

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**İNŞAAT SEKTÖRÜNDE
GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE
HAYATTA KALMA STRATEJİLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Yosi AMON

Mimarlık Anabilim Dalı

Proje ve Yapım Yönetimi Yüksek Lisans Programı

Haziran, 2018

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**İNŞAAT SEKTÖRÜNDE
GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE
HAYATTA KALMA STRATEJİLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Yosi AMON
502081415**

Mimarlık Anabilim Dalı

Proje ve Yapım Yönetimi Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Emrah ACAR

Haziran, 2018

İTÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 502081415 numaralı Yüksek Lisans Öğrencisi Yosi AMON, ilgili yönetmeliklerin belirlediği gerekli tüm şartları yerine getirdikten sonra hazırladığı “İNŞAAT SEKTÖRÜNDE GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE HAYTTA KALMA STRATEJİLERİ” başlıklı tezini aşağıda imzaları olan jüri önünde başarı ile sunmuştur.

Tez Danışmanı : **Doç. Dr. Emrah ACAR**
İstanbul Teknik Üniversitesi

Jüri Üyeleri : **Prof. Dr. Hakan YAMAN**
İstanbul Teknik Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ebru Ergöz KARAHAN
Özyeğin Üniversitesi

Teslim Tarihi : **05 Haziran 2018**
Savunma Tarihi : **08 Mayıs 2018**





Girişimcilik ve farkındalık adına,



ÖNSÖZ

Öncelikle tez çalışmamın başlangıcından sonuna kadar desteklerini esirgemeyen ve değerli katkılarıyla çalışmamı yönlendiren tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Emrah Acar’a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca alan araştırmasına katılarak bu tezin en değerli kısmının oluşmasını sağlayan tüm girişimci dostlarıma çok teşekkür ederim.

Son olarak bu çalışma boyunca her zaman yanımda olan, her türlü destek sağlayan canım annem, babam, ablam, eniştem ve değerli Elyo Susam’a sonsuz teşekkürler.

Mayıs 2018

Yosi Amon
İnşaat Mühendisi/ Mimar



İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ	vii
İÇİNDEKİLER	ix
KISALTMALAR	xi
ÇİZELGE LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİL LİSTESİ.....	xv
ÖZET	xvii
SUMMARY	xix
1. GİRİŞ	1
2. GİRİŞİMCİLİK	5
2.1 Girişimcilik Kavramı.....	5
2.2 Girişimciliğin Ekoonomi İçindeki Yeri.....	6
2.3 Türkiye’de ve Türk İnşaat Sektöründe Girişimcilik	8
2.4 İnşaat Sektöründe Girişimcilik.....	9
3. GİRİŞİMCİ İŞLETMENİN YAŞAM DÖNGÜSÜ VE HAYATTA KALMA	11
3.1 İşletmelerin Yaşam Evreleri.....	11
3.2 İşletmelerin Hayatta Kalma ve Ardından Büyüme Süreçleri	14
4. GİRİŞİMCİLERİN HAYATTA KALMA PERFORMANSINI ETKİLEYEN	
FAKTÖRLER	17
4.1 Çevresel Faktörler	18
4.1.1 AB ve Türkiye’nin girişimciliğe desteği.....	19
4.1.2 Hukuksal ve bürokratik faktörler	23
4.1.3 Sektörel yapı ve iç pazar dinamikleri.....	24
4.1.4 Girişimcilik eğitimi ve girişimcinin yetkin eğitim altyapısı	25
4.1.5 Girişimcilik kültürü.....	27
4.2 Finansal Faktörler.....	29
4.2.1 Girişimcinin finansal sermayesi.....	29
4.2.2 Girişimcinin finansal yönetim becerisi: öz kaynak.....	32
4.2.3 Girişimcinin finansal yönetim becerisi: dış kaynak	34
4.3 Girişimcinin Kişilik Özelliklerine Bağlı Faktörler.....	36
4.3.1 Risk alma eğilimi	37
4.3.2 Liderlik vasfı	37
4.3.3 Kriz yönetimi becerisi	39
4.3.4 Yaratıcılık.....	39
4.3.5 Özguven	40
4.3.6 Tutku ve motivasyon.....	40
4.3.7 Sorumluluk üstlenebilme becerisi	40
4.3.8 Merak ve yenilikçilik	41
4.4 Sosyo-Kültürel Faktörler.....	41
4.4.1 Sosyal ağ yapısı ve iletişim kültürü	43
4.4.2 Aile yapısı	45

5. ARAŞTIRMANIN TASARIMI	49
5.1 Araştırmanın Amacı	49
5.2 Araştırma Yöntemi	49
5.3 Bulgular	56
5.3.1 Girişimciliği etkileyen faktörler ve girişimcilik öncesi sürecin girişimciliğe etkisi	56
5.3.2 Girişimciliğin erken evrelerinde izlenen hayatta kalma stratejileri	59
6. TARTIŞMA VE SONUÇ	71
6.1 Girişimciliği Etkileyen Faktörler Ve Girişimcilik Öncesi Sürecin Girişimciliğe Etkisi.....	73
6.2 Girişimciliğin Erken Evrelerinde İzlenen Hayatta Kalma Stratejileri.....	76
6.3 Öneriler.....	81
KAYNAKLAR.....	83
EKLER	89
ÖZGEÇMİŞ	105



KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
EEN	: Enterprise Europe Network
EER	: European Entrepreneurial Regions
KOBİ	: Küçük ve Orta Boyutlu İşletme
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development
SBA	: Small Business Act
TL	: Türk Lirası
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜGİAD	: Türkiye Genç İş Adamları Derneği
TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği
vd.	: ve diğeri
YKİ	: Yenilikçi Küçük İşletmeler



ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 4.1 : Avrupa Birliği, KOBİ ve girişimcilik politika alanları (Aytaç, 2006) .	20
Çizelge 4.2 : Faktörler özet tablosu	47
Çizelge 5.1 : Örneklemenin yapısı	50
Çizelge 5.2 : Katılımcılara yöneltilen ana sorular	52
Çizelge 5.3 : Katılımcıların kodlandığı renkler	55



ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 3.1 : İşletmelerin gelişim evreleri.....	11
Şekil 5.1 : İlişki ağlarını gösterir simülasyon ekranı örnek kesiti	55
Şekil 5.2 : Sebep-sonuç ilişkisini gösterir diyagram örnek kesiti.....	55
Şekil 5.3 : Temalar arası ilişkiler (Vensim ekran çıktısı)	60
Şekil 5.4 : “Hayatta kalma” temasına ait sebep-sonuç ilişkilerini gösteren diyagram (Vensim ekran çıktısı).....	61





İNŞAAT SEKTÖRÜNDE GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE HAYATTA KALMA STRATEJİLERİ

ÖZET

Sanayi toplumu ile bilgi toplumu arasındaki zaman diliminde oluşmuş olan ve ekonomik gelişmeleri belirleyen önemli faktörlerden biri girişimcilik olgusudur. Girişimcilik yalnızca ekonomik bir unsur olmakla kalmayıp, toplumların sosyo-kültürel yapıları için de etkili bir değerdir. Kimi toplumlar yüksek girişimcilik performansı sergilerken, kimi toplumlarda bu oran düşüktür. Bu farklılığın temel sebebi, toplumlar arasındaki girişimcilik kültürünün oynamakta olduğu roldür. Girişimcilik, son yıllarda giderek artan bir ilgiyle üzerinde çalışılan, araştırılan bir konu haline gelmiştir. Dikkatleri üzerine çekmesinin en büyük sebebi, ekonomiye sağladığı katma değer ve ileriye yönelik gelişme potansiyeli oluşturmastır. İnşaat sektörü, istihdam yaratabilen çok disiplinli bir yapıya sahiptir. Projelerinin her aşamasında önceden tahmin edilmesi zor faktörlerin etkili olması ve her projenin tek defaya özgü olması gibi özellikleri, inşaat sektörünü belirsizlikleri çok olan dinamik bir sektör haline getirmektedir. Öte yandan, Türkiye’de inşaat sektöründe faaliyet gösteren firmaların büyük bölümü girişimci işletmelerden oluşmaktadır. Bir girişimci sektöre girdiği zaman, mümkün olabilecek en uzun süre yaşamayı hedeflemektedir. Bir yandan belirsizlikle başa çıkmaya çalışan, diğer yandan farklı disiplinlerden beslenen bir alanda faaliyet gösteren girişimciler, hem işletmelerindeki zorluklar hem de sektör özelindeki zorluklarla başetmektedirler. Yaşayan organizmalarınki gibi, işletmelerin de bir yaşam döngüsü bulunmaktadır. Bu nedenle hayatta kalma mücadelelerini verirken birçok farklı bilgi ve beceriyle konuların üstesinden gelmeye çabalamaktadırlar. Bu tez çalışması, inşaat sektöründe girişimcilik konusuna odaklanmaktadır. İlgili literatüre bakıldığında, girişimcilerin başarısında belirleyici çok sayıda faktör olduğu görülmektedir. Bunlar; genel olarak çevresel, finansal, sosyo-kültürel ve kişilik özelliklerine bağlı faktörler olarak sınıflandırılabilir. Tez çalışması, inşaat sektörü girişimcilerinin yaşadıkları süreci girişimcilik öncesi dönemden başlayarak tüm zorluklarıyla anlamaya çalışıp, girişimciliği etkileyen faktörleri ve girişimciliğin erken evrelerinde hayatta kalma stratejilerini belirleyemeyi amaçlamıştır. Çalışma kapsamında inşaat sektörü girişimcilerine yönelik bir alan araştırması tasarlanmıştır. Kalitatif araştırma stratejisini benimseyen araştırmada, kişilerin girişimciliğe yöneliminden itibaren tüm yaşam döngüsü içerisindeki öyküsü incelenmiştir. Bu süreçte yaşanan deneyimler anlaşılmaya çalışılmış, girişimciliği etkileyen değişkenler ve girişimciliğin erken evrelerinde benimsenen veya geliştirilen hayatta kalma stratejilerinin tespit edilmesine çalışılmıştır. Ele alınan konu, proje ve yapım yönetimi literatüründe üzerinde çok az ampirik araştırma yapılmış yeni bir konudur. Öte yandan, çalışma bulgularının sektördeki girişimci adaylarının bilinçlenmesi, genel olarak inşaat sektöründeki girişimciliği tanıması ve mevcut deneyimlerden faydalanması açısından yararlı olacağı düşünülmektedir. Çalışmanın bulgularında birçok etken ele alınmıştır. Aralarından tecrübe faktörünün sektörel girişimcilik faaliyetlerinde her açıdan önemi ve hayatta kalma mücadelesinde çok

disiplinli yapıda doğru insan kaynakları kurgusuyla birlikte tüm ilişki ağlarını iyi, aktif tutma becerisi ön plana çıkmıştır. Bulgular, girişimcilerin sürekli olarak birçok farklı alandan beslenmesi ve bu kavramın sadece bir işletme şekli değil, bir “yaşam biçimi” olduğu savını desteklemektedir. Ayrıca Türkiye’de “girişimcilik kültürü” kavramının oluşmamış olduğu ve bu bilinci arttırmaya yönelik çalışmalara ihtiyaç duyulduğu görülmüştür.



THE FACTORS EFFECT ENTREPRENEURSHIP AND SURVIVAL STRATEGIES IN THE CONSTRUCTION MARKET

SUMMARY

One of the important factors determining economic developments in the time period between industrial society and Information Society is the phenomenon of entrepreneurship. Entrepreneurship is not only an economic element, it is also an effective value for the socio-cultural structures of societies. While some societies have high entrepreneurial performance, others are low. The main reason for this difference is the role that plays in the culture of entrepreneurship among communities. Entrepreneurship has become a subject that has been studied and researched with an increasing interest in recent years. The main reason for attracting attention is that it provides added value to the economy and provides potential for development for the future. The construction sector has a multidisciplinary structure that can create jobs. Factors that are difficult to predict at each stage of their projects are effective and each project is unique once, making the construction sector a dynamic sector with many uncertainties. On the other hand, most of the companies operating in the construction sector in Turkey are entrepreneurs. When an entrepreneur enters the sector, he aims to live as long as possible. On the one hand, entrepreneurs who try to deal with uncertainty, on the other hand operate in an area that is fed from different disciplines, deal with both the difficulties in their businesses and the difficulties in the sector. Like living organisms, enterprises have a life cycle. For this reason, while they struggle to survive, they try to overcome issues with many different knowledge and skills. In this thesis, focuses on entrepreneurship in the construction sector. Looking at the literature concerned, there are many factors determining the success of entrepreneurs. These can be classified as factors related to environmental, financial, socio-cultural and personality characteristics in general. The thesis study aims to determine the factors affecting entrepreneurship and survival strategies in the early stages of entrepreneurship by trying to understand the process of the entrepreneurs in the construction sector from the pre-entrepreneurship period onwards. Within the scope of the study, an area survey was designed for construction sector entrepreneurs. The research which adopts qualitative research strategy has examined the history of individuals in the entire life cycle since their orientation towards entrepreneurship. The experiences in this process have been tried to be understood, the variables affecting entrepreneurship and the survival strategies adopted or developed in the early stages of entrepreneurship have been tried to be determined. The subject discussed is a new subject with very little empirical research on project and construction management literature. On the other hand, it is thought that the findings of the study will be beneficial in terms of awareness of the entrepreneur candidates in the sector, recognition of entrepreneurship in the construction sector in general and benefiting from the existing experience. Many factors have been discussed in the findings of the study. The importance of experience factor in sectoral entrepreneurship activities and the ability to keep all relationship networks good and active with the correct human

resources editing in multi-disciplinary structure in the struggle for survival has come to the fore. The findings support the idea that entrepreneurs are constantly fed from many different areas and that this concept is not only a business form, but also a “lifestyle.” Furthermore, it has been observed that the concept of “entrepreneurship culture” has not been established in Turkey and that efforts are needed to raise this awareness. One of the important factors determining economic developments in the time period between industrial society and Information Society is the phenomenon of entrepreneurship. Entrepreneurship is not only an economic element, it is also an effective value for the socio-cultural structures of societies. While some societies have high entrepreneurial performance, others are low. The main reason for this difference is the role that plays in the culture of entrepreneurship among communities. In Turkey, a professional role in which this entrepreneurial culture has played has not yet been defined. Unfortunately, this awareness in the society is trying to learn by observing the examples that have achieved success by trying to get away from them. There is no activity to provide cultural development with the right methods and the right infrastructure. The determination of this lack and the need to complete is also at the end of the study. The suggestions are also mentioned and the necessity of the work towards the future of the society is mentioned. Entrepreneurship education as well as education institutions around the world is one of the interesting parts of the new period that needs to be entered into the curriculum. The contribution of this training is seen behind many of the successful venture stories that are frequently seen in social life. In general, the education infrastructure of successful people is examined, it is understood that he has received entrepreneurship training and even gained experience in various private institutions. In our society, infrastructure studies should be carried out aiming to increase success stories by multiplying these examples. Entrepreneurship has become a subject that has been studied and researched with an increasing interest in recent years. The main reason for attracting attention is that it provides added value to the economy and provides potential for development for the future. It is seen that there is progress in this issue in Turkey and it is open to development. In this respect, it is understood that public institutions are also supported by private institutions. The fact that KOSGEB, which operates especially in the field of entrepreneurship, sees every entrepreneur as the first door of application, is an indication that the state is following this issue closely. Through various platforms, listening to the needs of entrepreneurs and the contribution of them that was done to support the development of individuals at a noticeable rate increases. This study is divided into two parts as literature and research. The literature can also be considered as divided into 3 parts. In the first part, the concept of entrepreneurship was mentioned and international definitions were discussed. Then, in general, the place in the economy and its impact on Turkey were examined. In particular, the impact of Turkish employment on sectoral basis has been highlighted by its hundreds. The construction sector has a multidisciplinary structure that can create jobs. Factors that are difficult to predict at each stage of their projects are effective and each project is unique once, making the construction sector a dynamic sector with many uncertainties. On the other hand, most of the companies operating in the construction sector in Turkey are entrepreneurs.

When an entrepreneur enters the sector, he aims to live as long as possible. On the one hand, entrepreneurs who try to deal with uncertainty, on the other hand operate in an area that is fed from different disciplines, deal with both the difficulties in their businesses and the difficulties in the sector.

In the second phase of the literature, entrepreneurship life cycle was investigated. Like living organisms, enterprises have a life cycle. Therefore, it is defined that every initiative has a history lasting from the pre-start to the death and that it begins with the orientation towards entrepreneurship. As with living organisms, the initiative continues to evolve, with many uncertainties and difficulties experienced in the phases. For this reason, while they struggle to survive, they try to overcome issues with many different knowledge and skills. Of the literature 3. when we get to the section, we focus on the factors affecting entrepreneurship in the construction sector. Looking at the literature concerned, there are many factors determining the success of entrepreneurs. These can be classified as factors related to environmental, financial, socio-cultural and personality characteristics in general.

The other part of the “research section” was designed to study a field for construction sector entrepreneurs within the scope of the study. The research which adopts qualitative research strategy has examined the history of individuals in the entire life cycle since their orientation towards entrepreneurship. The sample is composed of individuals operating in the early period of entrepreneurship and similar characteristics in terms of compliance with the research subject. General questions about entrepreneurship were prepared to listen to the participants' stories. From the pre-entrepreneurship stage to the point where the stories have been listened. Then all the interviews recorded were recorded in the interview documents. The sub-headings of the factors affecting entrepreneurship in the literature are related to the corresponding codes in the interviews. Then, in the simulation program vensim, these codes are schematically linked to each other through the editing of the participants' expressions. Each participant is also colored and parsed. Thus, what is said on a person basis can also be analyzed. Finally, the “survival” factors in the main title of the thesis and the main question that is sought, are provided in a chart from the simulation program. Thus, all relationship networks that directly and indirectly affect survival have been tried to be understood.

In general, this thesis study aims to determine the factors affecting entrepreneurship and survival strategies in the early stages of entrepreneurship by trying to understand the process of construction sector entrepreneurs from the pre-entrepreneurship period onwards. The experiences in this process have been tried to be understood, the variables affecting entrepreneurship and the survival strategies adopted or developed in the early stages of entrepreneurship have been tried to be determined. The subject discussed is a new subject with very little empirical research on project and construction management literature. On the other hand, it is thought that the findings of the study will be beneficial in terms of awareness of the entrepreneur candidates in the sector, recognition of entrepreneurship in the construction sector in general and benefiting from the existing experience.

Many factors have been discussed in the findings of the study. These factors were first examined as early stages of entrepreneurship and pre-entrepreneurship in accordance with the life cycle. The reasons for the orientation of people to entrepreneurship and the factors affecting entrepreneurship were wanted to be understood by observing the period before entrepreneurship. Among the findings made, age factor and entrepreneurship education were among the factors affecting the previous period's professional institution experiences and disruptions were presented with examples

directly to the entrepreneurial orientation. We talked about entrepreneurs taking a road full of uncertainty and challenges. Trying to alleviate the burden of this ambiguous process with a partner in a similar Profile is the first attempt of most enterprise activities. However, the findings show that many people have tried the partnership structure in the first place, but have not been able to maintain it in the long run. Healthy structures can only be established in the Partnership Initiative as long as the correct task distributions are made.

When we examined survival strategies in the early stages of entrepreneurship, the importance of the “experience” factor among them was expressed by all participants in all aspects of the entrepreneurship activities in the construction sector. With experience, with the correct human resources editing in multi-disciplinary sector structure, the ability to keep all relationship networks good and active has become a strategy for survival. Among the other topics that participants frequently talk about in their survival strategies are the need to keep human relations healthy with customers. It is understood that the initial trend of most entrepreneurs is to keep investment costs and costs low. Then, the strategy of creating new business branches of entrepreneurs is one of the important factors in the struggle for survival. It is one of the important strategies for each entrepreneur to develop a marketing method based on his / her field of activity and to create a social network and thus maintain his / her struggle for survival.

The necessity of creating professional organizations and common platform to try to understand the similar problems of entrepreneurs, offer solutions and create a force by bringing entrepreneurs together is among the benefits.

The findings support the idea that entrepreneurs are constantly fed from many different areas and that this concept is not only a business form, but also a “lifestyle.” Furthermore, it has been observed that the concept of “entrepreneurship culture” has not been established in Turkey and that efforts are needed to raise this awareness.

1. GİRİŞ

Girişimcilik demek geliştirmekte olan ülkelerin kalkınması demektir. Türkiye de geliştirmekte olan bir ülke olduğu için, kalkınmanın tetikleyici unsuru olarak girişimciliğin önemi bir hayli büyüktür. Dünya üzerindeki her ülkede girişimciler var olduğu müddetçe, yeni fikirler ve iş kolları oluşabilir ve o ülkenin insanları için istihdam koşulları sağlanabilir. Tabi bunun yapılabilmesi için girişimciler tarafından bazı riskler alınmalı ve bir takım belirsizliklerin içine girilmelidir. Sonuç itibari ile amacına ulaşamayan bir girişimci bile vazgeçmemeli ve fikir üretmekten geri durmamalıdır.

Türkiye için girişimciliğin esas önemi 1980'lerden sonra fark edilmeye başlanmıştır. Girişimciliğin yükseldiği dönemlerde Türkiye'de yükselen bir diğer sektör ise inşaat sektörüydü. İnşaat sektörünün potansiyeli, bölgelerin kalkınabilmesi için değerlendirilmeye müsait girişimleri de beraberinde getiriyordu.

İnşaat sektörü, birçok farklı disiplin ile ilişki olduğundan ve bünyesinde farklı uzmanlık alanları barındırması yanında Gayri Safi Mili Hasıla (GSMH) içindeki yaklaşık %5,1'lik payı ile ekonominin önemli sektörlerindendir (Göç, 2010). Yaratdığı istihdam ve katma değer büyük olması sebebiyle, dünyada birçok ülkede ekonomik gelişmenin lokomotifleri olarak görülmektedir.

Girişimcilerin bu ekonomik katkı içerisindeki değeri kimi zaman sektörel bazdaki istatistiklere yansımaktadır. Ancak girişimcilerin bu süreçteki gerçek sorunları ve deneyime bağlı öyküleri, bir kurallı sisteme bağlı olarak tanımlanamamaktadır. Girişimcilik ile inşaat sektörü ilişkisini ele alan bu çalışmada, başlangıç evresi öncesi dönemden itibaren girişimciliği etkileyen faktörler ile girişimcilerin hayatta kalma stratejileri ele alınacaktır.

Bir girişimci sektöre girdiği zaman, mümkün olabilecek en uzun süre yaşamayı hedeflenmektedir. Ancak her konuda olduğu gibi, işletmelerin de bir yaşam döngüsü bulunmaktadır. Bu döngünün genel geçer kuralları yoktur; tamamen faaliyetlerin

sürdürülebilir ve esnek olmasıyla ilgilidir. Ancak bu belirsizliklerin, girişimcilerde kaygı yarattıkları gözlemlenmiştir. Her aşamada yaşanan sıkıntıların sürekli olarak tekrar etmesi ve kendi çabalarıyla yaşamlarına devam etme denemeleri, daha sistemli çözümlerin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu kalıcı ve sistemli çözümlerin getirebilmesi için girişimcilerin problemlerine gerçek anlamda eğilinmesi ve yeterli düzeyde anlaşılması gerekir.

Bu tez çalışmasının hazırlanmasındaki ana amaç, girişimciliği tüm süreci boyunca etkileyen faktörleri ve beraberinde hayatta kalma mücadelesindeki stratejileri anlamaktır. Bu sayede girişimci adaylarına ve birbirinden haberdar olmayan girişimcilere, süreci anlamaya ve kaygılarını gidermeye yönelik ortak paydalar oluşturulmak istenmiştir.

Tez metni 5 bölümden oluşmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde, girişim ve girişimciliğin kavramsal çerçevesi açıklanmıştır. Literatürde bulunan tanımlara yer verilmiş, girişimciliğin tanımı yapılmış, ekonomi içindeki yeri ve inşaat sektörü özelindeki etkisi açıklanmıştır.

Girişimcilik konusunda, Avrupa Birliği (AB)'nin ve Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)'nin yaklaşımları sunularak dünyadaki hâkim görüşlere yer verilmiştir.

Ayrıca, girişimcilik kavramının tarihsel süreçte yaşadığı evrimsel değişim ele alınmıştır. İkinci bölümünde girişimcinin yaşam döngüsü ve hayatta kalma süreci incelenmiştir. Yaşam döngüsünü etkileyen etkenler literatür açıklamasıyla belirtilmiştir. Üçüncü bölümünde, girişimciliği etkileyen faktörler incelenmiştir. Dördüncü bölüm olan araştırma kısmında, girişimcilerin yaşamını, hayatta kalma mücadelelerini anlamaya yönelik saha çalışması bulguları sunulmuştur.

Saha çalışması, konunun yapısına uygun örneklem oluşturulup, kendileriyle yarı yapılandırılmış görüşme metodu uygulanarak birebir mülakatlar üzerinden yapılmıştır. Literatür çalışmasında yer alan başlıklarla ilişkilendirilip “ kodlama “ yapılarak, simülasyon programı üzerinden ilişki ağı oluşturulmuştur.

Çalışmanın son bölümünde bulgular değerlendirilmiş, literatür kısmına gelen veriler üzerinden sonuçlar ortaya konmuştur. Bununla beraber sektöre, girişimciliğin gelişimine ve yeni çalışma alanlarına yönelik önerilerde bulunulmuştur.





2. GİRİŞİMCİLİK

2.1 Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik kavramı ilk kez Orta Çağ'da geniş 'imalat çalışmalarından yükümlü birey' olarak; 17. yüzyılda ise 'devletle yapılmış sabit-fiyat anlaşmasına bağlı olarak hasar ve kâr riskinden sorumlu olan kimse' olarak ifade edilmiştir (Tuncel, 2006, s. 6). Richard Cantillon 1725'te girişimciyi "edinilen anaparadan farklı şekilde sorumluluk üstlenen birey" şeklinde tanımlamıştır (Kuğu, 2004, s. 142). Joseph Schumpeter 1934'te girişimci bireyi "yeni ve tecrübe edilmemiş teknoloji geliştiren birey" biçiminde ifade etmiştir (Yatmaz, 2012, s. 12). David McClelland (1961) girişimciyi "orta seviyede risk alan ve enerji dolu" kişi olarak betimlemiştir. "Girişimcilik kavramı ise çeşitli değerlerdeki olguları geliştirme aşamasında, gerekli olan zaman ve çabayı göstererek, bunlar ile gelecek olan psikolojik, ekonomik ve sosyal tehditleri göze alarak, bireysel ve mali olarak kazanç sağlama" biçiminde ifade edilmiştir (Hisrich, 1985).

Girişimcilik, özellikle son senelerde giderek daha çok dikkat çeken bir araştırma konusu haline gelmiştir. Bunun yanında girişimcilik olgusunun nelerden oluştuğu hakkında bazı açık olmayan fikirler bulunmaktadır (Landström vd. 2012, s. 1154). Ekonomide, girişimciliğe dair iki farklı betimleme mevcuttur: 'Yeni bir mesleğe başlamak' ve 'kendi mesleğini yapmak'. Girişimcilik kavramı kimi araştırmacılar tarafından yeni işler yapmak için gereken başlama ve gelişim evreleri biçiminde ifade etmiştir (Gries vd. 2011, s. 216-217). Kimi araştırmacılar girişimcilik olgusunu daha geniş biçimde ele almışlardır; bu araştırmacılar için girişimcilik; gelecekteki hizmet ve ürünlerin oluşmasına etki edecek fırsatların, ne şekilde ve ne zaman yapılacağıyla alakalı araştırmalardır (Landström vd. 2012, s. 1154).

Girişimcilik, toplum ve insan merkezli temelde ekonomik bir tutum fikrinden yola çıkarak, yıllar içerisinde farklı topluluklar tarafından ilgi gören bir konu olarak kendine yer edinmiştir (Onay ve Çavuşoğlu, 2010, s. 48). Girişimciliğin merkezinde girişimci birey vardır. Girişimci birey yeni imalat yöntemleri oluşturur; yeni bir yapı hazırlar;

yeni hizmetler sunmaya çalışır ve yeni pazarlara açılmanın yollarını arar (Çelik ve Akgemci, 2007, s. 16-17).

Girişimcilik olgusunun araştırmacılar tarafından farklı perspektiflerle ele alındığı gözlemlenmektedir. Pek çok yazar girişimciliği, küçük ölçekli işletmelerin kurulması ve bu işletmelerin idaresiyle bağdaştırmıştır (Başar, Tosunoğlu ve Demirci, 2001, s. 4-5).

Adam Smith tarafından, 18. yüzyılda klasik ekonomi kuramının geliştirilmesi ile beraber, pazar ekonomilerinin gelişimi için sermaye aranmış ve finansal girişimler ve bu girişimlerin etkileri değerlendirilmeye başlanmıştır (Landström vd., 2012, s. 1155). Son zamanlarda yapılmış araştırmalarda, girişimcilik kavramının işletmelerin yeni başlangıçları ile bağlantılı bir olgu olduğu ve sosyal değişimler açısından değerli bir yere sahip olduğu tespit edilmiştir (Entrialgo vd., 2000, s. 428-429). Girişimcilik, bir ülkenin, piyasanın ya da ekonominin daha nitelikli konuma gelmesi ve gelecek için değerli ortaklıklar geliştiren ve finansal gelişimlere rehberlik eden bir kavramdır. Girişimcilik, orta ve küçük sayılabilecek firmalar, yerel piyasadaki büyük firmalar, uluslararası ve ulusal sektör ve özel kurumların haricinde devlete ait kuruluşlar açısından da değerlidir. Globalleşmeden etkilenen piyasalardaki girişimcilik eylemleriyle rekabet içerikli tutumlar özendirilir (Soriano vd., 2013). ‘Girişimcilik eyleminin asıl hedefi; yeni bir şeyler üretmek veya var olan şeyleri yeni metotlar eşliğinde düzenlemek’ biçiminde ifade edilmiştir (Berglann vd., 2011, s. 182).

