik kuramlara dayanır. Kişilik kuramları psiko-dinamik ve sosyal psikolojik yaklaşımlarla bireyin sahip olduğu girişimcilik potansiyelini, tutum ve tavır kombinasyonunu ortaya koymaya çalışır. Temeli Freud'un kişilik kuramı üzerine kurulu olan bilinçaltı yaklaşımlar, bireylerin davranışlarının altındaki dinamikleri irdeleyerek nerede nasıl davranış sergileyeceğiyle ilgili öngörü geliştirmek için önemli araçlardır.

Bu yaklaşımlar doğrultusunda girişimcilerin büyük oranda geleneksel değerlerle ters ve mücadelecı kişilik yapısına sahip olduğu söylenebilir (Aytaç, 2006: 142). Girişimciliği etkileyen temel psikolojik faktörler, başarı ihtiyacı, bağımsızlık arzusu, yaratıcılık, yenilikçilik, kontrol odağı, risk alma ve belirsizliğe tolerans olarak sıralanmaktadır.

2.3.1.2.1 Başarı ihtiyacı

Kişiyi mükemmelliğe ulaşmak için mücadeleye iten bir güç olan başarı ihtiyacı, bir şeyi daha iyi yapmak, başka birinden daha hızlı yapmak veya bir kişinin önceden elde ettiğı başarılarından daha büyüğüne ulaşmak beklentisine neden olan durum olarak tanımlanmaktadır (Kök, 2007: 58).

Zor koşullar ile mücadele edebilme, sahip olunan beceriler ile kişinin kendine güveni, kişisel gelişme eğilimi, rekabetçi yapıya sahip olma, yüksek standartlara ulaşabilme tutumları, başarı ihtiyacını kişide ortaya çıkarmaktadır. Girişimcilerin teknik iş süreçleri hakkında yeterli bilgiye sahip olma, çevreden alınan enformasyon ve algılanan fırsatlarla ilgili olarak, girişimcilerin işle ilgili geleceğı zihinlerinde tasarladıkları, yüreklerinde hissettikleri doğal psikolojik bir duygu haline dönüşmektedir (Bozkurt ve Erdurur, 2013: 60).

Başarma ihtiyacı tutumunu yüksek ve güçlü seviyede hisseden kişilerin, başarılı olma konusunda motivasyonlarının da aynı ölçüde güçlü olduğı ve başkalarına göre girişimcilik faaliyetlerinin daha cesaretli gerçekleştiğı gözlemlenmektedir. Başarı ihtiyacı hakkındaki araştırmalarıyla girişimcilerde var olan psikolojik özellikleri ortaya koyan Mc Clelland, girişimcilerin özelliklerine yönelik üç tutum belirlemiştir. Bunlar (Mc Clelland akt.Ceylan ve Demircan, 2002):

- ✓ Sorunların çözümü, hedeflerin belirlenmesine ve buna yönelik gelişen kişisel sorumluluk.
- ✓ Risk alma talebinden kaçınılmaması, risk alma düzeyinin yüksek olması,
- ✓ Görevdeki başarının sonuçlarına ait bilgi.

2.3.1.2.2 Bağımsızlık arzusu

Girişimciler; bir başkasının yönetiminde tüm mesaisini ayırarak çalışmaktan hoşlanmayan, bağımsız çalışma arzusuna sahip kişilerdir. Bağımsızlık sadece tüm kararları girişimcinin kendisinin alması demek değildir. Ekonomik açıdan kimseye bağımlı olmama, karar merciinde yalnızca bireyin kendisinin olması, kimseden emir almama, başarı veya başarısızlığı kimse ile paylaşmama, tercihler konusunda kimseye hesap vermeme ve yalnızca bireysel potansiyelini ortaya çıkarma arzusu ile hareket etme eylemleri “bağımsızlık” olarak tanımlanmaktadır. Bağımsız olma; kendi kendisinin patronu olma, kendi potansiyelini gerçekleştirebilme, kendi sınırlarını ve hedeflerini tayin edebilme ya da kontrol edebilme olarak da ifade edilebilir (Döm, 2002: 31). Bağımsızlık ihtiyacı yüksek olan bireylerin özellikleri (Keleş, 2013: 41-42):

- ✓ Tek başına, bağımsız çalışma talebi
- ✓ Kendini doğru ifade edebilmek,
- ✓ Kendisine ait proje ve çalışmalarda yer alma talebi,
- ✓ Bireysel tarzını ortaya çıkarma gereksinimi,
- ✓ Farklı ve dikkat çekici olma,
- ✓ Bireysellik ve grup baskısına karşı kayıtsızlık,
- ✓ Fikirleri ve inançları konusunda ısrarcı olmak,
- ✓ İlgilerini çeken konularda kararlılık

2.3.1.2.3 Yaratıcılık

Yaratıcılık bugün bir kelimedenden çok sihirli bir kavram olarak görülmektedir ve bu sihirli kavramın tanımlanması oldukça güçtür. Fakat bugüne kadar birçok farklı disiplinden bilim adamları yaratıcılık konusuyla ilgili görüş bildirmiş ve değişik tanımlamalar yapmıştır. Kimi bilim adamlarına göre yaratıcılık, olmayan bir şeyi hayal edebilme, bir şeyi diğer bireylerden farklı yollarla yapabilme ve yeni fikirler geliştirebilme kabiliyeti iken, kimi bilim adamlarına göre ise yaratıcılık aslında düşünme sınırlarının ötesinde düşünmek ve farklı ve faydalı fikirlerin ortaya konulmasıdır (Kaygun ve Güven, 2013: 11).

Girişimciler değişimlere cevap vermek ve değişimleri fırsata çevirebilmek için yaratıcılığı kullanırlar. Yani problemleri çözmede yaratıcı

çözümler üreten, yaşamı herkesten farklı bir açıdan gören girişimcinin yaratıcılık eğilimine sahip olması talep edilmektedir. Yaratıcılık eğilimine sahip olan bireylerin özellikleri şöyle sıralanmaktadır (Keleş, 2013: 32):

- ✓ Özgün ve yaratıcı fikirler öne sürmek,
- ✓ İhtiyaç olduğu durumlarda sezgilerinin güçlü olması ve doğru tahminler ile tespitler yapılması
- ✓ Değişim odaklı olması,
- ✓ Çok yönlülük

2.3.1.2.4 Yenilikçilik

Yenilik, iş faaliyetlerinin yeni ve farklı bir biçimde oluşturulması ve uygulanması ile ilgili bir kavramdır. Yenilikçilik ise girişimciliğin odak noktası ve karakteristiklerinden birini oluşturmaktadır. Diğer bir ifadeye göre sorunlara ve ihtiyaçlara yaratıcı, alışılmamış ve farklı çözümler bulmaktır (Altuntaş ve Dönmez, 2010: 54).

Yenilikçilik, girişimciliğin temel yapı taşını oluşturmaktadır. Girişimcilerin faaliyetlerine başlama sürecinde ürün, organizasyon, kurumsal açıdan yeni bir yapı ile işe başladıkları görülmektedir. Girişimcilerin uzun vadede değişim ortaya koyabilmesi ve rekabet edebilirliğini koruyabilmesi için stratejilerinde ve çalışma politikalarında yenilikçi yaklaşımı sergilemesi gerekmektedir. Bunun için girişimciler, yenilikçi fikirlerden kaçınmamalı ve bunun üzerine çalışmalarını geliştirmeli, süreci bu yönde ilerletmelidir (Altuntaş ve Dönmez, 2010: 54).

2.3.1.2.5 Kontrol odağı

Kontrol odağı, bireyin yaşamında ödül ve cezalar hakkındaki algılamalarını, yaşamındaki olayları kontrol edip edemeyeceğine olan inancı olarak tanımlanmaktadır. 1954 yılında Rotter tarafından ortaya sürülen kontrol odağı teorisi, içsel ve dışsal kontrol olmak üzere iki şekilde incelenmiştir (Kaufmann vd., 1995: 43).

İçsel kontrol odağı kişinin kendi davranışları ve sonuçları üzerinde kontrol sahibi olduğuna inanmasıyken, dışsal kontrol odağı kişinin kendi davranışları ve sonuçları üzerinde kontrol sahibi olmadığına, hayatın ve

yaşadıkları olayların şanssızlık, kader gibi kendi dışındaki etkenlere bağlı olduğuna inanmasıdır (Döm, 2002: 32).

Dış kontrol odağına sahip bireyler kontrol gücü olmadığına inandığı için çevrelerini tehditkâr olarak algılar ve bu durum, öfke ve kızgınlık içeren tepkiler verme eğilimi yaratır. İç kontrol odağına sahip bireyler ise stresli durumlarda yapıcı çözüm üretme kapasiteleri daha yüksek olduğundan stresle baş etmede daha başarılıdırlar. Bu yüzden daha yenilikçi fırsat algısı yüksek girişimciler daha çok iç kontrol odaklı bireylerden çıkmaktadır (Bozkurt, 2007: 100).

Literatürde pek çok araştırmayla girişimci olma isteği ile içsel kontrol odağı arasında güçlü bir ilişkinin varlığı ortaya konulmuştur. İşletme kurucularının ya da çalışanlarının sahip oldukları içsel kontrol odağı ile işletmelerinin performansı arasındaki pozitif ilişkinin varlığı bu durumu güçlendirmektedir. Başka bir ifadeyle girişimciler içsel kontrol odağına sahip kişilerdir ve işletmenin problemini çözme ve işletmeyi geliştirmeyi kendi çabaları ile sağlayacaklarına inanırlar (Döm, 2002: 32).

2.3.1.2.6 Risk alma

Girişimcilik ile alakalı bütün faaliyetlerde belli ölçülerde risk bulunmakta olup, bu konuda gerçekleştirilen incelemelerin birçoğunda ‘risk alma’ girişimci olmayı belirleyen en önemli faktörlerden biridir. Kontrol edilemeyen faktörlerin olumsuz sonuçlar doğurma olasılığı olarak tanımlanan risk kavramını, makul bir başarısızlık maliyeti oluşma ihtimali olan fırsatlara önemli seviyede kaynak aktarılması olarak da ifade etmek mümkündür (Kaygun ve Güven, 2013: 11).

Girişimci davranışta bulunmanın ayrılmaz bir parçası olan risk, yöneticileri girişimcilerden ayıran temel faktörlerden birisi olarak kabul edilmiştir. Ekonomik, sosyal, kariyer, psikolojik sağlık ve benzeri risk türleriyle karşı karşıya kalan girişimci, sistematik analiz sonucunda maceraya atılmadan risk alır. Diğer bir ifadeyle girişimci risksiz hiçbir iddia ve mücadelenin olmayacağını ve başarılı sonuç elde edilemeyeceğini bilerek, anlaşılabilen ve yönetilebilen riskleri alır (Naktiyok, 2004: 15).

2.3.1.2.7 Belirsizliğe tolerans

Belirsizlik, karar alma aşamasında insanı oldukça yoran ve karar almasını zorlaştıran bir durumdur. Belirsizliğe karşı toleransı olan bireyler yüksek belirsizliğin olduğu durumlarda daha fazla bilgiye ihtiyaç duymadan karar alabilme yeteneğine sahiptirler. Girişimcilikte yeni bir girişimin kurulması sürecinde yüksek derecede belirsizlik ortamı bulunur. Girişimcinin, girişim faaliyeti boyunca ortaya çıkacak olan problemleri, riskleri ve kriz anlarını en üst düzeyde yönetebilmesi için belirsizlik toleransına sahip olması, başarı düzeyini arttıracaktır. Belirsizlik toleransı girişimcinin performansını arttırdığı bilinen önemli bir kişilik özelliğidir (Ayar, 2019: 52).

2.3.2 Kültürel Faktörler

Girişimciliği etkileyen faktörlerden kültüre bu kadar önem verilmesinin nedeni, kültürün kişinin yetiştiği toplumun davranış ve tutumlarını belirlemesidir. Girişimcilik ruhunun oluşmasında kültürel yapının önemli bir etkisi vardır. Çünkü birey, içinde yaşadığı toplumun egemen kültür değerlerinin taşıyıcısı konumundadır (Arıkan, 2004: 249). Girişimcilik eğiliminin ve performansının bazı toplumlarda diğerlerine göre daha yüksek olmasında kültürel faktörlerin önemli bir payının olduğu öne sürülmektedir. Kültür, toplumsal değerlerin uzun yıllar boyunca birikerek oluşturduğu ortak nitelikler, kişilerden diğer kişilere aktarılan öğrenilmiş yaşam biçimidir (Alparslan vd. 2017). İçinde yaşanılan toplumsal kültürün yapısal değerleri ve normları bireyin düşünceleri ve davranışları üzerinde doğrudan etkide bulunan bir güce sahiptir. Bu yüzden girişimcilik niyetinin oluşmasında, davranış kalıplarının ve hareket yönünün belirlenmesinde kültürün önemli bir katkısının olduğu düşünülmektedir (Aytaç, 2006).

İnsanların birçok alandaki davranışı ve yaşam etkinlikleri gibi girişimcilik davranışı da içinde yaşanılan toplumun sosyal ve kültürel özellikleri (yapı ve karakteristikleri) ile yakın bir ilişki içerisindedir. Bu nedenle bazı toplumlar, girişimcilik konusunda yüksek bir performans gösterirken bazı toplumlar ise daha durağan bir görünüm sergilemektedir. Toplumun yapısal özellikleri, değerler sistemi, normları (kurallar) davranışları ve hareketi oluşturan içsel yapıları, girişimciliği etkilemektedir. Toplumsal yapı olarak özetlenen yapısal dizge bir toplumdaki kurumlaşmış ve yerleşik

hale gelmiş ilişki ağlarını ifade etmektedir. Sosyal yapı bir bütün olarak kabul görmüş davranış kalıpları, kurumsal örüntüler, ahlaki değerler, kültürel formlar gibi soyut nitelikli birçok olgunun toplumla bütünleşmiş özelliklerinden oluşmaktadır. Niteliği itibarıyla kültürel yapıyı oluşturan bu özellikler topluma ve dolayısıyla bireylerin düşünce ve davranışlarına egemen olan değerler, kurallar, düşünme ve algılama biçimlerinde etkin olmaktadır. Bu özelliği, toplumsal yapının, bireyin düşüncü ve davranışında bir ölçü olarak harekete geçirici veya kısıtlayıcı rol oynamasına yol açmaktadır. Bireyler, düşünce ve davranışlarını ortaya koyarken bu sosyal ve kültürel kalıpların onayını aramakta ve bir kabullenme arayışı içerisinde olmaktadır (Aytaç, 2006: 139, 147).

İnsanlar genelde kültürün kendi üzerindeki etkisini fark edemez ancak bir toplumda yer alan fikirler, değerler, kabuller ve birçok husus kültürün bileşenlerini oluşturur ve insanların zihinsel ve davranışsal olarak sınırlarını meydana getirir. Resmi ve gayri resmi olarak yaşamın her alanında vatandaşların benimsediği davranış kalıplarında o toplumun kendine has maddi ve manevi özelliklerinin bir kümesi bütünsel olarak etkide bulunur. Kültür toplumun geneli tarafından benimsendiği için o toplumun ayırt edici özelliklerinin de bir toplamıdır (Castillo-Palacio vd., 2017).

Kültürel yapının ve kültür kodlarının girişimcilik ile etkisi konusunun popülerlik kazanmasında 20. yüzyılın farklı dönemlerinde Hofstede başta olmak üzere, Max Weber, McClelland, Sabri Ülgener, Orhan Türkdoğan, Emre Kongar, Şerif Mardin gibi yabancı ve yerli birçok sosyoloğun da etkisi olmuştur. Bunlar içerisinde Max Weber'in Hristiyan dünyası içerisinde Protestanların girişimcilikte öne çıkarak kapitalizmi yaratmasını, Sabri Ülgener'in Osmanlı'da girişimciliğinin gelişmemiş olmasını başta din olmak üzere kültürel değerlerle ilişkilendiren çalışmaları literatürde bu bağlamda öne çıkan eserlerdir. Ayrıca kültür aracılığıyla bireyci/kollektivist kişilik oluşumu, paternalizm/ataerkillik gibi unsurların da girişimci etkisini ortaya koyan teorik eserler bulunmaktadır (Güney ve Çetin, 2003: 190).

Hofstede, kültürü insan ve insan gruplarını diğerlerinden ayıran aklın ortak yaşantılar sonucu gerçekleşen kolektif bir zihin programlaması olarak değerlendirmektedir. Toplumlar için geçerli olan bu tanımın farklı meslekler için de uyarlanabileceğini ifade etmektedir. Çünkü kültür bu anlamıyla belirli

kurallar ve işleyişi olan mesleklerin ortak yönleri ve değerlerini ifade etmektedir. Girişimcilik ile kültür arasındaki ilişkiyi kapsamlı bir şekilde ele alarak iki değişken arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalışan Hofstede (1984), toplumları kültürel açıdan, güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, maskülenlik/feminenlik ve bireycilik/toplumculuk şeklinde dört ayrı boyutta incelemiştir. Her ne kadar küreselleşme eğilimleri bu ayrımı yeniden ele alınmaya açık hale getirirse de Hofstede'nin bu sınıflaması önemli bir referans kaynağı olarak canlılığını hala korumaktadır (Özdil vd., 2014: 78). Bazı çalışmalarda Hofstede'nin sınıflamasına yeni boyutlar eklenerek ele alınmaktadır (Güney ve Çetin, 2003: 194). Bu tezde bir topluma ait kültürel özellikler ve bu özelliklerin girişimcilik niyetine olan etkisi özellikle girişimcilik-kültür ilişkisini teorik olarak açıklama çabasının öncü isimlerinden olan Hofstede'nin çalışmaları temel alınarak irdelenmiştir.

2.3.2.1 Güç mesafesi

Güç mesafesi farklı güç dağılımına sahip topluluklarda güç durumlarına göre bireylere olan bakış açısını ve beklentiyi ifade etmektedir. Yaş, eğitim, makam, aile, zenginlik gibi farklı güç unsurları toplumsal değerlere ve kültürlerimize göre değişmektedir. Güç mesafesi yüksek olan kültürlerde yüksek güç sahibi kişiler ayrıcalıklıdır. Böyle toplumlarda yüksek güce sahip kişiler doğruyu bilmeseyse bile haklı sayılır. Tam tersine düşük güç mesafesine sahip kültürlerde ise demokratik yapı hakimdir (Küçükkömürler ve Aydın, 2019: 46). Güç mesafesinin düşük olduğu kültürlerde girişimciliğe uygun ortamların oluşması daha kolayken, tam tersi olan yüksek yerlerde girişimciliğe olan motivasyon ve girişimcilik niyetleri düşük olmaktadır (Demirel ve Tikici, 2004: 55).

2.3.2.2 Belirsizlikten kaçınma

Kültürel bir yapıda belirsizliği kabul edebilme derecesini yansıtmaktadır. Belirsizlikten kaçınma değeri yüksek kültürlerde bireyler bilinmez ve olağandışı durumları aza indirme amacıyla kurallara bağlı yaşama, yazılı kuralları arttırma, farklı düşüncelere karşı çıkmama eğilimi gösterirler. Belirsizlikten kaçınma değeri düşük olan kültürlerde ise bireyler

değişime açıktır, kural koyma eğilimleri düşüktür (Küçükkömürler ve Aydın, 2019 :46).

Girişim ve girişimcilik risk, başarı, belirsizlikle baş edebilme cesareti, özgüven, yenilikçilik gibi kavramlar kadar sosyal, politik ve kültürel ortamlar da yakından ilgilidir. Çünkü her birey içinde yaşadığı toplumun başta ahlak kuralları olmak üzere sosyal ve kültürel normları ile bağlıdır ve bu bağlılık ilişkisi, bireylerin düşünce ve davranışlarına yön vermektedir. Girişimciliğin sosyal ve kültürel doku ile ilişkisine işaret eden Morrison (2000) gibi yazarlara göre, sosyal ortam ve kültür bireylerin, tutum ve beklentilerine etki ederken, kültürün niteliği/karakteri girişimciliği destekleyebileceği gibi ket vurucu bir etkide de bulunabilir. Özellikle demokratik ve serbestliğe izin veren kültürlerin yaratıcı ve yenilikçi potansiyellerin harekete geçmesinde destekleyici bir özelliğe sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca girişimcilik için büyük bir önemi olan içsel faktörlerden içsel kontrol odağı, başarı ihtiyacı, belirsizlikle baş etme, özgüven, yenilikçilik gibi faktörlerin tamamı, bireyin içinde yaşadığı kültürel ortamdan etkilenmektedir ve kültür bu noktada aracı bir değişken olarak içsel faktörler aracılığıyla da girişimciliğe etki etmektedir (Özdil vd., 2014: 77-78).

2.3.2.3 Baskın değer (erillik/dışılık)

Hofstede, bir toplum içinde baskın olan değerlerin analizi ile kültürün eril ya da dışıl olarak nitelendirilebileceğini ifade etmiştir. Cinsiyete atfedilen roller arasındaki katılığa bağlı olarak eril (maskülen) ya da dışıl (feminen) olarak sınıflandırılmaktadır. Eril kültürlerde cinsiyet rolleri daha sabit ve katıyken, dışıl kültürlerde değer farkı yüksek değildir (Küçükkömürler ve Aydın, 2019 :46).

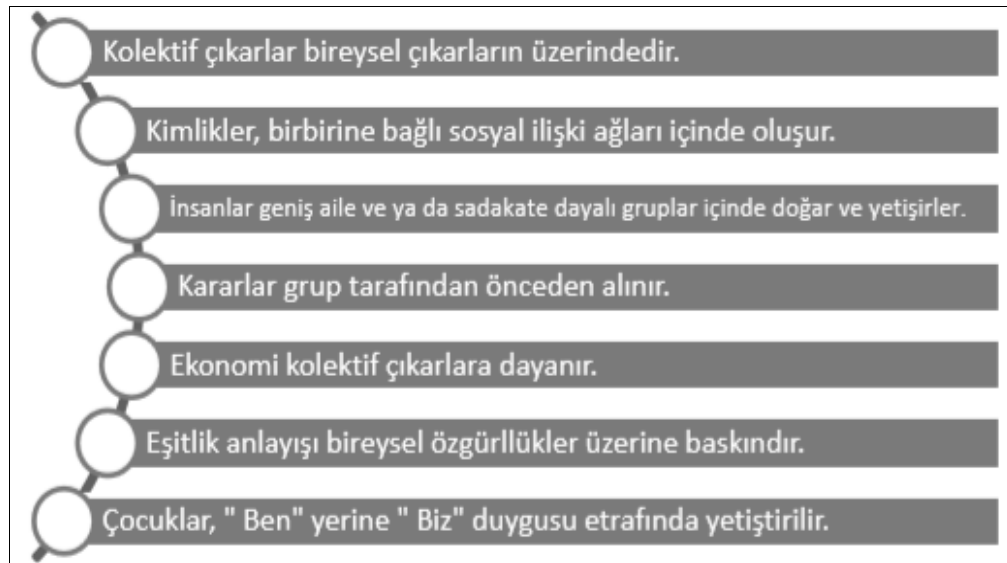
Eril duygular olarak atfedilen bağımsızlık, kendine güven, otorite, saldırganlık, ataklık, kabalık, acımasızlık girişimcilikte rekabet gücünü arttırdığı için kültürel erilliğin girişimcilikte önemli olduğu ve girişimcilik niyetini beslediği düşünülmektedir. Dışilere atfedilen şefkat, nezaket, merhamet, sadakat, sevgi, duyarlılık ise girişimciliğe zarar verdiği düşünülen duyguları içermektedir (Demirel ve Tikici, 2004: 55).

2.3.2.4 Bireycilik/toplulukçuluk

Bireycilik/toplulukçuluk boyutu bireylerin toplum içinde birbirleri arasındaki ilişkilerin bağımlılık ve bağımsızlık derecesini temsil eder. Bireyci kültürlerde bireysel haklar ve bireysel başarılar ön plandadır. Toplulukçu kültürlerde ise topluluğun çıkarları kişilerin çıkarlarından üstündür. Girişimciliği etkileyen faktörler hakkında araştırmalar yapan Hofstede, insanların benliklerini ortaya çıkarma sürecinde kolektivist ve bireyci toplumsal yapıların etkilerini ve farklılıklarını açıkça vurgulamaktadır.

Hofstede'e göre kolektivist toplumlar; birbirlerine bağlı, sosyal ilişkileri kuvvetli ve sadakate dayalı gruplar içinde yetişen toplumlardır (Kara, 2006: 471). Kolektivist kültürün hâkim olduğu toplumlarda başarıyı elde etme ihtiyacı ya da başarıma güdüsü bireyci toplumlardan farklıdır. Bu kültürlerde başarı güdüsü, "bireyselliğin", "benliğin" ve "ilişkisel benliğin" ötesine geçer ve başkalarının benliğine yayılır. Karşılıklı bağımlılığa dayalı insan ilişkilerinin baskın olduğu toplumlarda da "sosyal bir başarı güdüsü" olduğu ileri sürülmektedir. Başarı güdüsü, bireysel temelde oluşturulup ölçüldüğü zaman, toplulukçu kültürlerdeki pek çok kişi buna sahip değilmiş gibi gözükmemektedir. Bu durum, bireysel temelde oluşturulmuş başarı güdüsü ölçümlerinin, toplumdaki farklı başarı güdülerini ölçememesinden kaynaklanmaktadır (Aytaç ve İlhan, 2007: 111). Kolektivist toplumların karakteristik özellikleri Şekil 4'te gösterilmektedir.

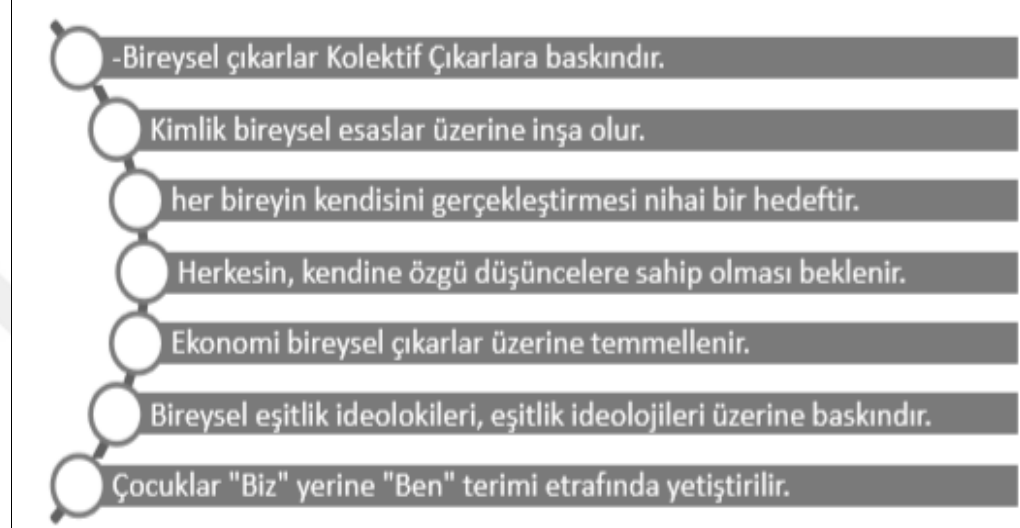
Şekil 4. Kolektivist Toplum Özellikleri



Kaynak: Kara, 2006: 471.

Hofstede'e göre bireyci toplumlar; insanların kendilerine özgü bakış açılarını geliştirdiği ve kişisel menfaatlerin önde tutulduğu toplum türüdür. Bireyci toplumların karakteristik özellikleri Şekil 5'te gösterilmektedir (Kara, 2006: 471).

Şekil 5. Bireyci Toplum Özellikleri



Kaynak: Kara, 2006: 471.

Hofstede'in bakış açısına göre toplumsal yapılar, girişimcilik faaliyetlerinin kalıplarının oluşmasında etkin rol üstlenmektedir. Bu yaklaşıma göre kolektivist toplumların olduğu ülkelerde girişimcilik faaliyetleri ya da eğilimleri baskı altına alınırken, bireyci toplumlarda girişimcilik desteklenmektedir (Aytaç, 2006: 149).

Girişimcilikle kültür arasında yakın bir ilişki olduğunu savunan teorisyenlerden bir diğeri de Morrison'dur. Morrison'a göre (2000), kültür bireylerdeki girişimciliği harekete geçiren, başlatan temel itkileri ve güdülerini bünyesinde barındırmaktadır. Bu yönüyle kültür, toplumun girişimcilik karakteristik ve ruhunu da biçimlendirmektedir. Çünkü demokratik kültüre sahip toplumlardaki kültürel anlayış bireylerin girişimciliğe ilişkin hataları hoş görülebilmekte, yeniden denemek için teşvik edici bir rol oynamakta ve bireyleri yenilikçiliğe yönlentmektedir. Bireysel harekete geçmeyi destekleyen kültürler, niteliği itibarıyla bireyin girişimciliğini de onaylamakta ve teşvik etmektedir. Bireyselliğe izin vermeyen kültürler ise bireylerdeki girişimciliği

söndürmeye köreltmeye yönelik öğeleri ile girişimciliğe olumsuz etki etmektedir. Bu konuda özellikle ataeril yapıya sahip gelenekçi toplumların, girişimci ruhu bastırmaya yönelik bir kültür yapısına sahip olduğunu söylemek mümkündür (Aytaç ve İlhan, 2007: 107).

Kültürel yapı ve kimliğin girişimcilik üzerindeki etki mekanizması, kültürün bireydeki benliğe etkisi ile ortaya çıkmaktadır. Kültür ve kültürel farklılıklar bireylerin kişilik yapısını, karakterini ve benlik değerlerini etkilemekte ve biçimlendirmektedir. Buna bağlı olarak bazı kültürler dışa açık, özgür ve bağımsız kişilik yapısının oluşmasına yardımcı olurken bazı kültürler ise içe kapalı, bağımlı, korumacı ve konformist benlik ve kişilik yapılarının oluşmasına ön ayak olmaktadır. Kültürün bu kişilik özellikleri üzerindeki etkisi en çok benlik yapısında kendisini göstermektedir. ABD’de olduğu gibi birçok özgürlükçü toplumda bireylerin özerkliği çocukluktan itibaren önemsenmekte ve çocuğun bağımsız bir benlik algısı kazanması sağlanmaya çalışılmaktadır. Buna karşın Japon kültürü gibi gelenekçiliğe aşırı önem veren kültürlerde ise çocukların ebeveynlerden bağımsızlaşması fazla kabul görmemekte ve çocuklar ebeveynlerin (doğal olarak da gelenekçi toplumsal yapının) uzantısı olarak görülmektedir. Aynı şeyi, geleneksel karakteristiği ile öne çıkan Hint toplumunda da güçlü bir şekilde görmek mümkündür (Aytaç, 2006: 149-150).

Toplumsal kültür gibi örgüt kültürü de girişimciliği etkileyen bir işlev görmektedir. Öktem vd. (2003: 181) girişimci örgüt kültürünün, çalışanlardaki iç girişimcilikle ilişkisini inceleyen araştırması da bu konuda destekleyici bulgular sunmaktadır. Araştırma bulgularına göre örgütün sahip olduğu girişimcilik karakteri, çalışanların iç girişimciliği ile yakın bir ilişki içerisindedir. Bunun yanında üstündeki denetim baskısı azalan daha üst kademedeki çalışanlarla daha yaşlı çalışanlarda iç girişimcilik eğiliminin daha güçlü olduğu görülmektedir. Bunlardan hareketle bireyselliğe ve girişimciliğe denetleme mekanizmalarının sınırlayıcı bir etkide bulunduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla toplumların kültürel karakteristiği çocukluktan itibaren bireylerin benlik yapısının oluşmasında etkili olmakta ve nasıl biri olacakları üzerinde karar verici bir rol oynamaktadır. Girişimcilik – kültür ilişkisi konusunda toplumsal kültürün yanında örgütsel kültürün de etkisinden de bahsetmek mümkündür. Çünkü nasıl ki kültürler toplumların temel yapı taşlarından birisidir ve hem düşünce hem davranış kalıplarının şekillenmesinde

etkin bir rol oynuyorlarsa örgütlerde de örgütün sahip olduğu kültür çalışanların örgüt içi yaşamlarının şekillenmesinde etkin bir rol oynamaktadır. Örgüt kültürü bu yönüyle çalışanların örgüt içinde uyacağı değerleri, davranışları ve iş yapma biçimlerini belirleyen temel kurallar bütünüdür (Yeşil vd., 2016: 163).

2.3.3 Çevresel Faktörler

Tezin bu bölümünde aile, eğitim sistemi, ekonomik ve politik sistemlerin etkisi çevresel faktörler başlığı altında ele alınarak bireylerin girişimcilik özelliklerinin çevresel faktörlerden nasıl etkilendiği irdelenecektir. Çevresel faktörler değerlendirilirken bireyi en çok etkileyen ve bireyin mikro çevresi olması bakımından ailenin etkisi öncelikli olarak ele alınmıştır.

Girişimciliği ve insanların girişimcilik faaliyetlerini doğrudan etkileyen hususlar konusunda çevresel faktörlerin önemi öne çıkmaktadır. Çevresel faktörler kişi üzerinde yarattığı etkiler ile girişimciliklerin olumlu veya olumsuz sonuçlanmasına yol açmaktadır. Bulunulan çevre, yapısı ve doğası bakımından insanların hareket planlamalarını destekleyen ya da engelleyen fonksiyonda bulunabilmektedir (Aytaç, 2006: 153). Girişimcilerin faaliyetleri kapsamında bulunduğu çevredeki imkânlar, tehdit oluşturabilecek koşullar da çevresel faktörler üzerinden değerlendirilmektedir. Çevre kaynaklı faktörler kapsamına ekonomi, siyaset ve sosyal düzen gibi olgular da girmektedir (Lee ve Peterson, 2000: 402-403).

Girişimciliği etkileyen başlıca çevresel faktörler aşağıdaki sıralama çerçevesinde ele alınacaktır.

- ✓ Ailenin etkisi,
- ✓ Eğitim sisteminin etkisi,
- ✓ Politik sistemin etkisi,
- ✓ Ekonomik sistemin etkisi.

2.3.3.1 Ailenin etkisi

Toplumun en ufak yapı birimi ailedir. Bu yüzden toplumsal yapıların sağlam ve güçlü olmasında ailenin etkisi önemlidir. Çocuk gelişimi aile yaşantısı ile başlamaktadır. Okul öncesi dönemde aile yaşamında deneyimledikleri, görmüş olduğu olaylar ve durumlar; bireylerin yetişkinlik

döneminde kişiliğinin ve davranışlarının oluşmasında belirleyici olmaktadır. Çocukta sağlam bir öz kimlik duygusu, ancak dengeli, samimi, sıcak, saygı gösterilen, güvenilen, sorumluluk verilen bir aile ortamında yetişen çocuklarda mümkündür (Dam, 2008: 79). Bu açıdan ileriki yıllarda bireylerin girişimcilik eğilimlerinin güçlü olmasında ailenin etkisi oldukça büyüktür.

Şekil 6'da aile ile girişimcilik kişiliğinin ilişkisi gösterilmektedir (Özdemir ve Mazgal, 2012). Şekilde de görüldüğü gibi, ailenin kısıtlayıcı veya teşvik edici yapısı, bireyin girişimcilik yetenek ve isteklerine yön vermektedir.

Şekil 6. Aile-Girişimcilik Kişilik İlişkisi



Kaynak: Özdemir ve Mazgal, 2012.

Çocuklar ilk sosyal tecrübelerini aile ortamında yaşamaktadır. Sosyal uyum üzerindeki araştırmalar, ailenin çocuk üzerindeki etkilerinin son derece önemli olduğunu ortaya koymuştur. Ev yaşamında ilgi ile büyüyen, adil ve eşit şartların uygulandığını gözlemleyen çocukların aktif, bağımsız ve başarılı ilişkiler ve diyaloglar geliştirdikleri fark edilmektedir. Bunun aksi bir yaklaşım ile yetişen, sert bir denetim altında tutulan ya da eğitim yöntemleri değişken olan ailelerde büyüyen çocuklar ise, karşı çıkma ve saldırganlık gibi yollarla kendini kabul ettirmek istemektedir (Dam, 2008: 80).

Teşvik edici etki durumunda aile, çocuğun özerk bir hayatının olmasını ve kendi işini kurması konusunda teşvikte bulunur. Kısıtlayıcı etki durumunda aile içinde maddi imkânsızlıkların yarattığı etki veya tarıma dayalı yaşamı sürdürme hali gibi nedenler çocuğun girişimci olmasını önlemektedir. Bu tür ailede çocuğun horlanması tek başına başarıma arzusunu köreltmektedir. Kararsızlık yaratıcı etki durumunda ise aile, özellikle modern toplumlarda çocuğu toplumsallaştırmak yerine eğitim ve formel toplumsallaştırma rolünü üzerine alır (Özdemir ve Mazgal, 2012: 94).

Batı toplumuna bakıldığında çocukların aile yapılarındaki sistem çocuğun özerkliğini savunurken, doğu toplumlarında ki demokratik devletler çocukla ailenin bir bütün olduğunu savunmaktadırlar. Yapılan araştırmalarda Batı tarzı aile yapılarında (Amerika, İngiltere, Almanya, Kanada vb.), annelik ve babalık içgüdülerinden vazgeçerek çocuklarının en etkin, özgür ve arkadaşlarıyla, aileleriyle ve toplumdaki her bir fert ile ilişkilerinde en üst seviyede olmasını hedeflemektedir ve bu yönde de başarılı olurlar. Doğu toplumuna bakıldığında ise daha tutucu bir toplum yapısı ön plana çıkmaktadır (Aytaç, 2006: 150).

Çocukluk döneminde aileden alınan terbiye ve görgü, kişinin hayatı boyunca kişiliğini ve hareketlerini belirlerken; ailelerinin ekonomik ve kültürel yapıları da kişiliklerin ortaya çıkmasında etkili olmaktadır. Toplumda ailenin statüsü, ekonomik durumu ve değerleri, bireyin hareket ve tutumlarını meydana getirmektedir. Aile, çocuğun üretken alanlarda faaliyet göstermesini teşvik ederek girişimcilik niyetlerine de doğrudan tesir etmektedir (Bozkurt, 2011: 21).

Ailenin toplumsal değerlerin ve diğer kültürel kodların bireylere aktarılmasında en etkili kurumlardan birisi olduğu için bireylerdeki girişimcilik düşünce ve davranışını da doğrudan etkilemektedir. Pakistan'da yapılan bir araştırmada aile ve arkadaşların girişimcilik davranışını etkilediği yönünde bulgular elde edilmiştir. Araştırmaya göre girişimciler ahlaki, moral ve finansal açıdan ailelerinden destek almaktadır. Bunun yanında bireyler aile desteği ile risk alırken yeni fikirlere karşı daha açık olabilmektedir (Ijaz vd., 2012: 914-915).

Rosique-Blasco vd. (2016: 826), çalışmalarında kültürel özelliklerin ve ailedeki rol modeli girişimcilerin bireysel girişimciliğe etki ettiğine yönelik

bulgular elde etmiştir. İspanya’da ortaöğretim öğrencilerinin girişimcilik hakkındaki düşüncelerini tespit etmek amacıyla yapılan araştırmaya göre öğrencilerin kişisel becerileri kadar kültürel faktörler de öğrencilerin girişimcilik niyetini olumlu etkilemektedir. Ayrıca ailede rol modeli alınabilecek girişimcilerin olması durumunda öğrencilerin girişimcilik eğilimi daha da güçlenmektedir.

İnsanların meslek seçimleri ve kariyer gelişimlerinde etkili olan aile unsuru ile birlikte çocukluk döneminde edinilen deneyimler kariyer seçimlerini etkilemektedir. Ailenin sosyal statüsü ve mevcut sosyal düzeni içerisinde bireylerin meslek seçimleri şekillenmektedir. Sosyal düzen içinde var olunan yer, ailelerin çocuklarını yetiştirmelerini ve geleceğe hazırlamalarını finansal açıdan belirlemektedir (İraz, 2005: 176-178).

İnsanlar temel gereksinimlerini karşılamak için bir arada çalışmaya ihtiyaç duymaktadır ve etkileşim içerisinde olan kişilerin birbirleri arasında duygu ve düşünce alışverişi olmaktadır. Birbirlerinin değer ve yargılarından etkilenen insanlar genellikle çevrelerindeki yaşamışlıkları yansıtmaktadırlar. Aile, arkadaş, okul ya da akrabalar insanların çevrelerini oluşturabilmektedir. Aile ve çocuk üzerinden çevrenin iki yönlü bir etkisi olmaktadır. Eğer çevre ve ailenin çalıştığı veya yakın ilişki kurduğu ortam, girişimciliğin temel özelliklerini içeriyorsa çocuk, bu özellikleri daha çabuk kavramaktadır (İraz, 2005: 176-178).

Girişimcilik kimliğinin oluşmasında, bireylerin kendilerine seçtikleri rol modelleri son derece etkili bir faktördür. Rol modeli konusunda aile ve sosyal çevreden etkilenme; aile bireyleri, kardeş, arkadaş ya da herhangi bir akrabadan olumlu etkilenme söz konusudur. Genellikle işinde başarılı, kariyer düzeyi yüksek, donanımlı kişilerin rol model alındığı görülmektedir. Rol modeli alınan kişiler, girişim sürecinde girişimcilere destek ve motivasyon konusunda kılavuz olmaktadır (Dündar ve Ağca, 2007: 131).

Aile ortamının sağladığı iki temel faktör, bireydeki girişimci kişiliği etkilemektedir. Bireyin kendisine ailesinden rol modeli olarak seçtiği kişinin vasıfları, girişimciliğinde başarılı olup olamayacağını da göstermektedir. Aile rol modeline göre, ailesi girişimci olan kişilerin kendi işletmelerini kurması daha olasıdır. Aile hayatında alınan bütün eğitimler, hayat boyu insanların davranışsal tutumlarını yönlendirmektedir. Yapılan araştırmalarda insanların en

çok babalarından etkilendikleri ve onu inceledikleri gözlemlenmektedir (Bozkurt, 2011: 21). Aile de babanın kendi işini kurması ya da kendi işlerini başarılı şekilde sürdürmesi, gençlerin girişimcilik konusundaki çekincelerinin önüne geçebilmektedir. Ailesinde girişimci vasıflara sahip kişilerin rol model alınması, kişinin girişimcilik yönünün gelişmesini ve kendi potansiyelini iletmesini olumlu şekilde etkilemektedir (Akçanat vd., 2014: 140). Rol modeli alınan kişilerin bazı zamanlarda girişimcilere örnek teşkil etmenin haricinde, iş konusunda da destek olduğu gözlemlenmektedir (Akçanat vd., 2014: 141).

2.3.3.2 Eğitim sisteminin etkisi

Günümüzde gelişmiş ve sanayileşmiş toplumlar ile gelişmekte olan toplumlar arasındaki en önemli fark eğitim politikalarından ve eğitim sistemi ile sağlanan düzenli bilgidir. Bilgi, üretim faktörleri olan sermaye, emek, doğal kaynaklar ve teknoloji yanında beşinci etmen olarak görülmektedir. Gelişmiş toplumların geneli bireylere vermiş olduğu eğitimlerin sonucunda girişimci kişilerin, bilgi ve teknolojiye etkin olarak yararlanma yeteneği kazanması, bilginin etkin kullanılması, üretim ve hizmet sektörünün de gelişmesiyle, kalkınmanın temel taşlarından olan girişimciliği ön plana çıkararak girişimciliği etkin olarak kullanmışlardır (Öztürk, 2005: 31).

Dünya üniversitelerinde kurulan girişimcilik merkezleri, ülke çapında girişimciliğin aşılması ve yaygınlaşması için tüm alanları kapsayacak şekilde faaliyetler göstermektedir. Yalnız teorik değil uygulamalı olarak girişimcilik becerilerinin kazandırılmasını hedefleyen girişimcilik eğitim merkezleri, reel sektör ve üniversitelerin iş birlikleri ile girişimcilik kültürünü geliştirmeye çalışmaktadır. Üniversitelerde başarılı girişimciler deneyim paylaşımlarını, seminerler, konferanslar, dersler kapsamında yüksek sıklıkta öğrencilere ve diğer bireylere aktarmaktadırlar. İlköğretimden itibaren okul süreci içinde ve sonrasında verilen girişimcilik eğitimleri dünya ülkelerinde girişimciliğe verilen önemi kanıtlamaktadır. Uygulamalı eğitimlerle girişimci zihniyetlerin yaratılması ve girişim potansiyelinin açığa çıkarılması ülkelerin başarılarını girişimciliğe yeterince önem vermeyen diğer ülkelere göre oldukça yükseltmektedir (Alparslan vd. 2017: 151)

ABD özelinde girişimcilik hakkında yapılan araştırmalarda, 1920 yılı öncesindeki eğitim anlayışı ile sonraki dönemdeki eğitim anlayışındaki değişim vurgulanmaktadır. Eğitim düzeninde yaşanan gelişimle birlikte ABD’de girişimciliğin daha aktifleştiği ve ülke kalkınmasına olumlu yönde etki ettiği ifade edilmektedir (Bozkurt, 2011: 22).

2.3.3.3 Politik sistemin etkisi

Girişimciliği etkileyen politik faktörler arasında bir ülkenin idari yönetim tarzı, hükümetlerin görüşleri, lobicilik faaliyetleri, sahip olunan politik haklar ve sivil özgürlüklerle ilgili düzenlemeler sayılabilir. Politik istikrarın en önemli şartlarından biri istikrarlı yönetimdir (Aygün, 2009: 50). Bir girişimcinin, göz önünde bulundurması gereken faktörlerden birisi politik faktördür. Politik yapı, bir ülkenin hem sosyal hem de ekonomik koşullarının bir göstergesidir ve yasal düzenlemelerle de desteklendiği için hem işletmeler hem de yeni kurulacak işletmeler açısından büyük önem taşımaktadır. Politik faktörler işletmelerin faaliyetlerine belirli bir çerçeve getirmektedir. Bu durum da işletmeleri kısıtlayan, yeni işletmeleri kısıtlayıcı etkisi olan faktör olarak ortaya çıkmaktadır (Atılğan, 1994: 84).

Ülkelerin oluşturmuş oldukları politikalar, girişimciliğin oluşmasına etki eden önemli faktörlerdir. Gümrük tarifeleri, ithalat kotaları, ekonomik yardımlar, ortak girişimler konusundaki politikalar, devlet destekleri, döviz kurundaki değişimler ile ihracat ve ithalatı düzenleyici uygulamalar, yeni işletmelerin kurulmasında ve girişimcilik yapısının oluşmasında önem arz etmektedir. Politik yapının demokratik veya antidemokratik sistem altında yürütülmesi işletmeleri de girişimciliği farklı şekillerde etkilemektedir. Aynı zamanda siyasi rejim türünün, işletme yönetimini ve oluşturulacak yönetim stratejilerini de çok yakından etkilediği görülmektedir. Girişimciliğin ortaya çıkmasında, politik yapıyı belirleyen sistemler; demokratik sistemler ve demokratik olmayan sistemler olarak değerlendirilebilir (Atılğan, 1994: 85).

Girişimciliğin tarihsel süreci değerlendirildiğinde belirli bir dönemin politik çerçevesi ile girişimciliğin çok yakından ilgili olduğu açıkça görülebilir. Merkantilizm ve fizyokrasinin baskın olduğu dönemdeki müdahaleci politikalar ve girişimciler üzerine uygulanan dış ticaret kısıtlamaları zamanla ticaretin, sanayinin ve dolayısıyla ekonomik büyümenin gerilemesine neden

olmuştur. Sonrasında kapitalist sistemin baskın olması ile müteşebbis sınıfının işine yarayacak şekilde geliştirilen faiz, vergi, serbest piyasalar ve dışa açıklık gibi ekonomik ve ticari politikalar bireyselliğin önem kazanmasını ve bireylerin kendi çıkarına göre hareket etme düşüncesini yaygınlaştırmıştır (Cogürcü, 2016: 78).

2.3.3.4 Ekonomik sistemin etkisi

Günümüzde ekonomik sistem kapsamında girişimciliğin önem kazanması, serbest piyasa sistemine göre rekabetin artışı ile oluşmuştur. Geçmiş dönemde sanayi toplumu yaklaşımı ile hayatını sürdüren kişilerin, günümüz koşullarında bilgi toplumuna evrimleştirildiği ve bunun neticesi ile yeniliklerin arttığı ve girişimciliğin faal hale geldiği gözlemlenmektedir. Neo liberal politikaların bireysel girişimi destekleyen yapısı, esneklik uygulamaların tüm dünyada etkin hale gelmesi, evden çalışma, yarı zamanlı çalışma gibi çalışma tiplerinin yaygınlaşması kadın girişimciliği de dahil olmak üzere birçok girişimcilik türünün gelişebilmesi için gerekli olan alt yapıyı sağlamıştır (Finkle vd., 2006: 185).

Dünya Girişimcilik Platformu girişimciliği etkileyen unsurları ülke alt yapısı ve girişimcilik alt yapısı olarak iki boyuta ayırmıştır. Ülke alt yapısı genel olarak ekonomik politikalar, dışa açıklık, finans sektörünün etkinliği, teknoloji yoğunluğu, ekonomik büyüme, işgücü pazarı gibi ekonomik sebeplerin yanında devletin rolü, yönetim becerileri, yasa ve politikalar, sosyal, kültürel ve eğitim ortamını içermektedir. Girişimcilik alt yapısı kapsamında ise Ar-Ge olanakları, teknoloji transferleri, ticari alt yapı, girişimcilik eğitimini içermektedir (Bozkurt vd. 2012).

Ekonomik faktörler, bir ülkede benimsenen ekonomik sistemin türü, ekonomik gelişim düzeyi, enflasyon, dış ticaret hacmi, fon kaynakları, işletmenin yönetim düzeyi, devletin ekonomik hayatta yer alma düzeyi işletmenin büyüklüğü, işletmelerdeki yenilikler ve iş karmaşıklığı ile ilgili düzenlemelerdir (Aygün, 2009: 62).

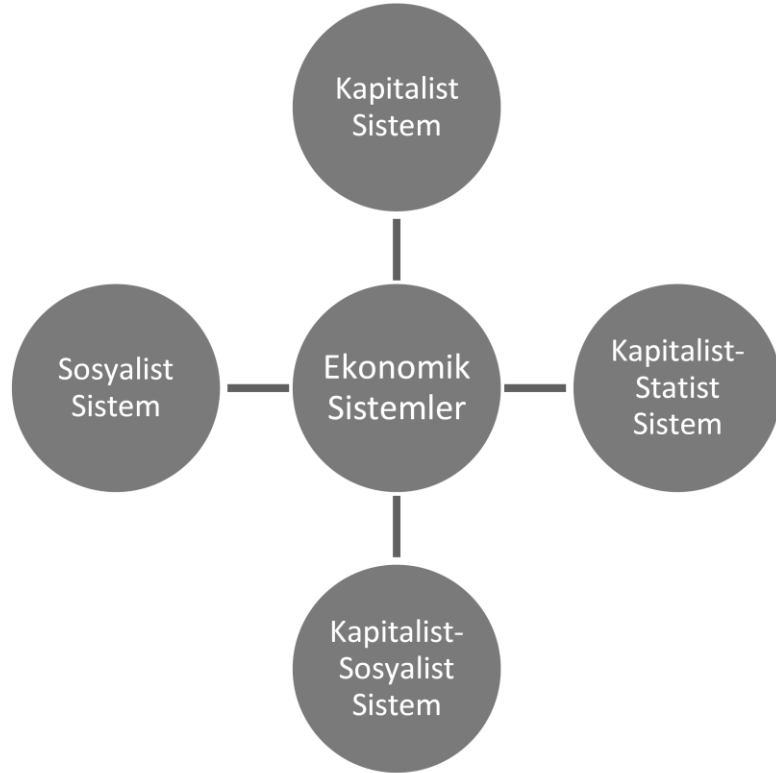
Ekonomik sistemler genellikle, kapitalist, sosyalist ve karma olarak sınıflandırılmaktadır. Bununla beraber kaynakların tahsisi ve kontrol yönetimine göre piyasa ekonomileri ve planlı ekonomiler; ekonomik değerin mülkiyetine göre de özel ve kamu girişimi olarak sınıflandırılırlar. Ekonomik

faktörlerden en önemlisi kuşkusuz ülkelerin ekonomik sistemleridir. İşletmelerin özel ya da kamu mülkiyetinde olması veya özel ve kamu kuruluşlarının bir arada faaliyet göstermeleri ekonomik sistemin belirlediği bir durumdur (Atılğan, 1994: 82).

Kapitalist Sistem, pazar ekonomisine dayanan ve bireylerin refahı için özel mülkiyetin geniş bir şekilde yer aldığı sistemdir. Şekil 7’de, bu ekonomik sistemler gösterilmektedir (Öztürk, 2008: 22).

- ✓ Kapitalist-Statist Sistem: Verimli ve üretken kamu işletmelerinin geniş bir şekilde yer aldığı sistemdir.
- ✓ Kapitalist-Sosyalist Sistem: Sosyal hizmetlerin büyük ölçüde devlet tarafından karşılandığı, kâr amacı gütmeyen kurumların geniş bir şekilde yer aldığı sistemdir.
- ✓ Sosyalist Sistem: Milli ekonomiyi tam anlamı ile kontrol altında tutmaya yönelik doğrudan ve dolaylı planlı çabaların geniş bir şekilde yer aldığı sistemdir.

Şekil 7. Ekonomik Sistemler

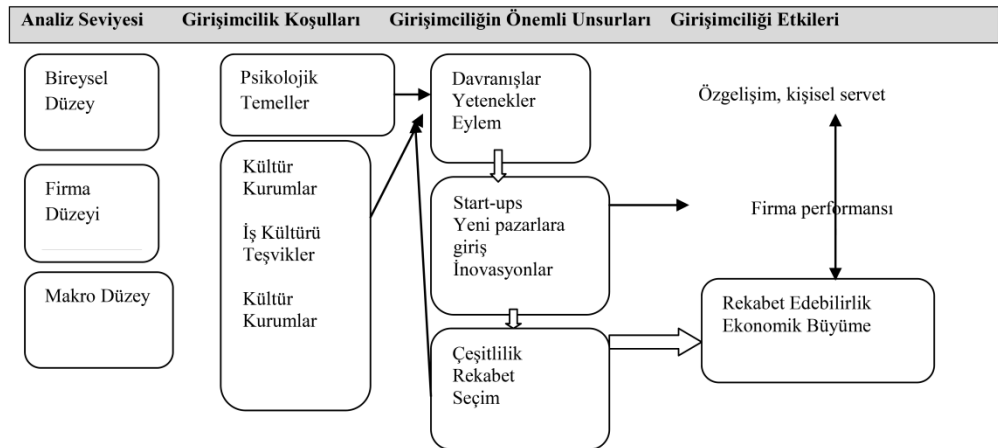


Kaynak: Turan Atılğan, 1994.

Girişimcileri bir ülkede uygulanan ekonomik sistemler kadar, o ekonominin göstergeleri de ilgilendirir. Örneğin enflasyon, milli gelir düzeyi, eğitim seviyesi, işsizlik oranı, kredi imkânları, üretim faktörlerinin maliyeti, ülke insanlarının harcama ve tasarruf düzeyi, yatırım oranları, ödemeler dengesi vb. gibi unsurlarda girişimci kişiliğin oluşturulmasındaki toplam ekonomik dış çevre faktörleridir. Özellikle enflasyon ekonomik çevreyi etkileyen en önemli faktörlerden birisidir. Çünkü enflasyon, döviz kuru, hayat pahalılığı ülkenin genel ekonomik ve politik yapısını etkilemektedir. Yüksek enflasyonlu ülkelerde geleceğe yönelik planlar yapmak zor olduğundan girişimcilik risklidir (Durak, 2011: 197). Öte taraftan ekonomik büyüme ve gelişim için girişimciliğin önemli olduğu pek çok araştırmada vurgulanmaktadır. Başarılı girişimcilik faaliyetleri ile şirketler, işletmeler bünyesinde değişim yaşandığı gibi toplumsal yapıda da değişiklikler meydana gelmektedir. Girişimcilerin başarılı performansları sayesinde üretim ve büyüme hacmi genişlemektedir. Bu oluşumda temel alınan hususlarda yenilikçi yaklaşımı benimsemek ve yeni fikirleri denemekten kaçınmamak esas alınmaktadır (Öztürk, 2008: 22).

Ekonomik sistem ve ekonomik politikalarla yapılan teşvikler girişimciliği önemli derecede etkilemektedir. Bir ülkenin girişimciliği teşvik etmesindeki en önemli etken girişimciliğin ekonomik büyümeye ve kalkınmaya olan katkısıdır. Şekil 8, girişimciliğin ekonomik büyümeye olan etkisini özetlemektedir.

Şekil 8. Girişimcilik ve Ekonomik Büyüme İlişkisi



Kaynak: Şahin, 2018: 83.

Girişimcilik bireysel faaliyetlerle devam etse de toplam girişimcilik faaliyetlerinin firmalar, gelişen endüstri ve teknoloji, bölgeler ve ülkeler arasındaki ticari ilişkilerle birlikte ekonomik büyümeyi etkilediğini göstermektedir. Girişimcilik firma düzeyinde, bireysel ve kültürel unsurların da etkisiyle girişimcilik niyetinin eyleme dönüşmüş halidir. Firma düzeyinde gerçekleştirilen yeniliklerin piyasalara girme, yeni pazarlar açma, üretim, süreç ve organizasyonel gelişim, rekabet edebilirlik, yurtiçi ve yurtdışı etkileşimlerin getirdiğı bilgi birikimi sürekli olarak büyümeye katkı sağlamaktadır. Bu süreç dinamik olmakla birlikte aynı zamanda çevresel ve kültürel bağlamda da girişimciliğı beslemektedir (Şahin, 2018).



BÖLÜM 3

TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİK NİYETİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Türkiye’de girişimciliğin yeri ve gelişiminin daha iyi anlaşılabilmesi için dünyada girişimciliğin yeri ve gelişimi altında değerlendirilerek daha bütünsel bir bakış açısı geliştirmek amaçlanmıştır. Türkiye’deki toplum yapısı tarihi kökenleriyle ekonomik, politik ve kültürel bağlamı ile birlikte ele alınması girişimciliğe etki eden faktörlerin de daha anlamlı bir çerçevede incelenmesine olanak vermiştir.

Tezin bu bölümünde Türkiye’de girişimciliğin son durumu aktararak ve potansiyel girişimcilerin girişimcilik niyetlerinin bireysel, çevresel ve kültürel faktörlerden nasıl etkilenmiş olabileceğine yönelik yapılan alan araştırmaları ışığında bütünsel bir yaklaşım geliştirmek hedeflenmiştir.

3.1 Dünyada Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

İnsanoğlunun neolitik dönem itibari ile avcılıktan üretime geçmesi, girişimciliğin tarihsel gelişim sürecinin başlangıcını oluşturmaktadır. Maden devrine geçişle iş yerlerinin kurulması ticari hayatı başlattığı için girişimciliğin ilk adımları da atılmaya başlanmıştır. İnsanların medeni hayata geçişinde tunç devri yıllarında şehir devletlerinin kurulduğu ve bu yüzden ticaretin giderek arttığı gözlemlenmektedir. Günümüzde tanımlanmış olan girişimciliğin doğrudan karşılığı olmasa da bu yıllarda ticaretin sadece yerel değil şehirlerarasında da ilerlemesi girişimcilik faaliyetlerindendir (Mc Larty, 2005: 223).

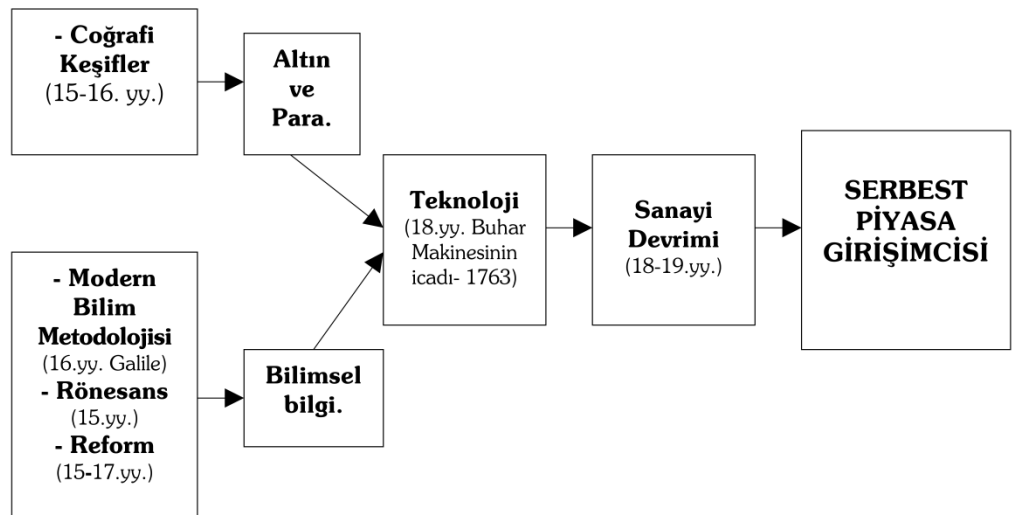
İnsanlık tarihinde yazının icadı ile birlikte tarihi devirlerin başlaması ve ticaretin farklı bir boyut kazanmasına yol açmıştır. İnsanların girişimciliklerini adım adım büyüttüklerine Fenikelilerin girişimleri örnek gösterilmektedir. Şehirlerarası ticareti kıtalara taşıyan Fenikeliler, ilk çağ dönemlerinde Trablus, Sayda, Sur ve Kartaca ön Asya bölgelerinden Akdeniz bölgelerine ticaret malları taşımıştır (Demirez, 2006: 1). Eski Yunanlılarda girişimcilik, ticaret yapma olarak kabul edilmekte ve erdemli bir meslek olarak görülmemektedir.

Bundan dolayı girişimciliğin yabancılar tarafından yaptırıldığı düşünülmektedir. Eski Yunanlılar girişimcilikten ziyade tarıma yönelmiş, üretim sürecinde kar elde etmek hedeflenmemiş; toplumun temel gereksinimlerini karşılamak önemsenmiştir (Hisrich et al. 1998: 6).

Eski Roma İmparatorluğu'nun M.S. 200 yılına kadar ekonomik anlamda son derece güçlü olduğu yapılan arkeolojik kazılar ile ispatlanmaktadır. Buna göre Eski Roma İmparatorluğu döneminde market ekonomisi alanında pek çok girişim yapılmıştır. Ürün ticareti, işçi marketleri, kişi başına düşen milli gelir gibi konular günümüz ekonomisini anımsatmaktadır. Şehirleşme girişimciliği sayesinde 18. yüzyıldaki İngiltere'nin sahip olduğu ekonomik güce sahip olabilmıştır (Kabaş, 2007: 3).

Orta Çağ döneminde Avrupa kıtasında inşaat alanında yapılan girişimler dikkat çekmektedir. Kale, kamu binası, kilise ve manastır, anıtlar gibi feodal sisteme yönelik girişimciliğe yönelim söz konusudur. Ancak bu girişimcilik genellikle risk unsuru alınmadan gerçekleştirilmektedir. Merkantilist yaklaşımdan sonra beliren liberalizm etkisi, Avrupa'da özel sektör girişimciliğinin önünü açmıştır. 17. yüzyıl itibari ile Avrupa'daki ülkelerde riskli girişimcilik faaliyetlerine başlanmış ve uluslararası ticaret girişimleri desteklenmiştir (Özgüven, 1992: 30). Şekil 9'da girişimciliğin tarihsel gelişim süreçleri detaylıca gösterilmektedir:

Şekil 9. Çağdaş Girişimciliğin Tarihsel Gelişim Süreci.



Kaynak: Ercan ve Gökdeniz, 2009: 62.

Sermaye birikimi sonrası Newton ve Galileo yapmış oldukları araştırmalar ve çalışmalarda modern bilim metodolojisi ile sermaye birikimini birleştirip; kaynakların verimli kullanımı konusunda girişimciliği geliştirmiştir. Sanayi devrimi sonrasında modern bilim teknolojilerinden yararlanılarak oluşturulan girişimler, geçmiş dönemlere kıyasla büyük hacimli çalışmalara imkân sağlamıştır (Özakpınar, 1999: 88).

1800’li yıllarda girişimci ve risk sermayecisi arasındaki fark belirgin hale gelmiştir. Dönemin önemli bilim adamlarından Thomas Edison, yaptığı girişimciliklerde önemli buluşlara imza atmış olsa da karşılığında yeterli sermayeyi çıkaramamıştır. Sanayi devriminin yaşandığı 18. yüzyılda dünya genelinde çağdaş girişimciliğe geçilmiştir. Coğrafi keşifler, çağdaş girişimciliğe örnek teşkil etmektedir. Bu keşifleri desteklenmesi ile oluşan girişimcilikte yeni ticaret yolları ortaya çıkmış ve sermaye edinilmiştir. Bilginin ve kâşiflerin önemsenmesi neticesinde gelişen girişimcilikler dikkat çekmiştir (Özkara vd. 2006: 222).

15. yüzyıl ile 19. yüzyıl arasında Avrupa ülkeleri, ekonomik politikalarını ekonomik gücü kullanarak devleti güçlendirmek üzerine yapılandırmıştır. Ancak devletin gelir sağlama isteği çoğu zaman üretken faaliyetler üzerine zararlı politikalar uygulamasına yol açmıştır. Bu dönemlerde baskın iktisadi akımlardan biri Merkantilizm diğeri ise Fizyokrasidir. Devlet hazinesinin büyümesini esas alan Merkantilistler dış ticaretin pozitif yönde ilerlemesini sağlamak amacıyla ticaretle uğraşanları desteklemişlerdir. Bu dönemde ticaret yapan girişimciler güçlenmiş ve siyasi arenada kazandıkları haklarla ticari alanda daha uygun koşulları oluşturmaya çabalamışlar, sistemleri değiştirerek teknik gelişmelerin hızlanmasını sağlamışlardır (Çelik ve Dağ, 20: 51).

Merkantilizme tepki olarak doğan Fizyokratlar ise ekonomik sistemlerin devlet için değil kişisel çıkarlara dayanması gerektiğini ve serbest ticaretin yaygınlaşması gerektiğini savunmuşlardır. Laissez Passer’in “bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler” sözü bu bakış açısını özetlemekte ve Fizyokrasi akımının sloganı haline gelmiştir (Aşkın vd., 2011: 58). Merkantilizm ve Fizyokrasi tarım ve ticarete ilerlemeye, yeni ticaret yollarının ve coğrafi yerlerin keşfine, sonrasında ise sermayenin birikmesi, biriken

sermayenin üretime dönüşmesi ve emek sermayesine dayanan ekonomik sistemin yani kapitalizmin doğmasına yol açmıştır (Çelik ve Dağ, 20: 51).

18. yüzyılda sanayi devrimi sonrasında gelişmeye başlayan kapitalizm nedeniyle sermaye birikimi ile sefalet şehirlerde bir arada görülmeye başlamıştır. Makineleşme ve seri üretim ekonomik düşünceleri de dönüştürmüştür. Klasik iktisat döneminde Merkantilizm ve Fیزیokrasinin tersine bireysel faaliyetlere ve girişimciliğe daha fazla önem verilmiş, bireyleri sınırlandıran devlete daha az önem ve görev atfedilmiştir. 19. yüzyılın ortalarına kadar etkisini sürdüren Klasik İktisat Teorisinin desteklediği “teşebbüs serbestisi” olarak tanımlanan bireylerin istediği üretim kolunda işi yapıp istedikleri zaman işten ayrılma inisiyatifi girişimciliğin önünü açan e devletin piyasaya müdahalesini kısıtlayan önemli bir dönüm noktasıdır (Aşkın vd., 2011: 60).

Sanayi devrimi sonrasında sermayenin yavaş ve istikrarlı birikimi, uluslararası ticaretin yaygınlaşması, teknolojik gelişmeler ve bu gelişmelerin siyaset dâhil olmak üzere her alanda kendini göstermesi Neo klasik dönemin (1830-1930) başlamasına sebep olmuştur. Girişimciliğin denge teorisini ortaya koyan neo klasik iktisatçılar piyasada var olan herkesin fırsatların farkında olduğunu ve bütün işletmelerin bunlara göre organize edildiğini bu yüzden de hiç kimsenin girişimsel kârların farkında olmadığını ileri sürmektedir. Denge teorisine göre herkes girişimcilik fırsatlarından haberdardır ancak girişimci olmak kişilik özellikleri tarafından belirlenmektedir (Cogürcü, 2016: 73).