Girişimciliğin kavramıyla ilgili yapılmış çeşitli tanımlardan da anlaşılacağı gibi ortak bir betimlemede bulunmak gerçekçi değildir. Güncel girişimcilik literatürü, çevredeki/pazardaki olanakları kullanabilmeye, üretken olmaya, yenilikçilikçiliğe ve risk almaya daha fazla vurgu yapmaktadır.

2.2 Girişimciliğin Ekoonomi İçindeki Yeri

Girişimcilik olgusu ilk defa Walrasçı denge olgusuyla beraber ekonomi kuramında kullanılmıştır. Walrasın kurmaya çalıştığı genel denge modeli toplumdaki bütün sosyal olaylar birbirleriyle ilişkilidir sözünün matematiksel olarak ifadesinden başka bir şey değildir. Walras, piyasalar arasında karşılıklı ilişkiler bulunduğu önermesinden yola çıkmıştır. Walras a göre örneğin bir mala karşı aşırı bir talep varsa bu açık bir biçimde diğer malların arz fazlası içinde olduğunun ifadesiydi. Kurduğu modelde

ekonomideki tüm piyasaların dengeye geldiği durum analiz edilir. Ancak araştırmacılar girişimciliği zamanla piyasa dengesi olgusundan daha değerli bir yerde görmeye başlamışlardır. Walrasçı denge olgusu 1970’lerde ifade edilmeye başlanmış, bununla birlikte girişimcilik olgusu da kendine yer edinmiştir. (Cassis ve Minoglou, 2005, s. 3).

1950 - 1970 arasında girişimci niteliklerinden bahsedilmeye başlanmış, girişimci niteliklerinin davranış bilimleri sahasında değerlendirilmesine neden olan kuramsal çalışmalar yapılmıştır. Ekonomi alanında girişimcinin performansının yüksek olması için sahip olması gerekli nitelikler tespit edilmiş, sosyolojik ve psikolojik olarak değerlendirilmiş ve belli bir tipoloji sunulmuştur. Girişimcilik kavramının yeni bir boyut edindiği 1980’li senelerde, yeniden ekonomi bilimi içerisinde ele alınmaya başlanılmıştır. Girişimcilikle istihdam yaratma ve iktisadi gelişme arasındaki bağ ampirik çalışmalarla ortaya konulmuştur. Bununla beraber ekonomi alanında girişimcilik kavramına atfedilen önem giderek artmıştır. (Topkaya, 2013, s. 51). Avrupa ülkelerinde yapılan araştırmalar, bu ülkelerde oluşturulan istihdamda girişimciliğin rolünü açıkça göstermiştir. (TÜSİAD, 2002, s. 40).

OECD verilerine göre Avrupa Birliği’nde 2005’te ‘girişim’ olarak değerlendirilen kurum sayısının 19,6 milyon olduğu, bu kurumların ekonomiye 3 trilyon Amerikan dolarından fazla finansal destek sağladığı ve 85 milyon kişiye istihdam yarattığı görülmektedir. Türkiye’ye ilişkin veriler de, ülkede üretilen katma değer %37,7’sinin girişimciler tarafından yaratıldığını göstermektedir. (OECD, 2005, s. 18).

Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ’ler), girişimcilikte önemli bir paya sahiptir. KOBİ’ler genellikle istihdam ve satış hacmiyle tanımlanmaktadır. KOBİ’ler bunların haricinde firma anaparası, teknoloji ve makine, tüketilen enerji miktarı ve çeşidi, hacmi ve pazar değeri gibi rakamsal şekilde tespit edilebilir değişkenlerle tanımlanabilmektedirler. KOBİ’lerle alakalı kuruluş ve kurumların tümü 2005’ senesine dek amaçlarına uyan nitel ve nicel ölçütleri kullanarak çeşitli tanımlamalar kullanmışlardır. Kullanılan tanımlarda hukuksal konulardan çok finansal büyüklükler dikkate alınmıştır. KOBİ tanımlarındaki çeşitli sayısal değer aralıklarının genelde ülke ekonomilerinin büyüklüğüne göre değişiyor olması, KOBİ tanımının hukuki olmaktan çok finansal bir mana içerdiğini ifade etmektedir. Bu tanımlamaların ana ölçütü ‘çalışan sayısı’ olmuştur. (Müslümov, 2002, s. 6).

Kurum ve kuruluşların KOBİ'lere yönelik çalışmalarında kullanılacak tanımlama, 16 Nisan 2005 tarihli Resmi Gazete'de 5331 sayılı yasanın yürürlüğe girmesiyle yapılmıştır. Bu yasaya göre, KOBİ'lerin tanımlanmasında temel alınacak ölçütler; KOBİ'lerin net satış miktarları, finansal bilanço miktarları ve çalışan sayılarıdır. İlgili yasa, Türkiye'de KOBİ tanımına dair karmaşıklığı da engellenmiştir.

Türkiye'nin de içinde yer aldığı gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri açısından KOBİ'lerin önemi 1990 sonrasında kabul görmeye başlamıştır. 'KOBİ senesi' olarak ifade edilen 1996 ve sonrasında KOBİ'lere yönelik çeşitli düzenlemeler yapılmaya başlanmıştır (Ören, 2003).

2.3 Türkiye'de ve Türk İnşaat Sektöründe Girişimcilik

Türkiye'de girişimcilik kavramının oluşumunu ve girişimciliğe etki eden etmenleri altı zaman diliminde değerlendirmek mümkündür. İlk dönem olarak Cumhuriyet öncesinde bir tarım toplum olmaktan kaynaklanan olumsuzluklar, girişimciliğin gelişmemesindeki başlıca etmenlerden biri olarak görülmektedir. Batı dünyasında Sanayi Devrimi yaşanırken, Osmanlı İmparatorluğu'nda yabancılara çeşitli haklar verilmiş, demiryolu ulaşımı ve ticaretin büyük bir kısmı yabancılara kontrolüne geçmiştir. Bundan dolayı girişimciliğin gelişmesi için yapılmak istenen her hareket neticesiz kalmıştır (TÜGİAD, 1993, s. 19).

1923-1929 yılları arasında uygulanmış politikalarda, ulusal bir burjuvazi oluşturmak ve anaparayı bu şekilde oluşturmak amacıyla genelde özel girişimciliğe öncelik verilmiştir. Bu dönemdeki girişimci profilinin kimler tarafından uygulandığına bakıldığında, bu kesimin genellikle devletin üst düzey bürokratlarından oluştuğu görülmektedir. Öte yandan, ülkede özel sektör ve rekabetçi yaklaşıma karşı olanların da bulunduğu görülmektedir (Öztürk, 2008, s. 10).

1929'da yaşanan Dünya Ekonomik Krizi ile beraber dünyada görülen finansal politikaları değişiminin ülkemize de yansıdığı görülmektedir. 1932 dönemi, devletin sanayici karakterinin daha oluşmadığı zamandır. 1932 sonrasında "sanayide devletçilik" anlayışı hakimdir; başlatılan sanayileşme çabaları devlet öncülüğünde sürdürülmüştür (İraz, 2010, s. 150).

1930-1950 yılları arasında, özel piyasanın eksik kaldığı sahalarda devletin yatırım yapmasını hedefleyen devletçilik politikası uygulanmıştır. Bununla beraber, özel

piyasanın gelişmesi için de bazı tedbirlere başvurulmuş, 'Beş Senelik Sanayi Planı' bu zamanda oluşturulmuştur. Hem sermaye ve yetişmiş insangücü yetersizliği, hem de uluslararası koşullar, gelişmelerin arzu edilen şekilde olmasına engel olmuştur. Ancak, özel piyasada girişimciliğin bir evvelki zamanına oranla gözle görülür gelişimler gözlenmiştir (TÜGİAD, 1993, s. 19)

1970'lerin başlarında klasik ekonomiye oranla farklı içeriğe sahip olan serbest pazar ekonomisine dönüş ve bilgi toplumuna girişle globalleşiyor olmanın belirtileri vaktinde fark edilememiş, ülkede gereken düzenlemeler yapılamamıştır. 24 Ocak 1980 kararları, ekonomide yapısal dönüşüm hedeflemiştir (İraz, 2010, s. 152).

2.4 İnşaat Sektöründe Girişimcilik

İnşaat sektörü, yarattığı istihdam ve sabit sermaye oluşumundaki rolü sebebiyle Türkiye'de iktisadi gelişimin başlıca aktörlerinden biri olarak görülmektedir. Fakat piyasa, beklenmeyen gelişme, çarpık yapılaşma, politik sebeplerden dolayı kaçak inşaatlara izin verilmesi, şeffaf olmayan ihale süreçleri, imar kontrolsüzlüğü, niteliksiz işgücü ve ekipman kullanımı, depreme dayanıksız inşaatlargaibi problemlerle karşı karşıyadır (Türkiye Müteahhitler Birliği, 2011). Bu problemler, piyasanın saygınlığına uluslararası düzeyde zarar vermektedir. Öte yandan, piyasadaki kuruluşların kültürel sahada da bazı problemler yaşaması, Türk işletmelerin bilhassa yurtdışında öteki işletmelerle rekabet edememelerine sebep olmaktadır. Bunların yanında, öteki piyasalarda da görüldüğü gibi inşaat piyasasında da giderek artan bir rekabet mevcuttur. Bu bakımdan inşaat piyasasında da girişimciliği teşvik eden/önleyen etmenler pek çok araştırmaya konu edilmiştir. İnşaat piyasasındaki girişimciliğin uzun dönemde de kalıcı olmasına yönelik önlemlerin geliştirilmesine ihtiyaç bulunmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun her sene Türkiye'deki girişimciliği teşvik etmek ve gözlemlemek üzere İş Kayıtları rehberliğinde hazırlanan raporuna göre, girişimlerdeki en yüksek doğum seviyesi, 2015 senesinde %31,1 ile "Toptan ve perakende ticaret; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin tamiri" piyasasında yaşanmıştır. Bunun arkasından sırayla, %14,5 ile "İmalat" ve %11,8 ile "İnşaat" gelmiştir. İş Kayıtları verilerine bakıldığında, işveren girişimlerinde en yüksek ölüm seviyesi %32,9 ile "Toptan ve perakende ticaret; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin tamiri" piyasasında gözlenmiş olup, bu sektörden sonra %17 ile "Tamir" ve %10 ile "İnşaat" gelmiştir.

Senelik Sanayi ve Hizmet İstatistikleri'ne (ekonomik ve sigorta çalışmalarıyla programcılık ve yayıncılık çalışmaları hariç) göre hizmet ve sanayi piyasasında yer alan toplam girişim miktarının %96,6'sını, istihdamın %40,7'sini ve katma değerin %17,5'ini 1-19 birey çalışan girişimler üretmiştir. (TÜİK, 2018)



3. GİRİŞİMCİ İŞLETMENİN YAŞAM DÖNGÜSÜ VE HAYATTA KALMA

3.1 İşletmelerin Yaşam Evreleri

İşletme yaşam eğrisi, bir ürün veya hizmete dair talebin zamanla gösterdiği eğilim veya yapıdır. Sektöre sunulan her ürünün, sunumla oluşan, kullanımıyla süren, tasfiyesiyle biten bir hayat döngüsü mevcuttur. İşletmeler bakımından değerlendirildiğinde genelde tüm firmaların zaman içinde kârlılığının biteceğini anlatmaktadır (Aksu ve Apak, 2014, s. 237).

Bir işletme sektöre girdiğinde, mümkün olabilecek en uzun süre “yaşamayı” hedeflenmektedir. Hayat döngüleri içinde işletmeler, sektöre sundukları hizmetleri ve ürünleri sürekli olarak satamayacaklarının farkında olmalıdır. Her işletme, sektöre girmesinin ardından, giriş, gelişme, olgunluk ve düşüş süreçlerinden geçmektedir (Erdoğan, 2014, s. 325). İşletmelerin zaman içinde geçirdikleri bu evreler Şekil 3.1’de gösterilmiştir.



Şekil 3.1 : İşletmelerin gelişim evreleri

Her bir gelişim evresinin, kendine özgü özellikleri ve sorunları bulunmaktadır. İşletmelerin, bu sorunlarının farkında olup, uygun tutum ve davranış sergilemesi beklenir.

İşletmenin hayat döngüsü içinde satışlar, maliyetler ya da genel olarak kazanç/kayıp bakımından bir eğri oluşturmakta ve önce negatiften pozitif, ardından yeniden negatife doğru bir yön çizmektedir.

İşletmelerin gelişiminde, nesiller boyunca hayatlarını devam ettirebildikleri durumda üç aşama gözlemlenmektedir (Ates, 2005, s. 39-43): *İşe başlama* aşaması; *büyüme ve gelişme* aşaması; ve *olgunluk* aşaması.

İşe Başlangıç Aşaması, işi kurma ve tutundurma aşamasıdır. Bu evrede işi kuran kişi vakit, para ve emek sarf ederek işin başında yer almaktadır. Örgütsel yapı bu evrede henüz oluşmamıştır. Üretici bu evrede yalnızca hizmet veya ürüne ve kısa vadeli kazançlara odaklanmaktadır. Üreticinin asıl amacı işin barınması ve sektörde kendine yer açmaktır. Bu aşamanın en önemli problemi hayatını devam ettirebilmektir. İşletme öncelikle ürünü sektöre sunar, sektördeki gereksinimi ve rekabet ortamını değerlendirir. Sonrasında kâr sağlamak için gereken ortamı oluşturur ve bunun için gereken teknolojiyi sağlar. Bu evrede, işin sürekli olması bakımından üreticinin psikolojisi oldukça önemlidir. Çünkü işletmelere has en önemli eksikliklerden biri üreticinin bu evrede fazla heyecanlanarak işi gerekli oranda değerlendirememesi ve neticede şirketin ömrünün kısa olmasıdır. Firma sahipleri zorlu yaşam şartlarında aldıkları neticeleri yeterli görür ve bulundukları konumla yetinmeyi seçebilir. Bu sebeple birçok işletme, esnaf niteliğinde kalmaktadır (Hatipoğlu, 2006, s. 29).

İşletme hayat döngüsü, bir işletmenin sektöre girişiyle başlamaktadır. İşletme, pazarda yeni olduğundan henüz tanınmamaktadır. Satışların bu evrede az olduğu ve artış hızının da düşük olduğu görülmektedir. Bu seviyede genellikle maliyetler yüksektir; işletme genelde zarar etmektedir. Bu aşamanın temel amacı, işletmenin ürünlerini satın alma olasılığı olan en fazla kişiye ulaşarak işletmeyi ve ürünlerini ya da hizmetlerini tecrübe etmelerini sağlamaktır. Bu evrede geniş çaplı tanıtım ve promosyon tarzında barındırma eylemleri sayesinde müşteriler işletme hakkında bilinçlendirilmektedir (Mucuk, 2006, s. 128).

Gelişme evresi, giriş evresinde yapılan barındırma eylemlerinin sonuçlarının artık yavaş yavaş alınmaya başlandığı evredir. Bu evrede işletmeye olan ilgi artmaktadır. Yeni işletmenin piyasaya girmesiyle beraber, işletmeyi geliştiren firma kayıp yaşamaktan ziyade büyük oranda kazanç elde edecektir. Bu evrede işletmenin kazanç sağladığına tanık olan öteki işletmeler, işletmeyi taklit etmeye çalışabilir (Mucuk,

2006, s. 129). Gelişme evresindeki tutundurma eylemlerinin yapıcı olmasıyla işletmenin pazardaki değeri yükselmektedir. Müşterilerin ilgisi satışları arttırmaktadır. Bu dönemde tanıtım yöntemi olarak işletmenin reklamını yapmaktan ziyade, işletmenin diğer işletmelere kıyasla sahip olduğu avantajlara dikkat çekmek doğru bir strateji olabilir.

Büyüme ve Gelişme Aşamasında, başlama evresindeki belirsizlikler ortadan kalkmış ve işletme birçok alana yayılmıştır. İşin başarılı olması, işletmeye finansal açıdan güç sağlamaktadır. Finansal güç de işletmeye yine getiri olarak dönmektedir. Bu şekilde işletme kendi içinde işle etkileşimli olarak işin büyümesini ve gelişmesini sağlamaktadır. Satışlar, ürünlerin çeşitliliği, teknolojik gereksinimler ve personel sayısı artar. İşletmenin önceki işlevlerine ek olarak idare düzenine yani organizasyon, planlama, idare, geliştirme ve denetim işlevlerine ağırlık verilmektedir (Pazarcık, 2004, s. 39; Hatipoğlu, 2006, s. 30). Örgüt yapısı şekillenmektedir. Bu aşamanın en büyük sıkıntısı, işi kuran kişinin rol değişikliği gerçekleştirememesi ve kurumsal bir kimlik kazanamamasıdır. İşletme büyürken işlevlerine göre bölünmektedir; başlangıç evresinden oldukça farklı sorumluluklar oluşmaktadır. İşletme bundan sonra kurucu odaklı değildir ve pek çok vazife profesyonel kişilere bırakılmıştır (Hatipoğlu, 2006, s. 31).

İşletmenin giriş ve gelişme evresinin ardından olgunluk evresi gelecektir. Bu evrede büyüme oranı yavaşlayarak satış eğrisinde sabitleme görülmektedir. Pek çok işletme açısından bu evre, öteki evrelere oranla daha fazla sürebildiğinden, bu aşamada uygulanacak metot ve pazarlama faaliyetleri, işletmenin değerini ve kârlılığını olumlu şekilde etkileyecektir.

Olgunluk Evresinde, işletme artık tutarlılık kazanmış ve genişlemektedir. Fakat bu aşamada büyüme hızı gelişme ve büyüme aşamasındaki kadar hızlı değildir; büyüme gitgide azalmaktadır. İşletmelerde bu aşamanın en değerli belirtisi, işletmenin kurumsallaşması, yani işletmede uzman idarecilerin yükümlülük ve güç sahibi olmalarıdır. Bu aşamada artık işletme, işletme kendi adıyla anılmaya başlar, değerleri, inançları ve standartları imajına yansımıştır. İşletmeler ya yeni bir malla, ya yeni bir girişimle veya başka şehir ya da ülkelerde şubeler açarak kuruluş evresine ya da büyüme ve şekillenme evresine geri dönmektedirler. Eğer bu evrede farklı bir girişim, yeni bir açılım, yeni bir atılım yapılmamış, yeni bir motivasyon sağlanmamış, yeni bir sahada var olunmamış, var olan işin gerektirmiş olduğu genişleme ve büyüme yeterli

düzeyde sağlanamamışsa, firma var olan konumuyla kendini tekrar etmeye ve neticede düşüşe geçmeye başlamaktadır. Bunun yanında bu evrede kurucuların başarı sağlamış olmaları ve başarıyı sabitleme endişeleri de şirketin olgunluk aşamasında ilerleyememesine sebep olmaktadır (Hatipoğlu, 2006, s. 31-32).

İşletmenin hayat döngüsünün düşüş evresinde, sektörde varlığını sürdüremeyen işletmenin yerini diğer bir işletme alır. Sadık müşterilere sahip firmalar bu evrede hala kazanç elde edebilmektedirler. Bu firmalar, işletmede yapmış oldukları değişimle eski tüketicilerinin de desteğiyle var olan işletmenin düşüş evresini ve yeni işletmenin giriş evresini aynı zamana getirerek olası en kısa zamanı harcamaya çalışmaktadır (Dinçer ve Fidan, 2009, s. 187).

3.2 İşletmelerin Hayatta Kalma ve Ardından Büyüme Süreçleri

Büyüyen işletmelerin karşılaştıkları sorunlar pek çok kesim tarafından, ekonomik büyümenin ve toplumsal huzurun karşısında engel olarak görülmektedir. Bunun yanında, yeni girişim ve işletmelerin kapasitelerini geliştirmeleri ve büyümeleriyle beraber, atıl konumdaki işgücüne istihdam sağlayarak işsizliğin azalması için destek olacağı düşünülmektedir. Ülkemizdeki işletmelerin büyüme evresiyle alakalı yeterli düzeyde veri bulunmamaktadır.

Yeni bir işletme, ilk zamanlar sektöre girişini sağlayan iş düşüncesinden olgun bir işletme evresine gelene dek geçirdiği evrelerde çeşitli problemlerle karşılaşmaktadır. Başlangıç evresinde yeni düşünce, yeni aşamalar ve ürün ve öteki yenilikçi eylemler mevzu bahistir. Giriş sonrasındaki büyüme sürecindeyse, işletme üretim miktarını arttırdıkça yeni idare ve örgütsel yeteneklerini geliştirir. İşletmelerin sektöre girişleri sonrasındaki başarılarının anlaşılması önemlidir. İşletmelerin durağan konuma geçmesi ya da sektörden çekilmesi, diğerlerinin de sektörde kalması ve büyümesiyle biten tercihler iyi anlaşılmalıdır. Bu sebeple, yeni işletmelerin başlangıç ve büyüme evrelerinde etkili olan etmenlerin tanınması, politika hazırlama evresi için önemlidir. İşletmenin ayakta ve ardından büyümesi, yüksek kar imkanları kazanmasıyla teknik örgütsel ve teknik stratejilerin doğru şekilde uygulanmasıyla mümkün olmaktadır.

“Standart” (neoklasik) bakış açısı ile, bir sektördeki işletmelerin hepsi (U biçimindeki uzun zaman ortalama maliyet eğrisinin mevcudiyeti ve en fazla kar amacıyla) optimum maliyete karşılık şekilde (minimum ölçek) ulaşana dek ölçeklerini genişletmektedir.

İşletme bu ölçeğe vardığında, artık büyüemeyeceği düşünülmektedir. Bundan ötürü, işletmelerin ölçek dağılımları genelde küçük olacaktır ve dengesizlik gösterecektir. İşletmeler dengeyi kuran ölçeğe geldikçe, bu yayılma zamanla azalacaktır (Demirgil, 2008).

İşletmelerin ayakta kalmalarından sonra büyüme yaklaşımları, işletmeleri organizma şeklinde gören ve büyüme aşamalarını da organizmanınkine benzeten biyolojik ekonomiciler tarafından düzenli bir form yardımıyla ifade edilmektedir. Penrose (Penrose, 1955, s. 531) ise, çeşitlilik gösteren bu genişleme anlayışlarının kişinin güdülerini, motivasyonunu ve kişinin kararlarını umursamadığını ifade etmiş ve bu aşamada başka bir büyüme anlayışı tavsiye etmiştir. Bu alternatif anlayış, büyüme eğiliminin işletmenin doğasında var olduğunu, ancak buna rağmen genişlemenin kişinin güdeleri ile (işletme sahipleri tarafında kazanç sağlamak gibi) eyleme geçtiğini iddia etmektedir (Demirgil, 2008).

Penrose'un (1955) insan güdüsüne göre dinamik işletme fikri, gelişmenin eyleme dökülmesiyle meydana gelen içsel destekle ortaya çıktığını dile getirmektedir. Penrose'un işletmeye edindirdiği yeni kavramsallık anlayışı benimsenmiş ve kaynak tabanlı işletme anlayışına ('*Resource Based View*') temel olmuştur.

Penrose'a göre (1955), neoklasik kuramda bir işletmede belli bir malın üretiminde geçerli miktar ve fiyatları saptayan faktörler yansıtılmaktadır. Bu sebeple işletmenin öteki taraflarını da değerlendirmek olası değildir. Penrose'un işletme büyüme modelindeyse, sadece işletmenin çıktı ve fiyat eylemleri değil, bunun yanında işletmenin yönetsel/idari örgüt tarafları da incelenmektedir. Buna bağlı olarak, işletmenin sahip olduğu kaynaklar gerek genişlemeye teşvik etmekte gerek de genişleme kat sayısını ifade etmektedir. Bunun yanında, bu anlayışta eski deneyimler de önemlidir. İşletmenin sektör olanaklarıyla kendi kaynakları yardımıyla kazandığı verimli eylemler arasındaki bir etkileşim bulunmaktadır. Büyüme, işletme açısından önemli bir yere sahip olan bilginin birikimini kapsayan evrimsel bir aşamadır. Birtakım işletmeler büyürken problem ve karşılaşırken, birtakım işletmeler de ötekilere oranla bazı üstünlüklere sahip olacaktır ve çeşitli işletmelerin büyüme seviyeleri farklı biçimlerde oluşacaktır. Bütün başarılı işletmeler büyüme şansına sahipken bir işletmenin büyüme yönü ve oranı, verimli harcanmayan olanak ve kaynaklara göre değişmektedir.

Bunun yanında Penrose'un ifade ettiği bir başka olgu; ekonomideki boşluklardır. Bu boşluklar; makroekonomik büyüme, yenilik ve değişimlerden kaynaklı yeni büyüme olanaklarını tanımlamaktadır. Bunlar, büyüyen bir ekonomi sisteminde devamlı meydana gelen kazançlı büyüme olanaklarından yeterli şekilde yararlanılamaması sebebiyle oluşmaktadır. Boşluklar genelde yeni ve küçük işletmeler açısından önemlidir, çünkü küçük işletmelerin avantajsız konumda olmalarına karşın boşluklar onlara büyüme olanağı vermektedir. Ekonomide yenilik ve büyümeler bu tip geniş boşluklar yarattıkça, orta ve küçük ölçekli işletmelerin büyüme seviyeleri, büyük olan işletmelerin seviyelerinin üstünde olacaktır (Demirgil, 2008).

Bir sonraki bölümde, işletmelerin hayatta kalmalarını etkileyen faktörler ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

4. GİRİŞİMCİLERİN HAYATTA KALMA PERFORMANSINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Girişimcilikle ilgili literatür ve gelişmiş ülkelerdeki örnekler derinlemesine incelendiğinde, bu konuda farklı açılardan birçok faktörün girişimcilik faaliyetleri üzerinde etkili olduğu görülmektedir.

Girişimcilik çok boyutlu bir konu olarak ele alınmaktadır. Sadece ekonomik anlamda değil, aynı zamanda sosyo-politik ve kültürel boyutlara da sahip bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. (Saygın, 2016)

İnsan davranışları, pek çok faktörün etkisinde oluşmakta ve şekillenmektedir. Fiziksel ve biyolojik özellikleri, kişinin doğuştan gelen ve kişiliğinin oluşumunda etki eden faktörlerdir. Toplumun kişiye yüklediği ve öğrettiği davranışlar ile, kişinin psikolojisinden ve ruhsal yapısından kaynaklanan davranışlar kişiliğin şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır (Eroğlu, 2009, s. 201-202). Bu açıdan girişimci kişilerin kişilik oluşumlarında, doğuştan getirdikleri ve onları girişimci olmayan iten pek çok etken olduğu gibi, aynı zamanda dış faktörlerin de girişimci kişiliğin oluşmasında etkili olduğu araştırmalar sonucunda ortaya konulmuştur. Aile, toplum, eğitim ve ekonomik çevre, girişimcilik eğiliminin oluşmasında önemli faktörler olarak görülmektedir. Keza, bireysel yaklaşımın temsilcilerinden Hisrich ve Roberts (2002) da girişimciliğe etki eden faktörler arasında aile, eğitim, kişisel değerler, yaş, iş tecrübesi ve rol modellerini dikkate almıştır. Ayrıca, cinsiyet, kırsal ya da kentsel alanda yaşamış olmak gibi faktörlerin de girişimcilik eğilimi üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir. (İrmiş ve Barutçu, 2012)

Girişimcilik çok sayıda faktörün belli koşullarda bir araya gelmesiyle ortaya çıkan karmaşık bir sosyo-ekonomik olgudur. Bu faktörler, girişimcilik etkinliğini başlatan ve sürdüren girişimci birey, girişimci bireyin ortaya çıkmasına ve kişilik yapısının biçimlenmesine zemin hazırlayan ve girişimcilik olgusuna genel bir çerçeve sağlayan dışsal/çevresel koşullar, ekonomik koşullar, girişimcinin kişilik özellikleri ve sosyo-kültürel koşullardan oluşmaktadır.

Girişimcilik, genel olarak, bu faktörler grubunun kesişim alanında ortaya çıkmaktadır. Bir başka anlatımla, söz konusu faktörler grubunun uygun koşullarda bir araya gelmesiyle, girişimcilik olgusunu mümkün kılacak sosyo-kültürel zemin varolmaktadır. Çok boyutluluğundan dolayı, çok disiplinli bir özelliğē sahip olan girişimcilik, genel olarak sosyolojik perspektiften ele alınmakla birlikte, psikoloji, ekonomi, siyaset gibi alanlarla da bağılantılı olarak değēlendirilmektedir (İlhan, 2003).

Bütün bunlar dikkate alınarak, giriřimciliğē ve hayatta kalma sürecine etki eden faktörleri dört ana grup altında toplamak mümkündür: Çevresel faktörler, finansal faktörler, girişimcinin kişilik özelliklerine bağı faktörler, sosyo-kültürel faktörler.

4.1 Çevresel Faktörler

Çevresel anlayış, kişisel anlayışın girişimcilik adına vasfını değēli bulmakla birlikte, giriřimciliğē, bunların yanında, belli bir düzenin kiři üstündeki etkileri şeklinde kabul etmektedir. Çünkü çevre, doğası ve kendi formundan dolayı, girişimci etkinliklerle müşterek etkileşimdeyken, giriřimciliğē katkı sağlayabilir ya da önleyebilir. Sapienza, Bloodgood ve Carsrud'un da betimlediğē üzere, aile, ekonomik kaynaklar, öteki alt yapılar, lokal iletişim ve bazı devlet politikaları da girişimcilik eylemleri üstünde etkisi olan öğelerdir. Bunların yanında politika, finans, kültür ve öteki benzeri sosyal etkenler, girişimcinin eylemde bulunduğū çevrede riskler ya da olanaklar yaratabilir (Lee ve Peterson, 2000, s. 402-403).