Coğrafi keşifler ve yollar ile küreselleşen dünyada 1929 yılında Amerika’da başlayan ekonomik bunalım, diğer dünya ülkelerine de sıçrayarak Dünya Ekonomik Krizi haline gelmiştir. Dünya çapında uluslararası ticaretin azaldığı ve işsizliğin büyük oranda arttığı bu dönemden girişimcilik de oldukça etkilenmiştir. Birinci Dünya Savaşı nedeniyle Avrupa’da yaşanan ekonomik yıkım, önceki dönemlerde daha kısa süreli ve konjektürel iken bu dönemde küresel çapta iflaslara, iş kayıpları, işsizlik ve üretimde azalmalara yol açmıştır, (Hepaktan ve Çınar, 2011: 155).

Kapitalist sistemin yaşadığı bu ilk bunalım, “bırakın yapsınlar” felsefesinin soruna çözüm üretememesi nedeniyle dış müdahaleleri beraberinde getirmiş, Keynesyen politikanın doğmasıyla sonuçlanmıştır. Keynesyen politika ile ekonomik büyümenin yarattığı kapitalistlerle emekçiler arasında

oluşan kazanç uçurumu ile sonuçlanan gelir adaletsizliğini gidermek hedeflendiği bildirilmiş ancak getirilen vergilerle emeğin mücadelesi dizginlenmeye çalışılmıştır. Savaşlarla birlikte yaşanan trajediler sonrasında kapitalizme tepki olarak doğan sosyalizmin etkisiyle yeni ekonomik sistemler geliştirilmiştir. Devletler ekonomik hedefler koymaya ve eksiklik gördüğü yerde yatırımcı, tüccar, sanayici gibi davranmaya başlamıştır. Savaşın ve krizlerin yarattığı yıkımı tamir edebilmek için 44 ülkenin bir araya gelerek yeni bir düzen oluşturduğu Bretton Woods Sistemi sayesinde 1945-1973 yılları arasında “altın çağ” olarak adlandırılan bu dönemde kapitalizm tarihindeki en büyük büyüme oranlarını yakalamıştır (Çelik ve Dağ, 20: 60).

Genel olarak bakıldığında küreselleşmenin dünya ekonomisinin son 200 yılında 1870-1914 birinci dalga, 1914-1970 ikinci dalga olmak üzere iki büyük dönemde gerçekleştiği görülmektedir. Birinci dönemde mal ve finans piyasalarında altın standart norm olarak kabul edilmiş, dış ticaretin serbestleştirilmesiyle çok uluslu işletmeler önem kazanmaya başlamıştır. Büyük Dünya Savaşları’ndan sonra dünyada büyük değişimlerin meydana geldiği ikinci dönemde ise küreselleşme bağımsız kalkınma ve ticaret politikaları ile dünya çapında şekillenmiştir. Ancak bütünleşmiş dünya ticaret sistemi 19. yy sonunda gerçekleşmiştir (Bilginer, 2016: 31).

1970’li yıllardaki piyasa istikrarsızlıkları, kitlesel üretimin önemini kaybetmesine neden olmuş, esnek üretim yöntemlerinin gelişmesi ihtiyacını doğurmuştur. 1980’li yıllardaki yüksek işsizlik oranları ilgiyi arz yönlü iktisada kaydırarak, arzı etkileyen faktörlerin araştırılmasına yöneltmiştir. Gelişmiş ülkelerde küçük işletmeler yaygınlaşmaya başlamış, büyük işletmelerin sektördeki payı azalmaya başlamıştır. Aynı zamanda işsizlik sorununa makroekonomik politikalarla çözüm bulunamaması girişimciliğin çözüm olarak görülmesini ve hayatta kalma stratejisi olarak yaygınlaşmasını sağlamıştır (Işık vd., 2011: 149).

21. yüzyılda girişimciliğin tarihsel gelişiminde sanayi toplumunun etkileri geride kalmış, bilgi toplumuna geçiş yaşanmıştır. Dünya küresel bir hale dönmüş ve bilgi erişimi konusunda kolaylıklar sağlanmıştır. Teknolojik gelişimin hızlandığı bu dönemde ekonomik açıdan yeni iş kolları ortaya çıkmış ve insanlara istihdam alanları yaratılmıştır (Çetindamar, 2002: 35).

Girişimciliğin gelişim sürecinde geline nokta; küresel piyasa koşullarında insanların ruhsal ve fiziksel becerilerini aktif ve başarılı şekilde kullanarak, rekabetin kıyasıya yaşandığı sektörlerde yeni bir düzen getirdiği belirtilmektedir (Finkle vd., 2006: 184).

3.2 Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Türkiye’deki girişimcilik potansiyelinin altında yatan sebepleri çözümleyebilmek, bu potansiyeli etkileyen faktörleri daha net görebilmek için eski dönemlerinden itibaren toplumsal yapının nasıl dönüştüğünü incelemek günümüze kadar aktarılan sosyal, kültürel ve ekonomik yapının dinamiklerini anlamak gerekmektedir. Çünkü toplumsal hiçbir olgu bir anda oluşamaz. Her toplumsal olgu gibi girişimciliğin varlığı da uzun bir tarihsel dönüşümün ürünüdür. Girişimciliğin Türkiye’deki özgün yapısının anlaşılması için girişimciliğin gelişim süreci üç dönemde ele alınmıştır.

3.2.1 Anadolu’da Girişimcilik

Anadolu tarihinde ticaretin ve girişimciliğin önemi büyüktür. Bu durum, büyük ölçüde yazının ilk defa M.Ö. 2000’li yıllarda Asurlu tüccarlar tarafından Anadolu’ya getirildiği Kültepe Tabletlerinden öğrenilmiştir. Tahıl ürünlerini satmak için Anadolu’ya gelen Asurlu tüccarların kereste gibi ürünler satın aldığı görülmektedir. Daha sonraki zamanlarda Roma İmparatorluğu’nun Kuzey Afrika, Akdeniz ve Karadeniz’de koloniler kurarak ticaretten büyük gelirler elde ettiği bilinmektedir. Türklerin Büyük Kavimler Göçü ile Orta Asya’dan ayrılarak Anadolu’ya gelmesi, Büyük Roma İmparatorluğu’nun yıkılması sonrasında Akdeniz’in ve ticaret yollarının Türklerin eline geçmesi Avrupalıları rahatsız etmiştir. Anadolu’nun zenginliklerine göz diken Avrupa Haçlı Seferleri ile medeniyetlerin çatışmasına ve ticaretten elde edilen birikimlerin de yok olmasına yol açmıştır (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 64).

Anadolu’nun ticaret yolları üzerinde olması, girişimciliğin ilk örneklerini teşkil eden ne üretici ne tüketici olmayan yeni bir tüccar türünün doğmasına zemin hazırlamıştır. Büyüyen toplumlardaki ihtiyaçların karşılanması için Çin’den Avrupa’ya kadar uzanan İpek ve Baharat yolları ve bu yollar üzerinde lojistik sağlayan develer, kağnılar, kervansaraylar ticarete

verilen önemi göstermekle birlikte ticareti, kültürel yaşamı ve bölgesel savaşları etkilemiştir (Gümüšoğlu ve Karaöz, 2014: 102).

3.2.2 Osmanlı Döneminde Girişimcilik

Kuruluş yıllarında Anadolu beyliklerini topraklarına katan Osmanlı Devleti'nin devamlılığını sağlamasında Selçuklulardan geçen dört sosyal zümre -ahiler, gaziler, abdallar, bacılar- önemli rol oynamaktadır. Tasavvuf kökenli bu gruplardan ahiler iktisadi hayatı, gaziler askeri faaliyetleri, abdallar kültür ve eğitim faaliyetlerini, bacılar ise kadın hareketlerini örgütlü bir şekilde düzenlemekteydi (Tabakoğlu, 2016: 25).

Osmanlı İmparatorluğunda halkın büyük çoğunluğunu askerler oluşturmaktaydı. Yavaş nüfus artışı, asker odaklı siyaset nedeniyle sanayileşme de gelişmemiştir. Müslümanlar askerlik hizmeti ve savaşlar nedeniyle özel hayat, meslek edinme ve iş kurma gibi avantajlara sahip olamadıkları için de sanayileşme gerçekleşmemiştir (Aşkın vd. 2011: 64). Osmanlı İmparatorluğu genişlemeci politikası ile elde ettiği toprakların büyüklüğü, doğu batı ticaret yollarının üzerindeki konumu ticaretin gelişmesinde önemli rol oynamıştır. 16. yüzyıldan itibaren uyguladığı ekonomik sistemde tüketiciye ucuz, üretim miktarı ve çeşitliliği bol ürün pazarlamak temel alınmıştır (Gümüšoğlu ve Karaöz, 2014: 103).

Avrupa'da 16. yüzyılda feodalizmin çöküşü ve kentleşmenin güç kazanması sonrasında ortaya çıkan kapitalizmin temelinde coğrafi keşifler sonrası ticaret yollarının değişmesi bulunmaktadır. Osmanlı toprakları yerine Hindistan'dan Ümit Burnu üzerinden Amerika'ya giden deniz yolunun tercih edilmesi, Osmanlı ticaretini olumsuz yönde etkilemiştir. Avrupalıların maceracı yapısı ile yeni yerleri keşfetmesi ve kar hevesi ile sömürgeleştirme, zorla malların yağmalanması kapitalist ruhu ortaya çıkarmıştır. El koyulan kıymetli madde ve altınlar Avrupa'da genel fiyat seviyesinin artmasına yol açmış, feodal beyler ve köylüler bundan zarar görürken tüccarlar zenginleşmiştir (Doğru, 2008: 77).

Bu durumu dengelemeye çalışan Katolik inancı Reform ve Rönesans hareketleri sonrasında yerini büyük ölçüde Protestanlığın kar elde etme amaçlı düşüncesine bırakmıştır. Avrupalıların maddeye olan bağımlılığının tersine Osmanlı İmparatorluğunun geniş toprakları ve zengin coğrafi koşulları

maddeye olan bağımlılığı engellemiştir. Bu yüzden 15-16. yüzyıllardaki bolluk genel fiyatların düşmesine ve halkın daha fazla çalışma ihtiyacı duymamasına neden olmuştur (Doğru, 2008: 74).

Kanaatkâr ve yetinme felsefesi ile yaşayan halkın maliyet ve kar hesabı yapmasına gerek kalmamıştır. Bu bakış açısı Osmanlı topraklarında yaşayan halkın Avrupalı kapitalistler gibi maddeye sayı ve miktar gözüyle bakmayıp tasavvuf inancının da etkisinde kalmalarına ve aşırı kazanç talep etmemelerine neden olmuştur. Dini inançların dışında padişahın karşısında alternatif bir gücün oluşmasını engellemek amacıyla padişah ve devlet görevlileri dışındakilerin birikim yapması yasaklanmıştır. Pazar saatlerinden dükkân sayılarına kadar her duruma müdahale eden devlet hem piyasa mekanizmasının oluşmasını hem kar hırsı ile dolan girişimci-kapitalist sınıfın oluşmasını engellemiştir. Müsadere sistemi ile özel mülkiyete ve bireysel servete getirilen sınırlamalar da girişimciliğin önüne set çekmek amacıyla uygulanmıştır (Doğru, 2008: 77).

Osmanlı iktisadi düşüncesinde bulunan üç temel ilke -iaşe (provizyonizm), gelenekçilik, fiskalizim- girişimciliğin önündeki en büyük engelleri oluşturmaktadır. İaşe ilkesi gereği devlet iktisata tüketici açısından bakarak mal ve hizmetlerin olabildiğince bol, kaliteli ve ucuz olmasını, piyasada arzın yüksek olmasını benimsemekte ve bunu sağlamak için piyasaya müdahale etmektedir. Bunun sonucu olarak ithalat kolaylaştırırken ihracat zorlaştırmakta böylece bu ilke girişimcilerin önüne engel olarak çıkmaktadır. Gelenekçilik ilkesi gereği devlet sosyal ve iktisadi dengeleri geleneksel düzende tutmayı hedefleyerek, üretim ve tüketim arasındaki dengenin sağlanması için müdahale etmiştir. Bu dengeyi sağlamak için köyden kente göçün önü kapatılmış, dükkân ve işçi sayısı sabit tutulmaya çalışmıştır. Böylece girişimcilik için yeni deneyimlerin yolu da kapatılmıştır. Fiskalizm gereği devlet hazineye ait gelirlerin en yüksek düzeyde tutulmasını hedefler, ana amacı belirlenen gelir düzeyinin altına inmemektir. Gelir düzeyi düştüğünde harcamaları kesme yoluna gidilmektedir. Halk odaklı değil hazine odaklı sistem girişimcilere olanak sağlamamaktadır (Doğru, 2008: 85).

18. yüzyıldaki Sanayi Devrimi sonrasındaki yenilenmeye ayak uyduramayan Osmanlı Devleti'nde, II. Meşrutiyet Dönemi'nde ekonomik kalkınma için Milli İktisat yaklaşımı ile “müteşebbis sınıfı” oluşturma çabaları

başlamıştır (Gümüšoğlu ve Karaöz, 2014: 103). Gerçek anlamda ekonomik faaliyetlerle Meşrutiyet sonrası ilgilenmeye başlayan devlet, 1913'te Teşviki Sanayi Muvakkatı çıkararak işçi çalıştıran iş yerlerine kolaylıklar sağlanmıştır. Sanayi fabrikalarına verilen üretim primleri, lojistik indirimleri, vergi bağışıklığı gibi teşviklerin amacı sermaye birikimini sağlayarak özel girişim eliyle sanayileşmeyi hızlandırmaktır. Ancak yetersiz sermaye, bilgi ve organizasyonlar nedeniyle hedeflere ulaşamamıştır (Aşkın vd. 2011: 65).

Kapitalist ruhu algılayamayan, kültür ve yaşantısı gereği buna gerek duymayan Osmanlı döneminde uygulanan politikalar Türk toplumunun bireyciden çok kollektivist bir yapıya dönüşmesine ve kollektivist yapıyı koruyacak şekilde organize olmasına neden olmuştur. Sanayi devriminden sonra neo klasik dönemde Avrupa sanayileşmeye ağırlık verirken bir yandan sömürge kültürünü geliştirmeye devam eden politikalar uygulamaya başlamıştır. Osmanlı Devleti ise tarıma dayalı üretime ağırlık veren halkı korumak amacıyla ticari faaliyetlerdeki kar oranlarına müdahale ederek düşük tutma, padişahla rekabet etmesini engellemek için halkın zenginleşmemesi ve bütün kazançların hazineye yönlendirilmesi amacı güdüyordu. Bütün bu amaçlar dahilinde yürütülen politikalar halkın bireyseliğini ve girişimcilik ruhunun ortaya çıkmasını Osmanlı devletinin çöküşüne zemin hazırlayacak kadar uzun süre engellemiştir (Cogürcü, 2016: 78).

3.2.3 Cumhuriyet Döneminde Girişimcilik

Kuruluşunun ilk yıllarında savaştan yeni çıkmış, yorgun ve fakir bir ülke olarak tanımlanan Türkiye, kendini hızlıca toparlayabilmek için 1923'te İzmir İktisat Kongresini yerel ekonomik katılımcılar olan çiftçi, işçi, tüccar ve sanayicilerin sorunlarını belirlemek ve bütünsel yaklaşımlarla milli iktisat anlayışı doğrultusunda geliştirmeyi hedeflemiştir. Aynı zamanda savaştan çıkmış bir ülke olarak yatırım yapma konusunda güvensiz olan yabancı sermaye sahiplerini de gelecek ekonomik politikalarla ilgili bilgilendirilerek teşvik etmek planlanmıştır. Bu dönemde Osmanlı Devletinden kalan borçlar ülkeyi dış ülkelere aşırı derecede bağımlı hale getirmiştir. Bu durumdan kurtulmak için milliyetçi, dışa açık, liberal ve özel girişimlere destek veren bir ekonomik politika izlenmiştir (Özdemir vd., 2016)

1927 yılında çıkarılan Teşvik-i Sanayi Kanunu ile sanayi yatırımı yapmak isteyen fakat sermaye mali ve teknik bilgi konularında yetersiz olan girişimcilerin desteklenmesi amaçlanmıştır. Avrupa ve Amerika'nın 1929-1930 yıllarında yaşanan büyük ekonomik kriz sonrası benimsediği bu politikayı Türkiye karma ekonomi politikası izleyerek çok daha önceden uygulamaya başlamış, girişimcilere engel olan tüm alt yapı sorunlarının devlet eliyle düzeltilmesi temel hedef haline getirilmiştir. Bu politika sayesinde Türkiye 1930'lu yıllarda dış ticaret açığını kapatmış, Mc Clelland ülkelerin başarı güdeleri ve girişimcilik kabiliyetleri ile ilgili 42 ülkeyi kapsayan araştırmasında Türkiye birinci sırayı almıştır (Gümüsoğlu ve Karaöz, 2014: 104).

İkinci Dünya Savaşı sonrası çok partili rejime girilen 1950-1970 yılları arasında Türkiye'de sanayileşme özel sektöre doğru kaydırılmaya ve devletçilik politikasından uzaklaşmaya başlanmıştır. Gerçekleşen sermaye birikimi ile bu dönemde yeni işletme ve fabrikalar kurulmuş, girişimciliği özendirerek kredi kullandırma, döviz serbestliği gibi politikalara ağırlık verilmiştir. Bu teşvik politikası ticaret ve tarımdan endüstriye geçişi hızlandırmış, iş yaşamına atılanların sayısını arttırmıştır (Aşkın vd. 2011: 66).

1970'li yıllarda girişimciler, genel olarak yüksek eğitilmiş, var olan mal üretimini ileri aşamaya taşıma hırslarına ve katma değer yaratma vizyonuna sahip bireylerdir. Ancak profesyonel olarak fizibilite ve teknik çalışmalardan yoksun kurumsallaşamayan yapılar yaygındır. Bu nedenle dünya ekonomisine entegre olunamamış, ülke krize doğru sürüklenmiştir. Bu bağlamda 1970-1980 yılları arasında dış ticaret politikası ithal ikamesi yoluna giderek ihracat arttırılmaya ithalat azaltılmaya çalışılmıştır. Kamu yatırımları düşmüş, sanayileşme ve özel girişimcilikler artış göstermiştir. Ancak Kıbrıs Barış Harekatı sonrası ülkeye uygulanan ambargo, petrol fiyatlarının aşırı artması, siyasi ve ekonomik istikrarsızlık, döviz sıkıntısı, dış politikanın çökmesi gibi sebeplerden ülke krizden kaçamayacak seviyeye gelmiş ve girişimcilik de tüm bunlardan olumsuz etkilenmiştir (Aşkın vd. 2011: 67).

1980 yılında ekonomik istikrarın sağlanması için önemli bir adım atılmış, "24 Ocak Kararları" olarak bilinen ekonomik istikrar yasası çerçevesinde serbest piyasa ekonomisine geçilmiştir. Böylece özel işletmeleri ve ihracata yönelik girişimciliği aktif olarak destekleme yoluna gidilmiştir.

Piyasanın üzerinden devlet eli çekilerek sadece düzenleyici bir rol üstlenmesi kararı alınarak, süreç girişimcilerin öncülüğüne bırakılmıştır. Ancak ortaya çıkan belirsizlikler ve istikrarsızlıklar girişimcilerin önünü görmesini engellemiştir. Özellikle dış ticaret alanında gümrük vergilerinin yüksekliği vergi kaçırmayı teşvik eder nitelikte olmuştur (Aşkın vd. 2011: 68).

1990'ı yıllarda Türkiye'deki girişimci tipi de kendini geliştiren, dünya pazarlarında etkin olmak için dil öğrenen ve mallarını satabilmek için bilgilenmesi gerektiği farkındalığına sahip, dünya kalite standartlarına duyarlı, bir modele dönüşmeye başlamıştır. 1994 ekonomik krizi karşısında ve 1996 yılında uygulamaya konan Gümrük Birliği Antlaşması karşısında ayakta kalabilen girişimlerin varlığı önemli bir başarıyı işaret etmektedir (Aşkın vd. 2011: 70).

2000 yılında I. OECD'nin KOBİ'lerden Sorumlu Bakanlar Konferansı'na katılan Türkiye, KOBİ Politikalarına Dair Bolonya Deklarasyonu kabul etmiştir. 2004 yılında İstanbul'da Türkiye Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ile OECD tarafından II. OECD Konferansı düzenlenmiştir. Bu bağlamda Türkiye'deki girişimcilik ve KOBİ politikaları yeniden gözden geçirilmiştir. 2015-2018 Girişim Stratejisi Eylem Planı altında Türkiye'de girişimcilik kültürünü geliştirmek ve yaygınlaştırmak amacıyla bir dizi çalışmayı hayata geçirmiştir (GİSEP, 2019):

- Girişimci Dostu Düzenlemelerin Yapılması (Yasalar ile desteklenmesi)
- Yenilikçi Girişimciliğin Desteklenmesi (Hızlandırıcı & Kuluçka merkezlerinin kurulması)
- Tematik Alanlarda Girişimciliğin Desteklenmesi (Gençler, Engelliler, Kadınlar vb.)
- Girişimcilik Kültürünün Geliştirilmesine Yönelik Faaliyetlerin Desteklenmesi (Eğitim, Medya vb.)
- Eğitim ve Danışmanlık Hizmetleri Verilmesi (Okullar, KOSGEB, Mentörlük desteği vb.)
- Finansman Desteğine Erişimin Kolaylaştırılması (Vergi reformları ve muafiyetler vb.) gerçekleştirilmiştir.

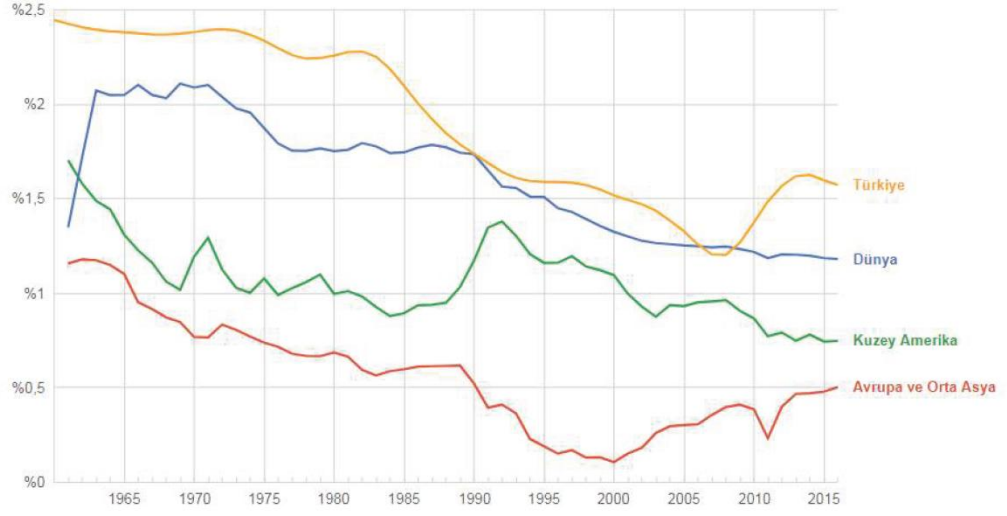
Türkiye’de özellikle 1990’ların sonu ile birlikte girişimcilik derinleşen yoksullaşma ve artan işsizliğe çözüm olarak da etkin olarak kullanılmaya başlamış, devletin kalkınma planları içinde yer almıştır. Bu çerçevede KOSGEB teşvikleri, girişimci fonları, üniversite girişimci iş birlikleri, melek yatırımcılar, banka kredileri ile desteklenen bir alan haline gelmiştir (Sallan Gül ve Altındal, 2016: 1364).

3.3 Türkiye’de Girişimcilik Potansiyelinin Boyutları

Girişimcilik potansiyeli, bir girişimcinin başarılı olabilme ihtimali anlamına gelmektedir. Girişimcinin bilgi ve tecrübesi, mali gücü, azmi ve iş yapabilme gücü bu potansiyeli ifade eder. Bu özelliklerin üzerindeki bireysel, çevresel ve kültürel faktörlerin etkisiyle girişimcilik potansiyeli kendini gösterir ve açığa çıkar ya da durduğu yerde kullanılamadığı için kaybolur. Bu nedenle girişimcilik potansiyeline sahip bireylerin doğru yönlendirilmesi ve var olan özelliklerinin doğru değerlendirilmesi girişimcilik niyetinin oluşmasına ve girişimcilik eyleminin harekete geçmesine olanak verecektir. Bu nedenle gelişmiş ülkeler, girişimciliğin gelişmesine ekonomik, politik, kültürel her bakımdan destek vermektedirler (Çolakoğlu ve Çolakoğlu, 2016: 70). Bu bağlamda Türkiye’nin girişimcilik potansiyelini belirlemek ve doğru yönlendirilmesini sağlamak amacıyla için bazı temel istatistiklerin değerlendirilmesi önemlidir.

Türkiye, dünyanın en büyük nüfusuna sahip ilk 20 ülkesi arasındadır. Dünya Bankasının son yayınlanan verilerine göre Amerika, Avrupa ve diğer dünya ülkelerine göre nüfus artış hızı Şekil 10’da gösterildiği gibi oldukça yüksektir. Genç nüfusun bütün nüfusa oranı da Türkiye’de OECD ülkelerine göre oldukça yüksektir (GEİSP, 2019).

Şekil 10. Dünya Ülkelerine Göre Türkiye'deki Nüfus Artış Oranı



Kaynak: Dünya Bankası (GEİSP, 2019).

Türkiye'deki genç nüfus yoğunluğuna rağmen işsizlik oranı büyük boyutlara ulaşmaktadır. TÜİK 2019 verilerine göre Türkiye'de 15 yaşından büyükler için işsizlik oranı %13,9 seviyelerine yükselmiştir. Genç işsizlik oranı ise 15-24 yaş arası için %25,8 oranındadır. İstihdam oranları ise %45,6 olarak belirlenmiştir. Mevsim etkilerinden arındırılmış temel işgücü göstergeleri TÜİK verilerine göre Şekil 11'de gösterilmektedir.

Şekil 11. Türkiye İşgücü Göstergeleri (Haziran 2019)

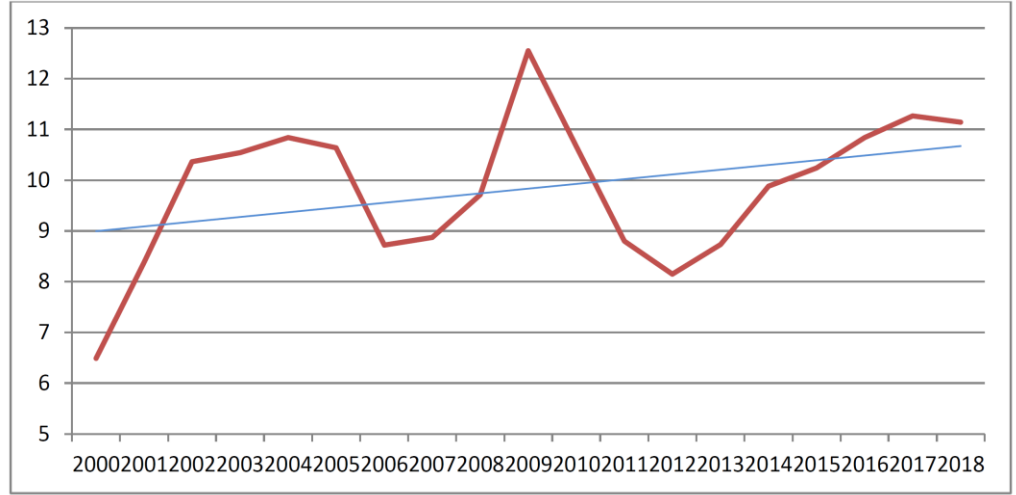
		İşgücü	Değişim oranı ⁽¹⁾	İstihdam	Değişim oranı ⁽¹⁾	İşsiz	Değişim oranı ⁽¹⁾	İşgücüne katılma	İstihdam	İşsizlik	Tarım dışı işsizlik	Genç nüfusta işsizlik
		(Bin)	(%)	(Bin)	(%)	(Bin)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
2018	Haziran	32 281	0,5	28 752	0,1	3 529	3,5	53,2	47,4	10,9	12,9	20,2
	Temmuz	32 321	0,1	28 718	-0,1	3 603	2,1	53,3	47,3	11,1	13,1	20,2
	Ağustos	32 508	0,6	28 839	0,4	3 669	1,8	53,5	47,5	11,3	13,2	20,8
	Eylül	32 462	-0,1	28 734	-0,4	3 728	1,6	53,4	47,3	11,5	13,5	21,5
	Ekim	32 566	0,3	28 769	0,1	3 797	1,9	53,5	47,3	11,7	13,7	22,0
	Kasım	32 469	-0,3	28 519	-0,9	3 950	4,0	53,3	46,8	12,2	14,2	22,8
	Aralık	32 341	-0,4	28 211	-1,1	4 131	4,6	53,1	46,3	12,8	14,9	23,2
2019	Ocak	32 281	-0,2	27 980	-0,8	4 302	4,1	52,9	45,9	13,3	15,5	24,6
	Şubat	32 441	0,5	28 029	0,2	4 413	2,6	53,1	45,9	13,6	15,8	24,8
	Mart	32 572	0,4	28 094	0,2	4 478	1,5	53,2	45,9	13,7	16,0	25,6
	Nisan	32 504	-0,2	28 020	-0,3	4 484	0,1	53,1	45,7	13,8	16,0	25,5
	Mayıs	32 404	-0,3	27 883	-0,5	4 521	0,8	52,8	45,5	14,0	16,2	25,5
	Haziran	32 515	0,3	27 983	0,4	4 532	0,2	52,9	45,6	13,9	16,2	25,8

Kaynak: TÜİK İşgücü İstatistikleri (TÜİK, 2019).

Türkiye'nin 2000-2018 yılları arasındaki işsizlik oranları TÜİK verilerine göre Şekil 12'deki gibi değişim göstermektedir. Türkiye'de 2001

yılında yaşanan ekonomik kriz sonrasında %10 oranına çıkan işsizlik 2009'da yaşanan küresel kriz ile %12,6 oranına yükselmiştir. Genel olarak inişli çıkışlı bir seyir izleyen işsizlik 2018 yılında %11,14 olarak belirlenmiştir (Etçi ve Karagöl, 2018: 66).

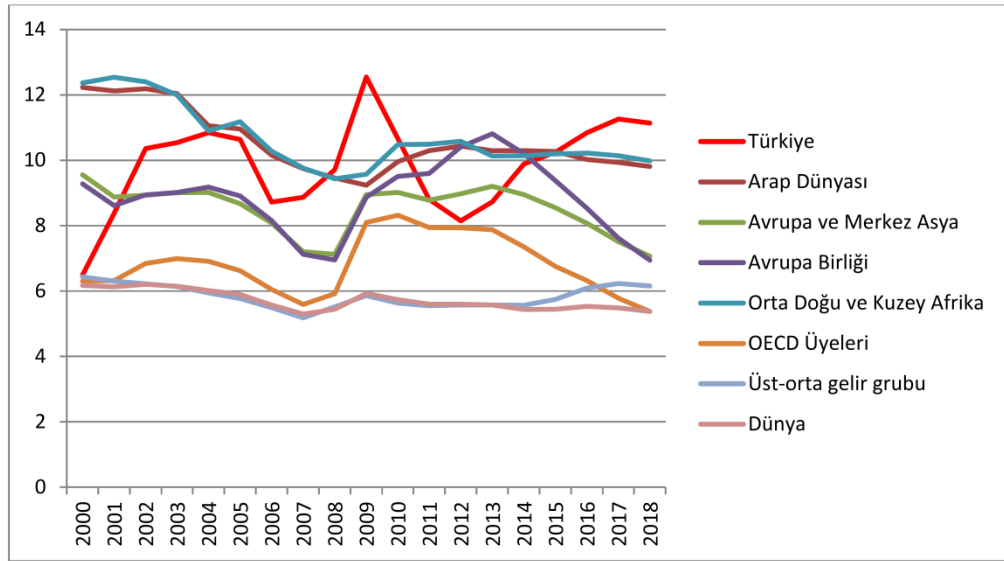
Şekil 12. Türkiye'deki İşsizlik Oranının Değişimi (2000-2018)



Kaynak: Etçi ve Karagöl, 2018: 66.

Dünya Bankası verilerine göre Türkiye'deki işsizliğin diğer ülkelere göre oranı Şekil 13'de gösterilmektedir. Türkiye'deki işsizlik oranlarının bütün dünya ülkelerdeki işsizlik oranlarına göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Özellikle 2009 yılında yaşanan küresel ekonomik krizden en çok etkilenen ülke işsizlik bağlamında Türkiye'dir (Etçi ve Karagöl, 2018: 68).

Şekil 13. Türkiye ve Dünya Ülkelerindeki İşsizlik Oranları



Kaynak: Etçi ve Karagöl, 2018: 68.

Girişimcilik birçok faktörden etkilendiği için ülkeler düzeyinde girişimciliğin değerlendirilmesi oldukça zordur. Küresel ölçekte girişimcilik değerlendirme çalışmalarını yapan bağımsız platformlar; Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (Organization for Economic Co-operation and Development – OECD), Dünya Girişimcilik Platformu (Global Entrepreneurship Monitor – GEM) ve Global Girişimcilik ve Gelişim Enstitüsü (Global Entrepreneurship Development Institute- GEDI) kendine özgü kriterleriyle çalışmalarını yürütmektedir. Her bir örgütün değerlendirme sürecinde kullandığı kriterler farklılık göstermektedir.

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) bünyesinde değerlendirilen girişimcilik faaliyetlerinde üç temel faktör esas alınmaktadır. Bunlar alt yapı koşulları, hükümet programları, kültürel davranış ve tutumlardır. Babson College ve London Business School tarafından kurulan GEM, gerçekleştirdiği uluslararası çalışmalarda girişimciliği belirleyen temel faktörleri iki grupta incelenmektedir. Bunlardan birincisi ülke alt yapısı, ikincisi girişimcilik alt yapısıdır. Ülke alt yapısı, ekonominin dışa açıklığı, devletin misyonu, finans sektörünün rolü, teknolojik gelişimler, fiziksel koşullar, yönetsel beceri, esnek iş gücü potansiyeli, yasal kurumlar, ekonomik gelişim, sosyal, kültürel ve politik ortamı kapsarken, girişimcilik alt yapısı, finans, devlet politikaları, devlet programları, eğitim, Ar-Ge transferi, iç

pazarın dışı açık olması, fiziksel alt yapı, kültürel normlar, ticari alt yapıyı içermektedir (OECD, 2001; GEM, 2010).

London School of Economics, George Mason Üniversitesi, Pécs Üniversitesi ve Imperial College London'da girişimcilik konusunda uzman bilim insanlarının kurduğu GEDI, ülkelerin girişimcilik ekosistemindeki durumunu Global Girişimcilik Endeksi (Global Entrepreneurship Index- GEI) ile ölçen bir bileşik göstergedir. Girişimcilik, ekonomik gelişme ve refah arasındaki ilişkileri ülkeler bazında değerlendirmektedir. Tutum, yetenek, istek, olmak üzere üç alt indeks ve fırsat algılama, ağ oluşturma, rekabet, yüksek büyüme gibi girişimcilik ekosistemini oluşturan 14 bileşenden oluşan gösterge GEM, Dünya Bankası, OECD gibi veri tabanlarını kullanarak sonuçlara ulaşmaktadır (Yatmaz, 2019).

Bazı ülkelerin diğerlerine göre neden daha girişimci olduğunu belirlemek amacıyla kurulmuş olan ve 1999 yılından beri küresel bir bakış açısıyla ülkelerin girişimcilik düzeylerini belirleyen GEM, Türkiye'yi raporlarına 2006 yılında dahil etmeye başlamıştır. Türkiye, Küresel Girişimcilik Endeksi Raporu'nun verilerine göre dünyada gerçekleştirilen girişimcilik faaliyetleri sıralamasında 132 ülke arasında 28. sırada bulunmaktadır. Bu rapora göre Türkiye en yüksek puanı "Yüksek Gelişme Potansiyeli" kriterinden, ikinci en yüksek puanı "Risk Sermayesi ve Ürün İnovasyonu" kriteri üzerinden almıştır. En düşük puan ise, "Fırsata Dayanan Şirketlerin Kurulması" kriterinden gelmiştir (GEI, 2016).

GEM'in 2010 raporunda Türkiye'nin eşsiz değer yaratabilen küresel seviyeye ulaşması için yüksek etkili girişimcilere ihtiyacının olduğu ve bu bağlamda Türkiye'de girişimciliğin desteklenmesi gerektiği belirtilmiştir. GEM'in 2016 raporuna göre Türkiye yeniliğe odaklı, girişimci potansiyeli yüksek bir ülke olarak tanımlanmıştır. Avrupa ülkeleri grubunda değerlendirmeye alınan Türkiye geliştirmekte olan ülkeler sınıfına dâhil edilmektedir (Bilginer, 2016: 37).

Türkiye'nin girişimcilik potansiyelinin 2006 ile 2012 yılları arasında %20 oranında olduğu, 2013 yılına gelindiğinde girişimcilik potansiyelinin %31,64 seviyelerine yükseldiği ve sonraki yılda 2014'de %35 seviyelerine gelindiği gözlemlenmektedir. Yapılan araştırmalara göre 2014 yılında yetişkin nüfusun %64'ü kendi işini kurma motivasyonuna sahiptir. Bu veriler

girişimcilik aktivitesinin henüz düşük olmasına rağmen gelecek için büyük bir potansiyel vaat ettiğini göstermektedir (GEM, 2014).

Türkiye’deki yüksek işgücü potansiyeline rağmen yaşanan büyük boyutlardaki işsizlik sorununa en büyük çözüm olarak girişimcilik önerilmektedir. Ancak, girişimcilerin ihtiyaç duyduğu eğitim, kaynak, kredi, örgütlenme, yönetim ve organizasyon tecrübesi gibi temel yetersizlikler girişimciliğin önündeki en büyük engeller olarak var olan büyük potansiyelin kullanılmasını engellemektedir. Caydırıcı etmenler girişimcilik niyetinin olumsuz yönde sonuçlanarak potansiyel girişimcilerin harekete geçmesini engeller, adım atma konusunda isteksiz olmalarına neden olur. OECD’nin girişimcilik raporları Avrupa’daki yüksek girişimcilik niyetlerine rağmen var olan potansiyelin neden kullanılmadığını finansmana erişememek, profesyonel bağlantıların yetersizliği girişimcilik yeteneklerinin gelişmemiş olması olmak üzere üç temel sebebe bağlamaktadır (Eser ve Terzi, 2008: 230).

3.4 Türkiye’de Bireysel, Kültürel ve Çevresel Faktörlerin Girişimcilik Niyetine Etkisi

Tezin bu bölümünde, Türkiye açısından girişimcilik niyetine etki eden faktörler ilgili istatistikler ve yapılan çalışmalar ışığında ele alınarak, genel çerçeve çizilmiş ve değerlendirilmiştir. Var olan girişimcilik potansiyelinin ne derecede kullanıldığı daha önceki bölümlerde kuramsal olarak ele alınan bireysel, kültürel ve çevresel faktörler ışığında Türkiye özelinde irdelenecektir.

3.4.1 Türkiye’de Bireysel Faktörlerin Girişimcilik Niyetine Etkisi

Bu bölümde Türkiye’ye ait istatistikler ve yapılan çalışmalar ışığında bireysel faktörler altında yaş, cinsiyet, eğitim, iş deneyimi ve psikolojik etmenlerin girişimcilik niyetine etkisi ele alınmıştır.

3.4.1.1 Yaş

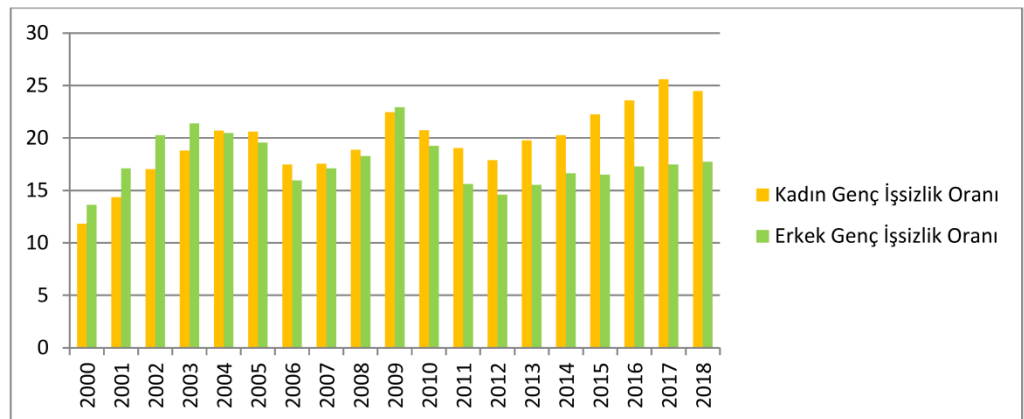
Türkiye, bütün dünya ülkeleri arasında nadir bulunan bir genç nüfusa sahiptir. “Demografik fırsat penceresi” olarak tanımlanan bu durum, genç nüfusun taşıdığı potansiyeli işaret etmektedir. Bu potansiyel, girişimcilik

konusunda yeterli düzeyde eğitim ve yatırımla işsizlik sorunun çözümlenebileceğini vaat eden bir fırsat penceresidir. Fırsat penceresi olarak tanımlanan bu gençlik dönem için, genç nüfusun 2023 yılına kadar %70 oranında hızla artacağını, 2040 yılına doğru gerçekleşecek hızlı nüfus artışının ardından yaşlanmaya başlayacağı için 2040 yılından sonra kapanmaya başlayacağı öngörülmektedir. Bu nedenle Türkiye'nin içinde bulunduğu bu avantajlı dönemi değerlendirebilmesi ve doğru genç girişimcilik politikalarıyla yönlendirebilmesi gelecek nesiller için oldukça önem taşımaktadır (Erdayı, 2009: 139).

2014 yılında Küresel Girişimcilik Monitörü (GEM) tarafından yayımlanan raporun verilerine göre; Türkiye'de 2013 yılı içerisinde 18-64 yaşları arasında yetişkin nüfus adı altında kabul edilen kişilerin %38,63'ü, gelecek 6 ay içerisinde yeni bir işe başlayabileceğine, bu fırsatı yakalayabileceğine inanmaktadır. 2014 yılında bu oran %39,8 seviyesine çıkmış ve girişimciliğe olan inancın Türkiye'de bir yıl içerisinde artış gösterdiği fark edilmiştir (GEM, 2014).

2007 yılında bütün dünyadaki toplam işsizlik oranı %6 iken, genç işsizlik oranı %11,9 olarak belirlenmiştir. Türkiye'deki genç işsizlik oranı ile toplam işsizlik oranı karşılaştırıldığında da dünya ile benzer şekilde işsizliğin bütün gruplar içinde en çok gençleri etkilediği görülmektedir. Türkiye'de 2009 yılında toplam işsizlik oranı %15,5 iken genç işsizlik oranı %27,9 ile dünya ortalamalarının üzerinde bir tablo ortaya çıkmaktadır (Erdayı, 2009: 134).

Şekil 14. Genç İşsizlik Oranları



Kaynak: Etçi ve Karagöl, 2019: 70.

Türkiye’deki 15-24 yaş arası genç nüfusun 2000-2018 yılları arasındaki işsizlik oranları cinsiyetle birlikte Şekil 14’de gösterilmektedir. Şekil 14’e göre 2000 yılında %11,8 olan kadın genç işsizlik 2018 yılında %24,4’e yükselmiştir. Genç erkekler için de benzer şekilde 2000 yılında %13,6 oranından 2018 yılında %17,7 oranına yükselmiştir (Etçi ve Karagöl, 2019: 70).

Girişimciliğin önündeki en önemli engellerden biri olarak kendini gösteren genç işsizlik oranları, girişimcilik potansiyelinin bilinmesi ve yönlendirilmesi için gerekli politikaların oluşturulması için gerekli ve önemlidir.

Türkiye’de girişimcilik türleri arasında en çok desteklenen genç girişimcilik türüdür. Pek çok dernek, kurum ve şirketler bünyesinde genç girişimcilerin çalışmaları desteklenip, uygulamaya geçilmesi için kaynak sağlanmaktadır. Bunun için kamu ve özel kuruluşlar tarafından yeni fikirleri destekleme adı altında yarışmalar düzenlenip, genç girişimcilerin üretim ve faaliyet sürecine katılımı gerçekleştirilmektedir (Aracıoğlu vd., 2016: 47).

Türkiye’de pek çok yeni fikirlerin ortaya çıkmasına öncü olan yenilikçi fikir yarışmaları ile genç girişimciliğin desteklendiği gözlemlenmektedir. Büyük ölçekli kurumlar bu yarışmalara kaynak sağlama hem de kendi bünyelerine katılımını sağlamaktadır. Yarışmalarda derece elde eden girişimcilerin fikirleri, kurumlar tarafından kullanmakta ve bazen de bu girişimciler sürece dâhil edilmektedir (Köksal ve Penez, 2015: 155).

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından KOSGEB ile birlikte yapılan Girişimcilik Destek Programı ile genç girişimcilere 50.000 liralık hibe verilmektedir. Buna benzer genç girişimcilerin desteklendiği platformlar ve oluşumlar içinde İstanbul Genç Girişimciler Derneği (İSGİD), TOBB Genç Girişimciler Kurulu, İzmir Genç İş Adamları Derneği (İGİD), Genç Girişim Yönetişim Derneği (GGYD), Genç Girişimciler Merkezi (GGM), Avrasya Genç Girişimciler Derneği (AVGİD) sayılabilir. TOBB Genç Girişimciler Kurulu, bölgesel ve il bazında da örgütlenmesiyle çok geniş bir ağa yayılmıştır. Farklı illerde bulunan Ticaret ve Sanayi Odaları da kendi içlerinde Genç Girişimci Kurulları oluşturmuş ve faaliyetlerini bölgesel olarak da iletmişlerdir (Aracıoğlu vd., 2016: 47).

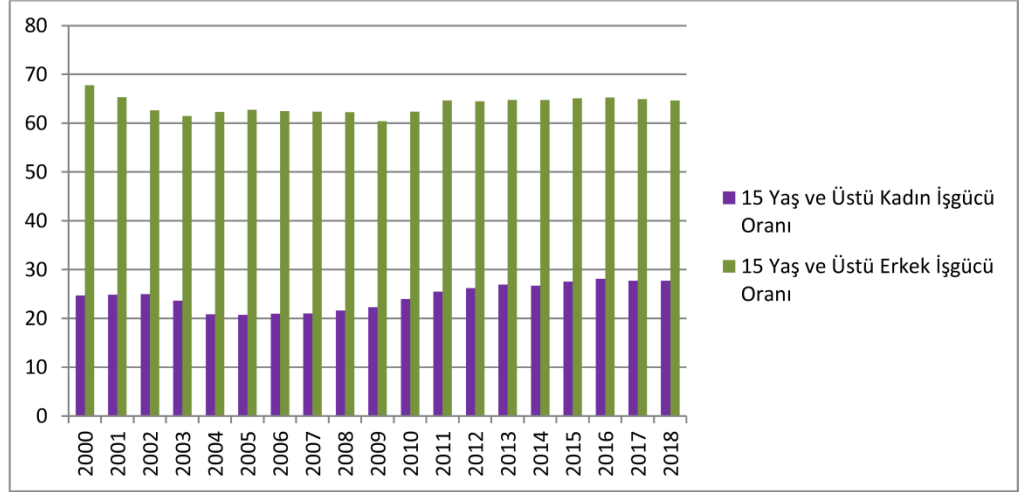
Genç işsizliği sorunu gençlerin bütün hayatını etkileyen hem birey hem de ülke adına telafisi mümkün olmayan buhranlara yol açmaktadır. Çözülmediği takdirde ülkenin ekonomik ve sosyal sorunlarının büyümesi anlamına gelmekte olan bu kronikleşmiş problemin çözümünde ulusal ve uluslararası politikaların, girişimcilik aktivitelerinin uyumlu bir şekilde devreye sokulması ile mümkün olabilir. Hükümetin özel sektörle işbirliği yaparak oluşturacağı girişimcilik politikalarının gençlerin girişime başlamalarını kolaylaştıracak ve kuruluş aşamasından sonra sürdürülebilirliğini korumayı sağlayabilecek şekilde düzenlenmesi gerekmektedir (Erdayı, 2009: 142).

3.4.1.2 Cinsiyet

Küresel çapta yapılan çalışmalar kadın girişimciliği konusunda bütün dünyada bir cinsiyet eşitsizliğinin varlığını göstermektedir. GEM'in girişimcilerle ilgili yaptığı araştırmaların sonuçlarına göre neredeyse bütün dünya ülkelerinde kadın girişimci sayısının erkeklerden daha az olduğunu bildirmektedir. Dünya nüfusunun yarısı kadınlardan oluşsa da kadınların işgücüne katılımları ve kadın girişimcilerin sayısı çok düşük düzeylerde. WEF'in ortaya koyduğu küresel cinsiyet eşitliği raporuna göre Türkiye 134 ülke arasında 124. sırada yer almaktadır. Bu endekste İzlanda, Norveç, Finlandiya ve İsveç ise eşitliğin en yüksek olduğu ülkelerdendir (Onuncu Kalkınma Planı, 2014: 76). 2014 GEM raporuna göre Türkiye'deki potansiyel girişimci oranı %52,7 ile birinci sırayı %57 oranıyla alan ABD'den sonra gelmektedir. Türkiye, girişimciliği kariyer seçeneği olarak görme oranı %75,13 ile ilk sıradadır. Erken girişimcilik oranı dünya ortalaması %14 iken Türkiye'de erken dönem girişimcilik oranı 2015 yılı için %17,4, 2016 yılı için %16,1'e düşmüştür. Kadınlardaki girişimcilik niyeti Türkiye'de dünyaya oranla çok gerilerdedir (Bilginer, 2016: 37).

Türkiye'deki 15 yaş üstü bireyler cinsiyete göre incelendiğinde küresel krizin yaşandığı 2009'dan sonra kadınların işgücüne katılma oranında %21'den %28'lere kadar yükselen bir artış görülürken erkeklerin işgücüne katılma oranlarında önemli bir değişiklik görülmemektedir (Etçi ve Karagöl, 2019: 70).

Şekil 15. Cinsiyete Göre İşgücü Oranları



Kaynak: TÜİK (Etçi ve Karagöl, 2019: 70).

1980’li yıllarda kadınların iş gücüne katılım oranı %50 iken, 1988’de %34’e düşmüştür. 2013 yılında erkek girişimci oranı %68,49, 2014 yılında %77,76 iken kadın girişimci oranı 2013 yılında %33,51, 2014 yılında ise %22,24’tür (Bilginer, 2016: 37). TÜİK girişimcilik istatistiklerine göre, Türkiye’deki girişimcilik faaliyetlerinde, 2013 yılında toplam istihdama göre işveren olarak çalışanların oranı %4,6 iken 2014 yılında işverenlerin çalışan payı %4,5 oranında belirlenmiştir. İstatistiklerde Türkiye genelindeki işveren konumundaki kadın girişimcilerin oranını %8, erkek girişimciler ise %92’dir. TÜİK hane halkı işgücü anketi sonuçlarına göre Türkiye genelinde işveren girişimlerde çalışan kadın sayısı 2017’de bir önceki yıla 0,2 puan düşüş göstermiş ve %8,8 oranına gerilemiştir (Tablo 3). Türkiye’deki resmi istatistikler işletmelerdeki kadın ortak sayısının asgari ortak zorunluluğu gibi bazı düzenleyici çerçeveler sonucunda yükseldiğini göstermektedir (TÜİK, 2019).

Tablo 3. Cinsiyete Göre İşveren Girişimci Oranları

Yıl	Erkek (%)	Kadın (%)
2014	92,0	8,0
2015	91,9	8,1
2016	91,0	9,0
2017	91,2	8,8

Kaynak: TÜİK, 2019.

Dünya çapında kadın girişimciliğe yapılan teşvikler sayesinde kadın girişimciliği günümüzde ABD’de %38’e, Avusturalya’da %33’e Kore’de %32’ye ulaşmıştır. GEM’in raporlarına göre Türkiye’deki kadın girişimci oranı 2001’de %4,6, 2012 yılında %1,3 olarak belirtilmiştir. Kendi adına çalışan kadın oranı %10,8, işveren kadın oranı ise %2,1 olarak belirlenmiştir (Sallan Gül ve Altındal, 2016: 1363). Son yıllarda Türkiye’de kadın girişimciliğini destekleyen ve gelişimine katkı sağlayan sivil toplum kuruluşlarının, kamu kurumlarının ve özel derneklerin sayısı artmaktadır. Bunların arasında Türkiye İş Kurumu (İŞKUR), KOSGEB İş Geliştirme Merkezleri, Sosyal Riski Azaltma Projesi (SRAP), Çok Amaçlı Toplum Merkezleri (ÇATOM), Girişimci Destekleme Merkezleri (GİDEM), Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV), Türk Grameen Mikrokredi Projesi, Türkiye İsrافی Önleme Vakfı (TİSVA), Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV), Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), Kadın Dayanışma Vakfı (KADAV), Kadın Merkezi (KA-MER), Girişimci İş Kadınları ve Destekleme Derneği (ANKİGAD), TOBB Kadın Girişimciler Kurulu sayılabilir (Toksöz, 2007: 75-76). TÜİK Girişimcilik Raporundaki verilere göre kadın girişimci sayısının 2014’de %8, 2017 yılında %8,8 olması var olan kadın potansiyelinin az gelişmiş ülkelerde tüm teşviklere rağmen artmasına çok büyük bir katkı sağlamadığını ve kadın girişimcilerin süreklilik sağlayamadığını göstermektedir.

Arslan (2002), üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerine yaptığı araştırmanın sonucunda erkek öğrencilerin birinci tercihini “kendi işini kurmak” olarak belirlerken, girişimcilik niyeti anlamına gelen bu maddenin kadın öğrencilerin ikinci tercihi olduğunu ortaya koymuştur. Kadın öğrencilerin ilk tercihinin “özel sektörde iş bulup çalışmak” olduğu belirlenen çalışmada erkekler kendi işine sahip olarak baba mesleğini devam ettirmeyi, kadınlar ise özel bir şirkette çalışan olarak işe girmeyi öncelikli hedef olarak belirtmektedir. Yapılan birçok ulusal çalışma Türkiye’de kadınların girişimcilik niyetlerinin genel olarak düşük düzeyde olduğunu göstermektedir. Dünya ülkeleriyle kıyaslandığında kadın girişimciliği, Türkiye’de dünyaya oranla çok gerilerdedir (Bilginer, 2016: 37). Bu durumun gelişmesinde Türk toplumunun ataerkil yapısı, kadının ailedeki yeri ve kadının iş hayatındaki aktivitelerine olan önyargılı bakış önemli rol oynamaktadır. Araştırmalar,

Türkiye’de kültürün ve ataerkil yapının etkisiyle girişimcilikte kadınların erkekler kadar desteklemediğini göstermektedir. Girişimciliği kadın için gereksiz ve hatta uygun olmayan bir faaliyet olarak gören kitlenin sayısı azımsanmayacak boyutlardadır (Örümçü, 2015: 148).

Kadınların eğitim seviyelerinin çok yüksek olmaması, kendini girişimcilik için yetersiz ve yeteneksiz görmesi, başarısızlık korkusu, girişimcilik fırsat algılarının kadınlarda daha düşük olması, geleneksel olarak belirlenmiş cinsiyet rollerine göre kadınların erkeklere bağımlı olduğu düşüncesi, sosyal baskılar ve tehditlerin kadın girişimcileri erkek girişimcilere göre dezavantajlı konuma getirmektedir. Tüm bu sebepler kadınların girişimcilik niyetine olumsuz yönde etki ederek kadın girişimci sayısının az olmasına yol açmaktadır (Kutunis, 2006: 33).

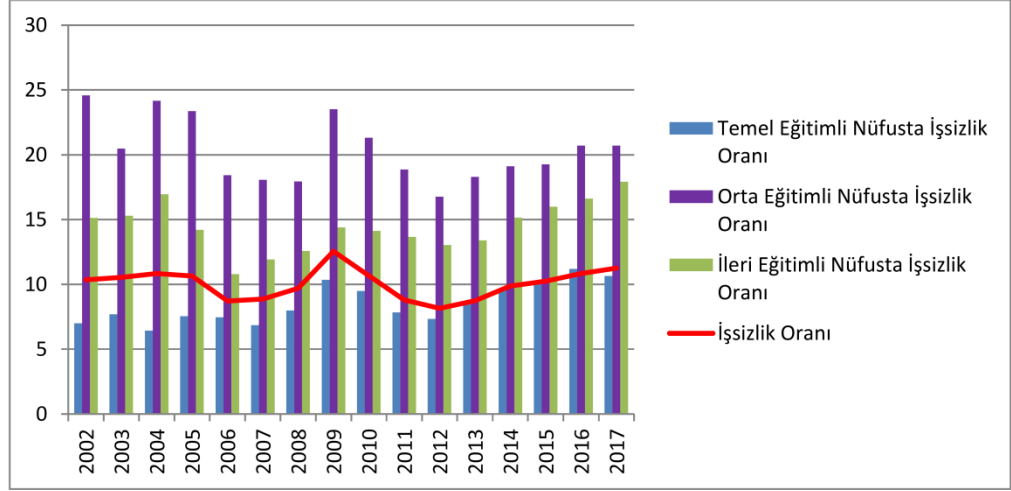
3.4.1.3 Eğitim

Gelişmiş toplumlarda bilgi toplumunun bir yansıması olarak yüksek öğrenim gören gençler “eğitime hazır” kişiler olarak nitelendirilmekte ve girişimcilik açısından avantajlı grup olarak değerlendirilmektedir. Uluslararası GEM raporlarında Türkiye’de yaşayan insanların, diğer ülkelerle karşılaştırıldığında girişimci potansiyelinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Aslan, 2002: 3).

TÜİK verilerine göre 2018 yılı için Türkiye nüfusunun %49,8’ini kadınlar oluşturmaktadır. 25 yaşından büyük olup okuma yazma bilmeyen kesim toplam nüfusun %4,8’ini oluşturmaktadır. Bu oran kadınlar içinde %8, erkekleri içinde %1,5’tir. 25 yaşından büyük olup yüksek okul bitirmiş kesim toplam nüfusun %16,7’sini, erkekler içinde %18,9, kadınlar içinde %14,5 olarak belirlenmiştir. İstihdam oranı 15 yaş üzerindeki nüfus için %47,1, kadınlar için %28,9, erkekler için %65,6’dır (TÜİK, 2019).

Eğitim düzeyine göre işsizlik oranları girişimcilik potansiyelinin değerlendirilmesinde önemli göstergelerden biridir. Şekil 16’daki TÜİK verilerine göre hazırlanmış grafiğe göre orta düzey eğitilmiş olarak tanımlanan lise ve ön lisans mezunlarını içeren grup %25 ile %20 arasında değişen en yüksek işsizlik oranlarına sahiptir. 2017 yılında ilköğretim ve ortaokul düzeyini kapsayan temel eğitilmiş grup %10,6 oranındadır (Etçi ve Karagöl, 2019: 71).

Şekil 16. Eğitim Durumuna Göre İşsizlik Oranları



Kaynak: Etçi ve Karagöl, 2019: 71.

Lisans ve lisansüstü grupları içeren ileri düzey eğitimli grubun işsizlik oranları yıllara göre oldukça değişiklik göstermekle birlikte 2012'den sonra sürekli artma eğilimindedir. 2017'de %17,9 oranına sahip olan ileri düzey eğitimli işsiz nüfus girişimcilik potansiyelinin en yüksek grup olduğu söylenebilir. İleri düzey eğitim almış bireyler, girişimcilik eğitimlerinde de kolay öğrenir ve hızlı harekete geçerler. Vizyon belirleme konusunda yeterince bilgi ve beceri birikimine sahiptirler. Bu nedenler, bu gurubu değerli kılmaktadır (Etçi ve Karagöl, 2019: 71).

Alanyazında eğitim düzeyinin yanı sıra yaygın eğitim biçimiyle verilen girişimcilik eğitimlerinin de girişimcilik niyetine etkisi son yıllarda merak edilen ve araştırılan konulardan biri olmuştur. Girişimcilik eğitime en büyük önemi sürdürülebilir kalkınmayı hedefleyen gelişmiş ülkeler vermektedir. Son yıllarda dünya çapında artan girişimcilik kursları iş ve akademik başarısını sağlamak ve arttırmak amacıyla iş planı geliştirme, muhasebe, finans, ekonomi, pazarlama ve reklamcılık gibi birçok farklı disiplini entegre ederek vermeye çalışmaktadır (Uygun ve Güner, 2016: 54).

Girişimciliğin gelişimi ve girişimci sayısının artması için eğitim konusunun önemli olduğu ve buna yönelik çalışmaların yürütülmesi gerektiği savunulmaktadır. ABD'de yapılan bir çalışma, girişimcilik eğitimi alan kişilerin bu tür eğitim almayanlara göre bir iş kurma ve kendi işinde çalışma eğiliminin üç kat daha yüksek olduğunu, yıllık gelirlerinin ve mal varlıklarının

daha hızlı arttığını ve çalıştıkları işte daha fazla tatmin sağladıklarını göstermektedir (Soylu ve Kepenek, 2008).

Türkiye’de girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetine etkisini araştıran çalışmaların birçoğu; Balaban ve Özdemir (2008), Bozkurt, Aslan ve Göral (2011), Uluköy, Demireli ve Kahya (2013), Duran, Büber ve Gümüştekin (2013), Yumruk (2013), Bayram (2014) ve Çetinkaya (2017) girişimcilik eğitiminin var olan potansiyeli ortaya çıkardığını ve girişim kurma konusunda girişimcileri cesaretlendirdiğini ortaya koymaktadır. Ancak bu çalışmalar eğitimlerin tek başına yeterli olmadığını ve diğer faktörlerle birlikte eyleme dönüşebildiğini göstermiştir. Özellikle yalnızca teorik derslerin bireylerin girişimcilik niyetinde kayda değer bir fark yaratmadığı belirlenmiştir. Verilen teorik eğitimlerinin uygulamalı girişimcilik eğitimleriyle desteklenmesi var olan girişimcilik niyetinin harekete geçmesi için kilittir. Bazı çalışmalarda üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyeti taşımadığını söylediği halde kendi işini kurmak istediğini ifade etmesi girişimciliğin kavramsal olarak iyi bilinmediğini ortaya koymaktadır (Saygın ve Karadal, 2017).

Alanyazında girişimcilik eğitiminin önemine vurgu yapan çalışmalar girişimcilik eğilimlerinin geliştirilmesinde erken yaşlardan başlayarak çeşitli eğitim seviyelerinde ve türde sağlanacak girişimcilik eğitimlerinin önemine işaret etmekte ve konuyla ilgili karar alıcılara bunu hayata geçirmeye yönelik üretecekleri etkin politikalar açısından büyük görevler düştüğünün öneminden bahsetmektedir (Uygun ve Güner, 2016: 54).

Birçok çalışma Kahya ve İmamoğlu (2015), Wood ve Doyle (2002), Dilek, Keskingöz, ve Nergiz (2019), Yücel ve Çiftçi (2018) ekonomi ve finansal okuryazarlığının girişimcilik niyeti üzerine etkisini olumlu etkisinin olduğunu belirtmektedir. Bu çalışmalardan biri olan Dilek vd. (2019), mikro ve makro iktisat testindeki başarıyla girişimcilik niyeti arasında orta dereceli pozitif yönlü bir ilişkinin varlığını belirlemiştir. Ekonomik koşulları takip eden ve anlayabilen bireylerin diğerlerine göre daha rasyonel karar verebildiklerini, varlıklarını daha etkin bir şekilde değerlendirebildiklerini ve girişimcilik niyetinin zamanla arttığını belirlemişlerdir. Bu bağlamda küçük yaşlardan itibaren verilecek ekonomi eğitimlerinin girişimcilik niyetini toplumsal düzeyde arttıracığı söylenebilir.

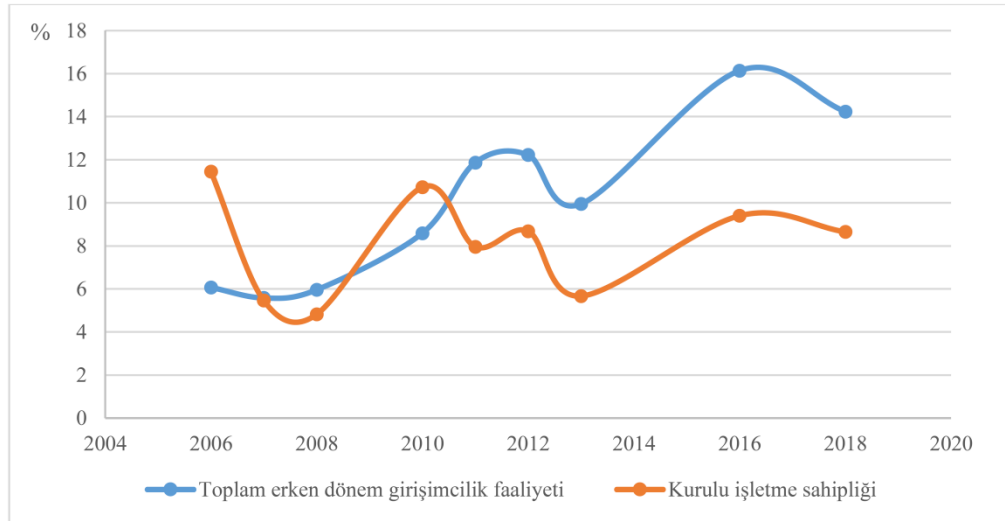
Girişimcilik için en önemli faktör olan eğitim seviyesinin, Türkiye özelinde hem kadın hem de erkekler için yükseltilmesi bu yönde politikaların geliştirilmesi, girişimciliğin gelişimine olumlu yönde etki edecektir.

3.4.1.4 İş deneyimi

Türkiye’de girişimcilik niyetini etkileyen faktörler arasında bireylerin iş durumlarının ve çalışma koşullarının önemli derecede etkili olduğu görülmektedir. Ekonomik açıdan aktif çağına gelen bireylerin önünde iki tür istihdam seçeneği bulunmaktadır. İlk seçenek bir yerde ücretli olarak iş bulmak, ikinci seçenek ise kendi işini kurarak istihdam yaratmak ve kendi kariyerini belirlemektir. Özistihdam olarak tanımlanan ikinci durum girişimcilik ile eş tutulmaktadır. İktisadi açıdan gelişmiş ülkelerde bireylerin ücretli işlerdence kendi işini kurma taraftarı olduğu görülmektedir (Sezer, 2013: 64).

GEM 2019 verilerine göre faaliyet gösteren kuruluş aşamasındaki ve kurulu girişimlerin değişimi Şekil 17’de gösterilmektedir.

Şekil 17. Faaliyet Gösteren Girişimlerin Değişimi



Kaynak: Yatmaz, 2019: 19.

Şekil 17’ye göre kurulu girişimler yaşamlarına çok uzun süre devam etmeyi başaramamaktadır. Bu nedenle yeni kurulan girişim miktarında özellikle 2013 yılından sonra önemli derece bir artış yaşanırken kurulu işletme faaliyetlerinin sayısında önemli derecede bir artış gözlenmemektedir. 2016

yılında %16 seviyelerine çıkmış 2018’de %14 seviyelerine gerilemiştir (Yatmaz, 2019: 19).

2013 yılında Türkiye’de girişimcilerin %90’ı tam ya da yarı zamanlı çalışan kişilerden oluşurken, 2014 yılında bu oran %63 seviyelerine gerilemiştir. Ancak, çalışmayan kesimin girişimcilik faaliyetlerine katılımı 2013 yılında %6 iken, 2014 yılında %31,6 seviyesine çıkmıştır. Çalışmayan kesimin 2013 yılındaki girişimcilik talebi, 2014 yılında artış göstermiş ve bunun haricinde çalışan kesime göre çalışmayan kişilerin daha fazla risk aldıkları görülmüştür. 2014 yılında meydana gelen girişimcilik faaliyetlerindeki artışın nedenlerinden biri olarak çalışmayan kişilerin mecburiyetten dolayı iş olanaklarını değerlendirip, girişimci olmalarından kaynaklandığı ifade edilmektedir. Gelecek yıllarda girişimci olmak istediğini ifade eden bireylerin yarıdan fazlası tam veya yarı zamanlı çalışanlardır. 2013 yılında bu oran %62,5 iken, 2014 yılında %56,8 seviyesine düşmüştür. Buna karşılık, çalışmayan kişilerin iş kurma istekleri artmıştır. Niyetli girişimciler arasında emekli ve öğrenci olan kişilerin oranı %15 iken, bir sonraki yıl %9,2 seviyesine düşmüştür. Herhangi bir şekilde ücret kazanan kişiler ve emekliler ile öğrencilerin girişimci olma niyetleri azalırken, çalışmayan kişilerin girişimci olma niyetlerinin arttığı, işsizliğin girişimci olmanın önemli nedenlerinde biri olmaya başladığı söylenebilir. Bu temel veriler, Türkiye gibi az gelişmiş ülkelerde girişimciliğin itici nedenlerle geliştiğinin göstergesi sayılabilir. GEM’in Türkiye Girişimcilik Raporu’na göre; yeni bir işe başlamak için yeterli düzeyde bilgi ve beceriye sahip yetişkin nüfus oranı 2013 yılında %52,24 oranında, 2014 yılında bu oran artarak %56,10 düzeyine gelmiştir. Bu bağlamda girişimcilik için gerekli olan beşerî sermaye ve iş gücünün Türkiye için yeterli olduğu söylenebilir (GEM, 2016).