Çevresel anlayışa dair yapılmış araştırmalarda en fazla dikkat edilen konu, kültür kavramı olmuştur (Aytaç, 2006, s. 153). Çünkü toplumdaki kültürün, idarecilerin, girişimcilerin, çalışanların hareket ve eylemleri üstünde kayda değē bir etkisi bulunmaktadır. Giriřimcilik ruhunun oluşması için kültürel dinamiğın büyük bir rolü mevcuttur; çünkü kiři, içerisinde yer aldığē toplumdaki kültürel öğelerin bir parçasıdır (Arıkan, 2004, s. 249). Kültürel yapının girişimcilik eylemlerine olan etkisi yalnızca iç öğeler bakımından incelenemez. Çünkü müşterilerin arzu ve talepleri, hükümet politikaları ve toplumsal kanunlar da kültürden etkilenen öğeler olarak, firmaların imalat, pazarlama, ekonomi vb. işlevlerinde, girişimcinin atılımında bulunma ve bundan ötürü risk alma eğilimlerinde etkili olmaktadır. Aynı biçimde politik sistemler ve mali düzenlerin de girişimcilik adına önemli etkileri bulunmaktadır. Ekonomik koşulların daha dengeli olduğū hallerde girişimci eylemlerinde yaratıcılık ve yenilik hususunda

daha atılgan olabilmektedir; girişimciler doğru stratejik hamlelerde bulunabilmektedir. Finansal krizler pek çok durumda girişimciler açısından risk oluşturabilir. Buna rağmen, girişimciler sahip oldukları beceriler yardımıyla bu riskleri fırsata dönüştürebilir. Hükümet politikaları ve finansal sistemin kapalı ya da dışa açık olması gibi değişen devlet politikaları da girişimcilik faaliyetleri üzerinde etkilidir. Bunların yanında hükümetlerin girişimciliği ve KOBİ'leri özendirici ve destekleyici yaptırımları girişimciliğin gelişimi açısından önemli görülmektedir.

4.1.1 AB ve Türkiye'nin girişimciliğe desteği

Avrupa Birliği (AB), girişimciliği destekleme politika ve programlarına önemli destekler sağlamaktadır. AB tarafından 25 Haziran 2008'de yürürlüğe sokulan Avrupa Küçük İşletmeler Yasası (*'Small Business Act-SBA'*), küçük ölçekli kurumların büyümesi için gereken politika çerçevesini içeren bir belgedir. Belgede bulunan 10 ilkeden biri, "aile kuruluşlarının ve girişimcilerin ödüllendirileceği ve zenginleşeceği bir iş ortamının oluşturulmasıdır".

Girişimcilik bilgi altyapısının genişlemesi ve girişimcilik eğitimiyle alakalı kuruluşların çoğalmasıyla girişimcilikte de artış görülmüştür. Girişimciliğin gelişimi adına, üniversitelerde lisanüstü programlarda seçmeli dersler verilerek girişimciliğin artırılması hedeflenmektedir. İlk zamanlar girişimcilik yan dal ve seçmeli ders şeklinde değerlendirilirken, artık bir anadal konumundadır.

Girişimci bir Avrupa yaratılması için girişimciliğin geliştirilmesi teşvik edilmesi, Avrupa Birliği'nin ana politikaları arasında yer almaktadır. Avrupa Birliği, bu politika dahilinde girişimcilik ile alakalı pek çok etkinlik gerçekleştirmektedir. Avrupa Birliği üyesi olan ülkelerin girişimcilik potansiyelinin değerlendirilmesi hedeflenmektedir.

Çizelge 4.1, Avrupa Birliği'nin KOBİ ve girişimcilik konusundaki politika alanlarını ve destek sistemlerini göstermektedir. AB 2020 Girişimcilik Eylem Planı, Avrupa'da girişimcilik kapasitesini meydana çıkarmaya, engelleri bertaraf etmeye ve girişimciliği faal hale getirmeyi hedeflemektedir. Yeni girişimlerin oluşumuna destek vermek ve girişimcilerin büyüyerek gelişimine olanak sağlayacak bir ortam oluşturmak adına üç acil müdahale sahası saptanmıştır:

1. Yeni kurumların oluşumu ve kurumların büyümesini sağlamak adına girişimcilik eğitimi verilmesi;

2. Girişimcilerin gelişip büyüyebileceği ortam şartlarının hazırlanması; yapısal engellerin bertaraf edilmesi ve girişimcilerin girişimcilik evrelerinin her aşamasında desteklenmesi;

3. Girişimcilik kültürünün geliştirilmesi.

Çizelge 4.1 : Avrupa Birliği, KOBİ ve girişimcilik politika alanları (Aytaç, 2006)

Politika alanı	Politika kapsamı	Desteklenme kategorileri
Yeni kurulan, faaliyette bulunan, büyüyen işletmeler için iş ortamının geliştirilmesi	İkinci şans verilmesi	Tematik fonlar
	Kamusalımlarına erişim	(2007-2013)
	Muhasebe sistemleri	Hayat +
	Düzenleyici çerçeve ve idari yükler	(Çevre, enerji ve ulaşım)
	İşletme devri	Rekabet
	Vergi	edebilirlik ve yenilikçilik
	Çalışanların şirkete ortak olması	çerçeve programı (CIP)
Girişimciliğin desteklenmesi	Avrupa işletmesi tanımı	
	Mikro işletmeler ve esnaf-sanatkârlar	
	Girişimcilik eğitimi	
	Görsel-işitsel medya girişimciliği	
	Genç girişimciler için Erasmus	
	Girişimcilik için vido ödülleri	
	Avrupa KOBİ haftası	
	Aile işletmeleri	
	Göçmen/azınlık girişimciler	
	Sosyal ekonomi	
Pazarlara erişim	Kadın girişimciliği	
	Avrupa işletmeler Ağı (Enterprise Europe Network-EEN)	
	Uluslararası faaliyetlerin teşviki	
	Standardizasyon	
	Avrupa iş portalı	
İyi uygulama örnekleri	Avrupa girişimciliği teşvik ödülleri	
	İyi uygulama veritabanı	
	Avrupa küçük işletmeler şartı	
	Girişimci bölgeler programı (European Entrepreneurial Regions-EER)	

Yunanistan'daki Sivitanidios Teknik Okulu örneğinde olduğu gibi, öğrencilere teorik derslerin yanında online eğitimler aracılığıyla teorik dersler pratiğe de dökülmektedir. Bu uygulamanın neticelerinin olumlu olduğu gözlenmiştir. Bu sebeple bu tip teknik okulların çoğaltılması hedeflenmektedir. Bu okullarda girişimcilik derslerine iş planı oluşturma ve girişimcilik teorileri ile alakalı dersler konmuş ve böylece öğrencilerin uygulama için hazır olmaları sağlanmıştır. Yunanistan'da bilhassa öğrencilere girişimcilik hakkında rehberlik edecek girişimcilik eğitimi verebilen kurumlar oluşturulmuştur. Bu şubeler vesilesiyle girişimcilerin iş plânlarına ve iş kurmak isteyenlere destek olunmakta, bunların haricinde kurumların marka patenti almaları için rehberlik hizmetleri verilmektedir. İrlanda'da bilhassa gelişim potansiyeli olan taze kurumların geliştirilmesi adına uygulamalar gerçekleştirilmekte, girişimci miktarını arttırmak için teşvik paketleri geliştirilmektedir (Campus Company Programme, 2016).

İrlanda'daki girişimcilik çalışmaları çevresel kalkınma planının bir bölümü olarak görülmektedir. İrlanda'da bilhassa üniversite mezunlarının iş kurabilmeleri için destek paketleri oluşturulmuştur. Bu destek paketleri bir seneye sınırlıdır. Öğretim üyelerine, yaptıkları çalışmaları ticarileştirmeleri için destek sağlanmaktadır. İrlanda yeni bir iş kurulabilmesi bakımından ikinci sırada bulunmaktadır. Öğretim ve eğitim faaliyetleri açısından da üçüncü sıradadır.

İngiltere'deyse girişimcilik adına pek çok destek ve eğitim sistemi oluşturulmuştur. Düzenleyici Reform Yasası ve Düzenleyici Reform Eylem Planı adlı düzenlemenin temel hedefi, gelişme potansiyeline sahip küçük işletmelerde çevresel risk sermayesi fonlarının kullanılmasıdır. Kredi temininde zorluk yaşayan işletmeler Kredi Garanti Fonu aracılığıyla kredi alabilmektedirler. Bilhassa kolejler ve üniversitelerde girişimcilik eğitimleri vermeye başlanılmış ve burada eğitim alan girişimciler için destek paketleri oluşturulmuştur. Uluslararası yatırımlar yapma arzusunda olan işletmeleri ve girişimcileri teşvik etmek için Hükümet Destekli Ulusal İş Ağı oluşturulmuştur.

Finlandiya'da girişimcilik eğitime oldukça önem vermektedir. Bu sebeple lise ve üniversite müfredatına girişimcilik dersleri eklenilmiştir.

Almanya'da girişimcilik eğitimi adına pek çok eğitim çalışması oluşturulmuştur. Bunlardan biri Federal Eğitim ve Araştırma Bakanlığı tarafından düzenlenmiştir.

EXIST Programme adlı program kapsamında teknik okullar, üniversiteler ve iş dünyası arasındaki çevresel ortaklıklar geliştirilmesi hedeflenmektedir. Bu tür programlarla eğitim kuruluşları arasında girişimci bir mantalite oluşturulması amaçlanmaktadır.

Hollanda’da girişimciliğe dair pek çok çalışma yürütülmüştür. Bu çalışmaları devlet kurumları, firma sahipleri ve bakanlıklar desteklemektedir.

Türkiye’de ise girişimcilerin teşvik edilmesi adına Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) ‘Yeni Girişimci Desteği’ kurulmuştur. Bu teşvik yardımıyla bireyler girişimciliğe özendirilmektedir. Bu teşvik sistemiyle KOSGEB Yeni Girişimci Desteği geniş bir kitleye erişmektedir. Bu teşvik dahilinde girişim sermayesi ve ön ödeme bulunmaması büyük bir eksiklik olarak algılanmaktadır. Ödemelerin hak ediş biçimine göre yapılması da bir başka olumsuzluk olarak görülmektedir. KOSGEB teşviğinden genelde hizmet ve yeme içme sektöründe faaliyet gösteren küçük ölçekli kurumların yararlandığı gözlenmiştir. KOSGEB Yeni Girişimci Destek Programının ihracatın artması adına faydalı olmadığı gözlenmiştir (İlhan, 2003, s. 23).

Türkiye’de devlet desteklerinin yetersizliğinin girişimciliğin önünde duran en büyük engeller olduğu düşünülmektedir. Enerji, ulaşım, kredi, diğer altyapı hizmetleri vb. sahalarda finansal ve politik tutarlılığın sağlanamaması girişimcilik faaliyetlerine sekte vurmaktadır. Belirsizlik düzeyinin yüksek olması, girişimcilik bakımından olumsuz bir faktördür. Türkiye’ye dair politik ve finansal belirsizliklerden dolayı oluşan ortam, bir taraftan var olan girişimcilere olumsuz şekilde etki ederken, diğer taraftan yeni girişimcilerin oluşmasını önlemektedir. Belirsizliğin hakimiyet kurduğu değişken piyasa, ilk olarak, girişimci planlarını kendi değişken şartlarına uydurmak zorundadır. Bilhassa, girişimcilerin bu şartlara göre pozisyon almaları, piyasanın sunmuş olduğu olanaklara göre hareket ederek, rant ekonomisi gibi daha kazançlı ve rahat tercihleri seçmeleri, daha evvel ürettikleri ettikleri mal ve hizmetleri üretmekten vazgeçmelerine veya üretim miktarını düşürerek pazar paylarını küçültmelerine, hatta kimi zamanlar girişimcilikten tamamen vazgeçmelerine sebep olmaktadır. Bundan dolayı, girişimcilerde kolay gelir elde ve geçicilik temellerine dayanan iş yapma davranışı güçlenerek kurumsallaşmaya ve profesyonelleşmeye engel olmaktadır. Girişimcilerin, planlarında olumsuz pazar şartlarını temel almaları, geleceğe yönelik perspektiflerinin de bu zeminde şekillenmesine ve gelecek taleplerinin zayıflayarak,

ümitsizliklerin çoğalmasına neden olmaktadır. Bu da risk olarak uzun dönemli yatırımlara yönelmelerine engel olmaktadır. Ülke ekonomisi istikrarlı bir zemin üstünde değilse, girişimcinin perspektifinin olumlu biçimde değişmeyeceği öngörülmektedir (İlhan, 2003).

4.1.2 Hukuksal ve bürokratik faktörler

Bir kesimin finansal bakımdan gelişim göstermesi için, hukuksal koşulların sağlanması gerekmektedir. Gelişen dünyanın gereksinimlerine paralel biçimde değişen teknolojilere uyum sağlanması, bir seçim olmaktan çok mecburiyettir. Bir projenin/fikrin uygulamaya konulmasından evvel hukuka uygunluğunun denetlenmesi gibi yatırımcı ve girişimcinin hukuki anlamda rehberlik alması, sorun/problem oluştuğunda değil, oluşmadan evvel yani sorunun oluşmaması için eylemin başında rehberlik hizmetleri sağlanması gereklidir (Aykan, 2017, s. 196).

Girişimciliğin güçlü bir mali ve yasal zemine erişmesi ve kurumsallaşması bakımından idari çalışmalar ve kararlar belirleyici niteliktedir. Yasal sistemin verimli ve güçlü olması, adli sistemin doğru ve hızlı yürümesi, iş yaşamındaki çatışmaların kısa zamanda ve adil şekilde çözülmesi, çözüme iş yaşamının sağlıklı biçimde sürmesini, bu şekilde girişimci faaliyetlerinin güvence veren ve sağlam bir yasal temin üzerinde ilerlemesini mümkün kılmaktadır. Araştırmalar, verimli adli sistemin ve hükümet idaresinin ülkelerin finansal büyümesini olumlu biçimde etkilediğini göstermektedir (Karakayalı ve Yanıkkaya, 2002, s. 339).

Türkiye’de uluslararası sektörde rekabet gücünü artırmak için gitgide önemli olan teknoloji ve ürün geliştirilmesine dair araştırma ve geliştirme çalışmalarını ve melek yatırımcılıkla ilgili çabaları desteklemek için pek çok düzenleme yapılmıştır. Bu düzenlemeler tatminkâr seviyede olmamakla birlikte, son zamanlarda genç girişimcilere yönelik teşvik sistemleri geliştirilmektedir. KOSGEB desteği 50 Bin TL, Tekno Girişim Desteği 100 Bin TL, Genç Girişimcilere Vergi Muafiyeti gibi düzenlemeler bunlar arasındadır.

Devletlerin uyguladıkları vergi politikaları da, girişimcilerin karşısına çıkan bir diğer iş hayatı gerçeğidir. Girişimciler adına oluşturulan, Gelir Vergisi Kanunu’nun Mükerrer 20. Maddesi’nde de bahsedilen gelir vergisinden hariç olma hali kısa sürelidir. Gerçekte girişimin devam ettirilebilir olma evresinde, vergilerin gelirle orantılı olmaması, yüksek seviyede olması, bazen rutin dışı şeklinde yaptırılması

girişimcileri büyük mali problemlerle yüzyüze bırakmaktadır. Temin edilen krediler ve bilhassa devlet tarafından oluşturulan desteklerle öteki fırsatlar, girişimcilerin bu problemleri atlatmalarını sağlayacak etkenler olarak tanımlanmaktadır (İlhan, 2003).

Girişimcilik yasasının bir bölümüne baktığımız zaman, buların teknoloji geliştirme bölgeleri yasası, araştırma ve geliştirme eylemlerinin desteklenmesi hakkında yasa, melek yatırımcılık yönetmeliği ‘bireysel katılım sermayesi yönetmeliği’ (*business angel, angel investor*), yatırımlarda devlet destekleri hakkında tebliğ 2006-3, yatırımlarda devlet yardımları hakkında karar gibi pek çok temel yasayla beraber tüzük, tebliğ, bakanlar kurulu kararları yer almaktadır, Borsa İstanbul Girişimcilere Özel Pazar olarak incelenmektedir.

4.1.3 Sektörel yapı ve iç pazar dinamikleri

Türkiye’deki inşaat sektörünün en temel niteliği, tasarruf/sermaye yetersizliği ve inşaat sektörünün ekonomik piyasalar tarafınca tatminkâr seviyede alaka görmemesidir. Finansal büyüme stratejisi olarak ülkemizde emek-yoğun bir sektör olan konut sektörü merkezli bir büyüme planının devam ettirilmesi, gelişmenin emek imalatındaki artışa bağılı olduğu müddetçe, bu büyüme çalışmaların hızına göre şekillenecektir. Ülkemizdeki inşaat sektörü güvencesiz ve ucuz işgücüne dayanmaktadır. Bilhassa 2008 ekonomik krizinin ardından azalan mesaiye bağılı üretkenlik yitimine rağmen ülkemizde emek üretkenliği birçok OECD ülkesinin üzerinde gözlenmektedir (Altıok ve Tuncer, 2011, s. 5).

Finansal büyümeyi hesaplamak için iki ana metot kullanılmaktadır. İlk metot, üretim faktörlerinin miktarındaki artışın büyüme biçiminde ifade edilmesidir. Öteki yöntemse üretkenlikteki artışı baz alır ve faktör üretkenliğinin artışını büyüme şeklinde değerlendirir. Bu anlayışa göre mühim olan kullanılan girdi miktarı değil, oluşturulan katma değerdir. Verimli faktör kullanmanın haricinde faktör üretkenliğini yüksek pazarlara yönlendirmek, büyümenin uzun vadeli ve devam ettirilebilir olmasını sağlamaktadır (Altıok ve Tuncer, 2011, s. 5). Faktörler içerisinde üretkenlik bakımından incelendiğinde emek üretkenliği yüksek olan sektörlerin büyüme ivmesinin ve finansal büyümeye etkisinin daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Emek üretkenliği, gerek direk teknolojiadaki gelişmeler gerek de bu gelişmelerin imkan sağladığı ilave anapara birikimi neticesinde artmakta, özelde emek üretkenliğiyle üretilen verinin çalışılan

zaman ya da personel miktarına kıyaslanmasıyla ölçülmektedir. Emek üretkenliği yüksek pazarlara dair yatırımlar ile oluşturulan anapara birikim evreleri büyüme stratejileri arasında önemlidir. Sürdürülebilir büyüme anapara birikim aşamalarında oluşturulacak ekle gerçekleşmekteyse, faktör talebindeki artış, teknolojinin gelişmesi ve talep miktarındaki artışla desteklenmektedir (Altıok ve Tuncer, 2011). İnşaat sektörü teknolojik değişime açık formuyla, emek etkinliği yüksek olan bir pazar mıdır? Yoksa uygulanan etken miktarından dolayı faktör gelirleri yüksek bir pazar mıdır? Bu suallerin cevabı inşaat temelli birikim stratejisinin finansal büyümeye adına desteği olup olmadığını anlamak açısından epeyce değerlidir (Altıok ve Tuncer, 2011).

Türkiye’de inşaat sektöründe emek verimliliğini hesaplamak için inşaat sektöründe harcanan saat ve çalışma endeksini değerlendirildiğinde, 2008 krizi evvelinde ülkemizde inşaat sektörünün çalışma seviyesinde bir artış görülmektedir. 2008 krizinden sonra çalışmada azalmalar yaşanmıştır. Konut sektöründe hızlı gelişmelerin görüldüğü, mortgage piyasasının kurulduğu, TOKİ’nin yetkilerinin çoğaltıldığı 2010-2016 aralığında inşaat piyasasında istihdamda %15.1’lik azalma, mesai oranında %22’lik düşüş görülmüş, brüt-maaş oranındaysa %10’luk yükselme gözlenmiştir. Brüt-maaş oranı bakımından bilgiler incelendiğinde, 2005-2010 aralığında endekste 2009 senesinde görülen kırılma haricinde artış görülmektedir. 2010-2012 aralığında bu eğilim hızlanarak ve 2012’de zirveye erişmiştir. 2013-2016 senelerinde brüt-maaş oranı tekrardan yükselme göstermekle beraber 2012 senesindeki artışın epey altında seyretmiştir (TMB, 2011, s. 16-17).

4.1.4 Girişimcilik eğitimi ve girişimcinin yetkin eğitim altyapısı

Eğitim, girişimcilik adına oldukça değerlidir; girişimciliğin oluşmasında en önemli faktörler arasındadır. Eğitime girişimciliğin ilk basamağı şeklinde bakılmaktadır. Girişimciliğin öteki basamaklarında karşılaşılan sorunların çözülmesinde de eğitimin önemli bir payı vardır.

Girişimciliğe verilen önemdeki artış ve ekonominin bir dalı şeklinde değerlendirilmesi girişimciliğe dair araştırmaların çoğalmasına vesile olmuştur. Bu araştırmaların içeriği girişimcilik eğitimi üzerinedir. Girişimcilik eğitimi adına yapılan pek çok araştırma, girişimcilik yeteneklerinin doğuştan mı geldiği, yoksa sonrasında mı kazanıldığı sorusu ile yakında ilgilenmiştir. Bu hususta çeşitli perspektifler de bulunmaktadır (Özdemir, 2016, s. 3).

İnsan, doğarken birtakım yeteneklere sahip olsa da, girişimcilik özellikleri sonradan da oluşabilir. Girişimcilik ve eğitimin beraber değerlendirilmesiyle, doğuştan gelen girişimcilik becerilerinin ortaya çıkartılması ve sonrasında geliştirilmesi mümkündür (Yıldırım, 2008, s. 83).

“Girişimcilik eğitimi; bütün eğitim etkinlikleri ve eğitim dizisi eylemleri gösteren katılımcılar geliştirmek veya buna etki eden birtakım öğeleri (örnek olarak girişimci etkinliklerin istekliliği, fizibilite ve girişimcilik bilgisi gibi) geliştirmeye çalışma eğitiminin bütünüdür” (Guzman ve Linan, 2005).

Girişimci potansiyeli bulunan bireylerin gelişimlerine katkı sağlayan ve girişimcilik adına bilinçlerinin artmasına yardımcı olan temel öge ‘girişimcilik eğitimi’dir. Girişimcilik eğitimi bireylerde var olan girişimcilik yetisinin fark edilerek hayata geçirilmesini sağlamaktadır (Günay, 2016, s. 26).

Girişimcilik üzerine yapılmış araştırmalarda girişimcilik eğitimi almış bireylerin yeni bir iş kurarken girişimcilik eğitimi almayanlara oranla üç kat daha hevesli oldukları gözlemlenmiştir. Araştırmalar neticesinde de girişimcilik eğitimi almış kişilerin %27 oranında daha çok kazanç elde ettikleri ifade edilmiştir. Girişimcilik eğitimi almış kişilerin işletmelerinin mali durumlarının, eğitim almamış olanlara oranla kayda değer ölçüde daha iyi olduğu tespit edilmiştir (Seyfullahoğulları, 2011, s. 155).

Girişimcilik eğitiminin temelde iki hedefi bulunmaktadır. İlk olarak girişimcilik bilinci oluşturarak, bireylerde mevcut olan girişimcilik niteliklerini ve yetilerini ortaya çıkarmak; ötekiyse girişimcilik adına bir düşünceye sahip ve bu düşüncesini iş haline getirmek isteyen bireylere fikirlerini uygulamaya koyma yolunda rehberlik etmektir (Karadal, 2014, s. 17).

Girişimcilik literatüründe eğitim konusunda pek çok araştırma mevcuttur. Bu araştırmalardan biri üniversite öğrencilerinin girişimcilik niteliklerini ve yeteneklerini tespit etmek amaçlı yapılmış bir araştırmadır. Araştırma sonuçlarına göre; öğrencilerin büyük bir kısmı girişimcilik eğitimi almış olsalar dahi yeni kurulan bir işe girmeyi, kendi işleriyle meşgul olmayı ve mezun olduklarında da girişimcilik ile uğraşmayı düşünmediklerini ifade etmişlerdir (Karabulut, 2009, s. 331-332).

Girişimcilik eğitimi; bireylerin girişimcilik yönünü olumlu biçimde etkilemektedir. Araştırmalar, girişimcilik eğitimi alan kişilerin işlerini daha kolay kurabildiklerini göstermektedir (Balaban ve Özdemir, 2008, s. 140-145).

4.1.5 Girişimcilik kültürü

‘Girişimcilik kültürü’ teriminden bahsetmeden evvel, girişimcilerin de birey oldukları gerçeğinden yola çıkarak birtakım karakter özelliklerine değinmek gerekmektedir. İnsan karmaşık bir canlıdır. Becerileri ve alakaları zaman içerisinde değışebilir. Bunların yanında insanların eğitim ve deneyim gibi ortak nitelikleri de bulunabilir. Bu nitelikler kişinin eylemlerini ve çevresiyle ne ölçüde uyum sağlayacağını belirlemektedir. İnsanın etrafıyla uyumlu olmasındaki en mühim öğe beynidir. Kişinin akıl ve bedeninin çok yönlü olması bir araya gelerek etrafına tepkiler vermesini sağlar (şimşek vd., 2003, s. 37).

Bugüne dek yapılmış araştırmalar hislerin kişinin eylemlerinde ve dolayısıyla örgüt formunda da kayda değeri etkilerinin bulunduğunu göstermiştir. İnsanın karmaşıklığı da örgüt açısından etkili olmaktadır. İnsanda yer alan hisler üç temel yapı taşından oluşmaktadır: sr, kişilik ve cinsiyet. Benlik kompleksiye başarılı olan girişimcilerde bulunmaktadır (şimşek vd., 2003, s. 37).

Bugünün işletmeleri, bir taraftan kişinin gereksinimlerini karşılarken, bir taraftan da kazanabileceği en yüksek krı elde etmek için uğraşmaktadır. Hem hizmet verilen toplumun gelişmesi ve büyümesi, hem de kurumun krından hisse alan kesimin çoğalması örgütleri genişletmiştir. Böyle olunca girişimciler de çalışanın hareketlerini bir takım temellere dayandırmayı seçerler. Çalışanın hareketlerinin bilinmesiye toplum kültürünü bilmeyi mecbur kılmaktadır. Çünkü toplumdaki insanların üstündeki en önemli ve en büyük faktör kültürdür. Bundan dolayı girişimci çalışma biçimini toplumsal kültüre uygun olarak biçimlendirme ihtiyaı duymaktadır. Toplumda yer alan girişimciyi toplumun yasaları ve teknik düzeyi de etkilemektedir. Bunların ışığında girişimciye göre kültür kavramı; işletmenin kurulma hedefini, etkinliklerini, kişiler arası bağları, değeri ve inançları içerir (şimşek vd., 2003, s. 38). Çevresel şartlar, bireylerin değeri ve yerleşik hale gelmesinde önemli yere sahiptirler (Emre, 2007, s. 87).

Girişimcilerin kültürlerinde etkili olan çevresel şartların başında ilk olarak yakın çevresi yer almaktadır. Girişimciler kendi çevreleriyle bütünleşik durumdadır. Girişimcilerin lokal çevresi çalışanlar, paydaşlar, müşteriler ve yöneticiler ve ortaklardan meydana gelmektedir. Günümüzdeki girişimcilerin kltrlarına yalnızca lokal veya ulusal evre koşulları etkili olmamaktadır. Bunların yanında girişimci

uluslararası kadrolar, uluslararası kurumlar, uluslararası hukuk yürürlüğü ve diğer ülkelerden meydana gelen bir uluslararası çevre de bulunmaktadır. Girişimcilik kavramının ana hedefi kazanç sağlamakla olmakla birlikte, girişimcilik kavramı kendi içerisinde yinelenmekte olan bir kavramdır. Bundan dolayı kârın devamlı olması için girişimcinin bazı sorulara yanıt araması gerekir. Sorular şu şekilde örneklendirilebilir; “Nasıl bir işte çalışmalıyım?”, “Nasıl bir kurum kurmalıyım?”, “Kurumun amacı ne olmalı?”, “Hedeflerime ulaşmak için ne çeşit yöntemler saptamalıyım?”, “Kullanacağım politikalar, hedefler ve politikalar ne olmalıdır?”. Çeşitli temel imalat etkenlerinden biri olan sermaye, girişimcilik kültürü bakımından en son öneme sahip olan kavramdır. Çünkü girişimcilik kavramının ana etkenlerinden olan hayal ve vizyon gibi etkenler kimi zaman sermayeden daha önemli olabilmektedir. Girişimcilerin devamlı şekilde gelişen dünya görüşüne sahip olmaları; hayal ve vizyonun ne kadar önemli olduğunu da göstermektedir. Başarılı bir girişimci emeğinin karşılığı olarak psikolojik ve sosyal doyum yaşamaktadır. Bu doyuma erişmek için de bir takım tehlikelere maruz kalır, hatta bu tehlikeler onun psikolojik ve sosyal mevkisini kaybetmesine neden olabilecek biçimlerde olabilmektedir. Girişimci çok sayıda riskle karşı karşıya kalabilir: işin başarılı olup olmama riski; bir değer elde edip edememe tehlikesi; sektörde benimsenip benimsenmeme riski; makul bir ücretten satılıp satılmama riski vb. Bu riskleri almak ve bu riskleri alırken belli neticelere erişmeyi amaçlamak girişimcilik kültürünün gereklerindedir. Girişimcilik kültüründe etkili olan öğelerden bir tanesi de macera hissidir. Macera hissi başarılı bütün girişimcilerde bulunan bir histir. Girişimcilerin iç dünyalarında; devamlı şekilde yeni şeyleri tecrübe etme dürtüsü bulunmaktadır. Macera hissini girişimcilik bakımından tanımladığı ifadeyse gözleri kapalı şekilde bir maceraya girişmek ve bundan kazanç sağlamak değil; başarı adına atılmak ve dilediği macerayı satın alacak paraya sahip olmaktır. Girişimcilik kültürünün ana öğelerinden olan risk almanın haricinde cesaret kavramının da başarı üstünde mühim etkileri bulunmaktadır. Kahramanlık, cesaret ve risk alma nitelikleri, başarılı olma isteği ile beraber gelmektedir (Şimşek vd., 2003, s. 40-41).

Girişimciliğin kültürel boyut açısından anlamlı olması; girişimcinin içerisinde yer aldığı toplumda ticarete, yöneticiliğe ve bağımsız çalışmaya verilen değer ve önemle alakalıdır. Bu anlamda bireye yanlış yapma özgürlüğü sunma ve yanlışlarından ders çıkarma olanağı sunma, bireyin kendi kararlarını vermesine özendirme ve sorumluluk

alma, bireye yükümlülük ve yetki verme; azim, dürüstlük, hırs ve çalışkanlık gibi kişilik öğeleri de girişimcilik kültürüne olumlu biçimde etki etmektedir (Emre, 2007, s. 89-90).

Girişimcilik kültürü, girişimci için yeni bir konum sunan, yaptıklarını ödemeyi kabul eden, diğerlerinin kendisi için istihdam sağlamasını beklemekten ziyade onlar istihdam sağlayan yeni bir kuşağın yetişmesine katkı sağlayacak bir kültür şeklinde görülmektedir (Güney, 2008, s. 211).

Kısaca, girişimcilik kültürü, toplumsal ve kişisel yaşamın müşterek etkileşiminden yola çıkarak edinilen ve sosyal biçimde geçiş yapan değerlerin hepsini içerir. Bundan dolayı girişimcilik kültürü, bir ülkede ya da bölgede girişimciliğin gelişerek yayılmasında değerli bir göreve sahiptir.

4.2 Finansal Faktörler

Girişimler sonuçta birer ticari kuruluşlardır. Bu faaliyetlerini sürdürebilmeleri için gelirlerini her zaman giderlerinin üstünde tutup, finansal gelişimlerini sağlamaları gerekmektedir. Aksi durumda başarılı bir kurum yapısı kurgulanamamaktadır. Kazanç sağlamayan faaliyetlerini karlılıkla sonlandırmayan bir girişim, uzun soluklu olarak işletme çalışmalarını sürdürememektedir. Finansal faktörler bu anlamda, her girişimcinin hayatta kalma mücadelesinde üzerinde çabalaması gereken kritik bir öneme sahip olmaktadır.

4.2.1 Girişimcinin finansal sermayesi

Girişim sermayesi kavramı, farklı kaynaklarda ‘atılım sermayesi (venture capital)’, ‘risk sermayesi (risk capital)’ ve ‘cesarete dayalı sermaye (capital based on cesare)’ gibi isimlerle anılmaktadır. Girişim sermayesi, mevcut konumda verimli olmayan bir yatırımın gelecek zamanlarda verimli duruma getirmek üzere gerçekleştirilecek bir eylem olarak tanımlanabilir (Ark, 2002, s. 1; Ceylan ve Korkmaz, 2010, s. 156; Brealey, Myers, Marcus, 2001, s. 395). Girişim sermayesi, gerçek anlamıyla yaratıcı, dinamik, ancak mali olarak yeterli gücü bulunmayan girişimcilerin yatırım işlemlerini gerçekleştirmelerinde onlara destek veren bir yatırım desteğidir.

Yeni bir iş kurmak ya da yeni bir iş düşüncesini gerçekleştirmek için paraya gereksinim vardır. Borçlanarak işletme kurulması halinde, gelecekte daha büyük

retimler için daha çok sermaye gereklidir. Tüm bu sebeplerden ötürü, kazanılacak gelirin bir bölümünden fedakarlık edilerek tanınmayan bir işletmeyi desteklemeye istekli bir yatırımcı bulunması gerekecektir. Yeni işletmelere anapara girişim sermayesi biçiminde ifade edilmektedir.

Girişim sermayesi, girişimcilerin orijinal ve yeni düşüncelerine katkı sağlamak, küçük firmalara kurulu evresinden itibaren imalat tutundurma, büyüme ve gelişme evrelerinde öz sermaye desteği ya da sadece yönetime katkı sağlamak için yapılan bir parasal destek olarak kabul edilebilir. Girişim sermayesi, firmaların oluşum evreleri bakımından değerlendirildiğinde, bilhassa başlangıç aşamasındaki firmalar için epeyce değerli bir kaynak temin vasıtasıdır (İeri, 2001, s. 11).

Türkiye'nin de içinde yer aldığı gelişmekte olan ülkelerde ve gelimi ülkelerde karşılaşılan en mühim finansal problemlerden bir tanesi, malı yatırımlar için ihtiyaç duyulan kaynakların sağlanması ve bu kaynakları uygun vakitte, doğru yerlere aktarımıdır. Teknolojik gelişmelerin diğer ülkelere nazaran yavaş olduğu, yeni fikir ve düşüncelerin gerçekleştirmek için sorunlar görülen ekonomilerde, geniş seviyede rekabeti özendiren, bunun neticesinde de finansal kalkınmaya ve üretime yardımcı olan bir öğe şeklinde, girişim sermayesi karşımıza çıkmaktadır (Kuğu, 2004, s. 142).

Girişim sermayesine gereksinim duyulmasına neden olan faktörlerin başında, KOBİ'lerin malı kaynak temin etmek için başvurdukları bankalar ve öteki finansal sağlayıcı kurumların bu anlamda kurumlara ve girişimcilere arzu edilen seviyede ya da talep edilen şartlarda fon temin edememesi gelmektedir. Bunun yanında, büyük kurumlar tarafınca rahatça kaynak sağlanan araştırma ve geliştirme etkinlikleri fonu, KOBİ'ler için önemli bir problem oluştururken, yeni imalat yöntemleri geliştirmek neredeyse olanaksız duruma gelmektedir. Tam olarak bu sebeplerin neticesi olarak girişim sermayesi modeli, gereksinim hissedilen bir para desteği şeklinde seçenek haline gelmektedir (Akkaya ve İçerli, 2001, s. 64; Toroslu, 2000, s. 1).

Girişim sermayesi, özünde bir ortaklığı barındırmaktadır. Bahsedilen hissedarlığın bir yönünde girişimciler yer almaktadır. Girişimciler, teknolojik gelişmeleri gözleyerek, bu gelişmeleri kullanılabilir teknolojilere çevirmek için satın alınabilir ürünler üretmeye hevesli kişiler şeklinde modelde yer almaktadırlar. Modelde bulunan hissedarlığın öteki tarafındaysa, bahsedilen girişimcilerin yaratıcı ve dinamik düşüncelerini inceleyerek kullanılabilir ve başarılı yatırımlara dnebileceğini

düşünen ve bu nedenle onlara finansal destek sağlayan girişim sermayedarları bulunmaktadır.

Sermayesiyle ilintili olarak girişim sermayesi yatırımı kavramı, halka sunulmamış girişimlere para desteği harici know-how katkısıyla birlikte direkt öz sermaye şeklinde transfer edilmesini amaçlayan ya da fonların doğru bir biçimde tanımlanan bir nakde çevrilme yöntemiyle özel girişimlere aktarılmasını sağlayan uzman bir yatırım biçimi şeklinde ifade edilebilir (Akkaya ve İçerli, 2001, s. 64; Bulut, 2008, s. 275).

Girişim sermayesi anlatılırken önemiyle alakalı olarak uzun dönemde düşünülen, beş ile on sene içerisindeki zamanlarda geri dönüş beklenen, yüksek kazanç seviyesine sahip, genç, enerjik olan projelere yatırım yapılan, hızlı bir oluşum düşünülen, girişim sermayesi bakımından da girişimci bakımından da bir öz sermaye yatırımı olan, sadece sermayeyle kalmadan bunun haricinde yönetim deneyimlerinin ve çevresel olanakların da girişimin gelişimi için kullanıldığı, profesyonel kişilerden meydana gelen bir form biçiminde ifade edilebilir (Ark, 2002, s. 6). Girişim sermayesi, başka bir tanımla risk sermayesi, yüksek kazanç beklenen fakat bunun yanında risk faktörüne sahip bir sermaye biçiminde tanımlanabilir.

Risk sermayesi yatırımında geçen risk, yeni bir ürünün var edilmesi ve pazarda tutundurulması tehlikesidir. Yüksek risk etkeninin, yüksek kazanç sağlayacağı düşüncesi ve de riskin başarılı olması durumunda elde edilen kazancın veya yapılan satışların büyük olmasının, girişim sermayesi işletmeleriyle yapılan ortaklıkların etkinliklerin artmasına vesile olacağı düşünülmektedir.

Netice itibarıyla girişim sermayesi, bir yatırım düşüncesi bulunan girişimcilere veya henüz yapılmamış, gelişme imkânı olduğu düşünülen işletmelere yüksek riski göz önünde bulundurarak yüksek kazanç elde etmek için girişim sermayesi hissedarlığı tarafından hisse senedi karşılığında hissedar olunma halidir. Böylece, girişimcilere gerek finansman desteği gerekse yönetim desteği verilmiş olup, işletmenin ya da yatırımın arzu edilen büyüme ve gelişme seviyesine eriştiği düşünüldüğü vakit, işletme hisseleri satılarak yatırılan fonların yükselmiş bir biçimde geri dönmesi olarak tanımlanabilir (Çoban ve Saban, 2006, s. 133; Ceylan ve Korkmaz, 2010, s. 160; Akkaya ve İçerli, 2001, s. 67).

4.2.2 Girişimcinin finansal yönetim becerisi: z kaynak

Bugünün artan çekişme şartları içinde, işletmelerin değerini yükseltecek finansman formu, başka bir deyişle en uygun sermaye formu, oldukça önem kazanarak işletmelerin en mühim problemlerinden biri olmuştur (Albayrak ve Akbulut, 2008). Bahsedilen kaynak temini sorunuyla beraber işletmelerin gelişme ve yatırım sorunları büyük oranda artmıştır (Karamustafa ve Karakaya, 2008)

Temelde KOBİ'lerin sermaye yapılarıyla girişimcilerin sermaye formu arasında benzerlik bulunmaktadır. Fakat girişimci ve KOBİ sermaye formu arasındaki farkı meydana çıkartan ilk konu inovasyon, diğer adıyla yeniliktir. Bu işletmelerin sermaye gereksinimlerinin sebebi inovasyondur (Hogan ve Hutson, 2004).

Sermaye formunun ne şekilde olması gerektiği, yani firma bilançosunun pasifinde ne kadar uzun süreli dış kaynak ne kadar ana para kullanacağının kararını verebilmesi anlamındadır. Bu yönden incelendiğinde firmaların büyüklüklerine göre finansman formlarında da farklılıklar görülmektedir. KOBİ'ler de YKİ'ler gibi harici para desteğine erişmek için güçlük yaşamaktadırlar. Ancak daha evvel de bahsediliği gibi inovasyonu odaklı küçük ölçekli firmalar bu hususta daha çok problem yaşamaktadırlar (Westhead ve Storey, 1997). Küçük firmaların yönetim sistemlerinde boşlukların bulunması, bundan dolayı da eksik verilerin bulunması ve girişim yeteneklerinde yetersizlikler bulunması bunun başlıca sebepleri arasındadır (Langberg, 2006).

Firmalardaki finansman yapılarıyla alakalı şekilde pek çok kuram ortaya atılmıştır. Dengeleme Kuramı, Sinyal Yaklaşımı, Modigliani Miller Yaklaşımı ve Finansal Hiyerarşı Kuramı bunlar arasındadır.

Sermaye yetersizliği, iktisadî tutarsızlık, malî idarededeki eksiklikler, kredi sağlamada yaşanan sorunlar, yenilik ve girişimcilik özendirme politikalarındaki yetersizlikler, girişimcilerin finansmanla ilgili başlıca problemleri arasındadır şeklinde ifade edebiliriz (Ertuğrul, 2011).

KOBİ'ler ve Yenilikçi Küçük İşletmeler (YKİ) piyasa şartları sebebiyle vadeli satışlarını da zkaynaklarıyla finanse etmek durumundadırlar. Henüz kurulma esnasında ortaya çıkan bu zkaynak problemi kurumları hayatları süresince olumsuz şekilde etkilemektedir. YKİ'ler teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilmek ve piyasada hayatta kalmak adına, KOBİ'lerden daha fazla seviyede dış kaynağa

gereksinim hissetmekte ve bundan dolayı pahalı kredilere başvurmak durumunda kalabilmektedirler. Bu durum, hali hazırda sermaye bakımından küçük olan firmaların borç-özsermaye seviyesini zorlamaktadır (Ertuğrul, 2011).

Devletin gücü, girişimciliğin ortaya çıkması ve gelişimi açısından devletin rolünü önemli kılmaktadır. Bu açıdan, hukuksal altyapının oluşturulmasında olduğu üzere, devletin sunduğu öteki imkanlar dahilinde teşvik kredileri, düşük faizli veya faizsiz ve uzun süreli iş kurma ve geliştirme kredileri ile girişimciliğin malî zeminini meydana getiren ve girişimcilik bakımından hayati değere sahip sermayenin sağlanması mümkündür. Bilhassa, sermayenin büyük bir problem olduğu ülkelerde devletin, sermayenin sağlanması için olumlu uygulamalara yönelmesi, girişimciliğin oluşmasında ve gelişimindeki ana şartlardan bir tanesidir. Sermaye, iş kurma yaklaşım şeklini ve çalışma evrelerinin özelliklerini etkileyen hayati bir öğedir. Bu sebeple, girişimcilik faaliyetlerinin başlamasında ve başarılı olmasında, çalışma sırasında ve işin geliştirilmesinde ve risk alınarak diğer pazarlara açılırken de girişimciliğin temeli olan sermaye, teşvik eden konumdadır (İlhan, 2003).

Sermaye, girişimciliğin yapı taşı olsa dahi, girişimciliğin var olmasındaki ve büyümesindeki yeri büyütülmemelidir. Çünkü, sermaye sahibi olmak ve girişimci olmak aynı şeyler değildir. Sermaye, girişimciliğin var oluşu bakımından değerli olsa bile girişimcilik için tek başına yeterli değildir. Yeterli miktarda sermaye birikimi olsa dahi, özel girişimcilik bazında endüstrileşemeyen toplumların varlığı da bu yaklaşımın içerisinde yer almaktadır. Bilhassa, sermayeye dönüşebilecek kadar bir birikimi olan fakat, endüstrileşememiş Ortadoğu ülkeleri ile gelişmiş Batı ülkelerinin kıyaslanması, girişimciliğin var olması bakımından sadece sermayenin yeterli olmadığını ifade etmektedir. Batı Avrupa'nın endüstrileşmesi için sermaye tek etken değildir. Erol'un da bahsettiği üzere, Batı Avrupa'da meydana gelen Sanayi Devrimi'nin oluşum aşamaları incelendiğinde, sermayenin endüstriyel gelişmeye değil, endüstriyel gelişmenin sermaye birikimine katkı sağladığı ve gitgide kapitalist oluşumun gelişmekte olduğu görülmüştür. Diğer bir deyişle, endüstriyel gelişimin gerçekleşebilmesi için gerek endüstri sermayesi birikimini temin edecek gerekse girişimci ve işgücü sunacak (yani üretim ortamı sunacak) bir organizasyonun evvelen var olması gerekmektedir. Bundan dolayı sermaye, kayda değer bir üretim öğesi olmasının yanında, ekonomi için değişime yol açarken kendi başına yeterli olamamaktadır. Bundan dolayı, sermayenin girişimciliğin oluşması bakımından

hızlandırıcı bir etken olması, girişimci faaliyetlerin bulunduğu bir sosyo-kültürel ortamın da olmasına bağlıdır. Sermayenin dönüşüm açısından katkı sağlaması sadece böyle bir ortamın oluşması durumunda olabilmektedir. Bugünün finansal bağlarının uluslararası düzenle paralel durumda olması ve bunların yanında bilginin artan önemi de sermayenin yerini sekteye uğratmaktadır (İlhan, 2003).

Finansman yapılarının bu derece değerli olmalarından dolayı YKİ'ler için, ellerindeki sermayelerini uygun biçimde kullanabilmekte de büyük bir problem yaratmaktadır. Bundan dolayı firmaların kendileri için ideal finansman yapılarını saptamaları lazımdır. Firmaların finansman yapılarını saptayabilmeleri adına, içlerinde yer aldıkları finansal düzende verimli bir yerlerinin bulunmaları ve doğru finansal karar alabilmeleri gereklidir (Ertuğrul, 2011).

4.2.3 Girişimcinin finansal yönetim becerisi: dış kaynak

Bankalar mali sistemin temel yapısını oluşturmaktadır. 2002-2009 seneleri arası değerlendirildiğinde bankacılık piyasasının eski dönemde ve günümüz açısından finans sektöründeki yeri görülebilmektedir. Bankacılık piyasası finansal yapı içinde kendi başına %60 seviyesinde bir hisseye sahiptir. Finansal düzen içerisinde factoring, leasing, risk sermayesi vb. kurumlarsa 2010 Mart ayından sonra sistem içinde yalnızca %40 seviyesinde pay almışlardır. Dolayısıyla bu yapı içinde YKİ'lere en fazla finansman temin etmesi gerekli kurumlar bankalardır. Lakin yapılmış araştırmalarla alınan verilerde YKİ'lerin bankalardan finansman temin ederken zorlandıkları gözlemlenmiştir (Ertuğrul, 2011). Öte yandan YKİ'ler de KOBİ'ler gibi teminat sorunu yaşamaktadır. Bu kurumların dış kaynak kullanma seviyesinin az olmasının bir başka sebebi, bankaların istediği teminatı verememeleridir. Bunların yanında teknolojik yenilik yapan kurumlar için devamlı olan gelişen teknolojiyle yapılan yeniliklerin tutunamaması gibi sebepler YKİ'lerin de dış kaynakları tercih etmemelerinin sebepleri arasında görülebilir (Westhead ve Storey, 1997).

Milli gelirin az olduğu ülkelerde tasarruf seviyesi de paralel biçimde düşük düzeylerde. Bu durum, KOBİ'lere ve onun alt grubu olarak, gelişmekte olan teknolojiye uyum sağlamak durumunda olan ve hayatta kalmak için yenilenmek durumunda YKİ'lere fon transferine mâni olmakta (Gözbaşı, 2003), finansal problemlerini arttırmaktadır.

KOBİ ve YKİ'lerin bir başka mühim finansman problemiye harici finansman temin etme hususunda güçlük çekmeleridir. Firmalar, büyümek ve gelişmek için yatırım yapmak istediklerinde yüksek miktarda fona gereksinim duymaları halinde harici finansman arayışına geçerler. Paleari ve Giudici (2000), İtalya'da 46 ileri teknolojiyi kullanan firma ile yapmış oldukları anket çalışmasında YKİ'lerin banka kredileri kullanma seviyelerinin KOBİ'lere oranla daha az olduğu neticesini elde etmiştir. Firmaların büyüklüğü azaldıkça kredi kullanım seviyeleri düşmekte ve YKİ'lerin yeni ürün geliştirmelerinden dolayı başarısız olma olasılıkları KOBİ'lere göre daha yüksek olmaktadır. Aynı biçimde YKİ'lerin kullanmış olduğu banka kredileri yüksek seviyedeki kısa dönemli kredilerdir. Teknolojinin devamlı geliştiği pazarı kapsayan YKİ'ler devamlı yenilenme durumunda ve yenilenmek için de pahalı krediler kullanmak zorundadır. Bankalar, YKİ ve KOBİ'lere kredi verirken, teminat, kabulü güç faiz ve kefalet istemektedirler. Bu ağır şartlar yerine getirilse dahi temin edilen kaynakların finansman bedelleri de yüksektir (Elmas ve Öz, 2009).

Freel (2007), yaptığı araştırmada 256 YKİ ve kendini yenilemeyen bir firmadan oluşan bir örnek kullanmış ve YKİ'lerin öteki kurumlara göre banka kredilerinden faydalanma seviyelerinin daha az olduğu neticesine ulaşmıştır. YKİ'ler öteki kurumlara göre bankalar tarafından daha riskli kurumlar olarak görülmektedir. Bunun sebebi YKİ'lerin yeni imalatlarda bulunması ve yeni imalat aşamaları geçirmesidir. KOBİ ve YKİ'ler kredi aracılığıyla finansmanda en fazla teminat gösterememe problemiyle karşılaşmakta ve kısa dönemli para desteği gereksinimlerini gidermek için başvurdukları kredi kurumunun, kredi için talep ettiği kefaleti ve ipoteği temin edememektedir. Bankaların en düşük riskle çalışma prensiplerinden dolayı, zaman zaman krediden daha fazla teminat talep edildiği görülmüştür (Müftüoğlu, 1991). Bu tarz kurumlar kullanacakları kredilere karşılık firma varlıklarını teminat adına kullanırken, küçük ölçekli kurumlarsa genellikle bireysel mal varlıklarını teminat olarak kullanmaktadırlar. İflas durumunda, küçük ölçekli kurum bütün varlıklarını yitirme riskiyle yüz yüze gelmektedir. Bankalardaki sermaye yeterliliği normlarını tekrardan tespit eden ve risk idaresini baz alan Basel II düzenlemesiyle beraber bankaların tutumlarını etkileyecek olan yeni risk idaresin yaklaşımı kredi tüketicilerini ve yüksek seviyede sermayesi az durumdaki YKİ ve KOBİ'leri de etkileyecektir. Riske dair kredi fiyatlaması uygulayacak olan Basel II, kredi süresini ve miktarını da büyük oranda etkileyecektir. Basel II'nin Standart Yaklaşım metodunu kullanan

bankalar kredi fiyatlamasını (kredi miktarı – teminatlar x risk ağırlığı) yöntemiyle hesaplayacaktır (Turan, 2009). Basel II'yle risk, teminat ve sermaye tutarı daha mühim konuma ulaşacak daha ve ucuz kredi kullanımı YKİ açısından olanaksız konuma gelecektir (Ertuğrul, 2011).

Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV), Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), Kredi Garanti Fonu (KGF) gibi kurumlar YKİ'lere destek sunmakta fakat bu desteklerin talep edilen düzeyde olmaması, teknolojik atılım ve yeni mal oluşturma hususunda büyük sorunlar yaratmaktadır (Ertuğrul, 2011).

Finansal düzenin içinde YKİ'lere destek veren özel kurumlar da mevcuttur. Eureka-Türkiye, KOSGEB, Tübitak-Teydeb, KGF ve TTGV bu kurumlar arasındadır.

YKİ'lerin bir diğer finansman problemleriyse, risk sermayesi, leasing, factoring ve forfaiting gibi diğer finansman yöntemlerini yeterince kullanmamasıdır (Bekçi ve Usul, 2001). Sermaye piyasalarından yeterli oranda faydalanılamaması, kurum sermayesi eksikliği olarak da açıklanabilir (Müftüoğlu, 1991).

4.3 Girişimcinin Kişilik Özelliklerine Bağlı Faktörler

Bir girişimcinin başarılı olması için birtakım karakter niteliklerine sahip olması gerekmektedir. Bu nitelikler girişimcilerin öteki bireylerden ayırt edilmesini sağlamaktadır (Kaygın, 2011, s. 46).

Girişimci karakterin oluşumunda etkisi bulunan en değerli etkenlerden biri soyaçekimdir. Kuşaktan kuşağa geçen kalıtsal niteliklerle girişimci kişiliğin yerleşiminde, girişimcilerin başarılı olması adına önemli bir yere sahiptir. Girişimcilerin niteliklerinin haricinde ilk olarak girişim tutkusuna ve girişimci bir karakter yapısına sahip olmaları gereklidir. Girişimcilerin iktisadi eylemlerde bulunmalarını sağlayan teşvik edici öge girişimcilik tutkusu ve girişimci kişiliktir. Girişimci karakterin oluşmasında aile formu, yetiştirilme biçimi, aile üyelerinin birbirlerine karşı davranışlarının gözle görülür etkileri bulunmaktadır. Özetle; girişimci kişiliğin oluşumunda kişilerin yaşam tarihi bulunmaktadır (Tikici, vd., 2007, s. 42).

“Girişimci kişiliği bulunan bireyler, yaşamlarındaki önemli olmayan hadiseleri bile önemli konuma getirebilmektedirler. Girişimciler, toplumdaki vizyon sahibi mensuplardır. Eskide değil, yenide yaşarlar” (Tikici, vd., 2007, s. 43).

Girişimci kişiliğe sahip girişimcilerin becerileri, girişimci olma tutkuları ile birleşince girişimcilik performanslarını etkileyen nitelikler aşağıdaki gibi sıralanabilir. Bu nitelikler izleyen bۆlۆmlerde kısaca açıklanmıştır:

- Risk Alma Eğilimi
- Liderlik Vasfı
- Kriz Yۆnetimi Becerisi
- Yaratıcılık
- ۆzgۆven
- Tutku ve Motivasyon (İşi sۆrdۆrebilme inancı)
- Sorumluluk ۆstlenebilme Becerisi
- Merak ve İnovatif Olma

4.3.1 Risk alma eğilimi

Risk bir bireyin tutum ve kararları neticesinde kazanma olasılığının haricinde kıyaslamada değişiklik olsa da zarara uğrama olasılığının bulunmasıdır. Girişimciler birtakım hadiseler karşısında risk almak zorundadırlar. Hadiseler karşısında girişimcilerin tutumları risk alma eğilimleri konusunda da bilgi vermektedir. Risk alma eğilimi genellikle girişimcilerde yۆksektir. ۆrnek olarak herhangi bir sahada atılım yapmak girişimci için risk oluşturabilir. Fakat, girişimciler risk alırken oluşabilecek negatif olasılıklara rağmen kâr ve zarar hesapları da yapmaktadırlar (Tikici vd., 2007, s. 44). Risk alma eğiliminin açık neticeleri bulunmadığı veya olağandışı kazanç ve kayıpların bulunduğu hallerde yatırımlara olan isteklilikle ilgili bir hal biçiminde oluşmaktadır (Aktaran: Kaygın, 2011, s. 47).

Risk almanın gerek ۆretim faktۆrleri bakımından her faktۆrۆ için eşit bir risk payı içermesi, gerekse girişimciler adına mۆhim bir rolۆ bulunmaktadır. Risk alma, gerek girişimsel eylemde bulunan girişimci adına, gerekse karar alma aşamasında ayırt edici bir ۆzelliktir (Kaygın, 2011, s. 48).

4.3.2 Liderlik vasfı

Kendine gۆven, koyduğu amaçları uygulamak adına, kişinin kendisinde bulunan becerilere inanması ve bunları uygulamaya koyması anlamına gelmektedir.

Girişimciler, özgüvenleriyle beraber becerileri ve yeteneklerini harmanlayarak girişimsel planlar yapabilirler (İrmiş, vd., 2010, s. 25).

Özgüvene sahip girişimciler risk alırlar. Risk alan girişimci bunun yanında başarılı olmayı daha fazla arzu eden ve diğeri girişimcilere kıyasla daha çok ön planda olma olasılığı olan bireydir. Bu anlamda kendisine güveni olan girişimciler belirli bir hedefe ulaşmak adına daha çok emek verirler. Hedeflerini gerçekleştirmek için daha geniş yöntemler kullanarak başarılı olmak için uğraşırlar. Girişimciler bilgi ve becerilerinden emin biçimde başarı ve başarısızlık sonuçlarının kendisine dair olacağını bilincindedirler. Başarı için kendilerinde bulunan beceri ve yeteneklerinse onlara yol gösterici olduğunu bilmektedirler (Kaygın, 2011, s. 49).

Risk alan, kaynaklarını kullanan, üretim faktörlerini çalıştıran ve etkinliklerini gerçekleştiren girişimcilerde bulunması gerekli temel niteliklerden bir diğeri de liderliktir. Liderlik, girişimcinin iktisadî ve girişimsel eylemler yapmasını sağlayacak dürtülerini teşvik eden, yeni atılımlar, yeni eylemlerle yaratıcılık niteliğinin ön planda tutulmasıyla ayırt edicilik sağlayacak, bunların yanında toplumdaki şartlara ya da yeniliklere uyum sağlamasına yardımcı olacak niteliklerdir (Kaygın, 2011, s. 52).

Hong (2012), girişimciyi, ‘bir firmayı veya girişimi planlayan, idare eden ve bunların yanında risklerini alan birey olarak tanımlamaktadır. Bu şekilde iki noktaya değinilmektedir. İlk olarak girişimci bir liderdir, var olan idarede kararları alan ve idareden yükümlü bireydir. İkinci olarak ise yeni bir girişimde yer alan kurucu veya evveliden kurulmuş bir girişimin öncüsüdür (Hong vd., 2012, s. 1908). Girişimci sadece yenilik yapan değil, bunların yanında öncüdür. Girişimci yeni bir metodu bulan kişi olmadığı gibi bunların ötesinde öncünün düşünceleri de yaratıcı olmak mecburiyetinde değildir. Ama, yeni bir oluşumu öncü olmadan gerçekleştirmek de olası değildir (Özkul, 2008, s. 80-81).

Öncüler kendilerinde bulunan nitelikler yardımıyla risk ve olanakları değerlendirerek eylemlerine yön verirler. Öncülerin firma bakımından önemi, firmalar üstündeki belirleyen rolleri neticesinde oluşmaktadır. Girişimcilerde bulunan öncülük niteliklerini ayırt edici durumlardan biri de fırsat ve riskler karşısında alacakları kararlar, olaylara verecekleri tepkiler ve bunların bütününe işletme için getireceği neticelerdir.