Çolakoğlu ve Çolakoğlu (2016), işletme öğrencileriyle gerçekleştirdikleri çalışmada katılımcıların iş deneyimleri yaklaşık %70’inin bir iş deneyime sahip olduğu ve bu kişilerin de yaklaşık yarısının (%49,3) orta ve büyük ölçekli işletmelerde çalıştığı görülmektedir. Ankete katılanların yarısından fazlasının (%55,6) kimseyle paylaşmadığı kendine ait bir iş fikri olduğunu, %56’sının girişimcilik adı altında bir eğitim aldığını, yaklaşık %40’ının ailesinin kendi iş yerine sahip olduğunu ifade etmektedir.

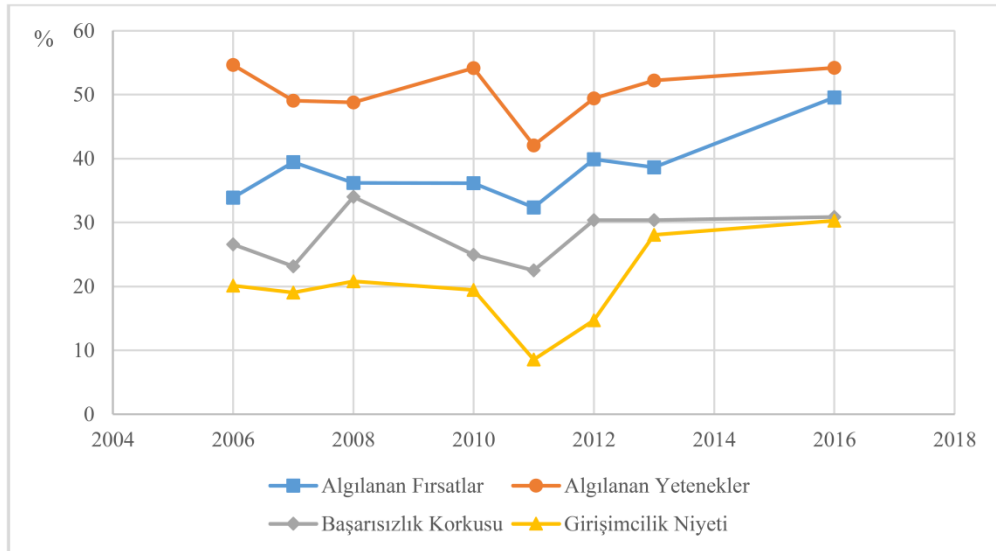
3.4.1.5 Psikolojik etkenler

Girişimcilik niyetinin oluşmasındaki en etkin faktörlerden biri psikolojik etkenlerdir. Girişimcilik sürecinin zorluklarıyla baş etmek için bireylerin bazı psikolojik yeterliliklere sahip olması gerekir. Türkiye’deki girişimcilik niyetine etki eden psikolojik faktörlerle ilgili yapılan bazı çalışmalar bu bölümde ele alınmıştır.

Girişimciliğin gelişmesi ile girişimcilik niyetinin arttırılması birbirinden farklı kavramlardır. Girişimcilik teşvikler ve desteklerle, açılan yeni pazarlarla ve girişimci adaylarına sağlanacak nitelikli eğitimlerle geliştirilebilir. Girişimcilik niyetinin oluşması için girişimcilik kültürünün yaygınlaşması, ailede ve rol modellerde kendini göstermesi katkı sağlar ancak yeterli değildir. Girişimcilik niyetinin artması pasif olarak kaynaklardan etkilenmekten ziyade içsel bir yönelim ve girişimcilik özelliklerini taşıdığı algısına sahip olması ile mümkündür (Alparslan ve Özmen, 2017: 959).

Türkiye’de girişimciliği en çok etkileyen bireysel faktörler GEM raporlarına göre algılanan fırsatlar, başarısızlık korkusu ve algılanan yeteneklere ilişkin değişim Şekil 18’de gösterilmektedir. 2011 yılındaki genel bir düşüşün dışında oranlarda önemli bir değişimin olmadığı ancak girişimcilik niyetinin artış gösterdiği söylenebilir (Yatmaz, 2019: 21).

Şekil 18. Girişimciliği Etkileyen Psikolojik Faktörlerin Değişimi



Kaynak: Yatmaz 2019: 21.

Toplum içinde insanların yeni bir işe başlama ya da kendi işlerini kurma sürecinde etkili olan bireysel faktörler arasında başarısız olma korkusu bulunmaktadır. 2013 yılında 18-64 yaş aralığı esas alınarak gerçekleştirilen araştırmalarda yetişkin nüfusun %33,20'si yeni girişim faaliyetlerinde başarısız olma korkusunun kendilerini engellediklerini belirtmiş, 2014 yılında bu faktör ile yetişkin nüfusun %36,39'u kendi işlerini kurma konusunda endişe ve başarısız olma korkusu yaşadıklarını belirtmiştir. Türkiye'deki 18-64 yaş aralığındaki yetişkin nüfusun %64'ü girişimcilik konusunda cesaretli olduğunu ifade ederken, %56'sı yeterli donanım, bilgi ve beceriye sahip olma konusunda kendilerine güvendiklerini belirtmiştir. Aynı şekilde yetişkin nüfusun %39'u yakın gelecekte yeni fırsatların olabileceğine inanmaktadır. 2013 yılındaki bu istatistiki verilerde yetişkin nüfusun yarısından fazlasının, %53'ün potansiyel açıdan girişimci niteliklere sahip olduğu gözlemlenmektedir (GEM, 2014: 7).

Türkiye'de girişimcilik niyetini etkileyen kişisel faktörlerin incelendiği çalışmaların genel olarak birbirini desteklediği görülmektedir. Girişimcilik niyetini arttıran faktörler başarıma ihtiyacı, içsel kontrol odağı, risk alabilme ve öz yeterlilikleri (Özler vd. 2017), kendine güven, yenilik, başarıma ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe karşı tolerans (Uslu, 2015), bağımsızlık arzusu (Tok vd. 2014), yenilikçilik, duyarlılık, fırsatçılık (Yüksel vd. 2015), içsel motivasyon, zihinsel uyarı, yaratıcılık, başarıma, gelişme (Demirel, 2013), statü ve kazanç (Sezer, 2013), risk iştahı, özgüven, sürekli öğrenme ve gelişme eğilimi, güç isteği, fayda sağlama isteği, sosyal ilişkilerin güçlendirilmesi, liderlik isteği (Aydın ve Er, 2015) olarak belirlemişlerdir.

Alparslan vd. (2017), değişime açıklık ve kendini güçlendirmenin girişimcilik niyeti üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu belirlemiştir. Değişime açıklığın yapı taşları olarak değerlendirdiği özgür düşünme, bağımsız karar verme ve uygulama, yaratıcı düşünme, cesaret ihtiyacı ile özsaygı düzeylerinin yükseldikçe girişimcilik niyetinin de arttığını vurgulamıştır. Girişimcilik niyetini güdüleyen faktörler içinde itibar, başarı, servet, sosyal takdir, sosyal güç gibi ihtiyaçların yer aldığını, bağımsızlık ihtiyacı bulunmaktadır.

İrmiş ve Barutçu (2012: 9) üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında girişimci kişiliğin kendi işini kurma niyeti

üzerine etkisini araştırmışlardır. Çalışmaya göre girişimci kişiliğe sahip olduğunu ifade eden bireylerden %77'sinin, girişimci kişiliğe sahip olmadığını ifade eden öğrencilerden sadece %43,7'sinin gelecekte kendi işini kurma niyetinde oldukları belirlenmiştir.

Girişimcilik niyetinin oluşmasını engelleyen psikolojik faktörlerin başında başarısızlık korkusu gelmektedir (Akpınar ve Küçüköksel, 2015). Girişimcilik niyetini etkileyen bireysel faktörlerin içerisinde risk almanın etkin olduğu ve kişilerin girişimcilik faaliyetlerini doğrudan etkilediği görülmektedir. 2014 yılında yapılan girişimcilik araştırmalarına göre, Türkiye'de insanların risk alma konusunda temkinli davrandıkları gözlemlenmektedir. Türkiye'deki yeni bir iş kurma sürecinde başarısız olma korkusu yüzünden risk almaktan çekinen yetişkin nüfusun oranları kadınlar için %41,04, erkekler için ise %32,2 oranındadır. Kadınların risk alma konusunda daha çekingen davranış sergiledikleri belirlenmiştir. Bu durum aynı zamanda kadınların girişimcilik faaliyetlerini ve katılımını da doğrudan etkilemektedir (Özler vd. 2017: 737).

Türkiye ile uluslararası ülkelerin girişimcilikleri kıyaslandığında, ülkemizde erkeklerin kendi işlerini kurma konusunda cesaretli olduğu, bilgi ve beceri konusunda kendilerine yeteri kadar güvendikleri ifade edilmektedir. Türkiye'de kadınların girişimciliğe katılımı gelişmiş ülkelerin gerisinde kalmaktadır (Sönmez ve Toksoy, 2017).

3.4.2 Türkiye'de Girişimciliği Etkileyen Kültürel Faktörler

Kültürel birçok faktör girişimciliğin gelişmesinde oldukça önemlidir. Toplamların geçmişinden aktarılan yapı o topluma ait girişimcilik mirasını oluşturmaktadır. Bu mirasın oluşturduğu dinamik yapıyla birlikte bireylerin kendi bireysel ve çevresel özellikleri, bireyin girişimcilik potansiyelinin açığa çıkmasında büyük rol oynamaktadır. Türkiye'de girişimciliğin geliştirilmesi üzerine girişimcilerden toplanan verilerle yapılan nitel bir araştırmanın bulgularına göre girişimciliğin nesiller arasında aktarılması, Türkiye'de girişimciliği engelleyen unsurlar ve Türkiye'nin dünyadaki girişimcilik sıralamasındaki yeri ile kültür arasında yakın bir ilişki vardır. Girişimci katılımcılara göre girişimciliğin aktarılmasında eğitim, tecrübe gibi faktörlerin yanında kültürel yapı da önemlidir. Girişimcilere göre Türkiye'de girişimciliği

engelleyen birçok unsur vardır ve kültürel yapı da bunlardan birisidir. Öte yandan katılımcı girişimcilere göre Türkiye’de girişimcilik ruhu vardır ancak çeşitli alt yapı sorunları ve bazı kültürel unsurlar bunu olumsuz etkilemektedir (Bozkurt vd., 2012: 238).

Türkiye’de çevresel faktörlerden kaynaklı yüksek risk ve büyüme hacmine sahip yatırım alanlarındaki girişimci sayısı, yeterli düzeyde bulunmamaktadır. Türkiye’de sosyal ve kültürel çevrenin homojen bir yapıda olmaması, risk sermayesi girişimini belli bölgelerde ve sınırlı sayılarda gerçekleşmesine yol açmaktadır (Açma, 2007: 9).

Türk toplumunun girişimciliği, Osmanlının son dönemlerinde tanımaya başladığını ve daha sonraki yıllarda Cumhuriyet’in ilk dönemlerinde devletin teşviki ile öğrenmeye başladığını söylemek mümkündür. Ancak bu ilk dönemlerde toplumda bir dejenerasyonun da yaşandığı ve kötü örneklerin de etkisiyle girişimciliğin bir zaman sonra itibar kaybederek toplumdaki algının uzun bir süre devam ettiği görülmektedir (Güney ve Çetin, 2003: 204).

Kayseri İli’ndeki girişimcilere yönelik olarak yapılan bir araştırmanın bulgularına göre girişimciler, kültürün girişimciliği etkilediğini düşünmektedirler. Toplumun kültürel değerlerinin aktarılmasında en önemli araç olan eğitim mekanizmalarının girişimcilik davranışını beslemediği yönündeki bu düşünce, bireylere aktarılmak istenen toplumsal kültür değerlerinin girişimciliği besleme özelliğinden uzak olduğuna işaret etmektedir. Bunun yanında girişimcilerin devletin politikaları, finans piyasaları gibi faktörlerin de girişimcilik davranışına etki ettiği düşüncesindedir. Bunun yanında girişimciler mevcut eğitim sisteminin girişimcilik davranışını olumlu yönde etkileyen bir nitelikte olmadığı düşüncesindedir (Durak, 2011: 209).

Alparslan vd. (2017), yaptıkları çalışmada bireylerin girişimcilik eğilimlerinde girişimcilik eğitimin mi yoksa kültürün mü daha baskın faktör olduğunu araştırmışlardır. Çalışmalarının sonucunda girişimcilik eğitiminin etkili olduğunu ancak bireyin içinde yetiştiği kültürün, bireyin iç dinamikleri üzerinde daha etkili olduğunu ve girişimcilik konusunda harekete geçiren ya da harekete geçmekten alı koyan asıl unsurun kültür olduğu ortaya çıkmıştır. Toplumun değer yargıları hangi yönde baskınsa girişimcilik o yönde tutum, niyet ve eylemlerle sonuçlanmaktadır.

Türkiye’de girişimcilikle kültür bağıını inceleyen birçok çalışma vardır. Bunlardan birisi Ersoy’un (2010) çalışmasıdır. İçinde yaşanan kültürel çevrenin girişimcilik davranışına etkisini inceleyen Ersoy’un (2010: 75) bulgularına göre girişimcilerin tercihlerini kültürel çevreleri etkilemektedir. Araştırmaya göre taşradaki dini ve sosyal yapının kentsel alanlara göre daha güçlü olması bireylerin girişimcilik tercihlerine farklı yönde etki etmektedir. Fakat eğitim yoluyla bu kültürel kalıpların değişebildiği ve girişimcilerin girişim tercihlerinin farklılaşabileceği görülmektedir. Bulgulara göre kırsal kesimden gelen bireylerin yarıdan fazlası girişimcilik aşamasında sosyal çevreyi dikkate alırken dini inançları da önemli ölçüde hesaba katmaktadır. Buna karşın kent kökenlilerde ise girişim aşamasında çevrenin ve dini inançların daha az dikkate alındığı görülmektedir. Kırsal ve kentsel kökenli bireyler arasındaki bu davranışsal farklılık, sosyal çevre ve sosyal çevreye içsel örüntülerini kazandıran kültürel değerlerin girişimcilik davranışı üzerinde kayda değer bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Ersoy (2010), üniversitelerin son sınıf öğrencileri ile gerçekleştirdiği çalışma kapsamında taşradan gelen öğrencilerle şehir merkezlerinden gelen öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini ve üniversite eğitimi aldıktan sonra girişimcilik niyetlerindeki değişimi karşılaştırmıştır. Araştırmanın sonucuna göre taşradan gelen (%56,1) ve girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin %52,6’sının girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin %42,2’si kendi işini kurmayı istediğini, %36,5’inin hiç düşünmediğini ifade etmişlerdir.

Üniversite öğrencilerine yönelik olarak yapılan bir araştırmaya göre uzun dönem odaklı olma, belirsizlikten kaçınma, dayanışmacılık ve güven faktörleri girişimcilik ile olumlu yönde ilişki içerisindedir. Bu özelliklerin ortak girişimcilik ile de aynı yönde ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. Araştırma bulgularına göre Hofstede’nin kültür boyutları olarak girişimcilikle ilişkisini incelediği değişkenlerden güç mesafesi ve erilliğin girişimcilik ve ortak girişimcilik eğilimleri ile anlamlı düzeyde bir ilişkisinin olmadığı da görülmektedir (Güler vd., 2016: 30).

Eryılmaz (2019), Türkiye’de kültürün girişimcilik niyeti üzerine etkisini araştırdığı çalışmada Şeşen (2010) tarafından Türkçe’ye uyarlanan kültürel değerler ölçeği kapsamında kültürü, güç mesafesi, belirsizlikten

kaçınma, toplulukçuluk, erillik olmak üzere dört alt boyutta ele almıştır. Araştırmanın sonucunda, kültürel değerlerden toplulukçuluk, güç mesafesi ve erillik alt boyutları ile bireyleri girişime yönlendiren pozitif ilişki olduğunu, belirsizlikten kaçınma alt boyutu ile negatif ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Toplulukçuluk alt boyutu aile ve yakın çevre ile bağları temsil etmektedir.

Türkiye'nin girişimcilikle ilgili altyapı durumunu inceleyen GEM'in 2016 küresel raporuna göre kültürel ve sosyal normlar (5,3) ortalamanın üzerinde bir puanla temsil edilmekte, Türkiye'nin kültür yapısının girişimciliği destekleyen bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Türkiye'de girişimciliğin önündeki engellerden kültürel boyutta olanlar genel olarak şöyle sıralanabilir (Öztürk, 2016):

- Girişimci ve Köşe Dönemeci algısı
- Devletçi düşünce yapısının getirdiği bireyin geçimi devletin sorumluluğunda olmalıdır algısı
- Rekabetin kötü olduğu yargısı
- Risk alma eğiliminin düşük olması
- İşbirliği konusundaki toplumsal değerlerin az gelişmiş olması

3.4.2.1 Güç mesafesi

Girişimciliğin kültürel değerler ve kodlarla ilişkisi, birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de ekonomik yapı üzerinde tarihsel olarak önemli izler bırakmıştır. Çünkü özellikle Osmanlıdaki devlet yapısı ve toplumsal kültür, kapsamlı bir mülkiyet sahipliğine izin vermediği gibi ekonomik olarak bir rekabete girerek varlık edinimine izin vermemiştir. Bunun tek nedeni sadece devletin müsadere yoluyla tebaanın varlıklı hale gelmesinin önüne geçmesi olmayıp Müslüman tebaanın maddeye karşı bir açlık duymaması da önemli bir rol oynamıştır. Osmanlı İmparatorluğunda son dönemlerde dahi tebaanın yoksulluk içine düşmemiş olması, özellikle Müslüman tebaanın yeraltı ve yer üstü kaynakları değerlendirmekten uzak ve kanaatkâr bir yaşam sürmesine yol açmıştır. Öte yandan bazı dünya malı konusundaki “bir lokma bir hırka, dünya fani Allah baki” gibi tasavvufçu bazı İslami yorumların Müslümanları pasif, uysal ve kaderci bir anlayışa yönlendirdiği de görülmektedir. Gerek devletin etkisi gerekse son dönemlere kadar toplumun refah içinde olması ve bazı

kadere İslami yorumlar Osmanlı toplumunda girişimci bir sınıfın ortaya çıkmasının önüne geçmiştir. Bir bütün olarak Osmanlı toplumunda ve devam eden dönemlerdeki sosyal, dini ve kültürel yapıya bakıldığında zaman toplumdaki yerleşik kültürel değerlerin ve inançların Türklerde girişimci bir sınıfın ortaya çıkmasını uzun dönemler boyunca engellediğini söylemek mümkündür. Türkiye’de girişimciliğin bir felsefe olarak önem kazanması ve girişimci bir sınıfın ortaya çıkması ise 1930’lu yılların koşullarının yarattığı zorunluluk ve devletin teşvik edici uygulamaları ile olmuştur (Candan, 2011: 161).

Osmanlı Devleti dönemindeki yapının getirdiği yüksek güç mesafesi sonraki dönemlerde de etkisini yüksek oranda sürdürmeye devam etmiş ve girişimcilik niyetini etkilemiştir. Hofstede’in çalışmasına göre Türk toplumu yüksek güç kategorisindeki ülkelere girmektedir. Japonya %70 oranı ile yüksek güç mesafesine girerken, Türkiye’de %39 oranında gücün meşruiyet sebebi olduğu düşünülmektedir. Girişimcilik niyetini negatif yönde etkileyen güç mesafesi Amerika’da ve girişimciliğin yüksek olduğu Kanada, Hollanda, İngiltere gibi benzer ülkelerde ise %20 civarındadır. Bunda Osmanlı döneminden kalan güç mesafesinin etkisi büyüktür (Emre, 2007: 110).

3.4.2.2 Belirsizlikten kaçınma

Hofstede’in çalışmasına göre Türk toplumunun genel olarak belirsizlikten kaçınma derecesi yüksektir (Emre, 2007: 110). Kazak ve Türk işletme öğrencilerinin girişimci kişilik hakkındaki düşüncelerini karşılaştırmalı olarak inceleyen bir araştırmaya göre; birçok ortak özelliği olan iki ülkenin gençlerinin girişimcilik, yaratıcılık ve yenilikçilik konusunda farklı düşüncelere sahiptir. Bulgulara göre Kazakistanlı öğrencilerde belirsizlikten kaçınma, problem çözümünde adım adım ilerleme, zamanın daha iyi planlanarak organize edilmesinden yana oldukları görülmektedir. Türkiyeli öğrencilerde benzer şekilde zaman planlamasını önemseme eğilimi görülürken belirsizlikten kaçınma eğilimi Kazakistanlı öğrencilere göre daha güçlüdür. Türkiyeli öğrenciler her şeyin bir yerinin olması gerektiğini, neyin niçin olması gerektiği konusunda bilgi sahibi olmayı daha fazla önemsendiği görülmektedir. Bunların yanında Türkiyeli öğrencilerin sezgilerine fazla güvenmediği ve hayal kurmaktan da kaçındığı, girişimciden ziyade yöneticiliğe uygun düşünceler taşıdığı görülmektedir. Kazakistanlı öğrencilerin ise kendilerini girişimci ve

cesur olarak gördükleri ancak yaratıcılığa özgü kavramlara yeterince yakın olmadıkları görülmektedir (Güney ve Nurmakhmatuly, 2007: 81).

3.4.2.3 Baskın değer (erillik/dışılık)

Türkiye’de girişimcilik 1970’li yıllara kadar ağırlıklı olarak erkek girişimciliği olarak algılanmış, girişimciliğin risk, piyasa rekabeti, kamusalılık, sorumluluk, akıl, bağımsızlık özellikleri hep erkeklerle özdeşleştirilmiştir. Türk toplumunun ataerkil kültürel yapısı ve ailede kadının yerinin algılanma biçimi nedenleriyle ekonomik faaliyetler erkeklere atfedilmiş, kadınlar ise daha duygusal ve evcimen olarak algılanmış, piyasadan dışlanmış (Sallan Gül ve Altındal, 2016: 1364).

Akhter ve Sumi (2014) tarafından geliştirilen teori Türkiye’de girişimciliğin gelişimine uyarlandığında Türk kültürünün ataerkil ve biat temelli yapısının, bireyciliğin gelişimini görece baskıladığı söylenebilir. Bu durumun ekonomiye yansması bireysel teşebbüsün geç gelişmesi şeklinde kendini göstermiştir. Öyle ki 1980’ler sonuna kadar bireysel teşebbüste bulunacak bir burjuva sınıftan bile bahsetmek oldukça güçtür. Bu durum Türk devlet geleneğine kadar dayanmaktadır. Osmanlı’da da devlet arz değil talep yönlüdür. Keza ahilik ve lonca teşkilatı da özel teşebbüsün gelişmesinden çok halkın ihtiyaçlarının karşılanmasını öncelik olarak görmüştür (Kalaycıoğlu, 2016: 3).

Türkiye’de kadınların girişimcilik alanına katılımı ile üç düşünce arasında ilişki bulunmaktadır. Bu düşüncelerden ilki iş olanaklarının azalması durumunda önceliğin erkeklere verilmesi gerektiği, ikincisi kadınların eşlerinden daha fazla para kazanmasının problem yaratacağı, üçüncüsü ise iş sahibi olmanın kadının bağımsızlığını arttıracığıdır (Küçükkömürler ve Aydın, 2019: 51). Türkiye’de kadın girişimciliğinin tarihsel gelişim süreci incelendiğinde, üç dönemin öne çıktığı görülmektedir. Osmanlı dönemi, Cumhuriyet’in ilanından sonraki dönem, 1980’ler sonrası dönemi olmak üzere, bu üç dönemde kadın girişimciliği konusunda temel değişimler yaşanmıştır (Soyak, 2006: 69).

Türkiye’de kadınlara seçme ve seçilme hakkının tanınması gibi kadın hareketlerinin ve reformlarını başlatan Mustafa Kemal Atatürk, cumhuriyet döneminin ilk yıllarında kadın girişimciliğini desteklemede öncü olmuştur.

Bunun öncesinde Osmanlı'da II. Meşrutiyet Dönemi sonrası kadın hareketlerinin başladığı ve Atatürk zamanında gerçekleştirilen reformlar ile kadın girişimciliğin geliştiği görülmektedir (Gökakın, 2000: 114).

1980 sonrası, Türkiye'de kadınların inisiyatif kazandığı ve benliklerini ortaya koydukları dönem olarak dikkat çekmektedir. Bu dönem sonrası kadınların iş dünyasında faal görevler aldığı ve kurumlarda çalışan kadın sayısının arttığı gözlemlenmektedir. Ancak gelişmiş ve batılı toplumlar ile karşılaştırıldığında, Türkiye'de kadın girişimciliğinin yavaş ve daha sakin ilerlediği görülmektedir (Ecevit ve Tekeli, 1995: 118). 1980'li yıllardan sonra tarımsal üretimin azalması nedeniyle artan işsizlik sonrasında sanayileşme sürecinde de kadın istihdam oranı oldukça düşük kalmıştır. Kente göç sonrasında bulunan ücretli işlerde ücretin düşük olması, çalışma saatlerinin çokluğu, çocuk bakım maliyetlerinin yüksekliği gibi nedenlerle kadınlar ya işsiz kalmış ya da kayıt dışı işlere yönelmişlerdir. Kayıt dışı çalışan kadınların varlığı istatistiklerin de güvenilirliğini azaltmaktadır. 1990'lı yıllardan sonra Türkiye'deki siyasi iktidarlar kadınların iş gücüne katılımını sağlamak amacıyla kadın girişimciliği desteklemiş, böylece girişimciliğe ekonomik kalkınma sürecinde büyümenin dengeli bir yapıya kavuşmasında anahtar bir rol atfedilmiştir. Kadın girişimciliğin artması için gönüllü kadın kuruluşları devreye girmiş, yeni modeller ve yöntemler geliştirilerek denenmiştir. Dünya Bankası, Avrupa Birliği, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından geliştirilen kadın girişimciliğini özendirici uluslararası kuruluşların politikaları uygulanmaya başlanmıştır. Özellikle az gelişmiş ülkelerde ve Türkiye'de yükselen işsizlik sorununu gidermek için kadın girişimcilik çözüm yolu olarak görülmüştür (Sallan Gül ve Altındal, 2016: 1362).

3.4.2.4 Bireycilik/toplulukçuluk

Günümüzde Türkiye'de toplumsal yapı incelendiğinde kolektivist bir yapı sergilediği gözlemlenmektedir. Bireylerin kişisel inisiyatif alma özgürlüklerinin sınırlı olduğu, bireysel girişimci değerlerinin ve faaliyetlerinin zayıf olduğu kültürel doku nedeniyle bürokratik sistemin özelliklerine daha yatkın bir yapı sergiler. Böylece toplumda girişimcilik kültürünün gelişmesinin önünde kültürel bir set gibi işlev görmektedir. Bireyleri kendi kararlarını alabilen özgür bireyler olarak özgün fikirlerini ortaya koymasına destek olup

teşvik etmeyen bir kültürel yapı olarak kendini göstermektedir (Aytaç, 2006: 149).

Kültürel farklılıklar coğrafi engel ya da fırsatlarla da birleşince doğal olarak tercih parametrelerini ve önceliklerini etkilemektedir. Türkiye’de dönemsel olarak kültürel çevrenin bireyci ya da kolektivist özellikler sergilediği söylenebilir. Kültürel çevrenin belli zaman dilimlerinde ya kolektivist ya da bireysel yaklaşım sergilemesi, risk alma konusunda etkili olmaktadır. Kolektivist koşulların hâkim olduğu zamanlarda insanların riskleri minimum seviyede tutmaya çalıştığı, bireyci kültürde ise insanların daha özgür ve bağımsız hareket ederek; risk almaktan çekinmedikleri görülmektedir (Aytaç, 2006: 149).

Toplumların ve bireylerin girişimcilik olgusuna yaklaşımının kültürler arası farklılıklarla ilişkisini inceleyen Özdil vd. (2014: 97) tarafından yapılan araştırmaya göre Türkiye ve Kırgızistan kültürlerinin girişimcilik konusunda özerk-ilişkisel benlik yapısına sahip olduğu tespit edilmiştir. Kırgızistanlı ve Türkiyeli öğrencilere yönelik olarak yapılan araştırmada başarıda bireysel çabanın rolü, geleneklerin önemi, kültürel normların önemi, güce ulaşma amacı gibi hususlarda ortak sonuçlar elde edilmiş ancak bazı hususlarda görüş farklılıkları olduğu görülmüştür. Bulgulara göre Türk öğrenciler Kırgız öğrencilere göre girişimcilik konusunda daha duyarlı bir bakış açısına sahiptir. Bir diğer önemli bulgu ise iki topluma ait bireylerin girişimcilik yaklaşımlarının kültürel dokudan etkilenen benlik şemasıyla önemli bir örtüşme içerisinde olduğu yönündedir. Dolayısıyla elde edilen bulguların girişimcilik ile kültürel dokunun yakın bir ilişki içerisinde olduğunu söylemek mümkündür.

Kâr amacı gütmek yerine değer yaratma motivasyonu ile kurulan sosyal girişimcilikler, toplumsal düzeyde fark yaratmayı hedefleyen ve dezavantajlı kesimlerle toplum arasında var olan büyük uçurumların kapanması için faaliyet gösteren kuruluşlardır. Bu bağlamda sosyal girişimcilikler toplulukçu toplumlar düzeyinde değerlendirilmeye alınabilir. “Binyıl Kalkınma Hedefleri” dünyada karşılaşılan temel sosyal sorunları ortaya koyan önemli bir belgedir. Birleşmiş Milletlerin 2000 yılında yayımladığı bu rapora göre yoksulluk ve açlık başta olmak üzere, temel eğitime ulaşamama, cinsiyet eşitsizliği, 5 yaş altı çocuk ölümleri, anne sağlığı ve yüksek anne ölüm oranları, HIV, AIDS,

sıtma, tüberküloz gibi bulaşıcı hastalıklar ve çevresel sorunlara dikkat çekilmekte ve bu sorunların giderilmesine yönelik hedefler sunulmaktadır. Seelos vd. (2005) tarafından yapılan araştırma sosyal girişimcilerin %60'tan fazlasının yoksulluk sorunu üzerine çalıştığını belirtmektedir. Türkiye bağlamında yapılan çalışmalar ise sosyal girişimcilerin %37,5 oranında çevresel sorunlarla ilgili, %29 oranında yoksulluk sorunlarıyla ilgili ve %29 oranında eğitim sorunlarıyla ilgili çalıştığını göstermektedir (Kümbül, 2011: 92).

Günümüzde Türkiye'de sosyal girişimcilik ile ilgili çalışmalar hızla artmaktadır. Bu bağlamda pek çok üniversite de sosyal girişimcilik dersleri açılmış ve öğrencilerin bu alanda bilinçlenmesi amaçlanmıştır. Girişimcilik adı altında düzenlenen yarışmalara son yıllarda sosyal girişimcilik kategorisi de eklenmiştir. TÜSEV-Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı sosyal girişimler ve yatırımların desteklenmesi ve bununla alakalı eğitimlerin sürdürülmesi için çalışmalar yapmaktadır. TÜSEV gibi hayırsever derneklerin sosyal girişimcilik alanında yürüttüğü faaliyetler bulunmaktadır. Bu dernek ve kuruluşlar arasında Özyeğin Üniversitesi Sosyal Değişim Laboratuvarı, Eurasia Sosyal İşletme Forumu, Türkiye İsrافی Önleme Vakfı (TİSVA), Umut Çocukları Derneği, Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV), Sivil Toplum Geliştirme Derneği (STGM), Sosyal Girişimcilik Akademisi, Sosyal Girişimci Genç Liderler Akademisi (SOGLA) sayılabilir (Aracıoğlu vd., 2016: 55).

Örgüt kültürü ile girişimcilik ilişkisi üzerine yapılan çalışmalar, örgüt kültürü güçlü işletmelerde yöneticilerin daha yenilikçi ve girişimci olduğu, üst yönetimdekilerin girişimciliğe daha yatkın olduğu yönünde bulgulara ulaşılmıştır. Türkiye'de yapılmış olan bir araştırmada örgüt kültürünün yöneticilerdeki girişimcilik yöneliminin %30'unu tek başına etkilediği yönünde bir bulguya ulaşılmıştır (Yeşil vd., 2016: 163).

Bu bağlamda Türkiye'de girişimciliğin gelişmesi bireyciliğin gelişmesine bağlıdır ve bireyci toplum kültürünün yerleştirilebilmesi için daha demokratik ve insanı merkezine alan, kadınlara olan önyargılı bakış açısını kırarak ve yeniden düzenleyecek yeni politikaların geliştirilmesi, üzerinde durulması gereken önemli bir konudur.

3.4.2 Türkiye’de Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörler

Girişimciliği etkileyen çevresel faktörler en yakın çevreyi oluşturan aileden başlanarak ele alınmış, eğitim, politika ve ekonomiye doğru sistematik bir şekilde ilerlenmiştir. Bu bölümde girişimcilik temel olarak ailenin etkisi, eğitim sisteminin etkisi, politik ve ekonomik sistemlerin etkileri Türkiye özelinde değerlendirilmiştir.

3.4.2.1 Türkiye’de Ailenin Girişimcilik Niyetine Etkisi

Aile, çocuklara kültürel değerler ve kodların aktarıldığı en önemli yapıdır. Aile yapısı ve özellikleri, bireyin girişimcilik niyetinin şekillenmesinde rol oynar. Türkiye’de aile faktörünün bireylerin girişimcilik niyeti üzerindeki rolünü açıklamaya çalışan birçok çalışma yapılmıştır. Psikolojik çalışmalar, insanların 1-6 yaş arasındaki yaşantıları baskın olmak üzere yaşamlarının ilk yıllarının sonraki hayatlarının şekillenmesinde, duygu, düşünce ve davranışlarının alt yapısını oluşturmada kilit rol oynadığını göstermektedir.