4.3.3 Kriz yönetimi becerisi

Kriz yönetimi, yalnızca insani etkenlerin değil, firmadaki tüm kaynakların düzenlenmesini, kullanımını ve yönlendirilmesini içeren geniş bir olgudur. Kriz yönetiminin bilim ya da sanat mı olduğuna yönelik tartışmalar bulunsada dahi, girişimcide bulunması gerekli en değerli özelliklerin başında gelmektedir (Karagöz, 2009, s. 66).

Girişimci kişiler; firmaların idaresinden yükümlü olsalar bile bu vazifelerini profesyonel kişilere teslim edebilir. Bunların yanında firmanın yöntemlerini ve uzun vadeli amaçlarını saptamak adına idareci konumunda bulunmaları ve firma içinde hedeflere ulaşmak için yönetimi sağlamaları gerekmektedir. Her şeyin yanında idare vasfını uygulasalar veya uygulamasalar bile girişimcilerin yönetsel yetkiye sahip olmaları firmanın başarısı açısından önemli bir role sahiptir (Demirel, 2003, s. 51-52).

4.3.4 Yaratıcılık

Yenilik olgusu girişimlerde bulunması gerekli en temel niteliklerden biridir. Girişimcilik yaklaşımı bir manada yenilik kavramıyla bütünleşerek kendine literatürde yeni bir yer edinmiştir. Girişimcilerde bulunması gereken niteliklerden bir başkası olan yaratıcılık ise gelişen ve değişen dünya şartlarında girişimcilere değişik bir perspektif edindirerek farklı hadiselerle karşılaşıldığında yenilik yaratabilme ve pozisyon alabilme becerisi sağlamaktadır. Yenilik ve yaratıcılık kavramları yaşamın her yönünde beraber olan olgulardır ve ikisi de kişiye özgüdür. Yaratıcılık aşamalarının neticesinde alınan sonuçlar girişimcilik için rehber denecek özelliklerdir (Tikici, vd, 2007, s. 45).

Girişimcilerde bulunan yetenek ve becerilerin de yardımıyla edinecekleri kazanımların sonucunda girişimciye ileriki dönemlerdeki eylemlerinde ve fikirlerinde oldukça büyük destekler sağlamaktadır. Yenilikçi ve yaratıcılık girişimciliğin ana niteliklerinden olmakla birlikte yaratıcılık yeniliğin özündeki güçtür. Yenilik yeni bir oluşum, bir gelişme, yeni bir hizmet ya da mal şeklinde tanımlanabilir. Bu anlamda başarılı olmak isteyen bir girişimci sektördeki değişimleri gözlemleyerek gereken yeniliklere uyum sağlamak durumundadır (Erdoğan, v.d, 2014, s. 56).

4.3.5 Özgüven

Girişimcilerde bulunması gerekli niteliklerden biri de özgüvendir. Özgüven başarılı olan veya başarılı olmak isteyen bütün girişimciler adına bulunması gereken bir niteliklerdir. Çünkü yaşam riskler ve belirsizliklerle doludur ve girişimlerin bazen mühim kararlar vermeleri gerekli noktalar mevcuttur. Girişimcinin başarılı olmak için ilk olarak karar verme aşamasında kendisine güveniyor olması gerekmektedir.

Kendisine güveni olan girişimciler bir karar verirken diğerlerine bağımlı olmazlar ve özgürce hareket ederler (Hisrich ve Peters, 1995, s. 53).

4.3.6 Tutku ve motivasyon

Motivasyon gereksinimi, girişimcilerin amaçlarına erişme aşamasında hayal kurmak gibi teşvik edici öğelerin başında gelmektedir. Motivasyon, girişimcilerin bakımından doyurulması gerekli bir güdü özelliğindedir.

Girişimci bakımından motivasyon, risk altında ve güçlükler içinde sorumluluk alarak karar verme ve hedefe erişebilmek adına gerekli bütün mücadeleyi ve isteği göstermek olarak tanımlanabilir. Bu anlamda az evvel de bahsedildiği üzere motivasyonun tatmin edilmesi gerekli ve girişimci kişilerin devamlı şekilde dinamik olmalarını sağlayacak bir öğe olacak, motivasyonu temel alan girişimciler karşılaşacakları her çeşit güçlüklerle mücadele edeceklerdir (Anderson, 1996'dan aktaran: Kuvan: 2007, s. 41).

Araştırmalar, motivasyonu yüksek kişiler ve motivasyonu düşük kişiler karşılaştırıldığında, motivasyonu düşük olanların sonuç elde edebilmek amacıyla olası risklerin alımında daha düşük, bireysel sorumluluk alımında ise daha yüksek bir eğilime sahip olduklarını, ayrıca faaliyetlerine daha bağlı davranış sergilediklerini ortaya koymaktadır (Shane, vd., 2003, s. 263).

4.3.7 Sorumluluk üstlenebilme becerisi

Sorumluluk kavramı, sıkça karşılaşılmamasına rağmen açık değildir ve kafa karıştırıcıdır. Literatürde sorumluluk kavramı, sosyal norm, değer, karakter, kişilik veya tutuma bağlı bir özellik olarak tanımlanmaktadır. Bununla beraber sözlüklerdeki sorumluluk tanımı genelde kendisi ile ifade edilmektedir. Örnek olarak; Chamberlin (1994, s. 22), sorumluluğu sorumlu olma ve sorumlu bireyi sorumluluk alan kişi biçiminde tanımlamaktadır. Chamberlin'in tanımına göre sorumluluğun manası kişinin durumundan ve statüsünden bilincine kadar değişim göstermektedir. İlgili psikoloji

ve eğitim kitaplarına bakıldığında, sorumluluk olgusunun göreceli ve soyut biçimde incelendiği gözlemlenmiştir. Örnek olarak; Başaran (1971, s. 36), sorumluluğu bir his biçiminde ifade etmektedir. Başaran'a göre, sorumluluk hissi, görev olarak üstüne verilen veya alınan koşulsuz şekilde gerçekleştirme, ve gerektiğinde bununla ilgili hesap vermeye alakalı bir histir. Altınköprü (1999, s. 170) ise, sorumluluk tanımını değişik biçimde yapmaktadır. Altınköprü'ye göre, sorumluluk insanın doğumundan başlayarak hayatı boyunca gelişen bir tutumdur. Sorumluluklar birbirleriyle bağlantılı halkalardır. Halkalardan birinin kopması halinde sorunlar yaşanmaya başlar. Ortaya mal veya hizmet sunan bir birey, bu ürünü oluştururken vazifesini umursamayarak bir diğer kimseye yaptırırsa, ürünle alakalı sorun yaşandığında madden veya manen cezalandırılır (Özen, 2011).

4.3.8 Merak ve yenilikçilik

Girişimcilik, yeni bir iş yeri kurmak adına sektörde veya piyasalardaki olanakları saptamayı, değerlendirmeyi ve geliştirmeyi içerir. Buna bağlı olarak öngörü ve fırsat kollamanın, girişimciliğin temel öğelerinden birisi olduğu ifade edilebilir (Tikici ve Aksoy, 2009, s. 37). Girişimci, tüketicinin beklenti ve gereksinimlerini fark ederek, bunlara yönelik hizmet sunmalıdır. Bazı araştırmalarda bulunarak en uygun kararı alabilmeli, bunların haricinde olanakları değerlendirme kısmında da doğru adımlar atabilmelidir (Erdoğan, 2014, s. 34).

Girişimciler yalnızca olanakları fark etmekle kalmazlar, bunların yanında ötekilerin kaçırdığı olanakları da fark ederek değerlendiren bireylerdir. Girişimciler bu olanakları farklı birimlerden topladıkları verilerle bulmaktadırlar. Bu veriler girişimcilerin düşük veya yüksek risk fark etmelerini, olanakları değerlendirmelerini ve en uçtaki noktaları anlamalarını sağlamaktadır (Marangoz, 2012, s. 8).

4.4 Sosyo-Kültürel Faktörler

Girişimcilikle kültürel/toplumsal normlar arasında yakın bir bağ bulunmaktadır. Birtakım toplumlar girişimcilik hususunda yüksek başarımlar sergilerken ötekilerde benzer başarımlar görülmemektedir. Sosyal bilimciler bu farkın meydana gelmesinde kültürün görevine vurgu yapmaktadırlar. Toplumdaki yapısal koşullar, inanç ve değer sistemleri, herhangi bir tutumun/eylemin var olmasını direkt etkileyebilmektedir. Girişimcilik, gerek uygulandığı ortam gerek de yarattığı değişimci eylemden dolayı,

kültürel, toplumsal ve politik normlarla doğrudan bağlantılıdır. Tam olarak bundan ötürü, son senelerde yapılan girişimcilik çalışmalarında kültürel/toplumsal ölçek ön planda olmakta ve girişimciliğin gitgide sosyolojik bir kapsama dönüştüğü görülmektedir. İşletme, mali, idare, iktisat ve eğitim bilimleri gibi disiplinlerin girişimciliğe dair ilgisi sürmekle, birlikte davranış bilimlerinin yanı sıra bilhassa sosyoloji biliminin girişimcilik çalışmalarına başka bir boyut kazandırdığına dikkat çekmek gerekmektedir. Sosyolojik kuramda girişimciliğe dair alaka 1980'lerin başından itibaren artmıştır. İngiltere, İskandinav ülkeleri, ABD, Japonya, Çin ve Güney Kore gibi girişimci ekonomiyi seçen ülkelerde, konunun sosyolojik boyutuna yoğunlaşan çalışmalarda büyük bir artış görülmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde de, girişimci başarımı yüksek iktisada geçişin ilgi görmesiyle beraber, girişimciliğe alakanın arttığı görülmektedir (TÜSİAD, 2002; Özcan, 1995). Bu artan alakanın özünde, girişimciliğin artık klasikleşmiş üretim öğelerinden biri olarak değerlendirilmesi; girişimciliğin huzur veren bağları/sosyal yapıyı dönüştüren bir güç biçiminde görülmesi ve girişimci kategorinin toplumsal bir sınıf halinde artan değerinin bulunduğu ifade edilebilir. Sosyoloji bilimi; girişimci benliğin/karakterin meydana geldiği sosyal ortamı, girişimci kişiye etki eden ve girişimcilik tarafından etkilenen sosyal çevreleri, girişimciyi meydana getiren toplumsal etkileri, sosyal çevre, grup etkileşimi, kültürel meşruiyet sistemleriyle girişimciliğin sosyal yapısındaki farklaşma yaratıcı tarafına dikkat çekmekte; bu anlamda girişimciliği kültürel, sosyal ve politik biçimde ölçeklendirmektedir. Sosyolojik girişimcilik çalışmaları, genelde girişimciliğin sosyal yapıyla olan ilişkisinden yola çıkarak; kültürel ve sosyal yapıyla girişimcilik arasındaki bağlar, toplumda yaşanan yapısal değişimler, mesleki ve sınıfsal oluşumda girişimcilerin yeri ve girişimci kategorinin politik ve toplumsal gücünü vurgulamaktadır. Bu çalışmalarda, girişimciliğin meydana geldiği sosyal ortam temel hareket noktasıdır. Girişimciler sahip oldukları özelliklerden dolayı tüm toplumlarda sıra dışı biçimde algılanmakta ve miktar olarak çoğunluğu sağlayamamaktadırlar (bkz. Chell vd., 1991). Bu tiplerin oluştuğu grupsal, ailevi ve toplumsal dinamikler sosyolojik değerlendirmenin merkezi olmaktadır. Değer ve gelenek sistemleri, kolektif ya da devlet yapısının gücü, toplum kültürü, sosyal denetimin özellikleri vs. de girişimcilik çalışmalarında göz önünde bulundurulması gereken konulardandır. Bunlara ek olarak, girişimcilik, değişimcilik ve yenikçilikle beslenen ve toplumda da yenilikçi/değişimci tutuma teşvik eden bir hareket şekli olmasından dolayı, toplumsal değişimi hızlandırıcı bir güç/bir değişme

ögesi biçiminde benimsenmektedir. Girişimcilik, kaynak üretimini ve toplumsal huzuru sağladığı için toplumsal gelişme adına da önemli bir yere sahiptir (Aytaç, 2006, s. 139-140).

4.4.1 Sosyal ağ yapısı ve iletişim kültürü

Ozgediz, Nigel, Pluknett ve Smith (1990) ağların, örgütleri ya da örgütleri ortak bir hedefle bir araya toplayan bir mekanizma şeklinde tanımlanabileceğini vurgulamışlardır (Fındık, 2007, s. 7). Son zamanlarda girişimcilik için yapılmış araştırmaların ağlar ve sosyal ağlar üstüne odaklandığı görülmektedir. Antoncic ve Hoang (2003), araştırmacıların, girişimci kişilerin öteki sosyal vakalardan farklı izole bir finansal bir etken olduğu fikrini terk ederek, bu kişilerin daha kapsamlı oyuncular ağında sosyal bağlarla bağlı olduğu fikrini kabul etmeleri gerektiği ifade etmektedir (Hoang ve Antoncic, 2003, s. 167). Sosyal ortamın ve sosyal bağların yalnızca girişimci üzerinde etkili olmadığı, başarımlarındaki etkisiyle finansal neticeleri de etkilediği ifade edilmektedir (Jack, Rose ve Johnston, 2009, s. 1). Wasserman, Ralston ve Parkhe (2006), sosyal ağların dünya çapındaki kurum yapısını yeniden biçimlendirdiğini vurgulamaktadırlar (Parkhe ve diğerleri, 2006, s. 560). Bu öngörüyle beraber sosyal ağların gerek teorik gerek de pratik açıdan değerli neticeleri bulunmaktadır. Girişimciler, işletmelerinin idaresi ve fonksiyonu da kimi zaman bu etkiyi kapsamaktadır (Jack, Rose ve Johnston, 2009, s. 4).

Antoncic ve Hoang (2003), girişimsel anlamdaki ağları “bir dizi oyuncuları ve onları birbirlerine bağlayan bağlar” şeklinde ifade etmiştir (Hoang and Antoncic, 2003, s. 167).

Zimmer ve Aldrich (1986), girişimcinin motivasyonunun sosyalleşme etkenleri ve kurulan ilişkiler tarafından gerçekleştiğini, bundan dolayı da ağların girişimcilik açısından önemini vurgulamışlardır.

Preisendörfer ve Brüderl (1998) sosyal etkinlikler ve sosyal bağlar vasıtasıyla sosyal bağların oluştuğu ve girişimci etkinlikler adına veri toplamak için yeni ağların yaratıldığına dikkat çekmişlerdir. Bu sebeple sosyal ağlar girişimcilerin etkinliklerini teşvik eden bir unsur şeklinde ifade edilmiştir (Brüderl and Preisendörfer, 1998, s. 214).

Baines ve Chell (2000) sosyal ağlar yardımıyla toplanan kaynak ve bilgilerin çevresel sınırlamaları telafi ederek girişimcilik evrelerine yardımcı olduğunu ifade etmişlerdir.

Sosyal ağların, bir girişimcinin veri, kaynak, güç, sermaye ve öteki ağlara erişmesine yardımcı olduğu dikkate alındığında, girişimci kişilerin finansal hedefler açısından sosyal ağlara güvenmesi ve sosyal ağları en değerli kaynakları olarak görmeleri yerinde olacaktır (Jack, Rose ve Johnston, 2009, s. 2).

Sosyal ağlar kişiler tarafınca kurulmuş kurumlar içerisinde, öteki kurumlarla ve öteki örgütlerle yaratılmış “işbirlikçi” bağları ifade etmektedir. Ağ kurma (‘networking’) zamanla meydana gelen sosyal bir aşamadır. Bu aşama, aynı hedefleri tanımlama, başka kişilerden deneyim ve bilgi toplama, güven sağlama gibi ağların değerli bir ögesidir. Ağlar veri temin eden, olanak sunan ve kaynaklara erişimi sağlayan sosyal form içindeki ilişkileri kapsamaktadır. Kişi bu sosyal yapı ilişkilerinin içinde yer aldığından, mali verilerin biçimlenmesini etkilemektedir. Bu sebeple girişimcilik ve ağlar adına yapılmış araştırmalardaki artış sürpriz olarak görülmemektedir (Jack, Rose ve Johnston, 2009, s. 4). Araştırmalar ağların yalnızca bireyler açısından değil, işletmelerin idaresi, sürekliliği ve gelişimi adına da etkili olduğunu göstermektedir.

Bu sahada yapılmış araştırmaların iki ana suali bulunmaktadır (Hoang ve Antoncic, 2003, s. 172):

1) Ağların girişimcilik sürecindeki etkileri ve ağlar pozitif verileri işletme ve girişimci adına nasıl yönlendirir?

2) Girişimci aşamaları ve neticeleri zamanla ağın gelişimine ne şekilde katkı sağlar?

Ağlar konusunda yapılan çalışmalarda, üç tamamlayıcı öge saptamıştır (Hoang ve Antoncic, 2003, s. 168): girişimci bağların kapsamı içeriği; bağların idaresi; ve oyuncularını birbirlerine direkt ya da dolaylı şekilde bütünleştiren ilişkilerin oluşturduğu desen/form. Bu üç öge aşağıda kısaca açıklanmaktadır.

Ağın İçeriği (Network Content): İşletmeler ve bireyler arası bağlar, hangi oyuncunun öteki bir oyuncunun sahip olduğu kaynak çeşitliliğine erişebileceğini tanımlayan bir aracı biçiminde kabul edilmektedir. Ağlar sermayeye erişmek için görevlerinin haricinde, girişimci bireylerin soyut kaynaklara erişmeleri için de olanak sunmaktadır. Örnek olarak ağ ilişkileri girişimci bireylere girişimsel risk alma ve firmanın sürdürülebilirliği arttırmak adına duygusal katkı sağlamaktadır (Hoang ve Antoncic, 2003, s. 169).

Ağ Yönetimi (Network Governance): Ağ alışverişlerini destekleyen ve düzenleyen ayırt edici idare (‘distinctive governance’) oluşumlarıdır. Kişilerin güdülleri, örgütsel

öğrenme, güven, şirketlerin politika ve prosedürleri tarzındaki etkenler örgütler arasındaki ağların oluşmasını ve ortaklığı kolaylaştırmaktadır (Brass ve diğerleri, 2004, s. 799). Paydaşlar arasındaki güven genelde ağ alışverişlerindeki kaynağın niteliğini arttıracak değerli bir öge biçiminde gösterilmektedir. Ağ yönetimi, etki ve güç şeklinde sosyal araçlar tarafınca desteklenen “açık uçlu ve örtülü araştırmalara” güveni temsil ederken, kanuni yaptırımlar yerine saygınlık yitirme ve dışlanma riskini de kapsamaktadır (Hoang ve Antoncic, 2003, s. 170).

Ağ Yapısı (Network Structure): Ağlar; veri temin eden, olanak sunan ve kaynaklara erişimi sağlayan sosyal form içindeki ilişkileri kapsamaktadır. Kişi bu sosyal yapı ilişkilerinin içinde yer aldığından dolayı, mali verilerin biçimlenmesini etkilemektedir. Bu sebeple girişimcilik ve ağlar adına yapılmış araştırmaların sayısındaki artış sürpriz değildir (Jack, Rose ve Johnston, 2009, s. 4).

4.4.2 Aile yapısı

Aile, toplumun kurumsal formu dahilinde, girişimciliğin var olmasını sağlayan, girişimci kişinin yapısını şekillendiren kayda değer çevresel etkenlerden biridir. İlk olarak sosyalizasyon işleviyle aile; eğitim seviyesi, sahip olunan meslek, finansal durum ve toplumsal konum gibi temel sosyo-ekonomik değerler üzerinden girişimciliğin oluşmasını etkilemektedir. Öncelikli toplumsal bağlara dayanan ve toplumsallaşma evresinin büyük bir kısmını oluşturan, bundan dolayı da mühim bir toplumsallaştırma ögesi olan aile, kişilere girişimcilik değerlerinin aşılmasında en değerli yapıyı meydana getirmektedir. Bundan ötürü aile, girişimcilik adına ideal bir akılsal zemin yaratarak kişilerin girişimciliğe bakışlarının şekillenmesi sürecinde aktif bir göreve sahiptir. Bilhassa, ailenin özel sektörde finansal faaliyetlerde yer alması ve girişimcilik kavramını bir değer şeklinde kabul ederek önemsemesi, sosyalizasyon evresinde kişinin girişimcilik niteliklerini içselleştirmesini, girişimcilik adına olumlu bir değer edindirmesi ve kişisel becerilerinin oluşmasına fırsat vermektedir. Bu açıdan birçok girişimcinin, girişimciliğe dair niteliklerini aileleri sayesinde edindikleri gözlemlenmiştir.

Türkiye’de yapılmış bir çalışmaya göre (TÜSİAD, 1987, s. 37), girişimci bireylerin % 62’si yaşadıkları aile ve çocukluk çevresinin kendilerine mücadeleci olma anlamında yardımcı olduğunu, girişimcilik adına nitelikler edindirdiğini ifade etmişlerdir. Girişimci niteliklerini toplumsallaşma evresinde ailede edinen kişilerin iş bilinçlerinin

aile mesleği yönünde şekil alması, aile işine geçmelerinin veya yeni bir iş kurma girişimlerinin ilk sebeplerinden biridir. Bundan dolayı aile işi, bunun yanında, kişinin kariye planlaması adına belirleyici konumdadır. İngiliz girişimcilerle yapılmış bir çalışmada aileleri veya öteki diğer yakın akrabaları iş sahibi olan kişilerin de genellikle kendi işlerini kurdukları gözlemlenmiştir (Bridge vd.,1998, s. 55).

Bu da, ailenin iş kurma eyleminde girişimciye sağladığı çok yönlü katkının bir neticesi şeklinde ifade edilebilir. Bilhassa ailenin iş kurmak için kaynak sağlaması girişimcilik bakımından değerli bir basamak olmaktadır. Kayseri, Gaziantep ve Denizli'deki girişimcilerle yapılmış bir çalışmada, girişimcilerin iş kurarken ana paralarının % 41.6'sını ailelerinden aldıkları (Özcan, 1995, s. 103); Konya, Tokat, Kayseri ve Sivas'taki girişimcilerle yapılmış bir diğer çalışmaya göre, girişimcilerin ana paralarının % 58.17'sini ailelerinden aldıkları sonucuna ulaşılmıştır (Esen ve Çonkar, 1999, s. 107).

Ülkemizde yapılmış bir diğer çalışmaya göre, Türkiye'deki sanayicilerin %56'sına, iş kurarken aileleri katkı sağlamıştır. Bu da, ailenin girişimciliğin var olmasında ve sürdürülmesindeki değerli bir dinamik olduğunu göstermektedir. Ailenin, girişimcilik adına teşvik edici olmasının sebepleriye çeşitlidir. Bu anlamda özel sektörün bugünün koşullarında aylıklı devlet işlerine kıyasla daha yüksek gelirlere ve toplumsal itibara sahip olması, serbest çalışma isteği ve kendi işini devam ettirme arzusu gibi sosyal, maddi ve duygusal sebepler sıralanabilir (İlhan, 2003).

Barutçu ve İrmiş'in 2012 senesinde yayınladıkları makalede; üniversite öğrencilerinde, yani bir manada girişimci adayları olarak görülen bireylerde ailenin girişimcilik üzerine etkisine bakıldığında; genelde babanın girişimci olması, ailede babadan farklı olarak benimsenen bir bireyin girişimci olması, ailenin kazancı ve ailenin çocuğun kararlarına etkisi gibi faktörlerin etkili olduğu görülmüştür. Babasının işini kurarak yürüten öğrencilerin %79,6'sı kendilerinin girişimci olduklarını ifade ederken, %72,8'i ileride kendi işlerini kurmayı düşündüklerini belirtmişlerdir (İrmiş ve Barutçu, 2012).

Araştırmalar, girişimcilik eğilimi ve isteği üzerinde ailenin önemini ortaya koymaktadır. Bunun sebebi gerek ailenin önemli rol model olması, gerekse girişimcilik eylemine aile tarafından destek olunmasıdır. Yapılmış çalışmalar sonucunda bireylerin en fazla ilham aldıkları rol modelin babaları ve öteki aile

mensupları oldukları gözlenmiştir. Ailede girişimci nitelikleri bulunan ya da direkt girişimci bireylerin olması, bilhassa da rol model alınan babanın girişimci olması, o ailede büyüyen kişinin de girişimci olması adına katkı sağlamaktadır. Aile destek modelindeyse, iki faktör göze çarpmaktadır. Bu faktörlerden ilki, ailenin ekonomik bakımdan kişiye destek vermesidir. Geliri yüksek olan ailelerde büyüyen kişilerin, kuracakları işlerde ailelerinden maddi destek görme olanaklarının olması, onlardaki girişimcilik eğilimlerini teşvik etmektedir (Naktiyok ve Timuroğlu, 2009, s. 92).

Bir diğer etkense yapılmış çalışmalarda, serbestliğe değer veren ebeveynin çocuklarının ötekilere oranla daha fazla girişimcilik eğilimlerinin bulunmasıdır. Eğer aile girişimciliğe destek verici niteliklere sahipse, bu ailelerde yetişen çocuklarda girişimcilik eğilimi yüksek olmaktadır. Ailenin karakter gelişiminde mühim bir etken olması göz önüne alındığında (Aytaç, 2006, s. 146-148), ailede yer alan kişilerin bilhassa da anne-babanın iştigal ettikleri mesleğin, aile çevrelerinin, toplumsal konumlarının haricinde ailedeki akrabalık bağlarının ve doğum sırasının da girişimcilik üstüne etkilerinin bulunduğu öngörülmektedir (Bozkurt, 2007, s. 95).

Bireylerin ortaklığı ve rekabeti ilk olarak ailede bilhassa kardeşleri ile olan bağlarında edindikleri bir gerçektir. Kardeşler arasında kıskançlık, ilgiyi kendi üstüne çekme, farklılaşma, başka kardeşe rağmen diğer kardeşle ortak olma ya da ebeveyne veya bir başka üçüncü şahsa karşı kardeşler arası ortaklık tarzındaki girişimsel eylemler, kişilere ileriki hayatlarında da ortaklığı ve rekabeti öğreterek girişimcilik hususunda deneyim edindirmektedir. Bunun yanında abla, ağabey veya kardeş olma biçimindeki aile içi rol modellerin de kişilerin girişimcilik eğilimleri üstünde bir etken olduğu varsayılmaktadır (İrmiş ve diğ., 2010, s. 86-87).

Çizelge 4.2 : Faktörler özet tablosu

Çevresel Faktörler	Ekonomik Faktörler	Kişilik Özelliğine Bağlı Faktörler	Sosyo – Kültürel Faktörler
AB ve Türkiye'nin Girişimciliğe Desteği	Girişimcinin Finansal Sermayesi	Risk Alma Eğilimi	
Hukuksal ve Bürokratik Etkenler	Girişimcinin Finansal Yönetim Becerisi	Liderlik Vastfı	
Sektörel Yapı ve İçsel Pazar Dinamikleri	– Öz kaynak	Kriz Yönetimi Becerisi	Sosyal Ağ Yapısı ve İletişim Kültürü
Girişimcilik Eğitimi ve Girişimcinin Yetkin Eğitim Altyapısı	Girişimcinin Finansal Yönetim Becerisi	Yaratıcılık	
	– Dış kaynak	Özgüven	Aile Yapısı
		Tutku ve Motivasyon	
		Sorumluluk Üstlenebilme Becerisi	
		Merak ve Yenilikçilik	
Girişimcilik Kültürü			



5. ARAŞTIRMANIN TASARIMI

5.1 Araştırmanın Amacı

Araştırma, inşaat sektöründe girişimcilik yaşam döngüsünün başlangıç ve büyüme aşamalarında yer alan girişimcilerin sektörde hayatta kalmak için izledikleri stratejileri anlamayı amaçlamaktadır.

Hayatta kalma stratejileri ile ilişkili olarak, araştırmanın amaçlarının aşağıda belirtilen evrelerin ayrıştırılmasıyla anlaşılması hedeflenmiştir:

- Girişimciliği etkileyen faktörler ve girişimcilik öncesi sürecin girişimciliğe etkisi
- Girişimciliğin erken evrelerinde izlenen hayatta kalma stratejileri

5.2 Araştırma Yöntemi

Tez çalışması, “nitel araştırma” stratejisiyle kurgulanmıştır. Nitel araştırma, insanların hayatlarını, hikayelerini, yaşama biçimlerini, tavırlarını ve toplumsal değişimi anlamaya yönelik bilgi üretim şekillerinden biridir (Strauss ve Corbin, 1990). Nicel araştırma, ağırlıklı olarak istatistiksel veri analizine dayanır. Ancak nitel araştırma, bunun tersine kişilerin öykülerine tanımladıkları, diğer bir deyişle olayları nasıl anlamlandırdıkları sorusuna yanıt aramaktadır (Dey, 1993). Storey (2007) nitel araştırmanın, bireylerin kendi bakış açılarını anlamaya çalışarak toplumları keşfetmeyi hedeflediğini belirtmektedir. Bu nedenle de diğer araştırma türlerine göre daha kişiseldir. Dolayısıyla nitel araştırmayı, insanın kendi sınırlarını çözmek ve kendi çabasıyla biçimlendirdiği toplumsal sistemlerin derinliklerini keşfetmek üzere geliştirdiği bilgi üretme yollarından biri olarak tanımlamak mümkündür.

Nitel araştırma, araştırmacı tarafından gerçekliğin kurulmasını amaçlamaktadır. Araştırmacının kendi bakış açısından gerçekliği kavranmasını ve araştırma raporunda kişisel bir dil kullanılması gerektiği varsayımlarından hareket etmektedir (Creswell, 1994). Görüldüğü gibi nitel araştırma paradigması, sosyal gerçekliğin insanın algılama ve kavrama süreçlerinden ayrı ele alınamayacağını, dolayısıyla araştırmacının

araştırma sürecinde doğrudan dahil olacağını ve tarafsız kalamayacağını öngörmektedir.

Nitel araştırmada kullanılan örnekleme stratejisine “amaçlı örnekleme” (‘purposive sampling’) ismi verilmektedir. Olasılık kuramına dayalı olarak geliştirilmiş olan nicel örnekleme yaklaşımlarının aksine, amaçlı örnekleme stratejisinde temel amaç, araştırmanın konusunu oluşturan kişi, olay ya da durum hakkında belirli bir amaç doğrultusunda derinlemesine bilgi toplamaktır (Maxwell, 1996).

Bu araştırmada, İstanbul’da, inşaat sektörünün farklı alanlarında faaliyet göstermekte olan girişimciler içinde yaş ve büyüklük açısından birbirine benzer olacak şekilde seçilen 2-9 yıllık girişimcilik deneyimi olan 30-40 yaş aralığındaki 5’i erkek 5’i kadın olmak üzere toplam 10 kişi ile 2018 yılının ocak ve mart ayları arasında derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Örnekleme oluşturulurken, kurulmak üzere veya hiç iş bitirmesi olmayan çok yeni firmaların olası yanlış yönlendirmelerinden kaçınabilmek amacıyla, en az 2 yıldır faaliyetlerini sürdüren girişimciler seçilmiştir. Özellikle “girişimcilik” tanımını koruyan ve en fazla 3 çalışanı olan faaliyetlerin seçilmesi de yine kapsamı sınırlamak için tercih edilmiştir. Katılımcıların tümü 4 yıllık lisans eğitimini tamamlamış kişilerdir. Katılımcılardan sadece biri diğerlerinden farklı olarak, başka bir bilim dalında eğitim görmüş ancak diğerleri gibi inşaat sektöründe faaliyet göstermektedir. Yine bir kişi, diğerlerinden farklı olarak yurtdışında lisans eğitimi görmüştür. Bu kişilerin katılımı, yine farklı eğitim altyapısıyla yetişmiş kişilerin de görüşlerini değerlendirmek için özellikle tercih edilmiştir. Katılımcıların hepsi benzer yaş aralıklarından seçilmiştir. Çizelge 5.1’de, örneklemin yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve faaliyet süreleri gösterilmektedir.

Çizelge 5.1 : Örneklemin yapısı

Katılımcıların	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
Yaş	33	33	31	38	34	33	37	32	38	35
Cinsiyeti	Erkek	Erkek	Kadın	Kadın	Kadın	Kadın	Kadın	Erkek	Erkek	Erkek
Lisans Eğitimi	Mimarlık (İTÜ)	Mimarlık (YTÜ)	İşletme (Yeditepe Üniversitesi)	Mimarlık (ODTÜ)	Mimarlık (İstanbul Kültür Üniversitesi)	Mimarlık (YTÜ)	Mimarlık (YTÜ)	İç Mimarlık (İTÜ)	Peyzaj Mimarlığı (Bilkent)	Mimarlık ve Mühendislik (EDÜ)
Yüksek Lisans Eğitimi	-	Restorasyon (İTÜ)	Pazarlama (Grenoble Üniversitesi Fransa)	Restorasyon (ODTÜ)	-	-	Mimarî Tasarım (İTÜ)	Bilgisayar Ortamında Mimarlık (YTÜ)	-	Proje Yönetimi (Royal Akademi Londra)
Girişimcilik eğitimi	Yok	Var	Var	Yok	Yok	Var	Yok	Yok	Yok	Yok
İnşaat sektöründe faaliyet gösterdiği alan	Mimarî Tasarım ve Proje Hizmetleri	Mimarî Tasarım Hizmetleri ve Restorasyon İşleri	Mühendislik ve Mühendislik Hizmetleri	Mimarî Tasarım Hizmetleri ve Restorasyon İşleri	Mimarî Tasarım Hizmetleri ve Mühendislik İşleri	Mimarî Tasarım ve Proje Hizmetleri	Mimarî Tasarım Hizmetleri ve Mühendislik İşleri	Mimarî Tasarım Hizmetleri ve Mühendislik İşleri	Peyzaj Mimarlığı ve Mimarî Tasarım	Proje Yönetimi ve Danışmanlık Hizmetleri
Profesyonel çalışma süresi	10 yıl	10 yıl	8 yıl	15 yıl	13 yıl	11 yıl	16 yıl	7 yıl	12 yıl	12 yıl
Girişimcilik süresi	8 yıl	7 yıl	2,5 yıl	9 yıl	7 yıl	4 yıl	9 yıl	7 yıl	5 yıl	2 yıl

Araştırma probleminin yanıtlanmasına olanak sağlayacak biçimde belirlenen örnekleme yer alan kişilerle derinlemesine yarı-yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme, yapılandırılmış görüşmeden biraz daha esnektir. Bu teknikte, araştırmacı önceden sormayı planladığı soruları içeren görüşme protokolünü hazırlar. Araştırmacı çoğu zaman deneklerle bire bir görüşme yapmaktadır. Görüşme esnasında araştırmacı deneğe açık uçlu sorular sormaktadır. (Smith ve Eatough, 2007). Görüşmenin akışına bağlı olarak değişik yan ya da alt sorularla görüşmenin ilerleyişi yönlendirebilir ve kişinin yanıtlarını açması ve ayrıntılandırması sağlanabilir. Bu şekilde, kavramsal veri çeşitliliğine katkı sağlama hedeflenmektedir. Kişi görüşme esnasında, belirli soruların yanıtlarına başka soruların içinde değindiye, araştırmacı bu soruları yinelemeyebilir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, sahip olduğu standartları ve aynı zamanda esnekliği nedeni ile akademik araştırmalarda daha tercih edilen bir tekniktir (Ekiz, 2003). Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin araştırmacıya sunduğu en önemli kolaylık, görüşmenin önceden hazırlanmış görüşme protokolüne bağlı olarak sürdürülmesi nedeni ile daha sistematik ve karşılaşılabılır bilgi sunmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 1999).

Tez çalışmasında da veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Görüşmeler girişimcilerle yüz yüze ve bire bir yapılmıştır. Öznel bir değerlendirme elde edebilmek için ekip arkadaşları veya diğer profesyoneller çalışmaya dahil edilmemiştir. Yapılan görüşmelerde sağlanan paylaşım ortamı, o ana, o zamana ve o kişilere ait olduğundan, veriler özgündür ve bu ortam elde edilmeye çalışılan çıkarımların farklı yorumlara, açık bağlama göre değişen bir çeşitlilikte ortaya çıkmasını sağlamıştır. Tez çalışmasında, her görüşme ses kaydı ile belgelenmiştir. Görüşmenin bütünü (sorulan bütün sorular ve görüşülen kişilerin bu sorulara verdikleri bütün cevaplar) ses kaydının deşifre edilmesi ile yazılı hale getirilmiştir.

Tez çalışması için hazırlanan protokolde, girişimciliği etkileyen faktörler ile hayatta kalma stratejilerini anlamaya ve aralarındaki bağlantıları doğru çözümlemeye yönelik kılavuz sorular üç bölümde sınıflandırılmaktadır. Birinci bölüm; katılımcıyı tanımaya yönelik demografik sorulardan, ikinci bölüm, katılımcının öncesinde yaşananlarla girişimciliğe yönelimiyle beraber tüm süreci anlamaya yönelik genel sorulardan, üçüncü bölüm ise katılımcının, deneyimlerine ve ardından yaşadıklarından

girişimciliğe dair çıkarımlarını anlamaya yönelik daha detaylı sorulardan oluşmaktadır. Bu bölümde özellikle, katılımcının girişimcilik tanımını ve hayatta kalma etkenleri anlaşılmak istenmiştir. Görüşmeler sırasında sorular katılımcının anlatımına bağlı olarak tez çalışmasının kavramsal çerçevesi ile ilişkilendirilebilecek şekilde çeşitlendirilmiştir.

Çizelge 5.2 : Katılımcılara yöneltilen ana sorular

Bölüm 1
1. Yaşınız?
2. Lisans eğitiminizi hangi alanda ve üniversitede gerçekleştirdiniz?
3. Yüksek lisans eğitiminiz var mı? Hangi uzmanlık alanında ve üniversitede gerçekleştirdiniz?
4. Girişimcilik üzerine herhangi bir eğitim aldınız mı?
5. İnşaat sektörünün hangi alanında üzerinde girişimcilik faaliyetinizi sürdürmektedir?
6. Ne kadar zamandır profesyonel olarak alışmaktasınız?
7. Kaç yıllık girişimcisiniz?
Bölüm 2
8. Girişim öykünüz nasıl başladı ve nasıl gelişti? Bunu anlatırken; kimin desteğiyle, nerede, ne zaman, nasıl ve ne için sorularına da yanıtlarınızı beklemekteyiz.
Bölüm 3
9. Çevresel faktörler (sektörel koşullar, ülke koşulları vb.) girişimcilik öykünüzü ve hayatta kalma stratejilerinizi süreç içinde nasıl etkiledi ve etkiliyor?
10. Sizce inşaat sektöründe bir girişimcinin hayatta kalması için ne tür stratejiler izlemesi gerekmektedir?
11. Girişimcilik öykünüzün kritik olarak algıladığınız dönüm noktalarında, firmanızı ayakta tutmak için bu stratejilerden hangilerini izlediniz veya izleyemediniz ? Neden?
12. Sizce girişimcilikte başarı nedir?
13. Herkes girişimci olabilir mi? Bir girişimcinin ne tür özellikleri taşıması gerekir?

Nitel veri, belirli amaçlar doğrultusunda, doğal ortamda, gözlem ve görüşme gibi çeşitli teknikler yoluyla elde edilen ve kişilerin olaylara ilişkin algı ve düşüncelerini içeren her türlü bilgidir (Leech ve Onwuegbuzie, 2007). Bu haliyle nitel verinin nicel araştırmalarda yapıldığı gibi sayılara indirgenmesi amaçlanmaz. Nitel veri ile araştırmacı, araştırılan konu hakkında okuyucuya betimsel ve gerçekçi bir resim sunmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle nitel verinin ayrıntılı ve belirli bir derinliğe sahip olması büyük önem taşımaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2003).

Nitel veri analizi; araştırmacının verileri düzenlediği, analiz birimlerine ayırdığı, sentezlediği, örüntüleri (pattern) ortaya çıkardığı, önemli değişkenleri keşfettiği ve hangi bilgileri rapora yansıtacağına karar verdiği bir s recdir (Bogdan ve Biklen, 1992). Diğer bir deyişle nitel analiz yapan araştırmacı, alandan toplamış olduğu verilerden hareket ederek bu veriler içerisinde saklı duran bilgiyi keşfetmeye ve ortaya çıkartmaya çabalamaktadır ( zdemir, 2010).

Miles ve Huberman (1984) nitel veri analizi sürecini, birbirini takip eden üç aşamalı bir sınıflandırma içinde incelemektedir. Bu aşamalardan ilkini; gözlem, görüşme ve doküman incelemesi gibi çeşitli tekniklerle toplanan “verilerin indirgenmesi/özleştirilmesi” (data reduction) aşaması oluşturmaktadır. Bu aşamada, alandan toplanmış ve henüz işlenmemiş durumda bekleyen veri seti; ayıklama, özetleme ve dönüştürme işlemlerinden geçirilmektedir. Veri indirgeme aşaması, araştırma raporunun tamamlanmasına kadar süren uzun bir süreci kapsamaktadır. Araştırmacı, veri indirgeme sürecinde araştırmanın amacına göre hangi verileri kapsam dışında bırakacağına, hangi verileri kullanacağına ve veri setini nasıl sınıflandıracağına karar vermektedir. Veri analizinin ikinci basamağını ise “verilerin görsel hale getirilmesi” süreci oluşturmaktadır. Bu aşamada, veri indirgenmesi sürecinde ayıklanan, özetlenen ve dönüştürülen verilerin belirli sonuçlar çıkartmaya dönük bir biçimde örülmesi amaçlanmaktadır. Böylece henüz belirli bir anlam taşımayan veri seti, verilerin örülmesiyle birlikte daha bir görsel hale gelmekte ve daha anlaşılır bir biçime sokulmaktadır ( zdemir, 2010). Miles ve Huberman’ın (1984)  nermiş olduğu veri analiz sürecinin son basamağını ise “sonuca ulaşma ve teyit etme” oluşturmaktadır. Bir bakıma nitel araştırmacı, araştırma sürecinin başından itibaren sürecin her aşamasında toplamış olduğu verilerin ne anlama geldiğini anlamaya çalışmaktadır. Araştırma sürecinin başında belirsiz bir biçimde ve bir bakıma verilerin içinde saklı duran gerçeklik son aşamada keşfedilmekte ve gün yüzüne çıkarılmaktadır.

Nitel veri analizi konusunda, en sık karşılaşılan türlerinden birini “içerik analizi” metodu oluşturmaktadır. İçerik analizi, verdiği sonuçların geçerliliği ve güvenirlik açısından bir çok araştırmacı tarafından kabul edilen bir ölçüm metodudur. Cohen, Manion ve Morrison (2007) içerik analizinin; metinlerin düzenlenmesi, sınıflandırılması, karşılaştırılması ve metinlerden teorik sonuçlar çıkarılmasından oluşan bir araştırma tekniği olduğunu vurgulamışlardır. Bu çalışmada içerik analizi,

bu yönlerinin yanı sıra birbirlerine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirerek okuyucunun anlayacağı biçime dönüştürmesi nedeniyle tercih edilmiştir (Bauer, 2003; Fraenkel ve Wallen, 2000; Yıldırım ve Şimşek, 2005).

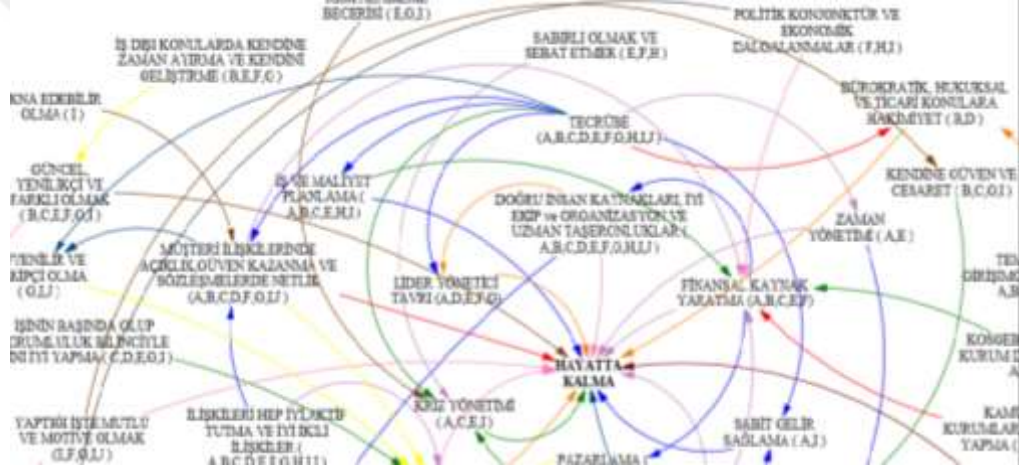
İçerik analizi, metin içinde tanımlanan belirli karakterlerden sistematik ve tarafsız sonuçlar çıkarmak için kullanılan bir araştırma tekniğidir (Stone vd., 1966, s. 213). Belirli kurallara dayalı kodlamalarla bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik, yinelenabilir bir tekniktir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2009). Deneklerle yapılan görüşme sonrasında araştırmacı kayıt ettiği görüşme notlarını, araştırmanın amacına uygun olarak analiz etmektedir. Analiz sürecinde araştırmacı ilk olarak birbirine yakın verileri belirli gruplar altında kategorilere ayırmakta ve bu kategorilere dayalı olarak temaları ortaya çıkarmaktadır. Daha sonra bu temalar mevcut veriler ile kontrol edilmektedir. Bu aşamada eğer gerek duyuluyor ise temalar yeniden gözden geçirilmektedir. Son aşamada ise araştırmacı kendi cümleleri ile deneklerin konuya ilişkin algılarını yorumlamakta ve raporlaştırmaktadır (Smith ve Eatough, 2007). Tez çalışması için yapılan içerik analizinde de tematik çıkarımlar olarak adlandırılan “kodlama”lar, yani cümleler ya da söylemlerle ilişkilendirilen anahtar kavramlara ulaşılmaya çalışılmıştır. Kodlama sonucunda ortaya çıkan temalar, literatür taramasında elde edilen temalarla ilişkilendirilerek tablolaştırılmıştır (bkz. Ekler).

Yanıtlayıcıların, girişimcilik yaşam döngüsü içerisindeki deneyimlerine ilişkin anlatıları sebep sonuç ilişkileri içinde çözümlenmiştir. Ortaya çıkan resmin bütününe görülebilmesi için, farklı yanıtlayıcılardan gelen yanıtlarla belirlenen temalar arasındaki sebep sonuç ilişkileri Vensim adlı simülasyon yazılımı içinde yer alan ‘sebep ağacı’ (*‘causes tree’*) aracı kullanılarak görselleştirilmiştir (bkz. <http://vensim.com>). Farklı temalar arasındaki ilişkiler manuel olarak kurgulandıktan sonra (Şekil 5.1), Vensim yazılımı sebep ağaçlarını otomatik olarak üretmektedir (Şekil 5.2). Temaların hangi yanıtlayıcılardan gelen yanıtlarla kodlandığı da şekle işlenmiştir. Yanıtlayıcıların ayırt edilebilmesi için her katılımcıya bir renk verilmiştir (Çizelge 5.3). Örneğin, Şekil 5.1’de “Yaptığı İşten Mutlu ve Motive Olmak” kodlamasıyla “Kendine Güven ve Cesaret” kodunu doğrudan ilişkilendiren kahverengi bir ok bulunmaktadır. İlgili yanıtlayıcının konuya ilişkin anlatımı aşağıdadır:

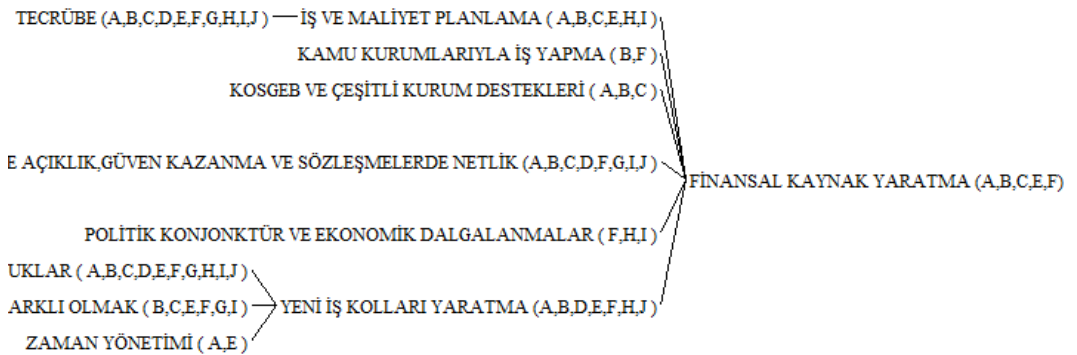
“...Bundan mutlu oluyordum. O motivasyon da bana, işi yapabileceğimle ilgili özgüven sağlıyordu...” (I)

Çizelge 5.3 : Katılımcıların kodlandığı renkler

Katılımcı	Renk
A	MAVİ
B	KIRMIZI
C	YEŞİL
D	TURUNCU
E	MOR
F	PEMBE
G	SARI
H	GRİ
I	KAHVERENGİ
J	LACİVERT



Şekil 5.1 : İlişki ağlarını gösterir simülasyon ekranı örnek kesiti



Şekil 5.2 : Sebep-sonuç ilişkisini gösterir diyagram örnek kesiti

5.3 Bulgular

Bu bölümde araştırmanın amacı ve alt amaçları doğrultusunda bulgular özetlenmiştir. Çalışmada yer alan girişimciliği etkileyen faktörlerin anlaşılmasına da katkı sağlayacağı düşünülmektedir yaşam döngüsü ele alınarak değişkenlere ilişkin veriler sunulmuştur.

5.3.1 Girişimciliği etkileyen faktörler ve girişimcilik öncesi sürecin girişimcilğe etkisi

Örneklemin yapısı ve katılımcıların görüşleri değerlendirildiğinde, yaş faktörünün girişimcilik yaşam döngüsünde altı çizilen bir belirleyici olduğu görülmektedir.

“ 25-30 yaş arası olsan tavrın başka 30 üstü olunca tavrın başka oluyor. 25-30 olsa bu projeyi de maliyetine yapalım diyerek göz yumabiliyorsun. Bu iş yapım şekli, proje sayısı arttırır ancak para kazanmak ve sürdürülebilirlik için doğru bir tavır değil. Ama 30’dan sonra artık para kazanman lazım. Kısacası teklifin hakkını yazman lazım ve sonrasında da geri adım atmak istemiyorsun.” (A)

“ Kendi işini kurma yaşı da 30 olmalı, ne daha fazla ne daha erken değil. Yaş ilerledikçe sağlığın, hayat kaliten daha ön plana çıkmaya başlıyor. Zamanın daha kıymetli oluyor. İşe ilk başladığında gece gündüz çalışman gerekebiliyor, tüm düzenin bozuluyor ama yaşı ilerledikçe bu şekilde yaşayamaz hale gelmeye başlıyorsun.” (E)

Katılımcıların tümü inşaat sektörü içerisinde birer girişim faaliyeti yürütmesine rağmen, sadece üçü girişimcilik eğitimi almıştır; ancak bu eğitimlerin hiçbirinin profesyonel seviyede olmadığı vurgulanmıştır. Girişimcilik konulu bir eğitimin, girişimcilik eğilimine veya yaşamına katkısının ne derece olacağıyla ilgili soruya, katılımcıların bir kısmı faydalı olacağı yanıtını verirken, diğer kısmı bu konuda formel bir eğitimi gerekli görmemektedir. Formel eğitimin yararına inanan katılımcılar, seçici yaklaşımlarıyla, kaliteli, verimli sonuca yönelik, üzerinde düşünülmüş, tecrübelerden derlenmiş, iyi kurgulanmış bir eğitimin her zaman faydalı olacağını düşünmektedir.

“Bence çok önemli. Öncelikle farkındalık kazanıyorsun, ne eksik, neyi tamamlaman lazım veya ne yönde ilerlemen gerekiyor öğrenmiş oluyorsun.” (C)

“...Etkisinin olacağı kesin. Sonuçta bilimsel ve eğitimsel bir süreç. Performansı ve verimi arttırmak için önemli olurdu. Bu mekanizmaları önceden öğrenmiş olsan, bir

daha keşfetmekle uğraşmamak ve zarar görmemek adına iyi olurdu bence. Belki de içsel gelişmeyen, öngörülebilir hataları da elemine etmeni sağlardı.” (D)

“ Kesinlikle eğitimi almış olsaydım, girişimcilik sürecimde bir fark yaratırdı.”(H)

Öte yandan, özellikle inşaat sektöründe faaliyet gösterenler için girişimcilik eğitiminin bir faydası olmayacağını ve girişimciliğin tamamen tecrübeye dayalı bir süreç olduğunu vurgulayan katılımcılar olmuştur.

“Mimarlık alanı için, bu derece kapsamlı bir eğitim olması gerektiğini düşünmüyorum. Çünkü bu, ancak yaşanılarak öğrenilen bir süreç. Temel kavramlara hakim olacak kadar hızlandırılmış kısa bir kurs veya mentorluk te yeterli olabilir.” (A)

“ Hayır faydası olmazdı. Ben öğrenerek gördüm bu süreçleri. Öğretilen şeylerin mekanizması karşılaştıklarıyla örtüşmeyebiliyor.” (I)

Yaşam döngüsünde girişimciliğe giriş öncesi evrelerine bakıldığında, her katılımcının girişimcilik fikrinin oluşmasını tetikleyen birer nedeni olduğu görülmüştür. Bunlardan bazıları önceki kurum deneyimlerinden kaynaklı iken, bazıları da piyasa koşullarının sunduğu fırsatları değerlendirme çabasıyla ilişkilidir.

Katılımcıların hepsinin profesyonel çalışma süreleriyle girişimcilik süreleri arasında farklar gözlemlenmiştir (Şekil 5.1). Bu ara dönem ile ilgili süreç sorgulandığında, hepsinin sektördeki çeşitli kurumlarda çalıştıkları anlaşılmıştır. Kurumsal yapılar içinde edinilen deneyimlerin, katılımcıların girişimciliğe yönelmelerinde etkili olduğu anlaşılmaktadır.

“ Kurumsal bir firmada çalışılıyorsa oyunun kuralları doğrultusunda hareket edilirse terfi şansı olabilir. Ama beni ne kadar mutlu eder tartışılır.”(C)

“ Kariyerimde yükselme planlarımı, başkalarının kariyerinin sonlanmasını bekleyerek mi ilerletebileceğim diye düşünerek yine şevkim kırıldı. Kurumsala soğudum da diyebiliriz.”(H)

“ Benim daha fazla ilerleyeceğim bir durum yoktu. Patronlarımla da karşılıklı bir anlaşmazlıklar başlamıştı. Kurumun kontrol mekanizması da bende baskı oluşturdu tabii” (I)

Katılımcılar, özellikle çalıştıkları kurumlarda potansiyellerini kullanamadıklarını ve doğru yapılmış bir görev dağılımı içinde kendilerini ifade edememelerinin girişimciliğe yönelmelerinde etkili olduğunu vurgulamışlardır.

“Yöneticimin baskıları neticesinde “Gerekirse limon satarım ve kendi işimi yaparım.” dedim ve başladım.” (C)

“Yine aynı pozisyona geçip, yıllardır orada çalışan insanların birbirleriyle kurduğu iletişimle yarışamayacağım veya kalkıp daha alt seviyeden de devam edemeyeceğim için kendi işimi kurmaya yöneldim.”(E)

“...Anladım ki kendi mesleki hırslarımı ancak kendi kuracağım bir platformda yaşatabilirdim.” (H)

Bazı katılımcılar girişimciliğe giriş etmenlerinin yanında, özellikle inşaat sektöründe alt yüklenici olarak hizmet sunan ekiplerin zorluklarına dikkat çekmişlerdir.

“Taşeron olarak çalıştığım için güvencem yoktu, çok düşük ücretler karşılığı başkalarının işlerini yapıyordum, ismim projede hiç geçmiyordu, iş bitirme alamıyordum, yaptığım işleri portföyüme ekleyemiyordum. Bu nedenle artık çalışmalarımı kendim üstlenmek istedim.” (B)

“...emeğimin karşılığını alamadığımı düşünüyordum. Ben bu işi kendim de yapabilirim diye düşünüyordum. Bu motivasyonla başladım.” (F)

Katılımcıların bir kısmı, inşaat sektöründe çalışan hakları düzenlemelerinin gözden geçirilmesine yönelik çıkarımlar sunmaktadır.

“Sektörde faaliyet gösteren mimari tasarım ofislerinde kariyer planlaması daha iyi yapılabilse, bu kadar insan serbest çalışıyor olmaz. Kendi ofisini açmaya çalışmaz.” (F)

Yaşam döngülerinde başlangıç öncesi aşamasına giren katılımcıların, girişimlerini piyasa fırsatlarını değerlendirmek üzere kurguladıklarını vurgulamışlardır.

“Ben böylece şirket açmak durumunda kaldım. İşler ve iş yaptığım bölgede öne çıkmamı sağlayan fırsatlar, benim iş sahibi olmamı sağladı kısacası”(D), “İşler, şirketi kurdurttu diyebiliriz.” (I), “O an danışmanlık işinin Türkiye’de ciddi açıkları olan ve ihtiyaç duyulan bir alan olduğunu farkettim.” (J)

Girişim öncesi dönemden girişimciliğe yönelim incelediğinde, katılımcıların birçoğunun başka bir girişimci adayıyla beraber ortaklık yaparak bir işe atılım yaptığı görülmüştür. İlk aşamada ortaklı yapıda iş yapanlar 8 girişimci iken, günümüzdeki bunlar içinde sadece 3 kişinin ortaklıklarını halen sürdürebildiği anlaşılmıştır.

Belirsizlikleri ve yarattığı güvensizlik ortamını aşabilmek için birlik olma prensibini çoğu katılımcının deneyimlendiği gözlemlenmiştir.

“Yalnızsın, o sebeple korkuyorsun önce. Masrafların olacak. Birikimin de yok ki uzun süre nasıl dayanabileceğim kaygısı olmadan yaşa. Tamam bölüşüyoruz ortaklıkta ancak en azından birlikteyiz.” (I)

Ortaklık yapılarını sürdürebilenlerin ikisinin, henüz girişimcilik süreçlerinin ilk yıllarında oldukları gözlemlenmiştir. Ortaklığını sürdürebilen üçüncü katılımcı da, ikinci ortaklık denemesini ailesinden biriyle yaptığını ve ancak bu şekilde sürdürebildiğini belirtmiştir.

“Önce İstanbul'da bir arkadaşım ile beraber çalışmaya başladım ancak daha sonra kardeşimle birlikte çalışmaya başladık. Onun mimar ve restorasyon uzmanı olması işlerimize önemli bir katkı sağladı. Açıkçası kardeşimle çalışmak da daha cazip geldi. Birbirimize güvendiğimiz, dilinden anlayabileceğimiz bir iş ortağı gibi düşünebilirsin.” (G)

Ortaklık denemelerinin başarısızlıkla sonuçlandığını deneyimleyen katılımcılar, bunun sebebini ağırlıklı olarak zaman içinde fikir ayrılıklarının oluşmasına bağlamışlardır.