Tutucu toplumlarda insanların büyük çoğunluğu yetişen bireylere neyin yapılip neyin yapılmayacağını öğretmekte ve onların büyük hayal kurmasını engellemektedir. Doğu ülkelerindeki (Türkiye, Japonya, Endonezya vb.) ailelerin, çocuklarını sıkı bir denetim altında tutmaları, onları hayallerinden vazgeçirmeleri, klasik öğretilerin peşini bırakmamaları gibi geleneklere körü körüne bağlılık durumları kişilik gelişimi açısından bireylerin girişimci yapısının oluşmasında olumsuz etkilere yol açmaktadır (Aytaç, 2006: 150).

Phalet ve Claeys (1993) Belçika ve Türk toplumunu karşılaştıran çalışmalarında Türk gençlerinin aileye ve topluma karşı daha bağlı olduğunu ve kendini gerçekteşirme ihtiyacı ile sadakati bütünleştirdiklerini göstermiştir. Belçikalı gençlerde ise kendini gerçekteşirme tek başına daha baskın çıkmaktadır (Aytaç, 2006: 150).

Arslan (2002) ve Özler vd. (2017) üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerine yaptığı araştırma sonucunda aile geliri ve ebeveynlerin eğitim seviyesi daha yüksek olan bireylerin girişimcilik eğiliminin ve kendi işini kurma isteğinin daha yüksek olduğunu belirlemiştir. Birol, Tuncay ve Kaya (2014: 250) ise yaptıkları araştırmada farklı sektörlerden girişimcilerin %35’ten fazlasının mevcut işyerlerini ailelerinden devraldığını belirlemiştir.

Özdemir ve Mazgal (2012: 101) çalışmalarında girişimciliği etkileyen çevresel faktörleri incelemektedir. Araştırmalarına göre, ailede girişimcilerin olması bireylere girişimcilik konusunda cesaret vermektedir. Çünkü bireyler ailelerindeki girişimcileri rol modeli olarak almakta ve kariyerlerine girişimci olarak devam etme yönünde adımlar atmaktadır. Bu durum girişimciliğin toplumdaki girişimcilik kültürü ile de yakın ilişki içerisinde olduğuna işaret etmektedir. Bir toplumdaki kısıtlayıcı unsurların bireylerin atılğanlığını ve girişimlerde bulunma cesaretini kırarken toplumda veya yaşanılan çevrede girişimciliği ile farklı bir kültürün alt yapısını oluşturan bireylerin varlığı da girişimciliği olumlu yönde etkilemektedir.

Çelik, İnce ve Bozyiğit (2014: 122) üniversite öğrencileriyle gerçekleştirdikleri araştırmada ailenin etkisine işaret etmektedir. Ailesinde girişimci bireyler olan öğrenciler kendisini daha girişimci bir kişilikte görmek ve yaşamlarının sonraki dönemlerinde girişimci olma niyeti taşımaktadır. Hatta ailedeki girişimci bireylerinin varlığı durumunda bile öğrencilerin girişimde bulunma niyetinde azalma görülmemektedir. Araştırmanın bir diğer önemli bulgusu ise aile içerisinde çocuklara kendini ifade etme imkânı veren ortamın olması girişimcilik duygusunu güçlendirmektedir. Bütün bunlar aile içindeki kültürün bireylerdeki girişimcilik düşüncesini önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymaktadır.

Alanyazındaki araştırmalar ailedeki girişimcilik kültürünün bireylerin girişimciliği açısından önemli bir temel oluşturduğunu göstermekte ve ailedeki girişimciliğin teşvik edici rolünü genel olarak ortaya koymaktadır.

3.4.2.2 Türkiye’de Eğitim Sisteminin Girişimcilik Niyetine Etkisi

Girişimciliğin doğuştan gelen özelliklerden çok geliştirilebilir özelliklere bağlı olduğu görüşünün yaygınlaşmasıyla birlikte girişimcilik eğitime olan ilgi artmaya başlamıştır. Günümüzde girişimcilik ABD ve Avrupa ülkeleri gibi gelişmiş ülkelerde üniversitelerde ders olarak verilmektedir. Girişimcilik eğitimi yaşam boyu öğrenme modeli olarak benimseyen Girişimcilik Eğitim Konsorsiyumu bu bağlamda her yaştan bireye girişimcilik derslerinin aktarılmasını temel hedef olarak benimsenmiştir (Bozkurt, 2011: 20).

Girişimcilik eğitimi, ilk olarak Japonya Kobe Üniversitesi'nde 1938 yılında başlatılmıştır. ABD ise ilk girişimcilik derslerini Harvard Bussines Schooh'da 1947 yılında vermiştir. Özellikle 1980'li yıllardan itibaren girişimcilik dersleri okul derslerinde yoğun olarak eklenmeye başlamıştır. ABD'de verilmeye başlanan en güçlü lisans ve lisansüstü program 1919 yılında bir girişimci tarafından açılan Babson College yüksek okulunda açılmıştır. Dünya çapında küçük işletmeler için yönetim kursları şeklinde artmaya başlayan girişimcilik eğitimleri Avrupa'da ABD'ye göre daha geç tarihlerde başlamıştır. 1970'te Fransa girişimcilik eğitiminde başı çeken ilk Avrupa ülkesidir (Bozkurt, 2011: 38).

Girişimciliğin gelişmesi ve ortaya çıkması için toplum içerisinde bireylerin aile ve devlet güvencesini talep etmeden, kendi başlarına kurabilecekleri ve kendi başarılarını sağlayabilecekleri bir eğitim sistemine gereksinim duyulmaktadır. Bunun için üniversitelerde verilen eğitimde, ders içeriklerinde girişimcilik konusunun önemi benimsenmelidir. Türkiye'de günümüzde girişimcilik üzerine neredeyse bütün üniversitelerde dersler verilmekte ve mezun olabilmek için zorunlu tutulmaktadır. Bu durum girişimciliğin YÖK tarafından benimsendiğini ve merkezi sistem tarafından yapılandırıldığını göstermektedir. Türkiye'de ilk girişimcilik derslerini vererek başı çeken başlıca üniversiteler şunlardır (Yüceol, 2018):

- ✓ Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi (Çanakkale),
- ✓ Anadolu Üniversitesi (Eskişehir),
- ✓ Özyeğin Üniversitesi (İstanbul),
- ✓ Orta Doğu Teknik Üniversitesi (Ankara),
- ✓ İstanbul Teknik Üniversitesi (İstanbul),
- ✓ Marmara Üniversitesi (İstanbul).

Türkiye'de üniversiteler haricinde girişimcilik eğitimi veren diğer kurumlar içinde KOSGEB'in Genel Girişimcilik Eğitimi, KOSGEB'in Genç Girişimci Geliştirme Programı, Üniversitelerin Araştırma ve Uygulama Merkezi Olarak Girişimcilik Eğitimi, TEGEV (Teknolojik Eğitimi Geliştirme Vakfı), Genç Başarı Eğitim Vakfı yer almaktadır. Bu eğitim kurumları yaygın eğitim ile bireylere ulaşmaktadır. Girişimcilik niyetini oluşturmak, geliştirmek

ve yaygınlaştırmak üzere uygulamalı ya da teorik temel girişimcilik dersleri vererek bireyleri girişimciliğe hazırlamaktadır (Sönmez ve Toksoy, 2014).

Dünyada eğitim konusunda öncü olan üniversitelerin girişimcilik eğitimi konusunda yüksek lisans ve doktora programlarına ağırlık verdikleri görülmektedir. Genellikle küreselleşme, krizler, rekabet teorileri, iş ve ürün geliştirme stratejileri, nano-teknoloji gibi konularda araştırmalar desteklenmektedir (Yelkikalan vd., 2010: 51). Dünya genelinde toplumlar karşılaştırılarak incelendiğinde, Türk toplum yapısında girişimcilik potansiyelinin yüksek olduğu yerli ve yabancı akademisyenler tarafından yapılan çalışmalarla belirlenmiştir. Bundan dolayı Türkiye’de üniversitelerde eğitim alan her öğrencinin, potansiyel bir girişimci adayı olarak kabul edilmesi ve buna göre potansiyellerini açığa çıkarması, bilgi ve becerilerini bu yönde donatması, yaratıcılıklarını ortaya çıkaracak oluşumların geliştirilmesi gerekmektedir (Titiz, 1999). Bu bağlamda ters yönde etki yapan sınırlayıcı faktörlerin ise yapısal sosyal politikalarla zayıflatılması bu potansiyelin gerçekleşebilmesi açısından çok önemlidir.

Türkiye’de öğretim programları açısından durum değerlendirildiğinde iktisadi ve idari bilimler fakültelerinin işletme bölümleriyle meslek yüksekokullarında yer alan işletmecilik programları içerik olarak kısmen girişimcilik eğitime yer veren bölümlerdir. Girişimcilik derslerinde genel olarak, girişimcinin taşıması gereken kişilik özellikleri, girişimcilikte başarı ve başarısızlık faktörleri, küçük işletmelerin güçlü ve zayıf yönleri, ekonomik ve sosyal sisteme katkıları, sorunları ve çözüm yolları ile iş planı hazırlama gibi konular yer almaktadır (Karadeniz ve Özdemir, 2011: 275).

Küresel ölçekte girişimcilik faaliyetlerinin değerlendirildiği girişimcilik endeksine göre ilk on ülke arasında ABD, Kanada, Avustralya, Danimarka, İsveç, Tayvan, İzlanda, İsviçre, Birleşik Krallık, Fransa yer almaktadır (GEM, 2016). ABD ve Avrupa ülkelerinde kapitalizmin tarihsel gelişimi göz önüne alındığında bireycilik daha hızlı gelişmiştir. Bu ülkelerin eğitim sisteminde girişimcilik derslerine ilköğretimden itibaren ağırlık verilmesi, teknolojik gelişmelere önem verilmesi ve desteklenmesi, bireysel hak ve özgürlüklerine değer verilmesi girişimciliğin de önde gitmesine zemin hazırlamıştır. Bunun yanı sıra az gelişmiş ülkeler arasında yer alan ve Küresel Girişimcilik Endeksi listesinde ilk on ülke arasına giremeyen Türkiye’deki eğitim sistemi daha çok

ezberciliğe ve teorik yaklaşıma dayandırılmıştır. Bu da sorun çözme odaklı, özgün ve yaratıcı düşünmeyi gerektiren girişimcilik faaliyetlerini olumsuz yönde etkilemektedir (Erdayı, 2009: 133).

Son yıllarda ABD ve AB ülkeleri genelinde girişimcilik eğitimi, ilk ve orta düzeydeki okullarda derslere eklenmektedir. Türkiye’de ise resmi olarak öğrencilere girişimcilik eğitimi yalnızca üniversite düzeyinde sunulmaktadır (Yavaşoğlu, 2019). Türkiye’de üniversitelerde girişimcilik dersleri verilirken lise, orta ve ilk okul düzeylerinde bu derslerin verilememesi büyük bir handikaptır. Özellikle dünya çapında girişimcilik eğitiminin yaşam boyu öğrenme modeli içinde ele alındığı ve küçük yaşlardan itibaren girişimcilik kültürünün aşılandığı düşünülürse bu durum girişimcilik niyeti oluşturma ve girişimcilik becerilerinin geliştirilmesi bağlamında Türkiye için çok büyük bir eksiklik ve kayıptır (Erdayı, 2009: 133).

Alparslan vd. (2017), üniversitelerde bir dönemlik ders olarak verilen girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde anlamlı bir fark geliştirmediğini ortaya koymuş ve genel içeriği itibariyle uygulamalı olmayan teorik aktarım ağırlıklı derslerin öğrencilerin girişimcilik niyetlerini olumlu yönde etkilemediğine dikkati çekmektedir. Girişimcilik niyetinin algı, tutum ve davranışlarda bir değişiklik yapmamasının sebebi olarak teorik eğitimlerde bireylerin kendi potansiyellerini keşfedememelerine, bilgi ve becerilerinin yetersiz kalmasına yormuştur.

Türkiye’nin girişimcilikle ilgili altyapı durumunu inceleyen GEM’in 2016 küresel raporu oldukça yol gösterici olmaktadır. Bu raporun Türkiye’deki eğitimle ilgili olan kısmı Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. Türkiye’de Girişimciliğin Eğitim Altyapısının Yeterliği

Girişimcilik Altyapısı Göstergeleri	Puan Durumu
	(1=En Yetersiz, 9=En Yeterli)
Hükümet Girişimcilik Programları	4.1
Okul Sürecinde Girişimcilik Eğitimi	2.2
Okul Sonrası Süreçte Girişimcilik Eğitimi	5.2

Kaynak: GEM 2016 Raporu (Bilginer, 2016: 37).

Türkiye’deki girişimcilik altyapısı göstergelerinin eğitimle ilgili bölümü genel olarak ortalamanın altında gelişmişlik düzeyine sahip ve Türkiye’deki eğitimin girişimciliğe destek verecek yapıda olmadığını göstermektedir. Özellikle okul sürecindeki eğitimde (2,2) en düşük puana sahip olması dikkati çekmektedir. Ancak okul sonrası süreçte girişimcilik eğitimi (5,2) ortalamanın üzerinde bir puana sahip olması, eğitim konusunda belirli bir düzeye ulaşıldığını göstermekle birlikte girişimcilik eğitiminin yaygınlaştırılması gerektiğine de işaret etmektedir.

Dünya genelinde toplumlar karşılaştırılarak incelendiğinde, Türk toplum yapısında girişimcilik potansiyelinin yüksek olduğu yerli ve yabancı akademisyenler tarafından yapılan çalışmalarla belirlenmiştir. Bundan dolayı Türkiye’de üniversitelerde eğitim alan her öğrencinin, potansiyel bir girişimci adayı olarak kabul edilmesi ve buna göre potansiyellerini açığa çıkarması, bilgi ve becerilerini bu yönde donatması, yaratıcılıklarını ortaya çıkaracak oluşumların geliştirilmesi gerekmektedir (Titiz, 1999).

Eğitim sistemi bağlamında Türkiye’deki girişimcilik potansiyelinin ortaya çıkmasını engelleyen sorunlar aşağıdaki başlıklar altında sıralanabilir (Öztürk, 2016):

- Girişimcilik eğitim programlarının kısıtlı oluşu
- Merkezi bir girişimci destek kuruluşu olan KOSGEB kaynaklarının yetersiz oluşu
- Girişimciye destek olacak kurumların az sayıda oluşu

3.4.2.3 Türkiye’de Politik Sistemin Girişimcilik Niyetine Etkisi

Küreselleşen dünyada 1929 yılında Amerika’da başlayarak tüm dünyaya yayılan ilk küresel ekonomik kriz uygulanan bütün ekonomik ve ticari politikaların sorgulanmasına yol açmıştır. Yaşanan büyük ekonomik istikrarsızlığın yol açtığı işsizlik, dış ticaret açıkları ülkeler kendini koruma altına almaya çalışmıştır. Bu dönemde savaştan yeni çıkan bir ülke olarak Türkiye liberal ekonomi politikaları yerine devletçi bir politika uygulayarak başarılı bir şekilde çok kısa sürede ekonomik krizin izlerini büyük ölçüde gidermiştir. Bu dönemde İzmir İktisat Kongresi ile girişimcilik özendirilmiş ve girişimcilik uygulamalarında kolaylıklar sağlanmıştır (Özdemir, 2016: 38).

1940'lı yıllardan sonra bu ekonomik istikrar sürdürülememiş, belirli aralıklarla ülkede yaşanan darbelerle hem demokrasi hem de ekonomi büyük ölçüde zedelenmiştir. Sıkıyönetim ilan edilen darbe dönemlerinde girişimciliğin ilerlemesi ve kendi bağımsızlığını ilan etmesi mümkün olmamıştır. 1980'li yıllarda yine dünya çapında yaşanan ekonomik krizin etkisiyle değişen politikalar Avrupa ve Amerika'nın girişimcilik konusundaki ataklarını artmış, hem ticaret konusunda girişimcilere kolaylıklar sağlanmış, hem de girişimcilik gözle görülür şekilde politik, ekonomik ve eğitim düzeyinde teşvik edilmeye başlanmıştır (Erdayı, 2009: 133).

Cumhuriyet döneminde kapalı ekonomi modelinin uygulanmasının bir sonucu olarak küresel rekabetten uzak duran iş dünyası yalnızca iç piyasaya hâkim olmanın peşinden koşmuş, küresel çapta risk alma konusunda çekingen kalmıştır. Küreselleşmenin getirdiği koşullar ise ekonomik sınırların kalktığı sistemde ülkeleri uluslararası arenada rekabete zorlamaktadır (Göksel ve Ulucan, 2019: 105). Türkiye'deki aktif istihdam politikaları yaşanan ekonomik sistem değişimlerinden oldukça etkilenmiştir. İŞKUR tarafından düzenlenen işsizlerin ve engelliler, hükümlüler gibi dezavantajlı, seçili grupların istihdama katılımını sağlama amacı taşıyan aktif istihdam politikaları özellikle 1980 sonrası “kendi işini kurmak isteyenlere yardım” uygulaması altında işsiz bireylere finansal ya da finansal olmayan desteklerle kendi işini kurması sağlanmaktadır. Böylece girişimcilere iş konusunda tecrübe edinme imkânı sağlanırken aynı zamanda işveren olarak başka bireylere yeni bir istihdam kapısı yaratılmaktadır. Bu uygulamada girişimcinin başarılı olmasından çok tecrübe kazanması, yönetim teknikleri, personel eğitimi, yasalar, vergi yapısı gibi işletmenin başarısına yönelik temel altyapının ve tecrübenin kazandırılması hedeflenmektedir (Bayrakdar, 2019).

Türkiye Sanayi ve Ticaret Bakanlığı bu bağlamda 2011-2014 Türkiye Sanayi Strateji Bölgesinde girişimciliğe yönelik KOBİ ve girişimcilerin rekabet güçlerinin arttırılması amacıyla “Girişimci Bilgi Sistemi” kurulmasına karar vermiştir. Girişimciliğin geliştirilmesi ve desteklenmesi beş stratejik hedeften biri olarak kabul edilmiştir (Göksel ve Ulucan, 2019: 105).

KOSGEB'in (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) 20 Nisan 1990 yılında Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığına bağlı olarak küçük ve orta işletmelerin rekabet gücünü

arttırmak, teknolojik yeniliklere uyum sağlamalarını hızlandırmak amacıyla kurulmuştur. 2010 yılında KOSGEB desteklerinde yapılan revizyonla girişimcilere 6 farklı program kapsamında geri ödemeli ya da karşılıksız teşvikler ve “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri” verilmektedir. Girişimcilere kuracakları işletmenin giderlerinde %60 destek sağlanırken, özellikle kadın girişimcilere pozitif ayrımcılık yapılarak %70 oranında destek sağlanmakta, ülke ekonomisine hızla uyum sağlamaları kolaylaştırılmaktadır (Arıkan, 2013: 47).

Dış İşleri Bakanlığının tarafından KOSGEB koordinatörlüğünde 2015-2018 yılları için hazırlanan “Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı” (GİSEP) Türkiye’de girişimcilik kültürünü yaygınlaştırmak, güçlü bir girişimcilik ekosistemi oluşturmak ve geliştirmek amacıyla bir altı müdahale alanına yönelik bir eylem planı hazırlamıştır. KOSGEB’in yanı sıra TOBB (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği), Türkiye İş Kurumu (İŞKUR), Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), birçok banka ve birçok sivil toplum kuruluşu (STK) da ülkenin bütün şehirlerinde girişimciliğe destek olan, fon sağlayan, teşvik ve eğitimler veren kuruluşlar olarak yerlerini almışlardır (Arıcı, 2013: 49; Titrek, 2018: 38).

Tüm bu çabaların sonuca ulaşma başarısıyla ilgili olarak yapılan akademik çalışmalar girişimcilere destek sunan aktif istihdam politikalarının etkinliklerinin tartışmalı olduğunu ve hedeflenen amaçların daha net bir şekilde ortaya koyulması gerektiğini ifade etmektedir. STK’lar ya da bireysel çabalardansa yasalar ve hükümet politikalarıyla hayata geçirilen faaliyetler girişimcilik kültürünün ve niyetinin oluşmasında daha etkin ve hızlı sonuç vermektedir. Bu nedenlerle girişimcilik politikalarının daha stratejik ve hedefe yönelik düzenlenmesi ekonomik kalkınma girişimcilik kültürünün en hızlı biçimde yeniden inşa edilmesi açısından hayati önem taşımaktadır (Bayrakdar, 2019).

Türkiye’nin girişimcilikle ilgili altyapı durumunu inceleyen GEM’in 2016 küresel raporu oldukça yol gösterici olmaktadır. Bu raporun Türkiye’deki politikalar ve yasal durumla ilgili olan kısmı Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5. Türkiye’de Girişimciliğin Politik Altyapısının Yeterliği

Girişimcilik Altyapısı Göstergeleri	Puan Durumu
	(1=En Yetersiz, 9=En Yeterli)
Hükümet Politikaları: Destek ve İlgi	4.4
Hükümet Politikaları: Vergi ve Bürokrasi	3.4
Hükümet Girişimcilik Programları	4.1
Ticari ve Hukuki Altyapı	5.1

Kaynak: GEM 2016 Raporu (Bilginer, 2016: 37).

Türkiye’deki girişimcilik altyapısı göstergeleri politika ve yasalar bağlamında ortalamanın altındadır. Ortalamanın üzerinde olan tek gösterge ticari ve hukuki altyapı (5,1) olarak Türkiye’nin girişimcilik konusundaki yetersizliğini gözler önüne sermektedir. Genel olarak girişimciliği etkileyen temel faktörlerden çevresel faktörler içinde ele alınan ekonomik ve politik sistem içinde değerlendirilebilecek olan diğer göstergelerin de dünya ortalamasının altında olması Türkiye’de girişimciliğe yönetimde yeterince değeri verilmediğini göstermektedir. Ancak son yıllarda girişimciliğin önemi daha çok anlaşılmış hem bireysel hem de politik olarak teşvik edilmeye başlanmıştır (Gümüşoğlu ve Karaöz, 2014).

Türkiye’nin girişimcilik gelişimini tamamlayabilmesi ve uluslararası piyasalarda rekabet edebilmesi için 1980’li yıllardan itibaren devletin girişimciliği teşvik edici politikalar uygulayarak girişimcilik kültürünü geliştirmeye çalıştığı görölmektedir. Bu konuda Onuncu Kalkınma Planı’nda girişimcilik eğitiminin genel eğitim sistemine entegre edilmesinin gerekliliği üzerinde durulmuştur. Buna göre çocuklara küçük yaşlardan itibaren girişimcilik kültürünün kazandırılması amaçlanmıştır (Sönmez ve Toksoy, 2014: 47). Aileye ek gelir getirmek için kadın girişimciliğinin 1970’li yıllardan sonra Türkiye’de hızlıca büyümeye geçtiği görölmektedir. 1970 yılı sonrası ülke içinde hem politik hem de ekonomik buhranın yaşanması, devlet kademesinde yapısal dönüşümlere yol açmıştır. Bunun haricinde Dünya Bankası ve Uluslararası Para Fonu tarafından tavsiye edilen yapısal uyum politikaları da Türkiye’deki kadın ve genç girişimciliğinin önünü açmıştır (Ecevit ve Tekeli, 1995: 118). Bu durum ve GEM’in raporu politik ve yasal

olarak hayata geçirilen bu çabaların olumlu yönde bir sonuç verdiğini ve yasaların kültür üzerindeki yadsınamaz katkısını kanıtlamaktadır.

Politik ve yasal sisteminin etkisiyle Türkiye’deki girişimcilik potansiyelinin ortaya çıkmasını sınırlandıran sorunlar aşağıdaki başlıklar altında sıralanabilir (Öztürk, 2016):

- Yüksek ve adaletsiz vergi oranları
- Rekabet yasalarının yetersiz oluşu
- Patent ve telif haklarıyla ilgili düzenlemelerde problemler
- Mevzuatların ve bürokratik engellerin yatırım yapmayı zorlaştırması
- Girişimciliğe yönelik hükümet politikalarının olmaması
- Girişimci teşvik ve desteklerine yönelik politika ve yasaların eksikliği

Türkiye girişimcilik eğitimi konusunda politika geliştirememiş ancak dış ticaret konusundaki politik kararları ve özelleştirmeler girişimcilerin önünü biraz olsun açmıştır. 2000’li yıllarla birlikte daha çok teşvikler ve girişimcilikle ilgili eğitim politikaları ile üniversite düzeyinde ya da özel kurslar şeklinde girişimcilik dersleri verilmeye başlanmıştır. Yine de kültürel geçmişi içinde değerlendirildiğinde Türk girişimcilerin, hümanizmin yaygın olduğu Avrupa’da olduğu kadar desteklenemediği bir gerçektir Türkiye özelinde girişimciliğin gelişimini olumsuz etkileyen diğer politik faktörler arasında politik istikrarın sağlanamaması, bireyin gelişimine katkı sağlayacak demokrasi kültürünün etkin olamaması ve içselleştirilememesi, yinelenen darbelerle siyasi istikrarın bozulması gibi faktörler sayılabilir (Erdayı, 2009: 135).

Bürokrasi, girişimciliği engelleyen en önemli unsurlardan biri olarak kendini göstermektedir. Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK) tarafından 2001 yılında düzenlenen rapora göre işletme faaliyetlerinde harcanan zaman içinde bürokrasinin işgal ettiği oran Türkiye’de %20, Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde %8, Latin Amerika ülkelerinde %4 olarak belirlenmiştir. Girişimcilerle yapılan anketler ise bürokrasinin kurulan şirketlere destek olmadığını ve yetersiz olduğunu (%90), karmaşık yasal süreçler nedeniyle kendi işini kurmanın zor olduğunu (%66), şirket için gerekli izin ve lisansların alınmasının zor olduğunu (%78) ortaya koymaktadır. Bürokratik engellerle karşılaşmadığını söyleyen girişimci oranı %4’te kalmaktadır. Bürokratik engellerin en çok görüldüğü yerler devlet kuruluşları, gümrükler,

belediyeler, devlet bankaları olarak gösterilmekte ve girişimcilik niyetini olumsuz yönde etkilediği vurgulanmaktadır. Bürokratik engellerin azaltılması için geliştirilen bir sistem olan e-devlet internet sitesinin zorlukları azaltmada yeterli olamadığı dikkati çekmektedir (Arıkan, 2013: 83).

3.4.2.4 Türkiye’de Ekonomik Sistemin Girişimcilik Niyetine Etkisi

Türklerin girişimcilik tarihi Orta Asya’dan göçüp Anadolu’ya yerleşmeleri sonrasında yerleşik düzene geçmeleriyle başlamıştır. Özellikle Selçuklu döneminde ve Osmanlı Devleti kuruluş ve yükselme dönemlerinde girişimcilik Ahilik teşkilatı ile başarılı olmuştur. Ancak sonraki dönemlerinde hükümdarlar toplum içinde iş bölümü yaparak özellikle Rum, Ermeni, Yahudi azınlıklar başta olmak üzere yabancı tüccarlara haklar sağlamıştır. Türkleri ise askeriye, tarım hayvancılık gibi işlere yönlendirmişlerdir. Böylece yaklaşık sekiz nesil Türkler ticaretin dışında kalmış, ticaret kültürü kaybolmaya başlamıştır. Cumhuriyet dönemiyle birlikte yapılan ekonomik düzenlemeler ise toplumu ticarete teşvik etmeyi amaçlamış, birçok girişim atılımı Cumhuriyet döneminde başarılmıştır (Durukan, 2007).

Türkiye’de uygulanan ekonomik sistem, Cumhuriyet döneminde genel yapısı itibariyle dört döneme ayrılır (Adem, 1981; Şahin, 2006):

- 1- Liberal Ekonomi Dönemi (1923-1932)
- 2- Devletçilik Dönemi (1932-1950)
- 3- Plansız Karma Ekonomi Dönemi (1950-1980)
- 4- Planlı Kalkınma Dönemi (1980-2000)
- 5- Neo-Liberal Ekonomi Dönemi (2000 ve sonrası)

Türkiye’de ve dünyada yaşanan ekonomik gelişmeler ve küresel krizler ekonomik sistemlerine de yansımıştır. Kuruluş yıllarında savaştan yeni çıkan yorgun ve yıkık durumdaki devlette sektörlere olan güven de zedelenmiş ve bu durumun düzelebilmesi için iktisadi yönde de büyük çabalar sarf edilmiştir. İktisadi düşünce olarak benimsenen Keynesyen yaklaşım gereği devlet müdahaleci ve üstünlüğünü hissettiren bir anlayışla hareket etmiştir. Aynı zamanda sermayenin ve girişimci sınıfın yetersizliği devletin etkin rol oynamasına yol açmıştır (Çelik, 2016: 34).

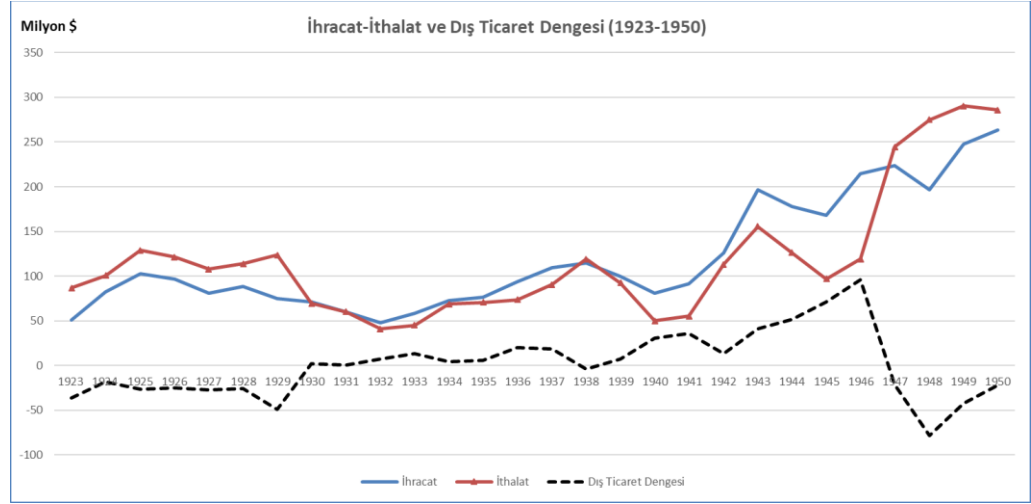
1927’de çıkarılan Teşvik-i Sanayi Kanunu ile bütün sanayi makinelerine ve araçlarına gümrük vergisi muafiyeti getirilmiştir. Bunun

yanında yerel vergiler düşürülerek yerli üretim desteklenmiştir. 1923 yılında toplam ihracat içinde tarımın payı %88, madenciliğin payı %3, sanayinin payı %9 iken, ithalat için tarım %0,1, sanayi için %94,6, madencilik için %5,3 olmuştur (Firat, 2015).

1930'lu yıllara yaklaşırken Dünya Sistemi içinde az gelişmiş ülkelerin gelişmiş ülkelerle rekabet edebilirliğinin ancak girişimcilikle sağlanabileceğini keşfetmiştir. Etibank, Sümerbank, Sanayi ve Maadin Bankası gibi başarılı girişimler bu dönemde devlet eliyle kurulmuş ve bu girişimlerin aracılığıyla madencilik, ayakkabı, şeker, iplik gibi birçok fabrika faaliyete başlamıştır. Yönetici, mühendis ve sanayinin ihtiyaç duyduğu nitelikli bireyleri hem yetiştirmiş hem istihdam sağlamıştır (Çelik, 2016: 34).

1933 yılında hazırlanan 1. Beş Yıllık Sanayi Planı ile devlet doğrudan işletmeciliğe başlamış ve ülke genelinde planlı sanayileşme adımları atılmıştır. Ülkede faaliyet gösteren yabancı şirketler satın alınmış, millileştirilerek gelirleri sermayeyi büyüten yönde devlet ekonomisine aktarılmıştır (Çelik, 2016: 34). Kuruluş yıllarında uygulanan liberal ve devletçi ekonomi politikalarının başarılı olarak ithalat ve ihracat dengesini yakaladığı ve hatta ihracatın ithalatı geçmeye başlamıştır. Şekil 19, TÜİK verilerine göre Cumhuriyet Dönemi dış ticaret dengesini göstermektedir. Özellikle Lozan anlaşmasının getirdiği bazı sınırlamaların 1929 yılında kalkmasıyla birlikte uygulanan ekonomik politika ile yerli üretim hız kazanmış ve ihracat yükselmiş ve dış ülkelere olan borçların büyük bölümü girişimlerin de önemli katkılarıyla 1937'de kapatılmıştır (Arslan, 2019: 36).

Şekil 19. Cumhuriyet Dönemi'nde Dış Ticaret (1923-1950)



Kaynak: Arslan, 2019: 36.

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1940 yılında uygulanmak üzere geliştirilmiş ancak II. Dünya Savaşı'nın getirdiği zor şartlar nedeniyle uygulanamamıştır. Ticari olarak yaşanan gelişmelere rağmen 1950'de plansız karma ekonomik sisteme geçilmiştir. 1947 yılında İktisadi Kalkınma Planı ile girişimcilerin özellikle tarım, demir-çelik, sulama, haberleşme, sanayi alanlarında ihtiyaç duyduğu güven ortamı sağlanmaya çalışılmıştır. Türkiye ithal ikameci dış ticaret politikasının yerine ihracat odaklı büyüme stratejisini benimsemiş ve bu önemli adımla ekonomiyi dışa açarak dünya ekonomisiyle entegre olmayı hedeflemiştir. Devlet bu dönemde özel sektörü destekleyerek, özel sektörün yapamayacağı yatırımlara kendi yönelmiştir. 1951'de kurulan Türkiye Sınai Kalkınma Bankası 1960 yılına kadar ithalat için girişimde bulunmak isteyenlere teşvik kredisi vermiştir. Birçok piyasa devi firmanın kurulmasına öncülük etmiş dış ticarete destek sağlamıştır. Sabancı ve Sapmaz ailelerin kurduğu Güney Sanayi bu şirketlerden biridir (Börü, 2015: 225).