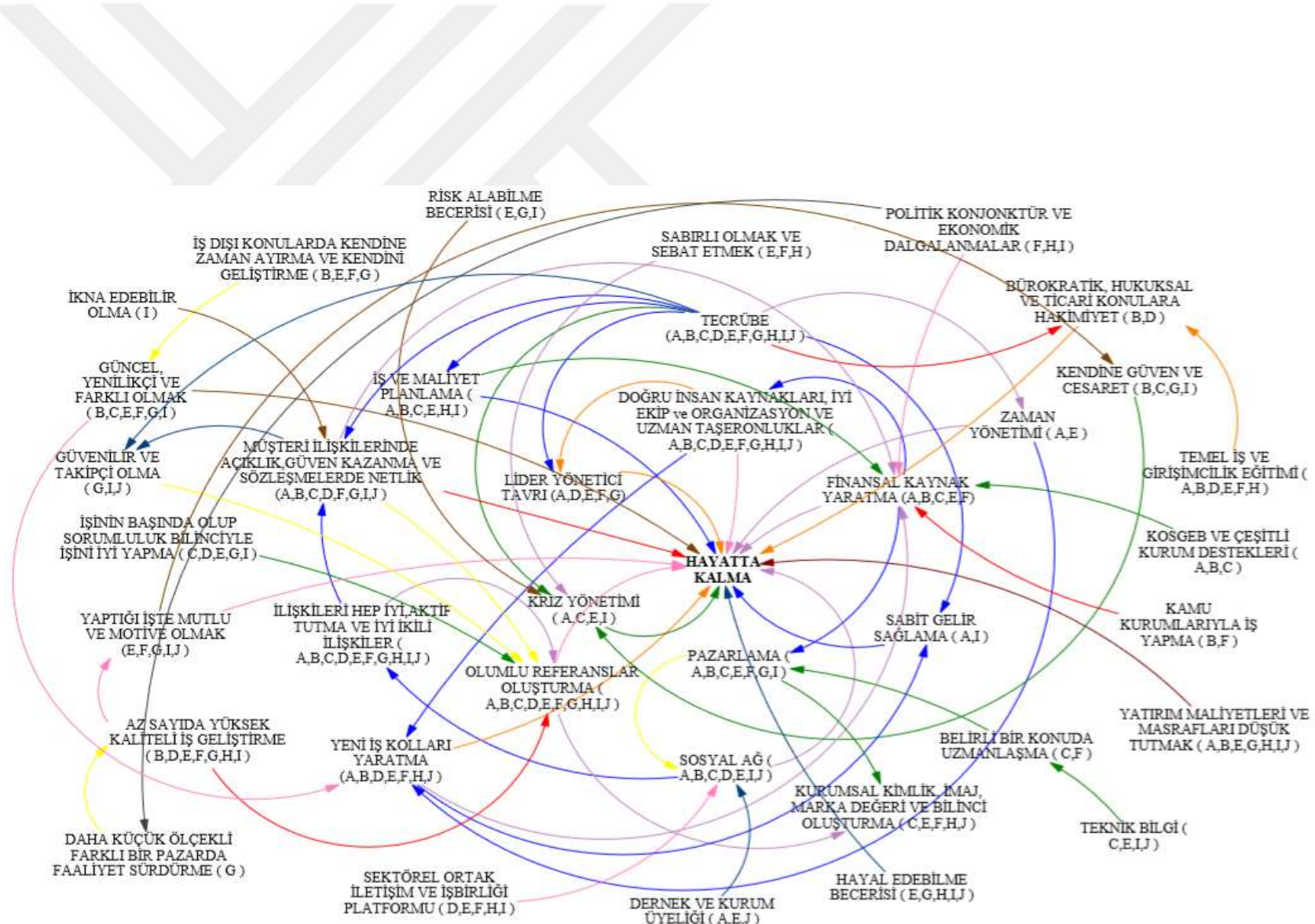
“Ardından başka bir ortaklığım oldu. Sonra mimari [mesleki anlayışın] ve ticari kafaların uyuşmayacağını anlayınca o ortaklık da bitti.”(A), “Ayrılmamızın ilk nedeni, yapmak istediğimiz işler [faaliyet alanları] aynı değildi.”(B), “..diğerleri o paraları işe yatırmaya değil de başka konulara harcamak istediler.” (I)

Bir katılımcı tarafından, inşaat sektöründe tasarım faaliyeti gösterenler özelinde ortaklık yapılarının uzun soluklu olmamasına yönelik çıkarım yapılmıştır.

“...Birkaç ortak işimiz oldu. Ama ortaklığımız uzun sürmedi. Çünkü iki tasarımcı aynı anda bir işin içinde olduğunda “Senin ismin, benim ismim.” gibi sorunlar oluşmaya başlıyor ve işler yürümüyor.”(E)

5.3.2 Girişimciliğin erken evrelerinde izlenen hayatta kalma stratejileri

Girişimcilerin hayatta kalma stratejilerini anlamak üzere, görüşmelerin kalitatif analizi sonrası belirlenen temalar Vensim yazılımı kullanılarak birbirleriyle ilişkilendirilmiştir (Şekil 5.3). Ardından, Vensim yazılımı ile sebep sonuç ilişkilerini gösteren diyagramlar (‘causes tree’) üretilmiştir (Şekil 5.4).



Şekil 5.3 : Temalar arası ilişkiler (Vensim ekran çıktısı)



Şekil 5.4 : “Hayatta kalma” temasına ait sebep-sonuç ilişkilerini gösteren diyagram (Vensim ekran çıktısı)

Katılımcıların bu hayatta kalma stratejileri analiz edildiğinde, özellikle 3 faktöre tüm katılımcılar tarafından değinilip, öneminin vurgulandığı görülmektedir:

- Tecrübe
- Doğru insan kaynakları, iyi ekip ve organizasyon, uzman taşeronluk;
- İlişkileri daima iyi ve aktif tutma, iyi ikili ilişkiler kurma ve sürdürme.
- Birçok katılımcı tarafından vurgulanan diğer faktörler şu şekildedir:
- Müşteri ilişkilerinde açıklık, güven kazanma ve sözleşmelerde netlik
- Yatırım maliyetleri ve masrafları düşük tutma;
- Yeni iş kolları yaratma;
- Pazarlama
- Sosyal Ağ

Kalitatif analiz sonucunda belirlenen ve inşaat sektöründeki girişimcilik faaliyetlerinde hayatta kalmayı sağlayan etkenler aşağıda sırayla açıklanmıştır.

- Bürokratik, Hukuksal ve Ticari Konulara Hakimiyet \ Hayatta Kalma

İş yaşamında karşılaşılan ve çoğu zaman hayati önem taşıyan bürokratik, hukuksal ve ticari konulara hakimiyet etkeninin, tecrübeyle geliştiği görülmektedir. Aynı zamanda temel iş ve girişimcilik eğitimi içerisinde kazanılan bilgi ve beceri de tecrübeyle kazanıma bu konuda bir altyapı oluşturmaktadır.

“ İlk engellerden birini, evraksal ve bürokratik engeller olarak söyleyebilirim. Muhasebesinden, projelerin belediyeden onaylanmasına kadar birçok şeyi bilmiyorsun ve bunları ancak yaşayarak öğreniyorsun. Birçok kere bu yüzden ya para ya da zaman kaybediyorsun.” (B)

- Kamu Kurumlarıyla İş Yapma \ Finansal Kaynak Yaratma\Hayatta Kalma

Ticari kurumların finansal kaynak yaratma çabası hayatta kalmalarının en önemli etkenidir. Buna her girişimcilik yapısının KOSGEB ve çeşitli kurum kaynaklarını kullanma hatta yeni iş alanlarına yönelme gibi farklı çözüm şekilleri olsa da; araştırmalarda, yaygın olarak görülmeyen kamu kurumlarıyla iş yapma prensibinin bazı girişimciler tarafından işletme stratejisi olarak benimsendiği görülmektedir.

“...kamu kurumlarıyla çalışınca özelden farklı olarak paranı her zaman alıyorsun. Piyasadan daha güvenilir geliyor bana. Genel strateji olarak işlerin yarısının her zaman kamu kurumlarıyla olmasını planlarım. İleride de [sürekli iş yapabilmek için] bu şekilde olacağını düşünüyorum.” (B)

- Doğru İnsan Kaynakları, İyi Ekip ve Organizasyon, Uzman Taşeronluklar \ Hayatta Kalma

İnşaat sektörü özelinde, çok disiplinli işbirlikteliği düzeni gözlemlenmektedir. Dolayısıyla inşaat sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin doğru insan kaynakları yönetimi, iyi ekip ve uzman taşeronluklarla uzun süre hayatta kalma çabasında oldukları görülmektedir. İşletmelerin oluşturduğu finansal kaynakların doğru yönlere aktarımı, bunu başarmanın başlıca yollarından biri olarak algılanmaktadır.

“ Aslında gelen talebe göre dış kaynak kullanılmalı. Sonuçta bizim sektörde yalnız başına tüm işleri gerçekleştirmen mümkün değil. Alt ekipler ve taşeron sistemi önemli...”(E)

“ Bizim sektörde iyi bir ekibiniz yoksa başarılı olamazsınız...” (F)

- Güncel, Yenilikçi ve Farklı Olmak \ Hayatta Kalma

İnşaat sektörü faaliyet gösterdiği bölgenin dinamiklerine göre güncel, dönemsel proje işleyişinde bir üretim süreci içerir. Girişimcilerin üretimlerini güncel, yenilik içerir ve farklı kılmaları sayesinde; gelecekte günün şartlarına uyarak kalıcı olacakları görülmektedir. Bu da hayatta kalma mücadelesinde faaliyetlerinin sürdürülebilir olmasına olumlu etken olacaktır. Yenilikçi ve farklı olmak; sırf iş yaşamında değil yaşamın her kısmında sürekli gözlemlemeyi ve beraberinde beslenmeyi getirmektedir.

“ Mimarlığın diğer alanlarında yenilikçilik, yeni malzemeleri takip etmek, onlarla yeni bir şeyler üretmek tasarlamak en değerli üretim şeklidir. Ofiste plansız bir şekilde çalışmaya gömüldüğün için, bunlarla da ilgilenemiyorsun. Girişimci dediğin insan, 7/24 işini düşünen bir bireydir. Biraz kafanı boşaltıp bambaşka şeylerle ilgilenip aslında işini beslemen gerekiyor. Mesela bir sergi gezmek, konsere gitmek, bir ormanda yürümek; meslekle ilgili bir şeyler öğrenmeye çalışmaktan daha fazla şey katıyor bence insana. Daha farklı düşünce yöntemlerine ya da daha önce hiç fark etmediğin, işine gömüldüğünde hiç düşünemediğin ışıkların yanmasını sağlayabiliyorsun.” (B)

“Yenilikleri sürekli takip ediyorum. Zaten bizim meslekte güncellenmezsen, kalıcı olamazsın.” (E)

- Hayal Edebilme Becerisi \ Hayatta Kalma

Girişimcilik, kişinin hayal ederek başladığı bir yolculuktur. Hayatta kalmasını ve mücadelesini hep hayallerinin üzerine giderek, onları oldurma becerisiyle sağlayabileceği anlaşılmaktadır.

“Eğer yola çıkarken bir hayal kurmazsan, sadece birşeyler yapmak olsun diye girersen hedefini bilemezsin. Bu yüzden de yaptığın işin nerede olduğunu, nereye gideceğini hiç anlayamazsın.” (J)

- İş ve Maliyet Planlama \ Hayatta Kalma

İnşaat sektörü girişimcileri, ağırlıklı olarak uzmanlık alanlarında eğitim görmekte ve faaliyete geçmektedirler. İş ve maliyet planlama gibi yönetim becerilerini de işleyiş sırasında tecrübeyle edinmektedirler. Hayatta kalma mücadelesinde bu becerilerini her zaman geliştirmeye yönelik çabada bulunmaları, direkt etken olarak gözlemlenmektedir.

“...iş ve maliyet planlaması hiçbir zaman tutmadı. O an farketmiyorsunuz ama totale çıkınca görüyorsun ki, eksik birşeyler olmuş orada... Bunun sebebi tecrübedir. Tecrübeyle işin başından bunu öngörüp, ilk aşamadan teklife dahil etmek gerekir. Ancak bu şekilde, büyük zararların önüne geçebilir ve yaşamını sürdürebilirsin...” (A)

“...bir işletmesin sonuçta ve maliyet planlamasını doğru kurgulaman, unutmaman gerekiyor.” (E)

“ İş planlamasında hatalar yapmışız. Planlamanın ne kadar önemli olduğunu, bize zararları listelenince anladım.” (H)

- Kriz Yönetimi \ Hayatta Kalma

Yönetim becerileri içerisinde kişilik özellikleriyle de ilişkili olan kriz yönetimi, girişimcinin her an karşılaştacağı birçok krizi çözümlemeye yönelik doğru yönetim sergilemesi gerekliliğini ve bu sayede yaşamını sürdüreceğini anlatmaktadır. Bunun için karakteristik diğer etkenlerden sabırla çalışmaları sürdürmek, kendine güven, risk alabilme becerisi de destekleyici roldedir. Diğer yandan, zamanla oluşan deneyimler sayesinde benzer krizlerin çözümlemesinin kolaylaşacağı anlaşılmaktadır.

“ Sabırlı bir insandım, daha da sabırlı olmayı öğrendim. Kişiyeyere, olaylara hatta krizlere göre, hal ve tavır değiştirmek gerekebiliyor. Başka türlü işinizi sürdürmeniz mümkün değil zaten.” (E)

- Lider Yönetici Tavrı \ Hayatta Kalma

Kişilik özelliklerinden lider yönetici tavrına sahip olma, çalışanları ve çözüm ortaklarını yönlendirme becerisini profesyonel anlamda yürütmeyi sağlar bu şekilde iş yaşamının sağlıklı ve sürdürülebilir olması sağlanmaktadır. Yine tecrübe faktörü ve doğru ekip seçimi sayesinde başarıya daha kısa yoldan ulaşılmaktadır.

“ İşin içine duygusal ve insani faktörleri koyunca, ciddi olarak performans değerlendirmesi yapamıyorsun. Lider yönetici tavrı, işi daha disiplinli yürütmeye yarar. Gerçi bu biraz yaş ve tecrübeyle de ilgili bence.” (A)

“ Birlikte çalıştığım insanlara nasıl liderlik yapmam gerektiğini öğrenmem gerekti.” (F)

“ Özellikle inşaat sektöründe kararlılık ve hatta lider bir tavır takınmak önemlidir.” (G)

- Müşteri İlişkilerinde Açıklık, Güven Kazanma ve Sözleşmelerde Netlik \ Hayatta Kalma

İş yaşamında faaliyetin kalitesi bilgi ve becerilerin işe yansıtılmasının yanında, değerli bir başka konu da müşterileriyle olan iletişim becerisi olarak anlaşılmaktadır. Bu ilişkiler ağını doğru yönetmek, karşılıklı güven kazanılması ve görev tanımlarının doğru sözleşmelerle tanımlanmasıyla iş yaşamında sürdürülebilir bir düzen kurulacaktır.

“ Sizin dürüst olarak masrafın, gelişmelerin her yönünü açıkça karşı tarafla paylaşmanız ve onları sürece dahil etmeniz çok önemli.” (D)

“ İlk zamanlar sözleşme yapmıyordum. Ama zamanla, mutlaka sözleşme yapmak ve orada da çok net olmak gerektiğini anladım....müşteriye karşı açık ve net olup, açıklayıcı olmak gereklidir.” (E)

“...müşteriyi kendin gibi görmek ve ona açık olmak, bizim için süreklilik açısından önemli bir strateji diyebilirim.” (G)

“... [Projelerimizi] ikna kabiliyetimizle kısacası diyaloglarla yürütüyoruz. O nedenle müşteri ile ilişkilere çok özen gösterilmelidir. Bu da hayatta kalabilmek için en önemli konulardan biri bence.” (I)

“ Müşteriyle iletişim de, diğer dikkatli olunması ve önem verilmesi gereken konulardan biridir.” (J)

- Olumlu Referans Oluşturma \ Hayatta Kalma

Girişimciler için ilişkiler ağını doğru yönetme ve işini iyi yapma becerisi sayesinde başarılı üretimler gerçekleştireceği öngörülmektedir. Özellikle erken evrelerinde faaliyet gösterenlerin hayatta kalma mücadelelerini uzun vadeye taşımaları, ancak olumlu referanslar oluşturarak gerçekleşeceği anlaşılmaktadır.

“ İyi işler yaparsan ancak seninle çalışmaya devam ediyorlar. Hatta en değerlisi de başkalarına senin için referans olup, önünü açıyorlar.” (B)

“...bir şekilde kulaktan kulağa referans sağladım ve işlerim bu şekilde yürüyor.” (D)

“...benim için en önemli kriter müşteri memnuniyeti ve oluşturulan referans kaynağıdır.” (E)

“...her iş başka bir işe referans olmaya başladı...Burada sadece yaptığın iş ile değil, sonrasında nasıl anıldığın da çok önemli. İyi bir iş yapıyorsan, işverenin senden memnunsan seni başkalarına da tavsiye ediyor. Bir sonraki de başkalarına tavsiye ettikçe, bu kartopu gibi büyüyor.” (F)

“İşimiz bize referans oldu ve bu sayede yeni projeler gelmeye başladı...kulaktan kulağa referansla yürüyen bir sistem var... eğer seni daha önceden güvenilir birinden duymamışsa, seninle görüşmek bile istemez.”(H)

“Biz hizmet sattığımız için, bizim sektörde iyi yaptığımız işin referansla ilerlemesi şarttır. Ancak bu şekilde iş hacmi yaratıp, hayatta kalabiliriz.” (J)

- Sabit Gelir Sağlama \ Hayatta Kalma

Bir işletmenin finansal kaynaklarını sürekli kazançta tutma çabası, onun daha uzun vadeye taşınabileceğinin önemli göstergelerindendir. Bunu belirsizliklerle dolu olan girişimcilik işletme düzeni içerisinde sabit bir gelir kaynağı yaratarak sağlamak, hayatta kalma için önemli bir etkeni edinmiş olmayı göstermektedir. Tecrübeyle

edinilen danışmanlık rolü veya yeni iş kollarından sabit gelir oluşturma bu yönde kurulacak yöntemlerden bazıları sayılabilmektedir.

“...bir arkadaşımız yaptığı projenin kontrolörlüğü için İşveren iyle başından anlaştı. Bu sayede uzun soluklu neredeyse tüm inşaat süreci için bir sabit gelir oluşturmuş oldu. En azından 2 çalışanın bir sürelik maliyetleri çıkmış oluyor. Bu da senin gününü geçirme savaşında olmadan daha rahat iş geliştirme statejisi oluşturmanı sağlıyor. [Kontrolörlük işi] Sanırım yapa yapa öğreniliyor bunlar, deneyim önemli.” (A)

- Sosyal Ağ \ Hayatta Kalma

Girişimcilerin hayatta kalma mücadelesinde sosyal ağlarını sürekli aktif tutma gerekliliği gözlemlenmektedir. Kişinin ilgi alanına göre dernek ve kurumlara üye olmanın, sektörel ortak işbirliği platformlarında aktif olmanın ve çeşitli pazarlama yöntemleriyle sosyal ağı genişletmenin; sürekli olarak üzerinde çabalanması gereken önemli sosyal ağı geliştirme etkenlerinden olduğu anlaşılmaktadır.

“...benim için ayrı bir sosyal ağ kaynağı oluşturdu. Kalıcı kalmada ağınızı sürekli genişletmelisiniz.” (E)

“Açıkçası sosyal ağı geliştirmememin, uzun vadede sorun yaratacağını düşünüyorum.” (I)

“ Hem hobimden dolayı ve yine yakın çevrem aracılığıyla çeşitli dernek ve kurumlara üye oldum. Bu dernek üyeliklerimin, sosyal ağ anlamında ciddi faydasını gördüğümü söyleyebilirim... Bu işte kesinlikle en kritik şeylerden biri, sosyal ağını her açıdan sürekli olarak genişletmendir...” (J)

- Yaptığı İşte Mutlu ve Motive Olmak \ Hayatta Kalma

İş yaşamında sağlanan mutluluğun ve beraberinde motivasyonun yüksek tutulması hayatta kalma mücadele sürecinde doğrudan etken olarak görülmektedir. Girişimci özelinde farklılaşan bu motivasyon faktörü, az sayıda yüksek kalitede konsantre iş yaparak sağlanabilmektedir.

“ İşler ve tüm emeklerin, seni mutlu ettiği sürece sorun yok.” (E)

“ Ama zorluklarda pes etmeyince ve başarmak için inat edip kendinizi sürekli motive edince, bir şekilde oluyor. “ (F)

“ Girişimcilikte başarının tanımı, bana göre mutlu olabileceğin işler yapmaktır...Mutluluk, önemli bir faktördür. Kişi, girişimcilikteki kariyerini nasıl mutlu olacağına göre şekillendirilmelidir.” (G)

“ Ekonomik yeterliliğimi sağlayabiliyorsam, beraberinde de mutlu bir şekilde işlerimi yürütebiliyorsam, bu ölçekte [yani az sayıda kaliteli iş yapar butik ölçekte] kalıp girişimciliğimi sürdürmeyi isterim.” (I)

- Yatırım Maliyetleri ve Masrafları Düşük Tutmak \ Hayatta Kalma

Girişimcilerin birçok belirsizlikle mücadelesinde, belirli olan tüm konularını minimum maliyetle çözme çabası içinde oldukları gözlemlenmektedir. Beraberinde masraflarını da düşük tutma çabasından, hayatta kalma sürecini uzatmak için alınan önlemlerden olduğu anlaşılmaktadır.

“ Özellikle masraflar konusunda, temkinli olmakta fayda var.” (C)

“ Her adımını atarken, temkinli ve yatırım maliyetini düşük tutmayı düşünerek hareket ettik.” (G)

“ Sürekli olarak yatırım maliyetini düşük tutarak bir tercih yapmalısın.” (J)

- Yeni İş Kolları Yaratma \ Hayatta Kalma

Girişimciler yaşamlarını sürdürmenin yollarını arayarak faaliyet göstermektedirler. Bilgi becerileri hatta tecrübeleri üzerinden sahip oldukları değerleri anlamlandırmaya yönelik yeni iş kolları yaratma çabasının, girişimcinin hayatta kalmaya yönelik çözümlerinden olduğu anlaşılmaktadır.

“ İnsanlar sıkıntılı dönemlerinde [hayatta kalabilmek için], yeni girişimler yapıyorlar ve yeni şeyler deniyorlar. Şu an yeni alanlar yaratma gibi hayallerim var..” (E)

“ Üniversiteside 3 senedir yarı zamanlı proje dersi veriyorum. Aynı zamanda akademik hayatta da bulunuyor olmak, her türlü güncel bilgiden haberdar olmamı sağlıyor... Beni [mesleki anlamda ve girişimimin sürekliliğine yönelik] çok beslediğini düşünüyorum.”(F)

“ İşler son yıllarda ciddi anlamda duraksadığı için, yeni girişimler yaratma peşine düştük. Ama sürekliliğini sağlamak için ciddi bir zaman ayırmalısın.” (H)

- Zaman Yönetimi \ Hayatta Kalma

İnşaat sektörü özelinde proje bazlı faaliyet gören işletmelerde maliyetle birlikte zaman da başarı etmenleri içinde yer almaktadır. Zaman dengesi kurmak, girişimciler için hayatta kalma mücadelesinde öğrenilmesi gerekli becerilerden olduğu anlaşılmaktadır.

“ Avrupa’da adam-saat hesabı var bizim işlerin. Özellikle tasarım sürecinde bu hesabı yapmak çok güç. Sonuçta yaratıcı bir konu. Efektif süre miktarı değişken. Ama insanın kendini buna eğitmesi lazım ve tecrübeyle bu gelişebilir. Sonuçta zaman, en kıymetli şey. Bugün halen daha bilinen çok büyük mimarlık ofisleri bir projeden zarar edebiliyor.” (A)

“ Bence özellikle bu tür çok disiplinli koordinasyonlu işlerde en önemli şey, zamanın doğru değerlendirilmesidir.” (E)





6. TARTIŞMA VE SONUÇ

17. yüzyıl itibari ile kullanılmaya başlanan girişimcilik kavramı iktisat bilimi için ve ülkelerin kalkınması için büyük önem taşımaktadır. Girişimci kişiler doğru riskler alıp karşılıklarına çıkabilecek olası riskleri en iyi şekilde değerlendirerek fırsata çevirebilecek ve bunları kendi faydaları doğrultusunda kullanırken bunun yanında yaşadıkları topluma da sosyal açıdan fayda sağlayıcı değerler oluşturan kişilerdir. Yeni istihdamların ortaya çıkması, ithalat ve ihracat gibi yollar ile ulusal gelirin artışına katkı sağlayabilecek girişimciler ülkelerinin ekonomileri için önemli bir role sahiptir.

Girişimcilik düşüncesinin tarihsel süreç boyunca gelişimine birçok farklı iktisadi düşünce ve düşünür katkıda bulunmuştur. Katkıda bulunan iktisatçıların başında da Adam Smith ve Joseph Schumpeter gelmektedir. Önceleri üretim sürecinin bir parçası olan girişimci, daha sonra üretim faktörlerini organize eden figür haline gelmiş ve girişimcinin bu dönüşümünde hakim iktisadi düşünceler önemli rol oynamıştır.

Rekabetin global bir görünüm kazanarak örgüt ve uluslarla birlikte bireyleri de içine aldığı şu günlerde, gerek örgütsel ve bireysel gerekse milli varlığı aktif bir şekilde devam ettirebilmek, öncelikle yüksek bir girişimcilik potansiyeline sahip olmayı sonrasında da bu potansiyeli etkin bir şekilde değerlendirebilmeyi gerektirmektedir.

Girişimcilik, kişilik özelliklerinden ve çevresel etmenlerden etkilenen ve onların şekillendirmesiyle oluşan bir süreçtir. Bu sebeple gerek bireylerin yetiştikleri ve geliştikleri ortamın, gerekse bireylerin içinde yaşadıkları çevrenin girişimcilik niyetini oluşturuca, geliştirici ve özendirici bir şekilde tasarlanması gerekmektedir. Bu oluşturulabildiği takdirde geleceğe daha güvenle bakılabilecektir.

Gelişmekte olan ülkelerin içinde yer alan Türkiye de dünya ülkeleri ile rekabet edilebilmesi ve istenen gelişmişlik seviyesine erişebilmek için özellikle girişim anlamında bir çok faaliyet gerçekleştirilmekte ve dünya düzenine entegre olunmaya çalışılmaktadır.

İnşaat sektörü, istihdam ve ekonomiye katma değer anlamında en değerli sektörlerden biridir. Ancak inşaat sektörünün girişimcilik anlamında bilgi ve vizyon olarak yetersiz

kişilerin elinde kaldığı görülmektedir. Özellikle sektöre yeni katılan gençlerin, geleceklerini planlarken girişimcilik konusunda ve sektördeki potansiyeller konusunda yeterli bilgi birikimine sahip olmadıkları anlaşılmaktadır. Üniversitelerin girişimcilik eğitimi üzerine kapsamlı olarak eğilmemesi ve girişimcilik kültürünü yaymaya yönelik henüz bir gelişme gözlemlenmemesi, bu tez çalışmasının yapılması fikrinin oluşmasını sağlamıştır.

Avrupa Birliği ve Türkiye’deki girişimciliğin ekonomik gelişmeye etkisinin arttığının farkedilmesi, girişimcilik konusunun yayılmasına ve girişim faaliyetlerinin hızla artmasına neden olmaktadır. Ancak bu hızlı artışlar beraberinde olumsuz tabloları da yaratmaktadır. Maalesef girişimler, bilgi ve deneyim altyapısı eksikliklerinden ötürü birçok zorluklarla karşılaşp yaşamlarını sürdürememekteler. Bu zorluklar bir kısmı, girişimcilikte planlama, iş kurma ve yönetme konusundaki bilgi eksikliği olarak düşünülebilir. Yine girişimciler arasında yoğun bir iletişim trafiğinin olmaması, başka deneyimlerden faydalanamayp tüm zorlukları kendilerinin deneyimlemesine sebep olmaktadır. Bu ihtiyaçlar göz önünde bulundurularak; bu tez çalışmasında, girişimcilik üzerine faaliyet gösteren kişilerin yaşadıkları süreci tüm zorluklarıyla anlamaya çalışıp, girişimciliği etkileyen faktörleri ortaya koyup hayatta kalma mücadeleleri anlaşılmak istenmiştir. Bu sayede, sektörün diğer oyuncularından hikayelerinde benzerlik gösterenlerin kendi hayatta kalma stratejilerine fayda sağlamaya yönelik çıkarımlar yapmaları amaçlanmıştır.

Üniversite öğrencileri ve yeni mezun olarak sektörde çalışan gençler arasında yaygın, fakat çeşitli nedenler ile harekete geçirilemeyen bir girişimcilik potansiyeli bulunduğu kolayca gözlemlenmektedir. Bu potansiyellerin harekete geçirilmesi için örnek olması adına girişimcilerden, teşvik sağlayacak kurumlara kadar birçok kişiye görev düşmektedir. Bu nedenle çalışmada bir diğer amaç olarak; henüz mimar ve mühendislik fakülteleri öğrencileri gibi girişimci adaylarının, genel olarak inşaat sektöründeki girişimciliği tanınması ve deneyimlerden faydalanması sağlanmak istenmiştir.

Literatür kapsamında yapılan değerlendirmelerin ardından araştırma neticesinde oluşan bulgulardan faydalanılarak araştırma sonuçlarının değerlendirmesine bu noktadan itibaren çalışılacaktır.