1950 sonrası devletin tam kurumsallaşamamış olması nedeniyle ülkenin yaşadığı ekonomik ve politik istikrarsızlıklardan girişimcilik faaliyetleri de etkilenmiştir. Siyasi istikrarın olduğu dönemlerde ise özel girişimin sanayideki payı %70'e çıkmıştır. Tasarruf yetersizliği nedeniyle yardım eline bağlı olarak kurulan girişimler istikrarsız dönemlerde yardımların kesilmesi nedeniyle kapatılmış ya da yavaşlatılmıştır. Özellikle 1954 yılından sonra dış ticarete dayalı sanayileşme politikası yerini ithal ikamesine bırakmıştır. Bu ekonomik

strateji sanayileşmeye öncelik veren ve iç piyasa tüketimini merkeze alan bir politika izlemiştir (Eroğlu, 2004: 45).

1963 yılında uygulamaya koyulan Planlı Kalkınma Planları ve Programları ise özel girişimcilğe özel bir önem vermiştir. Küçük ve orta ölçekli işletmeleri ve girişimleri teşvik edildiği bu dönemde Vehbi Koç'un yerli otomobilin üretildiği Otosan tesisleri ve Siemens ile ortaklaşa kurduğu kablo fabrikası dikkati çekmektedir. Bu dönemde sanayi merkeze alınmış, tarımdan sanayiye doğru kaymalar başlamıştır. 1960-1980 yılları arasındaki siyasi gerginlikler, darbeler ve ekonomik 2. Petrol krizi nedeniyle girişimcilikte önemli bir gelişme sağlanamamıştır. Ekonomik ve siyasi olarak güven ortamı yatırımlar için yeterli derecede sağlanamamıştır. Bu dönemde dünya süper güçleri olan ABD ve Rusya uzay çalışmalarına başlatarak ekonomik kalkınmada mesafeyi önemli derecede açmıştır (Çelik, 2016: 39).

24 Ocak Ekonomik Kararları'nın alındığı 1980 yılı, Türkiye'nin ekonomik olarak büyük bir dönüşüm yaşadığı ve bu dönemin girişimcilğe de büyük ölçüde yansıdığı dönemin başlangıcını temsil eder. 24 Ocak Ekonomik Kararları ile Türkiye'nin dış ticaret yapısı değişmiştir. 1980 öncesinde dışa açık olmayan stratejiyi benimseyen Türkiye, 1980 sonrası dışa açılmaya başlamış, ithalat yerine ihracat odaklı sanayi politikasına önem vermiştir (Uçan ve Koçak, 2014). 1989 yılında IMF'nin önerisiyle sermaye hareketlerini serbest bırakarak dışa açıklık sürecini başlatmıştır. Böylece döviz ticareti de serbestleşmiş, Türkiye'de yaşayan herkese döviz alım satım işlemleri için izin verilmiştir. Öteki yandan izin gereken ithal ürünlerin kapsamı daraltılmış sonraki yılda, 1990'da ithalat ürünleri için izin uygulamaları yürürlükten kaldırılmıştır (Kurt ve Berber, 2004).

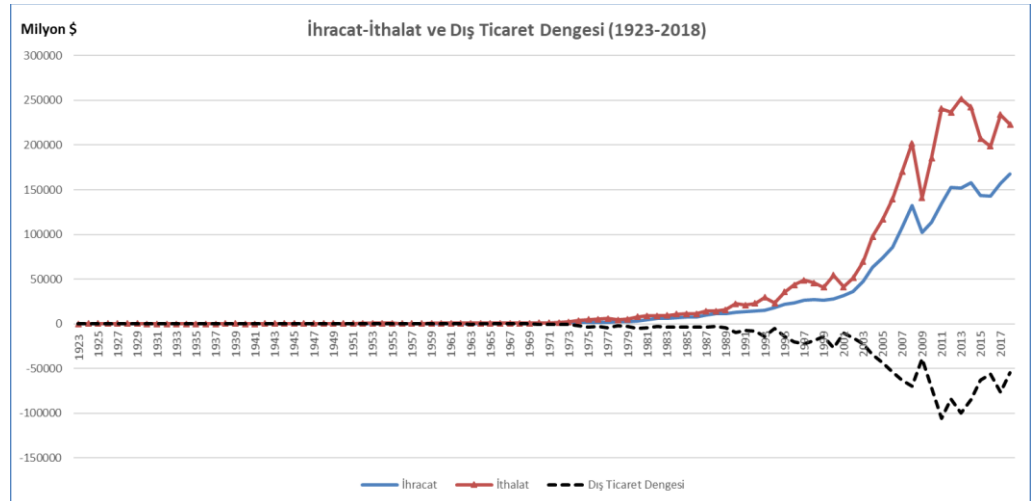
24 Ocak Kararları ile ithalat ve faiz oranları serbestleşmiş, yabancı sermaye teşvik edilmiş, sübvansüyonlar azaltılmış, Türk Lirası devalüe edilmiş ve değeri düşürülmüştür (Uludağ ve Erişah, 2003). Türk Lirasına %48 oranında uygulanan devalüasyon, ihracatı ve döviz gelirlerini arttırmıştır. Dış ticaret hacmi hızlanmıştır. Ekonomik politika ihracatı merkeze almıştır. Günlük döviz kuru uygulamasına geçiş, vergi indirimleri, kredi teşvikleri, gümrük vergisi muafiyetleri, serbest bölgelerin kurulması gibi ekonomik uygulamalarla Türkiye'nin rekabet gücünün arttırması hedeflenmiştir (Fırat, 2015). İhracat teşvik edilirken ithalata getirilen kolaylıklar ve serbestlikler nedeniyle ithalat

ihracata göre daha çok artmıştır. İhracat tarım alanından sanayi alanına doğru kaymış, sanayi ürünlerinin hammaddesi ithal edilmiştir (Köksal, 2016).

Özal döneminde başlayan tüm bu ekonomik değişimler girişimcilerin teşvik edilmesini sağlamıştır. Yeni kurulan ve başarıya ulaşan girişim sayısı artmış, girişimcilik niyetini olumlu yönde etkilemiştir. İthalatın serbest bırakılması yurtdışından kaçak mal getirilmesinin önüne geçilmiş ve yabancı sermaye girişini arttırmıştır. Ticaretin dışa açık hale gelmesi, günlük döviz kuruna geçiş ve serbest piyasa uygulamaları sayesinde yerli girişimciler küresel düşünmeye başlamış ve hedeflerini yükseltmeyi öğrenmeye başlamıştır. Yabancı girişimcilerle yapılan ortak işler girişimcilik kültürünün de artmasını sağlamıştır. Anadolu Kaplanları gibi özel girişimciler birçok farklı ilde üretici sanayi fabrikaları kurmuşlar, sonraki girişimcilerin de önünü açmışlardır (Çelik, 2016: 40).

Şekil 20, Cumhuriyet dönemindeki ekonomik politikaların dış ticarete olan etkisini açıkça gözler önüne sermektedir. Özellikle 1980 yılında alınan Ekonomik Kararlardan sonra uluslararası arenada kendini gösterebilen bir girişimci kitlesinin doğmasına olanak tanımıştır. Hem ithalatta hem ihracatta yaşanan keskin düşüşlerin olduğu yıllarda büyük ekonomik krizlerin olduğu dönemlere denk gelmektedir (Arslan, 2019: 36; Çelik, 2016: 40).

Şekil 20. Cumhuriyet Dönemi'nde Dış Ticaret (1923-2018)



Kaynak: Arslan, 2019: 36.

1990 döneminde girişimcilikte hızlı bir ilerleme yaşanmıştır. Özellikle turizm ve tekstil gibi dışa açık sektörlerdeki hızlı artış ekonomik büyümeye katkısı büyük olmuştur (Fırat, 2015). 1994'te yaşanan ekonomik krize yönelik iyileştirmeler ve istikrarın sağlanması amacıyla alınan 5 Nisan Kararları ile döviz kuru yaklaşık üç kat artmıştır. 1995'te ise AB ile Türkiye arasında imzalanan Gümrük Birliği Anlaşması ile taraf olan ülkeler arasında malların serbest dolaşımı sağlanmış, üçüncü ülkelere karşı ortak bir gümrük tarifesi uygulanması kararı alınmıştır. 1 Ocak 1995'te Gümrük Birliği anlaşmasının imzalanması ile gümrük tariflerinde indirim yapılmış ve dışa açıklık bağlamında önemli bir ilerleme sağlanmıştır. Bu gelişmeler girişimcilerin özellikle KOBİ'lerin rekabetçi gücünü arttırmış, krizin getirmesi beklenen kötümser tabloların yaşanmasını engellemiştir (Saçık, 2009).

Tablo 6'da Türkiye'deki ekonomik ve politik sistemin dönüştürdüğü insan tipiyle birlikte genel durumu üç dönemde özetlemekte ve girişimciliğin artmasında etkin olan faktörleri bir araya getirmektedir (Şahin, 2006).

Tablo 6. Türkiye'deki Girişimciliği Etkileyen Ekonomik ve Politik Sistem

Çerçeve	1923-1946	1946-1980	1980 sonrası
Uluslararası Siyasal Çerçeve	Çok Kutuplu Dünyada Doğu Akdeniz Barışı	İki Kutuplu Dünya	Bölgesel Güç Odakları
Siyasal Dönüm Noktası	Ekim 1923	Temmuz 1947	Eylül 1980
Devlet Otonomisi	Görece Yüksek	Görece Yüksek	Düşük
Uluslararası Ekonomik Çerçeve	Küreselleşmenin 1. Dalgasının Kesintiye Uğraması	III. Dalga Küreselleşme, üretici	III. Dalga Küreselleşme
İç ve Dış Makroekonomik Denge	Konservatif Politikalarla Korunma	Giderek Büyüyen İç ve Dış Açıklar	Büyük ve Sürdürülebilirliği Güç İç ve Dış Açıklar
İktisadi Plan	Kısmi Planlar	Kapsamlı Plan	Stratejik Plan
Ekonomik Strateji	Dünya Ekonomisine Eklenme, İthal İkameci	İthal İkameci	Dünya Ekonomisine Eklenme, İthal İkameci
Finansal Vizyon	Ulusallaşmanın aracı olarak finansal kurumsallaşmanın geliştirilmesi	Üretim yapılmasının aracı olarak finans	Bizatihi gelişme aracı olarak finansal kurumsallaşma
Teknoloji Politikası	İçirilmemiş Bilgi Transferi	İçirilmemiş Bilgi Transferi, Taklit Ederek Öğrenme	Teknoloji ve Yenilik Politikaları İç İç, Talep Öğelerine Açık
Bilim Politikası	Arz Yanlı	Arz Yanlı, Doğrusal	Tüm Bilgi Transfer Kanallarının Kullanılması
Hayatta Kalmanın Temel Belirleyicisi	İç Dinamikler	Dış Dinamikler	Dış Dinamikler
İnsan tipi	Yurttaş	Yığılmanın ürünü insan	Tüketici, etnik ya da inanç bağlamında ayrışma
Mekân Organizasyonu Sanayide İş Örgütlenmesi	Sınırlı Kentleşme Manifektür	İç ve Dış Göçler, Kentleşme Kitleli Üretime Geçiş	Kentlerde Ara Formlar Çevresel Üretime Geçiş

Kaynak: Şahin, 2006.

Dünyanın küreselleşmesi nedeniyle 2000'li yıllarda dünyada büyük sıçrama gösteren dış ticaret Türkiye'de de artmış, 1980 sonrasında ihracat 40 kat, ithalat 24 kat artmıştır. Rusya, Doğu Ülkeleri ve Türk Cumhuriyetleri başta olmak üzere dış ticaret trafiği ve uluslararası ortaklıkları artmıştır (Gül ve Kamacı, 2011: 81). Küreselleşmenin olumlu etkilerinden olduğu kadar

olumsuz etkilerinden etkilenen Türkiye’de 1994, 2000, 2001 ve 2007’de yaşanan küresel ekonomik krizler bu dönemlerde girişimciliğin de yavaşlamasına neden olmuştur. 2008 yılındaki küresel kriz Türkiye’yi kredi ve bankalar, portföy yatırımı, dış ticaret ve yatırımcı tüketici davranışları bağlamında dört temel yönde olumsuz etkilemiştir (Hepaktan ve Çınar, 2008: 162). KOBİ’ler 2015’teki toplam girişim sayısının %99.8’ini, istihdamın %74.2’sini, maaş ve ücretlerin %54.7’sini, katma değer üretiminin 52.8’ini oluşturmaktadır (Çelik, 2016: 42).

TÜİK Girişimcilik İstatistiklerine göre 2013 yılında, toplam istihdam içerisinde işveren olarak görev alan çalışanların oranı %4,6’dır. Bu oran 2014 yılına geldiğinde %4,5 olarak kaydedilmiştir. Bu oranlar gelişmiş ülkeler bazında kıyaslandığı zaman hala istenilen düzeylerde olmadığını göstermektedir. Tablo 7’de Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği’ne (TOBB) ait veriler incelendiğinde Türkiye’deki ekonomik sistemin etkisiyle girişimcilik niyetinin arttığı ve dolayısıyla girişimcilik faaliyetlerinin de yükseldiği söylenebilir (Ar, 2018).

Tablo 7. Türkiye’de Girişimcilik ve Kobi’lere İlişkin Gelişmeler

KOBİ’lere ilişkin durum	2006	2012	2013	2018
Yeni kurulan şirket sayısı (bin)	53	39	50	75
KOBİ’lerin tüm işletmeler içindeki oranı (%)	1,7	2,4	3,0	4,0
Organize sanayideki işletme sayısı (bin)	35	41	45	65
Tamamlanan organize sanayi bölge sayısı	130	153	160	200
KOBİ’lerin ihracat miktarı (Milyar Dolar)	50	90	100	150
İhracat yapan KOBİ sayısı	44	50	52	60
KOBİ’lerin AR-GE harcamalarındaki payı (%)	10	14,9	17	20
Tekno-parklarda faaliyet gösteren girişim sayısı	604	2174	2500	4000

Kaynak: Ar, 2018: 33.

Dünya Bankası (World Bank Group-WBG), kişi başına düşen milli gelir seviyelerini temel alarak ülkeleri üç gruba ayırmıştır. Dünya Bankası’nın 2010 yılı raporuna göre kişi başı milli geliri 995 \$’dan daha az ülkeler düşük gelirli ya da az gelişmiş ülkeler, 996-12.195 \$ arasında olan ülkeler orta gelirli ya da gelişmekte olan ülkeler olarak ve 12.196 \$ yüksek olan ülkeler yüksek gelirli ya da gelişmiş ülkeler olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlamalara göre

Bangladeş, Etiyopya, Mozambik, Kamboçya, Kırgızistan, Mali, Nepal gibi Afrika ve Orta Doğu lkeleri “az gelişmiş ülkeler” grubuna girerken, Türkiye, aralarında Ermenistan, Azerbaycan, Rusya, Mısır, Ürdün gibi yakın ülkelerin de yer aldığı “gelişmekte olan ülkeler” arasında yerini almaktadır. ABD, İsveç, Norveç, İngiltere gibi ülkeler ise “gelişmiş ülkeler” sınıfındandır (Kubar, 2016: 65).

Global finans krizi adı altında dünyanın pek çok ülkesinde yaşanılan ekonomik durgunluk; özellikle gelişmemiş ve az gelişmiş ülkelerde daha yoğun olmak üzere işsizlik oranının yükselmesine, iş dünyasındaki iklimin değişmesine ve teknoloji odaklı girişimlerin artmasına neden olmaktadır. Türkiye’de gen nüfusun yaşadığı işsizlik, istihdamın yetersiz kalması ülkelerin önemli bir sorun haline gelmiştir.

Ülkenin ekonomik istikrarının girişim faaliyetleri üzerindeki etkisi çok büyüktür. Dünya çapında yaşanan ekonomik krizlerin ve yerel krizlerin işsizliği arttırdığı, ekonomik istikrarsızlıklar ve belirsizlikler nedeniyle girişimlerin karşılaştığı zorluklar ve riskler artmakta, böylece girişimcilerin fikirlerini hayata geçirmesini geciktirmesine sebep olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında Türkiye’de tekrarlayan ekonomik krizler, bireylerin yeni girişim yapabilmesi için gerekli olan risk alma halini olumsuz etkilemektedir. Öte taraftan kriz dönemleri döviz kurlarındaki iniş ıkışlar ve banka kredilerinin yüksekliliği hem yeni girişimcilik faaliyetlerini hem de mevcutların devamlılığını olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle kendi işini kurma hedefi olanlar risk almaktan çekinmekte ve adım atma konusunda yavaş davranmaktadır (Kuğu, 2005).

Girişimlere genellikle hisse ya da hisse senedine çevrilebilir borç karşılığı sermaye sağlayan, ekonomik durumu güçlü olan kişiler “melek yatırımcı” şeklinde tanımlanmaktadır. Melek yatırımcıların AB lkelerinde yıllık yapılan girişim sermayesi yatırımlarında GSYH’lerin %0,4’n, ABD’de %0,8’ini, İsrail’de %1,6’sını teşkil ederken, bu oran ülkemizde %0.003 düzeyindedir. Girdi koşullarına bağlı ekonomilerde kadınların girişimcilik fırsat algısı (%20) ekonomik refahı yüksek olan ülkelere (%10) göre daha yüksektir. Yenilikçiliğe bağlı ekonomilerde ise bu oran %4’e düşmektedir (Onuncu Kalkınma Planı, 2014: 76).

Az gelişmiş ülkeler sınıfında olan Türkiye'deki ekonomik seviye AB ya da ABD gibi küresel güçteki ülkelerin gerisindedir. Az gelişmiş ülkelerde aileler hayatlarını devam ettirmek için zorlaşan ekonomik koşullarla baş etmek zorundadırlar. Erkeklerin ekonomik kazançları yeterli olmadığında ya da işten çıkarılmaya maruz kaldığında, aile içinde ek gelire ihtiyaç duyulmaktadır. Az gelişmiş bir ülke olarak Türkiye'de yeni yeni gelişmeye başlayan girişimcilik, kültürel nedenlerle baskılanan kadınlar ve işsizlik sorunuyla boğuşan gençler için ekonomik ve sosyal özgürlüğün kazanıldığı bir çıkış yolu olarak kendini göstermektedir (Sallan Gül ve Altındal, 2016: 1364).

Türkiye'de kadınları girişimciliğe yönlendiren itici sebepler içinde kadın istihdamının düşük olması ve yoksullukla mücadelenin gelir ve refah seviyesini yükseltmek, ek gelir sağlama kaygısı, kocanın ölmesi ya da boşanmalar en başta yer almaktadır. Özellikle ekonomik nedenlerle girişimciliğe yönelme baskındır. Gelir düzeyi daha yüksek olan kentli ve eğitilmiş kadınlar için girişimciliğin çekici nedenlerinden olan kendini gerçekleştirme isteklerinin onları girişimciliğe yöneldikleri görülmektedir (Örümçü, 2015: 148).

Türkiye'nin girişimcilikle ilgili altyapı durumunu inceleyen GEM'in 2016 küresel raporu oldukça yol gösterici olmaktadır. Bu raporun Türkiye'deki ekonomik durumla ilgili olan kısmı Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8'deki GEM 2016 raporlarına dayanan veriler incelendiğinde Türkiye'deki girişimcilik altyapısı göstergelerinden fiziksel altyapının (6,5) en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ekonomik altyapı göstergeleri genel olarak ortalamaya yakın ve az da olsa ortalamanın üzerindedir. İç pazar dinamikleri (5,8), ticari ve hukuki altyapı (5,1) yer almaktadır. Diğer bütün gösterge puanlarının dünya ortalamasının altında olması Türkiye'nin girişimcilik konusundaki yetersizliğini gözler önüne sermektedir.

Tablo 8. Türkiye’de Girişimciliğin Ekonomik Altyapısının Yeterliği

Girişimcilik Altyapısı Göstergeleri	Puan Durumu
	(1=En Yetersiz, 9=En Yeterli)
Girişimci Finansmanında Etkinlik	3.8
Ar-Ge Transferi	4.2
Ticari ve Hukuki Altyapı	5.1
İç Pazar Dinamikleri	5.8
İç Piyasa Yükleri veya Giriş Yönetmeliği	3.9
Fiziksel Altyapı	6.5

Kaynak: Bilginer, 2016: 37.

Ekonomik sisteminin etkisiyle Türkiye’deki girişimcilik potansiyelinin ortaya çıkmasını engelleyen ekonomik ve finansal altyapı sorunları aşağıdaki başlıklar altında sıralanabilir (Öztürk, 2016):

- Yolsuzluk ve bürokratik engeller
- Rekabet gücü açısından yetersizlik
- Ekonomik istikrarsızlık ve belirsizlik
- Her boyuta şirketi etkileyen finansman sorunları
- Risk sermaye sektörünün eksikliği
- Devlet tarafından sağlanan AR-GE desteğinin eksikliği

SONUÇ

Alanyazında çok kapsamlı olarak değerlendirilen girişimcilik, ülkelerin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişiminde kilit sayılacak önemli bir role sahiptir. Bu nedenle gelişmiş ülkeler başta olmak üzere girişimciliğin yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi için yoğun bir çaba sarf etmektedirler. Gelişmiş ülkeler ellerindeki ekonomik kalkınma, teknolojik gücün ve küresel liderliği sürdürülebilirliği için; az gelişmiş ve gelişmemiş ülkeler ise ekonomik refaha kavuşmak ve gelişmiş ülkelerle rekabet edebilirliği sağlamak için girişimciliğe ihtiyaç duymaktadır. Girişimciliğin önemini kavrayan gelişmiş ülkeler ihtiyaç duydukları gücü yakalayabilmek için yasalarla, ekonomik ve politik teşviklerle girişimciliği desteklemekte, eğitim programlarında bireylerin girişimci özelliklerini geliştirecek, girişimcilik potansiyelini güçlendirecek düzenlemeler yapmakta, girişimcilik kültürün köklenmesini sağlamaya çalışmaktadır.

Küreselleşen dünyada kendine bir yer edinmeye çalışan Türkiye de son yıllarda girişimciliğin önemini kavramış ve girişimciliğin yaygınlaşması için çalışmalar yapmaya başlamıştır. Bu çalışmaların olabildiğince hızlı ve etkin biçimde yönlendirilebilmesi için ilk adım olarak Türkiye’de var olan durumun ortaya konulması gerekmektedir. Tez kapsamında derlenen ulusal ve uluslararası araştırmalar ve istatistikler ışığında Türkiye’nin girişimcilik potansiyeli ve bu potansiyelin kullanılmasını engelleyen sebepler değerlendirilmiştir. Yapılan araştırmalar Türkiye’nin girişimcilik potansiyelinin kendi içinde ve dünya ülkelerine göre önemli bir düzeyde olduğu göstermektedir. Ancak bireysel, çevresel ve kültürel nedenlerle ortaya çıkan sorunlar girişimcilerin harekete geçmesini durdurarak ya da yavaşlatarak Türkiye’nin sahip olduğu girişimcilik potansiyelinin açığa çıkmasını engellemektedir.

Girişimcilik potansiyelinin kullanılmasının ilk adımı girişimcilik niyetinin oluşturulması ve harekete geçirilmesidir. Ancak yapılan araştırmalar Türk toplumunda girişimciliğin kavram olarak tam anlamıyla bilinmediğini ve öneminin tam olarak kavranamadığını, girişimcilik kültürünün, politikalarının

ve teşviklerinin girişimcilik niyetini oluşturmada yetersiz kaldığını ortaya koymaktadır.

Girişimcilik niyeti pek çok faktörün bir araya gelmesi ve etkileşmesi sonucunda ortaya çıkabilmektedir. Bir bireyde girişimcilik niyetinin oluşması bireysel, çevresel veya kültürel faktörlerden birinin etkisiyle değil bireyden topluma doğru katmanlar halinde tüm faktörlerin etkileşimi ve bireye özgü koşullar içinde birleşimi şeklinde etki etmekte ve birey özelinde iç içe geçmektedir. Sosyal bir varlık olan insanlar, doğası gereği bireysel, çevresel ve kültürel faktörlerin etkisi altında kalırlar. İçinde taşıdığı girişimcilik potansiyelini ancak uygun şartlar bir araya geldiğinde ortaya çıkarabilirler. Uygun şartlar tanımlamasının içinde girişimcilik sürecinin gerektirdiği girişimciliğe yönlendiren; bireysel faktörler içinde ele alınan psikolojik ve demografik özellikler; çevresel faktörler içinde ele alınan aile, ekonomi, politika ve eğitim gibi daha sistematik bileşenler; tarih, toplum gibi tüm faktörleri içinde barındıran bütünsel bir faktör olan kültür bileşenleri yer almaktadır.

Girişimcilik niyetinin oluşmasındaki en etkin faktörlerin başında psikolojik etkenler gelmektedir. Girişimcilik sürecinin zorluklarıyla baş etmek için bireylerin bazı psikolojik yeterliliklere sahip olması gerekir. Aksi takdirde girişimciliğe atılmaya cesaret edemez veya niyet etse bile kolay vazgeçer. Bu nedenle psikolojik faktörlerin girişimcilik niyetine etkisinin belirlenmesi girişimcilik niyeti oluşturan bir toplumun inşa edilebilmesi için önemli ve gereklidir. Türkiye’deki girişimcilik niyetine etki eden psikolojik faktörlerle ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde birçok faktörün girişimcilik niyetine olan etkisinden bahsedilmektedir. Demografik ve psikolojik bileşenlerin etkisi çok büyük olsa da girişimcilik özelliklerinin büyük bölümü bireye eğitimle ve kültürle kazandırılabilir niteliğe sahiptir. Ancak Türkiye’de kültürel olarak yaygın bazı yanlışlar öğrenilmiş çaresizlik psikolojisi yaratarak mücadele etmeden vazgeçmeye neden olmaktadır.

Kültürel yanlışların toplumdan temizlenmesi kültürün yapısı gereği uzun zaman ve emek gerektiren bir dönüşümle gerçekleşebilir. Bu bağlamda ekonomik ve politik sistemin yeniden yapılandırılması kültürü en hızlı ve etkin bir şekilde dönüştürme gücüne sahiptir. Türkiye’de girişimcilik 1980’li yıllardan sonra hükümetler düzeyinde önemsenmeye başlanmıştır. Birçok sivil

toplum kuruluđu, bakanlıklara baėlı kurumlar ve bankalar giriřimcilere eėitim desteėi, finansal ve ekonomik teřvikler saėlamaktadır. Bu destekler ve teřvikler, bireyleri giriřimci olmaya cesaretlendirip ve giriřimcilik niyeti oluřturmaya pozitif katkı saėlasa da giriřimcilikte geliřmiř űlkelerle rekabet edecek dűzeye ulařılamamıřtır. Ekonomik, politik ve kűltűrel altyapı yetersizlikleri, yoėun iřsizlik, iř tecrűbesinden yoksun kalan bireylerin giriřim niyeti oluřturmasının  nűnde bűyűk bir engel olarak g rűnmektedir.

Giriřimcilik fikrine ve niyetine sahip olan bireyler için en zor ařamalardan biri ekonomik bir sermaye birikimi ya da finansal destek bulma ařamasıdır. Tűrkiye’deki yoėun iřsizlik ya da dűřűk maařla çalıřma gibi sebeplerle giriřim niyeti tařıyan bireyler hayalini kurdukları iři gerçekleřtirmek için yeterli birikimi saėlayamamaktadır. Devletin ya da STK’ların saėladıėı giriřimcilik teřviklerinden yararlanmak için giriřim fikrinin olgunlařmıř olması ve projelendirilebilmesi gerekmektedir. Ŭniversitelerin tekno-kentleri ya da kuluçka merkezleri giriřim fikirlerine destek veriyor olsalar da giriřimcilere yeterince ulařamamaları nedeniyle giriřimcilik niyetine sahip bireylerin bűyűk  oėunluėı iř fikrini hayata geçirmekten vazgeçmekte ya da ileri bir tarihe ertelemektedirler.

Giriřimciliėe yönlendiren itici ve çekici nedenler girişimcilik potansiyelinin açığa çıkmasını sağlayan yolları ifade etmektedir. Giriřimci olmaya iten bireysel faktörler arasında insanların toplum içinde sosyal statű kazanma, kendini işini kurma, sahip olduğu bakış açısını ve yeni fikirlerini hayata geçirme ve bağımsız çalışma istekleri dikkat çekmektedir. Bu talepler doğrultusunda yönetim becerisine sahip, bilgi ve teknolojik gelişimlere ayak uydurabilecek vasıfları olan kişilerin yarattığı girişimcilik örnekleri ile çevrelerine fayda sağladıkları g rűlmektedir.

Giriřimcilik niyetinin ilk oluřmaya bařlaması bireyin zihinsel, bedensel ve psikolojik olarak kendini iyi hissetmesiyle bařlayan içsel bir duruma baėlıdır. Bireyin bu içsel iyi olma hali sonunda giriřimcilik potansiyelinin harekete geçmesi sonucu kurulan giriřimlerle önce giriřimci ve giriřim çatısı altında istihdam edilen diėer bireyler, sonra giriřimcilerin aileleri ve bu bireylerle temas eden sosyal  evre bu hareketten olumlu ya da olumsuz yönde etkilenir. Tűrkiye’de giriřimcilik dűzeyi incelendiėinde giriřimlerin zamanla artıř gösterdiėi ancak yoėun iřsizlik, kűresel rekabet pazarlarında söz sahibi

olamama gibi kalkınmanın önünde engel olarak duran sorunlarla baş edemeyecek düzeyde olduğu görülmektedir.

Ekonomik ve kültürel açıdan yaşanan değişimler birtakım zorluklar getirdiği gibi girişimciler içinde değer yaratabilecek imkânı doğurmaktadır. GEM tarafından yayımlanan raporda ülkelerin ekonomik gelişmişlik düzeyleri, kültürel ve politik yapılarındaki farklılıklar öne çıkmaktadır. Küresel ölçekte gerçekleştirilen bu araştırmalarda fon imkânları, girişimcilik eğitimi, hukuki düzenlemeler ve piyasalara erişim gibi unsurların girişimcilik türlerini ve düzeylerini etkilediği ileri sürülmektedir.

Yapılan çalışmalar Türkiye'deki özellikle genç kesimin ve kadınların girişimciliği kavram olarak bilmediklerini ve girişimcilik konusunda yeterince istekli olmadıklarını ortaya koymaktadır. Hem genç nüfus hem de kültürel nedenlerle iş dünyasına açılma konusunda sıkıntı çeken kadın nüfus Türkiye'nin girişimcilik potansiyelinin büyük oranını oluşturmaktadır. Bu potansiyelin açığa çıkarılması için öncelikli olarak ekonomik ve politik değişimlerin hem kültürel olarak hem politik değişimlerin bilinçli bir şekilde yönlendirilmesi hem ulusal hem de uluslararası arenada kendini göstermesine ve ilerlemesine olanak sağlayacaktır. Girişimciliğin gücünün farkında olmayan bir toplumun sahip olduğu kaynakları yönetebilmesi ve kullanabilmesi mümkün olamaz.

Bireysel faktörlerden cinsiyet Türkiye'deki potansiyelin kullanılmasını engelleyen en önemli sorunlardan biri olarak durmaktadır. Kadınların girişimcilik niyetlerinin oluşmamasındaki en önemli sebeplerin başta kültürün ve toplumsal geleneklerin yansımasıyla aile içinde başladığı söylenebilir. Aile içinde kadına yüklenen roller ve sorumlulukların yanında kadına uygulanan şiddet, ekonomik ve psikolojik baskılar kadının önce kendine olan güvenini kaybetmesine, kendini başarısız ve güçsüz görmesine neden olmaktadır. Bireysel ve ailesel engelleri açıp iş hayatına atılan kadınların ise yaşadığı en caydırıcı sebepler arasında kadınların birbirine uyguladığı cam tavan sendromu ya da erkeklerin kadınlara uyguladığı çeşitli türde baskılar yer almaktadır.

Kadın girişimciliğinin nitelikleri incelendiğinde; kadınların boşanma sonrası yaşadıkları, hamilelik döneminde işten çıkarılmaları veya toplumda belli bir statü kazanma isteği ile girişimciliğe yöneldiği görülmektedir. Sosyal ve ekonomik bağlamda yaşanan olumsuzluklar, kadınlar üzerinde kendini

yetersiz hissetme duygusu oluşturabilir ve sonrasında bunu çözümlmek için yeni girişimlere atıldıkları gözlemlenebilir.

Girişimciliği etkileyen demografik faktörler içerisinde aile, yaş, eğitim düzeyi, cinsiyet ve iş durumu gibi konular öne çıkmaktadır. Türkiye'deki potansiyel girişimciler, yoğunlukla 18-24 yaş aralığındaki üniversite öğrencilerden oluşmaktadır. Aile ya da ekonomik yükümlülükler konusunda daha az baskı hisseden genç nüfusun girişimcilik konusunda risk almaktan çekinmedikleri gözlemlenmektedir. Girişimlerin başarılı neticelenmesi ve toplumsal fayda sağlanması aşamasında eğitim son derece önemlidir. Gelişmiş ülkelerde ilk ve orta düzeydeki okullarda girişimcilik dersleri verilirken, Türkiye'de belli başlı üniversitelerde girişimcilik dersleri verilmektedir.

Sanayi devrimleri sonrası iş dünyasına kadınların katılımı artmış ve çalışma hayatı içerisinde kendilerine yer edinmeye başlamışlardır. Kadınların aile ekonomisine katkıda bulunma ya da çocuklarının geleceğini teminat altına alabilme amacıyla girişimciliği önemsemektedir. Ancak ülkemizde girişimciliğe katılım oranları araştırıldığında erkek girişimcilerin, kadın girişimcilerden çok daha fazla olduğu dikkat çekmektedir. Bu noktada kadınların risk alma ve başarısız olma korkusu bağlamındaki tereddütleri, erkeklerden daha çok yaşadığı çıkarımı yapılabilmektedir.

Girişimciliğin temelinde yenilikçi ve yaratıcı düşünceler ile ürün ve hizmet sektöründe değişimler meydana getirebilmek esas alındığından; girişimcilerin doğru desteklenmesi neticesinde, toplumların ekonomik ve kültürel yapılarında olumlu gelişimler yaşanabileceği, bireysel ve toplumsal faydaların elde edileceği çıkarımı yapılabilmektedir. Bunun için Türkiye'deki özel ve kamu kurumları tarafından desteklenen girişimcilik platformları sayısının artması ve buna yönelik stratejilerin geliştirilmesi son derece önemli görünmektedir

Girişimcilik konusunun dünya genelinde önemli hale gelmesine neden olan bir takım ekonomik ve sosyal tabanlı nedenler gözlemlenmektedir. Ülkeler, ekonomik kalkınma süreçlerinde girişimcilerin faaliyetleri yoluyla yeni sektörlerde iş kolları açarak istihdam yaratmaktadır. Bu sayede işsizlik oranları düşölüp, toplumun refah düzeyi yukarı çekilebilmektedir. Ekonomik bağlamda rahat olan insanların sosyal hayat içerisinde benliklerini kabul ettirebilme ve kimliklerini oluşturabilme aşamasında daha az sıkıntı yaşamakta

girişimcilik faaliyetleri kapsamında yenilikçi değişimler yaşandığı için toplumsal değerler yaratılabilmektedir.

Türkiye’de kolektivist koşulların sıcak yaşandığı ve toplum nezdinde kolektivist yaklaşımın benimsenerek, minimum risk alınması temel alınmaktadır. Girişimcilikte risk almaktan çekinmemek ve başarısız olma korkusunu minimuma düşürmenin önemli olduğu varsayıldığından, ülkemizdeki girişimcilik faaliyetlerinin gelişmemesi bundan kaynaklı gerçekleşmektedir. Ülkede ekonomide belli bir istikrarın yakalanamamış olması, insanların bulunduğu konumu değiştirme ya da geliştirme konusunda atılgan olmasını engellemektedir.

Girişimcilik kültürü yaratma konusunda eğitim politikalarının temel eğitim düzeyinde girişimcilik becerilerini kazandıracak şekilde yeniden planlanması somut sonuçlar almak için gereklidir. Türkiye’deki gençlerin üniversite düzeyinde bile girişimcilik kavramının yeterince farkında olmaması girişimcilik bilincinin yerleşmediğinin göstergesidir. Türkiye’deki eğitim sistemi gereği lise düzeyinde meslek tercihi yapmak durumunda kalan gençlerin üniversitede girişimcilikle ilgili yeterli bilgi ve beceriye sahip olmadığını gösteren çalışmaların çokluğu eğitim politikasındaki boşluğa işaret etmekle birlikte bazı düzenlemelerle bu açığın kolayca kapatılabileceğini ve girişimcilik niyeti oluşturarak kaybolan girişimcilik potansiyelinin kullanılmasını sağlayabileceğini de ifade etmektedir.

Ülkemizde büyük ölçekli şirketlerin desteği ile gerçekleştirilen girişimcilik yarışmalarında genç girişimcilerin fikirleri ve yarattıkları oluşumlar değerlendirilmektedir. Böylelikle şirketler hem genç girişimcileri kendi bünyelerine dahil etmiş olup, gelecekte rakip olabilecek girişimleri de kendilerinin gerçekleştirmesi sağlanmaktadır. Günümüzde bilgi ve teknolojik yenilikler ışığında gelişen bilişim sektörü, genç ya da üniversite öğrencilerinin yeni fikirleri kapsamında dijital girişimciliği ortaya çıkarmıştır. Bireysel çalışma imkânı sağlayan dijital girişimcilikte finansal kaynakların minimum seviyede kullanılması, pek çok kişinin bu alanda girişimlerde bulunmasına yol açmaktadır.

Girişimcilikle ilgili olarak yapılan alanyazın taraması ve istatistik verilerin ışığında girişimcilikle ilgili olarak sunulan kaynakların büyük çoğunluğunun GEM, GEI gibi sınırlı kaynaklardan elde edildiği dikkati

çekmektedir. TÜİK ve Dünya Bankası verilerinin doğrudan girişimcilere ve girişimlere yönelik sonuçları oldukça sınırlıdır. Bu nedenle Türkiye özelinde girişimcilikle ekosistemi ilgili durumun kolayca belirlenmesini güçleştirmektedir. Ekonomi okuryazarlığının özellikle kuruluş aşamasındaki belirsizliklerin kontrolünü kolaylaştırması girişimcilerin girişimcilik niyetine pozitif katkı sağlamasıyla benzer şekilde girişimcilik ekosistemini daha kolay değerlendirebilen bireylerin de girişimcilik niyeti artacaktır. Türkiye'nin girişimcilik altyapısındaki eksikliklerin kontrollü bir şekilde belirlenmesi ve giderilmesi için

Tarihsel gelişim süreci içinde incelendiğinde her alanda bireyden topluma doğru ya da toplumdan bireye doğru yaratmış olduğu farkındalık, duyarlı, yenilikçi ve yaratıcı değerler aynı zamanda bu alanlarda dönüşümlere de olanak sağlamıştır. Girişimcilik kavramı, yalnızca birey-toplum bağlamında değil toplumlar arasında, kültürler arasında ve ekonomiler arasında bağlar kurmayı sağlayan kilit bir yapıya sahiptir. Hızlı sonuç alabilmek ve küresel pazarda söz sahibi olabilmek için bireyden topluma toplumdan bireye doğru iki uçtan düzenlemelerin ve koşulların yeniden yapılandırılmasına, aktif ve stratejik planların yapılarak uygulamaya koyulmasına ve toplumun her kesiminin bu çabaya katılarak destek olmasına ihtiyaç olduğu görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Acs, Z. J. and Varga, A. (2005). Entrepreneurship, Agglomeration and Technological Change. *Small Business Economics*. 24(3): 323- 334.
- Açma, B. (2007). *Girişimcilik Kavramı ve Ortaya Çıkışı*. İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- Adem, M. (1981). Cumhuriyet Dönemi Eğitiminde Sayısal Gelişmeler. Atatürk Devrimleri ve Eğitim Sempozyumu İçinde, Ankara. A.Ü. Eğitim Fakültesi Yayınları.
- Agodzo, D. (2014). *Six Approaches to Understanding National Cultures: An Overview of Hofstede's Dimensional Paradigm*, Intercultural Communication (COM 609), Spring Arbor University, November 4, Michigan, USA.
- Ağca, V. (2005). Girişimcilik, Girişimcilik Yaklaşımları ve Girişimsel Süreç: Kavramsal Bir Çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*. 7(1): 149-167.
- Ağca, V. (2007). *Avrupa Birliği'nin Girişimcilik Politikası ve Türkiye'ye Yansımaları, Türkiye'de İşletmecilikte Yeni Perspektifler*. (Editörler: KURT, M. ve S. Bayraktaroğlu). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akçakanat, T. Mücevher, M. H. ve Çarıkçı, İ. H. (2014). Sözel, Sayısal ve Eşit Ağırlık Bölümlerinde Okuyan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi: SDÜ Örneği. *AKÜ İİBF Dergisi*. 16(2): 138-139.
- Akdemir, A. (2000). *İşletme Bilimine Giriş*. Eskişehir: Birlik- Ofset Yayıncılık.
- Akhter, R. and Sumi, F. R. (2014). Socio-Cultural Factors Influencing Entrepreneurial Activities: A Study on Bangladesh. *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*. 16(9): 1-9.
- Akpınar, T. Küçüköksel, N. Ç. (2015), “Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Algısı ve Girişimciliği Engellenen Sebepler”. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*. 01: 13-19.
- Aktan, C.C. (2010). “Kamu Girişimciliğinin Başarısızlığı”. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*. 2(1): 85-100.

- Allen, J. and Malin, S. (2008). Green Entrepreneurship: A Method for Managing Natural Resources. *Society and Natural Resources*. 21(9): 828-844.
- Alparslan, A.M. Taş, M.A. ve Yastioğlu, S. (2017). Girişimcilik Niyeti Eğitimle Mi Artar Yoksa Kültürel Değerlerle Mi Açıklanır?. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 9(21): 148-161.
- Aracıoğlu, B. Demirhan, D. Tatarlar, C. D. ve Zalluhoğlu, A. E. (2016). *Tüm Boyutlarıyla Girişimcilik*. İstanbul: Hümanist Kitap Yayıncılık.
- Arıkan, S. (2004). *Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Arslan, K. (2002). Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler Ve Girişimcilik Eğilimleri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*. 6: 1-11.
- Aşkın, A. Nehir, S. ve Vural, S.Ö. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 6(2): 55-72.
- Ataay, N. A. (1998). “Kadın Yöneticilerin Kariyer Boyutları ve Etmenleri”, 20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek Konferansı. (Ed: Oya Çitci), Ankara: TODAİE Yayınları. Yayın No: 285.
- Atasoy, T. (2012). *Kendinizin Patronu Olmak: Girişimcilik*. Ankara: ODTÜ Yayıncılık.
- Atılğan, T. (1994). *İşletmelerde Yönetim Stratejilerinin Oluşumunda Çevresel Faktörlerin Rolü*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydın, Ş., Özkul, E., Tandoğan, G.K. ve Şahin, N. (2007). Otel İşletmelerinde Kadınların Üst ve Tepe Yönetime Yükseltilmesinde Cam Tavan Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *15.Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiri Kitabı*. 25-27 Mayıs 2007.
- Aydin, S. S. Er, B. (2015), “Meslek Lisesi Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması”. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*. 1(2): 87-105.
- Aygün, D. (2009). *Çevresel Faktörlerin Muhasebenin Gelişimine Etkisi: Türkiye Değerlendirmesi*. Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 15: 139-160.
- Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007). “Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 18: 101-120.
- Aytaç, S. (1999). *Çalışma Yaşamında Kadın ve Kariyer. Türkiye’de Kadın İşgücü Seminerleri I-II*. Bursa: TİSK Yayınları.
- Bahadır, S.A. Demir, Y. Dikmener, G. Ergun D.Y. Erhart, I. Gasnier, A. Görgülü, V. Gül, S. Kayhan, G. Dervişoğlu, G. ve Sanje, R. (2012). *Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar: Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Bayrakdar, S. (2019). İşsizliğin Çözümünde Uygulanan Aktif İstihdam Politikalarının Etkinliği Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 33(1): 339-357.
- Bedük, A. (2005). Türkiye’de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 3(12): 107.
- Biröl, Y.E. Tuncay, M. ve Kaya, H. İ. (2014). İktisadi Gelişme Açısından Girişimcilik Kültürü: Sivas, Tokat ve Amasya İllerinde Bir Uygulama. 9(2): 233-252.
- Bozkurt, Ö. (2007), Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 1(2): 93-111.
- Bozkurt, Ö. (2011). *Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bozkurt, Ö. Ç. Kalkan, A. Koyuncu, O. ve Alparslan, A. M. (2012). Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 1(15): 224-247.
- Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 8(2): 60.
- Börü, D. (2015). Girişimcilik Eğilimi-Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Üzerine Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 35 (12): 225-226.

- Candan, H. (2011). Osmanlı'dan Günümüze Türk Topraklarında Girişimcilik Serüvenine Dair Bir Değerlendirme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 1(2): 157-174.
- Carsrud, A. and Brannback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: What do we still need to know?. *Journal of Small Business Management*. 49(1): 9-26.
- Castillo-Palacio, M. Batista-Canino, R. M. and Zuñiga-Collazos, A. (2017). The Relationship between Culture and Entrepreneurship: From Cultural Dimensions of GLOBE Project. *Revista Espacios*. 38(4): 1-10.
- Ceylan, A. ve Demircan, N. (2002). Girişimcilerin Başarı, Güç Ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleriyle İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi'ndeki KOBİ'lerde Bir Araştırma. *21.Yüzyılda KOBİ'ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri*. K.K.T.C.: Doğu Akdeniz Üniversitesi İşletme Fakültesi.
- Cox, C. and Reg, J. (1995). The Foundations of Success: The Development and Characteristics of British Entrepreneurs and Intrapreneurs. *Leadership & Organization Development Journal*. 16(7):14.
- Çelik, A. İnce, M. ve Bozyiğit, S. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 7(3): 113-124.
- Çelik, M. ve Dağ, M. (2017). Kapitalist İktisadi Düşüncenin Geçirdiği Dönüşümler Üzerine Bir Değerlendirme. *Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik İzdüşüm Dergisi*. 2(3): 50-70
- Çetindamar, D. (2002). *Türkiye'de Girişimcilik*. İstanbul: TÜSİAD Yayınları.
- Çolakoğlu, H. ve Çolakoğlu, T. (2016). Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitimi İle Öz Yeterlilik Algısı ve Girişimcilik Potansiyeli İlişkisi Üzerine Bir Saha Araştırması. *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*. 17(37): 70.
- Dam, H. (2008). *Öğrencinin Okul Başarısında Aile Faktörü*. Çorum: Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Dashdamirova, L. (2019). *Duygusal Zekanın Girişimcilik Niyetine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. T.C. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Davidson, E. and Vaast, E. (2010). Digital Entrepreneurship and its Sociomaterial Enactment. *43rd Hawaii International Conference on System Sciences*. Hawaii: University of Hawaii at Manoa.
- Demirel, E. T. (2013), “Yaşam Amaçlarının Girişimcilik Düşüncesini Biçimlendirmesi”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 12(45): 123-143.
- Demirel, E.T. ve Tikici, M. (2004). Kültürün Girişimciliğe Etkileri. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*. 49-58.
- Demirez, M. (2006). Girişimciliğin Tarihçesi. www.girisimciliknetwork.gen.tr, (15.04.2019).
- Dilek, S. Keskingöz, H. ve Nergiz, E. (2019). Ekonomi Okuryazarlığının Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*. 54(1): 89-107.
- Doğru C. (2008). Osmanlı Toplumunda Kapitalist-Girişimci Sınıfın ve İnsan Tipinin Oluşumunu Engelleyen Faktörler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 11(1): 75-91.
- Dolgun, U. (2003). *Girişimcilik*. İstanbul: Alfa Basım Dağıtım.
- Döm, S. (2008). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Durak, İ. (2011). Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Yönetim Bilimleri Dergisi*. 9(2): 194-213.
- Durmaz, Ş. (2016). İşgücü Piyasasında Kadınlar ve Karşılaştıkları Engeller. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AEÜSBED)*. 2(3): 37-60.
- Durukan, T. (2006). Dünden Bugüne Girişimcilik Ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*. 1(2): 25-37.
- Dündar, S. ve Ağca, V. (2007). Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin İncelenmesine ilişkin

- Ampirik bir Çalışma. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. (1): 130.
- Ecevit, Y. ve Tekeli, Ş. (1995). *Kentsel Üretim Sürecinde Kadın Emekinin Konumu ve Değişen Biçimleri, 1980'ler Türkiye'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Eleftheriadou, D. (2014). Digital Entrepreneurship The EU Vision, Strategy and Actions. *First meeting of the Member States Board on Digital Entrepreneurship*. Brussels: 1-13.
- Ercan, S. ve Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan. 49: 59-82.
- Erdayı, A.U. (2009). Dünyada Genç İşsizliği Sorununun Çözümüne Yönelik Ulusal Politikalar ve Türkiye, *Çalışma ve Toplum*. 3: 133-162.
- Erdoğan, N. (2007). *Aile İşletmeleri Yönetim Yetki Devri ve İkinci Kuşağın Yetiştirilmesi*. İstanbul: İGİAD Yayınları.
- Eren, E. (1998). *Yönetim ve Organizasyon*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Eroğlu, N. (2004). *Türkiye'de İktisat Politikalarının Gelişimi (1923-2003)*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Ersoy, H. (2010). Kültürel Çevrenin Girişimcilik Tercihine Etkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*. 2(1): 71-77.
- Eser, B.Y. ve Terzi, H. (2008). Türkiye'de İşsizlik Sorunu ve Avrupa İstihdam Stratejisi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 30: 229-250.
- Etçi, H. ve Karagöl, V. (2018). Türkiye'de İstihdam ve İşsizlik: 2000-2018. *Munzur Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 7(14), 58-75.
- Fırat, Z. (2015). *"Türkiye'de Cari Açığın Kronikleşmesi ve Ekonomik Büyümenin Sürdürülebilirliği Üzerindeki Etkisi"*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: T.C. İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Finkle, T. A. Kuratko, D. F. and Goldsby, M. G. (2006). An Examination of Entrepreneurship Centers in the United States: A National Survey. *Journal of Small Business Management*. 44(2) :184-206.
- GEI, (2016). *Global Entrepreneurship Index*. Global Entrepreneurship and Development Institute.

- GEM, (2014). 2013-2014 Verileriyle Türkiye’de ve Bölgelerinde Girişimcilik. (Ed. Doç. Dr. Esra Karadeniz). TEB ve KOSGEB Başkanlığı.
- GEM, (2016). Global Entrepreneurship Monitor Global Report. <https://gemconsortium.org/report/49812> , (05.04.2019).
- GEM, Global Entrepreneurship Monitor, (2010). “Executive Report”. <http://www.gemconsortium.org/download/1299426307780/GEM%20GLOBAL%20REPORT%202010rev.pdf> , (05.04.2019).
- Gökakın, Z. Ö. (2000). Doksanlı Yılların Yeni Kahramanları: Türkiye’de Girişimci Kadın Profili. 8. *Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*, Nevşehir.
- Gül, E. ve Kamacı, A. (2012). Dış Ticaretin Büyüme Üzerine Etkileri: Bir Panel Veri Analizi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*. 4(3): 81-91.
- Gülçubuk, A. (2014). Küreselleşme Sürecinde Yeni Ürün Geliştirme, İnovasyon ve Stratejik İşbirliklerinin Artan Önemi ve Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 14(2): 207-223.
- Güler, Y. B. Bozacı, İ. ve Karakaya, E. (2016). Kültür ile Girişimcilik Eğilimi ve Ortaklık Kültürü İlişkilerinin İncelenmesi: Kırıkkale İli Üniversite Öğrencileri Örneği. *AKÜ İİBF Dergisi*. 18(2): 23-33.
- Gümüsoğlu ve Karaöz, (2014). Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*. 3(1): 97-116.
- Gümüsoğlu, Ş. ve Karaöz, B. (2014). Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*. 3(1): 97-116.
- Güney, S. ve Çetin, A. (2003). Kültürün Girişimciliğe Etkisi ve Türkiye’de Girişimcilik Kültürü. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 21(1): 189-210.
- Güney, S. ve Nurmakhmatuly, A. (2007). Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 10(18): 62-86.
- Hafezieh, N. Akhavan, P. and Eshraghian, F. (2011). Exploration of Process and Competitive Factors of Entrepreneurship in Digital Space: A

- Multiple Case Study in Iran. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*. 4(4): 10.
- Hamdouch, A. and Depret, M. H. (2012). Green Entrepreneurship Networks and Clusters: When the Local requires the Global. *RSA Global Conference 2012 24th-26th June Beijing, China*.
- Hepaktan, E. ve Çınar, S. (2011). Mali Krizler ve Son Mali Krizin (2008) Reel Sektöre Etkileri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 30: 155.
- Hisrich, R. D. and Peters, M. P. (1985). *Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a New Enterprise*. Richard D. Irvin Inc.
- Hisrich, R. D. and Peters, M. P. (1998). *Entrepreneurship*. United States: The McGraw– Hill Book Co.
- Hofstede Geert, Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values. Newburg Park Sage Publications, 1984
- Hofstede Geert, Motivation, Leadership and Organizatons: Do American Theories Apply Abroad?, *Organizational Dynamics*, USA 1980
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context, *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1): 1-26.
- Hull, C. E., Hung, C. Hair, N. and Perotti, V. (2007), Taking Advantage of Digital Opportunities: A Typology of Digital Entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*. 4(3): 10.
- Ijaz, M. Yasin, G. ve Zafar, M. J. (2012). Cultural Factors Effecting Entrepreneurial Behaviour Among Entrepreneurs: Case Study of Multan, Pakistan. *International Journal of Asian Social Science*. 2(6): 908-917.
- Isenberg, D.J. (2008). The Global Entrepreneur. *Harvard Business Review*. 86(12): 107-111.
- Işık, N. Göktaş, N. ve Kılınç, E.C. (2011). İktisadi Büyümede Girişimciliğin Rolü. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 6(1): 148-178.
- İlhan, S. (2003). Sosyo-Ekonomik Bir Fenomen Olarak Girişimciliğin Oluşumunu Etkileyen Başlıca Faktörler. *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*. (11): 61-79.

- İlhan, S. (2005). Bazı Değişkenler Açısından Elazığ'da Girişimci Profili. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 15(1).
- İlter, B. (2010). *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar Analizi: Kagider Örneği*. Ankara, Adalet Yayınevi.
- İpçioğlu, İ. ve Taşer, A. (2009). İşletme Bölümlerinde Verilen Eğitimin Girişimci Adayı Öğrenciler Üzerindeki Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (10): 1-10.
- İraz, R. (2005). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler*. Konya: Çizgi Kitapevi.
- İrmiş, A. ve Barutçu, E. (2012). “Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Çalışması”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 26(2), 1-25.
- Jack, S.L, and Anderson, A.R. (1999). Entrepreneurship Education within the Enterprise Culture: Producing Reflective Practitioners. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. 5(3): 110-125.
- Kalaycıoğlu, S. (2016). “Toplumsal Yapı, Kavramsal Arka Plan”. Düünden Bugüne Türkiye'nin Toplumsal Yapısı (3-19). Ed. Mehmet Zincirkıran. Bursa: Dora Yayınevi.
- Kara, M. (2006). Sosyal ve Kültürel Yapının Girişimcilik Üzerine Etkileri Ve Türk Toplumundan Örnekler, <http://jhss-khazar.org/wp-content/uploads/2010/06/SOSYAL-VE-KULTUREL-YAPININ-GIRISIMCILIK-UZERINE-ETKILERI-VE-TURK-TOPLUMUNDAN-ORNEKLER.pdf> (22.05.2019).
- Karadeniz, E.E. (2016). *Türkiye’de Girişimcilik ve Girişimcilik Eko-Sistemi*. GEM Raporu.
- Karadeniz, E.E. ve Özcam A. (2016), *Being an Entrepreneur of the Vicenarian and Tricenarian Generation: The Case of Turkish Entrepreneurs, 2006-2012*. (Editors: C. C. Williams and A. Gurtoo). “The Handbook of Entrepreneurship in Developing Economies”. Routledge Press.
- Karadeniz, Y. (2010). “Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi.” http://vizyon21yy.com/documan/Egitim_Ogretim/Onemli_Gunler_Kuruluslar/Girisimcilik_Haftasi/Turkiyede_Girisimcili_k_Egitimi.pdf , (16.04.2019).

- Karalar, R. (2001). “İşletme Kavramı”. *Genel İşletme*. Eskişehir: Açık Öğretim Fakültesi Yay.
- Karasioğlu, F. ve Duman, H. (2006). Gelişmekte Olan Ülkelerde Girişimcilik Kültürü ve Risk Sermayesi Üzerine Bir İnceleme. *Kırgızistan–Türkiye Manas Üniversitesi İ.İ.B.F. Uluslararası Girişimcilik Kongresi*. Bişkek. 25-27 Mayıs 2006.
- Kasalak, M.A. (2014). Bölgesel Kalkınma Açısından Sosyokültürel Yapının Girişimciliğe Etkisi, *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyal Bilimler Dergisi*. (31): 249-266.
- Kaygın, E. ve Güven, B. (2013). *Güçlü Kadınlar: Türkiye’de Kadının Girişimciliği*. İstanbul: Çatı Akademi.
- Keleş, H. N. (2013). Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. (26): 31-42.
- Köksal, Y. ve Penez, S. (2015). Yüksek Girişimcilik Eğilimli Üniversiteli Gençlerin Demografik Özellikleri ve Sektör Tercihleri Üzerine Bir İnceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 20 (1): 155-167.
- Köksal, M. (2016). *Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Konya: T.C. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kubar, Y. (2016). Az Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerin Kalkınma Göstergeleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Bir Panel Veri Analizi (1995-2010). *Ardahan University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*. 4: 65-99
- Kuratko, D. F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 29(5):1-10.
- Kuratko, D.F. and Hodgets, R.M. (1998). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. Fort Worth: The Dryden Press.
- Kurt, S. ve Berber, M. (2004). Türkiye’de Dışa Açıklık ve Ekonomik Büyüme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 2(22): 60.
- Kutanis, Ö.R. (2006). *Girişimci Kadınlar*. Sakarya: Değişim Yayınları.

- Kümbül, G.B. (2011). Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: Ashoka Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Örnek Uygulamalar. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 13(3): 79-111.
- Lee, S. M. and Peterson, S. J. (2000). Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness. *Journal of World Business*. 35(4): 401-416.
- Malebana, M. J. (2014). Entrepreneurial intentions and entrepreneurial motivation of South African Rural University students. *Journal of Economics and Behavioral Studies*. 6 (9): 709-726.
- Mc Larty, R. (2005). Entrepreneurship among Graduates: Towards A Measured Response. *The Journal of Management Development*. 24(3): 1-10.
- McDaniel, A. Bruce. (2002). *Entrepreneurship and Innovation: An Economic Approach*. USA: M. E. Sharpe.
- McEwen, T. (2013). Entrepreneurship as a Solution to Environmental Problems: Implications for College Level Entrepreneurship Education. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 3(5): 269.
- Mowen, John C. (1993). *Consumer Behaviors*. 3.Ed. New York: Macmillan Publishing Company.
- Naktiyok, A. (2004). *İç Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Narin, M. Marşap, A. ve Gürol, M. Ali. (2006). Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma. *Gazi Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*. 8(1): 67.
- OECD, (2001). Drivers of Economic Growth: Information Technology, Innovation and Entrepreneurship. *OECD*: Paris.
- Okay, Ş. ve Karahan, M. (2010). Küçük Ölçekli İşletmelerin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Alan Araştırması: Denizli İli Örneği. *TSA*. 14(1): 291- 304.
- Öktem, M. K. Leblebici, D. Arslan, M. Kılıç, M. ve Aydın, M. D. (2003). Girişimci Örgütsel Kültür ve Çalışanların İç Girişimcilik Düzeyi: Uygulamalı Bir Çalışma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 21(1): 169-188.
- Örümçü, A.N. (2015). *Girişimci Kadınların Başarı ve Güçlenme Öykülerinin Toplumsal Cinsiyet Analizi: Batı Akdeniz Örneği*. (Yayınlanmamış

- Yüksek Lisans Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özakupınar, Y. (1999). *Kültür Değişimleri ve Batılılaşma Meselesi*. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Özdemir, Ö. ve Karadeniz, E. E. (2011). *Investigating the Factors Affecting Total Entrepreneurial Activities in Turkey*. Ankara: ODTÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi METU.
- Özdemir, Ü. Yiğit, G.K. ve Oral, M. (2016). Cumhuriyetten Günümüze Ekonomi Politikaları Bağlamında Türk Dış Ticaretinin Gelişimi. *Eastern Geographical Review*. 35: 149.
- Özdemir, Y. ve Mazgal, S. (2012). Bir Kariyer Tercihi Olarak Girişimcilikte Dışsal Faktörlerin Etkisi: Sakarya Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 7(1): 87-102.
- Özdevecioğlu, M. ve Cingöz, A. (2009). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. (32): 81-95.
- Özdil, T. Yoğurtçu, G. Yoğurtçu, K. ve Ünal, U. (2014). Girişimciliği Etkileyen Sosyo-Kültürel Değişkenler (Kırgızistan ve Türkiye’deki Üniversite Öğrencilerinin Görüşlerinin Karşılaştırmasına Dayalı Bir Araştırma). *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 3(1): 73-103.
- Özen Kutanis, R. (2006). *Girişimci Kadınlar*. Sakarya: Değişim Aktüel Kitabevi.
- Özgen, H. Öztürk, A. ve Yalçın, A. (2001). *Temel İşletmecilik Bilgisi*. Adana: Nobel Kitabevi.
- Özgüven, A. (1992). *İktisadi Düşünceler - Doktrinler ve Teoriler*. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Özkara, B. Karayormuk, K. ve Köseoğlu, M. Ali (2006). Girişimcinin Son Köyü: Girişimlerin Sürekliliğinin Sorgulanması, *Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesi İ.İ.B.F. Uluslararası Girişimcilik Kongresi*. Dizi: 11. No: 86. Bışkek. 25-27 Mayıs. 222.
- Özler, N.D.E. Giderler, C., Baran, H. (2017). “Özyeterlilik ve Kontrol Odağının Bireylerin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*. 736-746.

- Öztürk, A.O. (2012). Kamu Örgütlerinde Girişimcilik. *İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*. 14(4): 15 –169.
- Pachaly, M.V.W. (2012). Barriers and Triggers to Green Entrepreneurship: An Exploratory Study. Thesis to Obtain the Degree of Master of Science in Economics and Business Economics Specialisation Entrepreneurship and Strategy Economics. Rotterdam: Erasmus University Rotterdam Erasmus School of Economics.
- Parıltı, N. ve Aydınlan, B. (2008). *İşletmecilikle İlgili Genel Bilgiler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Peters, Michael P. and Hisrich, Robert D. (1998). *Entrepreneurship*. Boston: Irwin McGrawHill.
- Rosique-Blasco, M. Madrid-Guijarro, de Lema, D.G.P. (2016). Entrepreneurial Skills and Socio-Cultural Factors: An Empirical Analysis in Secondary Education Students, *Education Training*. 58(7/8): 815-831.
- Sabuncuoğlu, Z. ve Tokol, T. (2001). *İşletme*. Bursa: Ezgi Yayınları.
- Saçık, S.Y. (2009). Dış Ticaret Politikası ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Teorik Açıdan Bir İnceleme. *KMU İİBF Dergisi*. 11(16): 171.
- Sallan Gül, S. ve Altındal, Y. (2016). Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Serüveni: Başarı Mümkün Mü?. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 21(4): 1361-1377.
- Schwartz, S. H. (1999). A Theory of Cultural Values and Some Implications for Work, *Applied Psychology: An International Review*. 48(1): 23–47.
- Sezer, C. (2013), “Kariyer Olarak Girişimcilik ve Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörlerin İçerik Analizi İle Belirlenmesi”. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 2(2): 49-60.
- Sezer, C. (2013). Girişimcilik Kariyerine Yönelim Nedenleri ve Girişimcilik Dersinin Etkisi Üzerine Bir İçerik Analizi: KTMÜ Örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 2(8): 63-86.
- Sirman, N. (1989). Turkish Feminism: A Short History, *New Perspectives on Turkey*. 3(1): 1-34.
- Solomon, G.T. Duffy, S. and Tarabishy, A. (2002). The State Of Entrepreneurship Education in the United States: A Nationwide Survey and Analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education*. 1(1): 1-90.

- Soyak, M. (2006). Kadın Girişimciliği ve Mikro Finans: Türkiye Deneyimi. *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Uluslararası Girişimcilik Kongresi*. Bişkek.
- Soysal, A. (2010). Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. 65(1): 84-114.
- Sönmez, A. ve Toksoy, A. (2014). Türkiye’de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz. *Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 21(2): 41-58.
- Tabakoğlu, A. (2016). Osmanlı İctimai Yapısının Ana Hatları. Düünden Bugüne Türkiye’nin Toplumsal Yapısı (ss. 19-41). Ed. Mehmet Zencirkıran. Bursa: Dora Yayınevi.
- Tekeli, İ. ve İlkin, S. (1993). *Osmanlı İmparatorluğu’nda Eğitim ve Bilgi Üretim Sisteminin Oluşumu ve Dönüşümü*. (Vol. 154). Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Tekin, M. (2005). *Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü: Girişimcilik*. Konya: Damla Ofset Matbaası.
- Tekin, M. Özilhan, M. Derya ve Uçar, H. (2002). *Kadın Girişimciler ve Başarılı Eğilimleri ile İlgili Bir Uygulama. II. Ulusal Orta Anadolu Kongresi. Niğde*, Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.
- Titiz, T. (1999). *Genç Girişimcilere Öneriler*. İstanbul: İnkılâp Kitabevi.
- Tok, N. Seçer, A. Davran, M. K. Çobanoğlu, F. ve Özalp, B. (2015), “Ziraat Fakültesi Son Sınıf Öğrencilerinde Girişimcilik Özellikleri, Algısı ve Eğilimi: Çukurova ve Adnan Menderes Üniversitesi Örneği”. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 5(1): 143-156.
- Tutar, H. (2005). *İşletme Yönetimi*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tutar, H. ve Küçük, O. (2003). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- TÜİK (2011). İstatistiklerle Türkiye 2011, www.tuik.gov.tr/IcerikGetir.do?İstab_id=5 , (17.04.2019).
- TÜİK (2019). İstatistiklerle Kadın, <http://tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30707> , (15.06.2019).

- Uçan, O. ve Koçak, E. (2014). Türkiye’de Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*. 7(2): 51-60.
- Uludağ, İ. ve Erişah, A. (2003). Türkiye Ekonomisi Teori, Politika, Uygulama. İstanbul: Der Yayınları.
- Uslu, D. (2015), “Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Niyetinin Duygusal Zekâ Faktörlerine Göre İncelenmesi”. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Uygun, M. ve Güner, E. (2016). Girişimcilik Eğiliminin Gelişiminde Girişimcilik Eğitiminin Rolü. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 5(5): 37-56.
- Van Horne, C. and Zhang, Y. (2016). Young Entrepreneurs and the Digital Space: Case Studies from the UAE. *International Journal of Business and Management Studies*. 5(2): 296.
- Wach, Z. (2015). Impact of Cultural and Social Norms on Entrepreneurship in the EU: Cross-Country Evidence based on GEM Survey Results, *Zarządzanie w Kulturze*, 16(1): 15–29.
- Yatmaz, F. (2019). *Ülkelerin Girişimcilik Seviyelerine Göre Sınıflandırılması: Utadis Uygulaması*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yelkikalan, N. (2006). Başarılı Girişimcilikte Cinsiyetin Rolü: Kadın ve Girişimciler. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 1(1): 45-46.
- Yelkikalan, N. Akatay, A. Yıldırım, H.M. Karadeniz, Y. Köse, C. Koncagül, Ö. ve Özer, E. (2010). Dünya ve Türkiye Üniversitelerinde Girişimcilik Eğitimi: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 12(19): 51-59.
- Yeşil, S. Doğan, İ. F. ve Doğan, Ö. (2016). Örgüt Kültürünün Girişimcilik Yönelimi ile Örgütsel Performans Üzerindeki Etkisi: Kahramanmaraş İli Tekstil Sektörü Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 14(1): 150-172.
- Yetim, N. (2002). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği. *Ege Akademik Bakış*. 2(2): 79-92.

- Yılmaz, B.S. ve Günel, Ö.D. (2011). Üniversite Eğitimi ve Girişimcilik: Bireyleri Girişimciliğe Yönlendiren Etkenler Üzerine Bir Araştırma. *Akademik Bakış Dergisi*. 26: 1-20.
- Yücel, S. ve Çiftçi, N. (2018). “Üniversite Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi”. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*. 7(1): 142-161.
- Yüksel, H. Cevher, E. ve Yüksel, M. (2015). “Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özellikleri ile Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma”. *Çankırı Karatekin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Dergisi*. 5(1), 143-156.
- Zhao, H., Seibert, S. E. and Hills, G. E. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*. 90(6): 1265-1272.
- Zoltan, J.A. Randall, K.M. and Yeung, B. (2001). Entrepreneurship, Globalization and Public Policy. *Journal of International Management*. 7(3): 235-251.