Tezin 4. bölümünde 3 kısımdan oluşan sorularla mülakat çalışması yapılmıştır. Sonucunda sektörde girişimcilerin, kendi hikayelerinden yola çıkarak girişimciliğe bakışları ve girişimciliği etkileyen faktörler ile hayatta kalmak için stratejik açıdan önem verdikleri noktalar tespit edilmeye çalışılmıştır.

6.1 Girişimciliği Etkileyen Faktörler Ve Girişimcilik Öncesi Sürecin Girişimciliğe Etkisi

Araştırmanın bulgularında özellikle girişimcilik öncesi süreç incelendiğinde, katılımcıların yaş faktörünün de etkisiyle yaşamında önem verdiği noktaların değişiminin, girişim faaliyetlerini de doğrudan etkilediği görülmüştür. Yaş faktörü, girişimcinin risk alma eğiliminde önemli bir etkidir. Bu nedenlerle girişimcilik yöneliminde dolaylı da olsa, yaş faktörünün etkisi bulunmaktadır.

Araştırmanın literatür kısmında girişimcilerin karakteristik özelliklerine dair vurgulanan en önemli olgulardan birinin ‘risk alma yetisi’ olduğunu söyleyebiliriz (Tikici, vd, 2007: 44). Katılımcılar, risk alma yetisini, “yaş” ile ilişkilendirmektedir. Risk faktörüyle beraber gelen belirsizlik ve sürekli olarak güncellenen yeni koşullar, girişimciye her daim hazırlıklı olması gereken ortamlar yaratmaktadır. Bu belirsizliklerle ve beraberinde gelen zorluklarla başedebilme motivasyonu, kişinin yaşamında süreklilik arz etmemektedir. Bunun da yaşamın döngüsü içerisinde belli zamanlarda var olduğu gerçeğini unutmamak gerekir. Kişilere göre değişiklik gösterdiğinden, bireye özgüdür.. Kişinin kendi yaşam deneyimlerine göre motivasyonu belirli aralıklarla oluşur. Özellikle vurgulanan konu; kişinin yaşı ilerledikçe, motivasyonunun farklı yönlerle doğru şekillendiği hatta risk alma isteği ve zorluklarla başetme yetisinin de değişmesidir.

İnşaat sektörü özelinde girişimcilik faaliyeti gösterenlerin eğitim altyapıları incelendiğinde, sektörel meslek dallarından birinin eğitimi almış olduğu görülmektedir. Aksi durumda hayatta kalma süreçlerinde aksaklıklar ve eksikler görülmektedir. Özellikle inşaat sektöründeki girişimcilerin, sektörle ilişkili uzmanlıklardan birinde en az lisans düzeyinde eğitim almaları gerekmektedir. İnşaat sektöründeki mesleki yeterlilik ile eğitim şartları, imalat kalitelerini ve sektörün gelişimini doğrudan etkilemektedir. Bu konularla ilgili olarak, yetkili kurumların yaptırım içerikli uygulamalarını sektörel fayda adına gerçekleştirmeleri

gerekmektedir. Diğer yandan, ileride mezun olunan üniversitelerin girişimcilik üzerine etkileri de yeni bir araştırma konusu olarak değerlendirilebilir.

Girişimcilik eğitimi; genel yöneticilik prensiplerinden, sektör özelindeki bilgilere kadar kritik başlıkları içermelidir. Her girişimcinin girişimcilik eğitimi alıp en azından ortak konularda fikir sahibi olması, hayatta kalma sürecine önemli bir etkindir. Mesleki uzmanlıkların yanında, genel anlamda bir girişimcilik eğitimi ihtiyacı da bulunmaktadır. Sonuçta girişimcilik çok yönlü bilgi ve beceriye sahip olmayı gerektirmektedir. Sadece teknik bilgiye sahip olma, iş yaşamında yetersiz kalmaktadır. İşletme, ekonomi ve yönetim bilimleri hakkında başlangıç seviyesinde dahi olsa bilgi sahibi olunması gerekmektedir.

İnşaat sektörü özelinde meslek sahibi olur olmaz girişimciliğe atılmak, yaygın görülen bir davranış biçimi sayılmamaktadır. Araştırma bulguları bize; inşaat sektöründe girişimcilik yönelimi sebeplerine, kişilerin önceki kurum deneyimlerindeki olumsuz koşulların etken olduğunu göstermektedir. Bu olumsuz etkinin sebebi ağırlıklı olarak, piyasa içerisinde varolan kurumların çalışanlarına yönelik kariyer planlaması sunamaması ve bazılarının çalışan haklarını tam anlamıyla koruyamaması olduğu anlaşılmaktadır. Literatürde ve araştırma bulgularında ortaya çıkan, girişimcide bulunması gereken kişilik özelliklerine bağlı faktörler içerisindeki ‘Lider Yönetici Tavrı’ olgusu, genel anlamda bir kurum içerisindeki hiyerarşik yönetim sistemi ile çelişki oluşturmaktadır. Bu karakteristik özellik beraberinde destekleyici diğer özelliklerle birlikte, kişilerin kendi sistemlerini kurmalarını sağlamaktadır. Varolduğuna inandıkları potansiyellerini bu sayede daha rahat gösterebilmekte ve kendi kariyer planlarını kendileri oluşturmaktadırlar. Dolayısıyla kişilik özelliklerinden ‘Lider Yönetici Vafı’; hem kurumlardan sıyrılıp girişimciliğe yönelimi etkileyen faktörlerden, hem de tüm girişimcilik süreci boyunca hayatta kalma sürecindeki faaliyet kalitesinde etkin stratejik özelliklerdendir.

Araştırma bulgularında katılımcıların tümünün önemle vurguladıkları ve birçok konuyla ilişkilendirilmiş olan hayatta kalma stratejileri içerisinde, “tecrübe” etkeni ortaya çıkmaktadır. Bu çıkarımdan, hayatta kalma mücadelesinin mesleki deneyimle doğrudan ilişkili olduğunu söyleyebiliriz. Tüm girişimcilik süreci boyunca, deneyimlerinden sürekli olarak beslenen bir çalışma düzeni kurulmalıdır. Deneyimlerini doğru gözlemleyip, onlardan çıkarımlar sağlayarak faaliyetlerine tekrar katkı olarak geri dönüşler gösterilmelidir. Araştırma bulguları tecrübe faktörünün,

bir girişimcilik ruhuna sahip olmak, hayatta kalma konusunda yapısal stratejik etkenlerden bazıları olmaktadır.

Tüm bu olumsuz ve geleceklerini öngöremeyen girişimcilik öncesi dönem deneyimleri ardından, faaliyet alanları özelinde piyasa fırsatlarıyla karşılaşp bunları değerlendirmek için girişimcilik yöneliminde bulunmak, girişimcilikte temel davranışlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Piyasa fırsatları, öncesinde girişimcilik yönelimini etkileyen faktörler olarak ardından da tüm süreçte girişimcinin gözlemlemesi gereken bir motivasyon ve potansiyel iş yaratma aracıdır. Girişimciliğin; belirsizliklerin ortasına atılıp onları çözümleme ve bu koşullar içinde olabildiğinde gerçekçi adımlar atma çabası olduğu, girişimcilik tanımına katkı olarak yapılan çıkarımlardandır.

İşletmeler için doğru ekip kurulumu kadar, doğru ortaklık yapısı da yaşamsal faaliyetleri için önemlidir. Girişimcilerin, belirsizlik ve zorluklarla dolu bir yola adım attıklarından bahsetmiştik. Bu belirsiz sürecinin yükünü, benzer profilde bir ortak ile hafifletmeye çalışmak çoğu girişim faaliyetinin ilk denediği yöntemdir. Araştırma bulgularından da birçok katılımcının benzer yöntem ile başladığı görülüyor. Ancak zaman içinde çoğu ortaklık yapısının zedelendiği ve uzun vadeye taşınmadığı anlaşıyor. Sebeplerin içerisinde, girişimci kişilerin zaman içinde iş yaşamındaki beklentilerinin değişmesi ve birbirleriyle uyuşmaması sayılabilir. İnşaat sektörü özelinde değerlendirilecek olursa, özellikle tasarım alanında faaliyet gösteren girişimci kişilerin işleri tamamiyle bireysel olduğundan ve ortaklarıyla karakteristik özelliklerinin çelişmesi sebebiyle anlaşmazlıklar yaşanabilmektedir. Bu nedenlerle, birçok ortaklı yapıda kurulan girişim hayatta kalamamaktadır. Araştırma bulgularının bize gösterdiği gibi, yönetim sistemlerinin öngördüğü şekilde ancak doğru görev dağılımları yapıldığı sürece sağlıklı yapılar kurulabilmektedir.

6.2 Girişimciliğin Erken Evrelerinde İzlenen Hayatta Kalma Stratejileri

İnşaat sektöründe girişimcilikte hayatta kalma stratejileri, literatür çalışmasında yer alan faktörlerin araştırma bulgularıyla beraber değerlendirilmektedir.

Çevresel faktörler açısından literatür çalışmasında belirtilen ‘AB’nin ve Türkiye’nin Girişimciliğe Desteği’ başlığı, araştırma bulgularında da karşımıza ‘Politik Konjonktür ve Ekonomik Dalgalanmalar’ kodlamasıyla çıkmaktadır. Literatürde

değinilmiş olan, ülkemiz koşullarında zaman zaman yaşanan politik ve ekonomik dalgalanmaların girişimciliğe etkisi araştırma bulgularında girişimcilerin yaşam döngüsünde de belirsiz koşullar yarattığını ortaya koymaktadır (İlhan, 2003). ‘Sektörel Yapı ve İçsel Pazar Dinamikleri’ konusunda da inşaat sektörü diğer sektörler gibi ülkenin ekonomik değişiminden etkilenmektedir. Dolayısıyla sektörün bünyesinde faaliyet gösteren tüm girişimciler de kendi ölçekleri doğrultusunda etkilenmektedir. Bazı girişimciler bu dalgalanmalardan dolayı hayatta kalamazken, bazıları da bu konuyu fırsata çevirip yeni pazar ve iş kolları yaratma çabasına girmektedir. Konjonktürdeki belirsizlikler geçene kadar riski azaltmak için az sayıda butik işler yapma veya krizleri fırsata çevirip zamanını geleceğe yönelik yeni pazar yaratma çabası, girişimcilikte hayatta kalmak için stratejik çözümlemelerdir.

Çevresel faktörlerden ‘Hukuksal ve Bürokratik Etkenler’ açısından değerlendirdiğimizde, literatür çalışmasında belirtildiği gibi girişimcinin sorun yaşamadan önce hukuksal önlemlerini alması gerekmektedir (Aykan, 2017, s. 196). Girişimciler yaşam döngülerinin başlangıç aşamalarında her konuya profesyonel yaklaşamamalarının sorunlarını yaşamaktadırlar. Özellikle de inşaat sektöründe yer alan girişimciler ağırlıklı olarak teknik konularda eğitim aldıkları için, yönetsel konularda tecrübeye dayalı ilerlemekteler. Bu da kendilerinin tecrübe kazanana kadar hukuksal ve bürokratik konularda sorunlar yaşamalarına sebep olmaktadır. Örnek olarak; ikili ilişkilerin güvenine dayalı sözleşme yapmadan iş yapma, muhasebesel ve evraklar süreçleri takip edememe, vergi politikalarını incelememe vs. Bu konularla ilgili sorun yaşamalarının önüne, temel iş ve girişimcilik eğitimi ile geçilebilir. Girişimcilerin hayatta kalma stratejileri içerisinde, faaliyetlerin bürokratik ve hukuksal etkenlerini sisteme oturtma gerekliliği bulunmaktadır. Sistemlerini doğru kurgulamamış girişimciler, temel işi yönetimi prensiplerindeki eksiklikleri hayatta kalabildikleri müddetçe ancak zorlu tecrübelerle öğreneceklerdir.

Araştırma bulgularındaki örneklemin yapısı tablosunda (Çizelge 5.1) görülen ve çevresel faktörler başlıklarındaki ‘Girişimcilik Eğitimi ve Girişimcinin Yetkin Eğitim Alt Yapısı’ faktörünün, hayatta kalma için ne kadar önemli olduğu literatür çalışmasında vurgulanmıştır (Seyfullahoğulları, 2011, s. 155). Bazı araştırmalar eğitim alan kişilerin, finansal kaynak yaratma anlamında daha başarılı olduklarını göstermektedir. Bu sayede girişimciler faaliyetlerini uzun vadeye taşımaktadırlar. Araştırma bulgularında doğrudan hayatta kalma stratejine bağlantılanmaması,

girişimcilerin eğitimin önemini farkında olmadıklarını düşündürmektedir. Beraberinde, özellikle girişimcilik eğitim bilincini arttırmaya yönelik çalışmalar yapılması gerekliliğini de göstermektedir.

Çevresel faktörler içerisinde yer alan ancak araştırma bulgularında birçok kişi tarafından hiç değinilmemiş olan ‘Girişimcilik Kültürü’ faktörü toplumumuzdaki ciddi bir eksiği yansıtmaktadır. Katılımcılardan birinin mülakatı sırasında, “Toplumumuzun genelinde bilinçli bir girişimcilik kültürü yok.” söylemi de bu tespiti vurgulamaktadır. Literatürde de vurgulanan konu, toplumda bulunması gereken bu bilinç ve kültürün en kısa zamanda oluşturulması gerçeğidir. Aksi durumda girişimcilik faaliyetlerinin bilinçli olarak altyapısal kurguyla birlikte hayatta kalması ve uzun süreli olarak toplumlarda kabul görmesi ve yine toplumlarca anlaşılıp ilerlemesine destek bulması beklenmemelidir.

Her girişim, aslında bir işletmedir. Her işletme gibi de, hayatta kalmak için giderlerini karşılayıp, gelir sağlamalıdır. İşletmeler maddi kaynaklarını ne kadar uzun süre sağlarsa, hayatta kalma süreçlerini o kadar uzatmış olmaktadırlar. Yani ekonomik faktörler açısından incelendiğinde ‘Finansal Kaynak Yaratma’ olgusuyla hayatta kalma eylemi doğrudan bağlantılıdır. Bir girişim için önemli finansal faktörler, literatürde ‘Girişim Sermayesi, z Kaynak ve Dış Kaynak’ olarak tanımlanmaktadır. Araştırma bulguları bize, inşaat sektörü’nde özellikle mimari proje ve danışmanlık hizmetleri üzerine çalışan girişimcilerin ağırlıklı olarak öz kaynakları ile yola çıktıklarını göstermektedir. Kendilerinin kurulum sermayesi ihtiyaı az olup, işletme sırasında kaynak yaratmak ihtiyaı ön plana çıkmaktadır. Müteahhitlik hizmetleri üzerine faaliyet gösteren girişimcilerin ise yarattıkları ürünlerin bedelleri daha yüksek olduğundan, girişim sermayesi veya dış kaynak çözümlmelerini değerlendirdikleri anlaşılmaktadır. Özellikle KOSGEB ve girişimciliğe destek veren diğer kurumlar, her girişimci profilinin yaşam döngüsüne bu açıdan önemli katkılar sağlamaktadır. Bir girişim hayatta kalma stratejisini, borçlanarak kullanacağı bir kaynak yerine yatırım maliyetleri ve masraflarını düşük tutarak kurgulamaktadır. Yaşanabilecek tüm belirsizliklere karşı böyle bir temkinli yaklaşım, genel bir tavır olup, hayatta kalma sürecinde doğrudan etkilidir. Araştırma bulguları içerisinde girişimcinin sabit gelir sağlayabileceği bir iş kolu yaratması, yine kendisinin yaşam mücadelesinde doğrudan etkili, rahatlatıcı bir unsur olacaktır.

Yine ekonomik faktörler özelinde incelendiğinde araştırma bulguları bize girişimcilerin özellikle ekonomik çıkmazlarda veya düşüş dönemlerinde, daha küçük ölçekli de olsa farklı pazar arayışlarına girme seçenekleri oluşturduklarını göstermektedir. Bu sayede hayatta kalma mücadelelerini, kendilerini daha rahat ifade edecekleri yeni platformda başarıya götürmek istemektedirler. Farklı pazar arayışları girişimcilerin hayatta kalma stratejileri içerisinde yer almaktadır. Araştırmada ekonomik faktörler içerisinde incelenen bulgulardan, bazı girişimcilerin yeni iş kolları yaratma ihtiyacı yine finansal kaynak yaratma ve hatta belirsizliklere karşı sabit gelir oluşturma gerekliliğiyle doğmaktadır. Bu sayede yeni gelir kapıları yaratarak ve yaşamlarını gündelik kazanç kaygılarından uzaklaştırarak, hayatta kalma stratejisi kurmaktadır.

Araştırma bulguları her bireyin girişimci olamayacağını göstermektedir. Literatürde de herkesin değil ayırt edici karakter özelliklerine sahip kişilerin üstesinden geleceği bir süreç olduğu açıkça anlatılmaktadır. (Kaygın, 2011, s. 46). Özellikle sürekli olarak çalışma düzenindeki belirsizlikler ve beraberindeki dinamiklerle başetme gerekliliği, kişilerin kendine has karakteristik özellikleri olması gerçeğini ortaya koymaktadır. Bunlar arasında katılımcılar tarafından özellikle vurgulanmış ve hayatta kalma sürecinde stratejik değeri olan; kendine güven ve cesaret, risk alabilme eğilimi ve kriz yönetimi becerisi en temel ortak özellikler olarak sayılabilirler.

Literatürde sıralanan özelliklere ek olarak araştırma bulgularında, şu karakteristik özelliklerin de girişimciliği etkileyen faktörler ve hayatta kalma stratejileri açısından önemi olduğu anlaşılmaktadır:

- İkna Edebilir Olma
- Sabırlı Olma ve Sebat Etme
- Güvenilir ve Takipçi Olma

Sosyo-kültürel faktörler içerisinde değerlendirilen ‘Sosyal Ağ Yapısı ve İletişim Kültürü’, araştırma bulgularından gelen ve girişimcinin hayatta kalma stratejileri içerisinde önemle vurgulanmış olan birçok alt başlık içermektedir. Bunlar şu şekildedir:

- İlişkileri Hep İyi, Aktif Tutma ve İyi İkili İlişkiler
- Müşteri İlişkilerinde Açıklık, Güven Kazanma ve Sözleşmelerde Netlik

- Pazarlama
- Sosyal Ağ

Girişimcilik eğilimi, kulağa hep bireysel bir iş yapma şekli olarak gelse de aslında birçok kişiyle ilişkili bir yapısı bulunmaktadır. İnşaat sektörü özelinde de bakıldığında orataya çıkan ürünlerin ölçekleri gereği, üretim sürecinde birçok farklı özellikte kişinin biraraya gelmesi gerekmektedir. Girişimcinin iş yapım aşamaları değerlendirildiğinde, müşteri ile ilişkilerin kurulması, ekip ile projenin kurgulanması, alt ekipler ile projenin gerçekleştirilmesi gibi birçok iletişim gerekliliği karşımıza çıkmaktadır. Girişimcinin öncelikle iyi iletişim kurabilen ve bu ilişkileri koruyabilen bir yapı olması en önemli özelliğidir. Literatürde zamanla oluşturulduğu belirtilen sosyal ağ düzeninin, pazarlama yöntemleriyle arttırılması girişimcilerin daha çok kişiye ulaşmasını sağlamaktadır. (Brüderl and Preisendörfer, 1998, s. 214). Girişimcinin iletişime geçtiği her kişiyle doğru frekanslar kurup, ilişkilerini güncel tutması hayatta kalma stratejileri içerisinde özellikle en çok üzerinde çabalaması gereken konulardan biridir. Beraberinde, araştırma bulgularında yine tüm katılımcılar tarafından defalarca farklı başlıklar altında vurgulanarak tanımlanan bir faktör de iyi ikili ilişkiler kurmaktır. Girişimcilik her ne kadar profesyonel yaşamın kuralları gereği sürekli olarak ilerlemeye çalışsa da beşeri ilişkilerin işe katkısı yadsınamaz bir gerçektir. Her faaliyet alanında müşteri ile, çalışanlar ile ve alt ekiplerle kurulan ilişkilerin sağlıklı ilerlemesini yönetmek, hayatta kalma stratejilerinde en önem verilmesi gereken noktalardan biridir. Pazarlama faaliyetleri, doğrudan sosyal ağı kuvvetlendirmeyi sağlar. Ancak sosyal ağı sürekli olarak genişletmek kadar önemli olan bir diğer konu ise iletişimin kalitesini arttırmak ve kurulan ilişkilerin sürekliliğini sağlamaktır. Araştırma bulguları; tüm girişimcilerin hayatta kalma mücadelelerinde bu konuya, en az işlerine harcadıkları emek kadar yatırım yapmaları gereken bir değer olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmada girişimcilerin bir kısmı faaliyetlerini uzun süre sürdürebilmelelerinin kurumsal imaj ve marka bilinci oluşturma sayesinde gerçekleşeceğini düşündükleri anlaşılmıştır. Marka değerinin işin kalitesine ve vizyonuna önemli etkileri olduğu vurgulanmıştır. Ancak bu sayede, uzun vadede de olsa girişimcinin emeklerinin değerli bulunacağına inanılmaktadır. Bulgularda doğrudan bağlantılı olan pazarlama üzerinden markalaşma ve kurumsal imaj oluşturmaya ilgili yatırım yapılması önemli bir hayatta kalma stratejisi olarak anlaşılmaktadır.

Literatürde ‘aile yapısı’ faktörünün önemle tanımlandığı görülmektedir. Ancak araştırma bulgularında, girişimcinin yaşam döngüsü içerisinde aile yapısı etkili olurken hayatta kalma stratejilerinde doğrudan bir önemi vurgulanmamıştır.

Tüm bu bilgilerin ve araştırma bulgularının sonucu, girişimciliğin sırf mesleki bir tavır olmadığını ortaya koymaktadır. Girişimcinin iş yaşamıyla özel yaşamının içiçe geçtiği, araştırma bulgularından ortaya çıkan ‘İş dışı konularda kendine zaman ayırma ve kendini geliştirme’ başlığından anlaşılmaktadır. Bulgularda, girişimcilerin iş dışı konularda kendilerine zaman ayırıp, burada kendilerini geliştirmeleri ve bu katkıyı girişimcilik yönlerini beslemeye yönelik sürekli tekrar etmeleri gereği ortaya çıkmıştır. İş dışı konulardan beslenip girişimcilik aktivitesine aktarmaya odaklı bir yanın girişimciyi güncel, yenilikçi kılması hayatta kalma mücadelesi içerisinde önemli bir özellik olarak ilişkilendirilebilir.

Girişimcilikte yaşamın her yönünden karşılıklı beslenme hali ve bunun da başarı için gerekli olması, işletme türünün çok ötesinde bir olgu olduğunu göstermektedir. Bu da girişimciliğin sadece bir işletme çeşidi olması dışında, bir “yaşam biçimi” prensibi olarak ele alınmasını vurgulamaktadır.

6.3 Öneriler

Araştırma sırasında yapılan mülakatların öncesi ve sonrasındaki sohbetlerde, girişimcilerin hayatta kalma mücadeleleri için çok fazla kendilerini ifade edecekleri bir alan bulamadıklarından yakındıkları gözlemlenmiştir. Kendileri gibi benzer faaliyetler gösteren girişimcilerin de deneyimlerinden habersizlerdir. Girişimciler bir diğer kişinin yaşadığı zorlukları bilmediğinden, kendisi de benzer aksaklıkları bizzat deneyimlemek zorunda kalmaktadır. Sektörel gelişime ve dolayısıyla ortaya çıkabilecek girişimcilik faaliyetleri kalitesinin ilerlemesine katkı olabilmesi için değinilen önemli bir konu, sektörel ortak iletişim ve işbirliği platformu kurulması yönündedir. Bu sayede girişimcilerin ortak çalışmalar yapıp, bilgi ve tecrübeleri paylaştıkça ortaya çıkaracak ürün kalitesini arttırmaları hedeflenmektedir. Daha sık biraraya gelip, paylaşımı arttırmak için, sektör dernek ve temsilcilerinden çeşitli mesleki organizasyonlar kurgulamaları istenmektedir. Bu platformlar sayesinde, girişimcilik potansiyeline sahip gençlere de kendilerini ifade edecekleri ve hayallerini yaşama döküp harekete geçmelerine adım olacak alanlar yaratmaları önerilmektedir.

Bu çalışmada, toplumsal bilince katkı ve özellikle üzerinde yeni çalışmaların yapılması gereken bir konu ortaya çıkmaktadır. Çevresel faktörlerden “Girişimcilik Kültürü” başlığına hiçbir katılımcının değinmemiş olması, ülkeleri uzun vadede gelişmeye ve ilerlemeye taşıyacak olan girişimciliğin toplumumuzun bilincinde yer almadığını açıkça göstermektedir. Girişimcilik üzerine çalışan özel ve kamu kuruluşlarının, faaliyetlerinde özellikle toplum bilincine ‘Girişimcilik Kültürü’nü aşlamaları gerekmektedir. Bu sayede gelecek nesillerden, daha farklı vizyona sahip yeni girişim faaliyetleri canlanacaktır. Literatürde bahsedildiği gibi bu konuda AB’de birçok eğitim kurumunda anadal düzeyinde girişimcilik eğitimi verilmektedir (Campus Company Programme, 2016). Bu bilgi, beceri ve uzmanlıkla girişimciliğe adım atan bireyler sayesinde toplumdaki bilinç te arttırılmak istenmektedir. Girişimcilik kültürü üzerine çalışmaları, girişimcilik eğitimden ayrı tutmamak gerekmektedir.

Toplumda girişimcilik kültürünü oluşturma ve yayma konusunda yapılacak çalışmalar, öncelikle inşaat sektöründe ardından da tüm sektörlerde yeni, bilinçli girişim faaliyetleri oluşmasını sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Akkaya, G. C. ve İçerli, M. Y.** (2001). “KOBİ’lerin Finansal Problemlerinin Çözümünde Risk Sermayesi Finansman Modeli”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (3), 61-70.
- Aksu, İ. ve Apak, İ.** (2014). Yeni Mamul Geliştirme Kararlarında Mamul Yaşam Seyri Maliyetleme Yaklaşımı ve Bir Örnek İşletme Uygulaması, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 48, Kış.
- Arıkan, S.** (2004). Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, Genişletilmiş 2. Baskı, Siyasal Kitabevi, Ankara
- Ark, A.** (2002). “Reel Sektörde Risk Sermayesinin Rolü”, *Activeline Dergisi*, (23), 1-5.
- Ates, Ö.** (2005). Aile Sirketleri: Degisim ve Süreklilik, Ankara Sanayi Odası Yay., No:56
- Aykan, E.** (2017). Girişimcilik ve Girişimcilerin Liderlik Davranışları (Kayseri’de Bir Uygulama). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Aytaç, Ö.** (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı. 15, 139-160.
- Balaban, Ö. ve Özdemir, Y.** (2008). “Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt 3, Sayı 2.
- Başar, M. ve Tosunoğlu, B. T. ve Demirci, A. E.** (2001). Girişimcilik ve Girişimcinin Yol Haritası: İş Planı, Eskişehir: Eskişehir Ticaret Odası (Yayın No: 14).
- Bekçi, U. Y.** (2001). Göller Bölgesindeki Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Finansal Sorunları Ve Çözüm Yolları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (1).
- Berglann, H. and Moen, E. and Roed, K. and Skogstorm, J.F.** (2011). Entrepreneurship: origins& returns, labour economics 18.
- Bozkurt, Ö.** (2007). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi. *Çanakkale Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt. 1, Sayı. 2, 93-111.
- Brealey, R. A. and Myers, S. C. and Marcus, A. J.,** (2001). Fundamentals of Corporate Finance, (3. Baskı), McGraw-Hill/Irwin Yayınları, New York.
- Bridge, S.** (1998). “Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business”, London: Macmillian Business.

- Brüderl, J. and Preisendörfer, P.** (1998). Network support and success of newly founded businesses. *SmallBusiness economics*, 10, 213-225.
- Bulut, H. İ. ve Er, B.** (2008). “Risk Sermayesi Destekli Girişimlerin Fiyatlandırılması ve Fiyatlandırmada Kullanılan İskonto Oranı”, *Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (11).
- Ceylan, A. ve Korkmaz, T.** (2010). *Finansal Teknikler*, (7. Baskı), Ekin Yayınevi, Bursa.
- Çoban, M. ve Saban, M.** (2006). “Türkiye’de Risk Sermayesi Uygulaması ve Sorunları”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (31).
- Çonkar, M. K.** (1999). *Risk Sermayesi Finansman Yöntemi*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul.
- Demirel, E. T.** (2003). *Girişimcilik Kültürü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Demirgil, A.** (2008), *İşletmelerde Mobbing Uygulamaları İle Örgütsel Bağlılık İlişkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma*, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi) Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dinçer, Ö. ve Fidan, Y.** (2009). *İşletme Yönetimine Giriş*: İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Emre, S.** (2007). *Girişimcilik Kültürü: Hofstede’in Kültür Boyutlarının Malatya Uygulaması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Entrialgo, M. and Fernandez, E. and Vazquez, C.** (2000). linking entrepreneurship & strategic management: evidence from spanishsmes, *technovation* 20.
- Erdoğan, Z.** (2014). *Pazarlama İlkeleri ve Yönetim*, Bursa: Ekin Basım Yayın.
- Erdoğan, Z.B. (Ed.)** (2009). *Girişimcilik ve KOBİ'ler Teori ve Uygulama* (2.baskı). İstanbul: Ekin Yayınevi.
- Eroğlu, F.** (2009). *Davranış Bilimleri*. (10. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
- Fındık, D.** (2007). *Turkish women's NGOS: A social network analysis*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara
- Gözbaşı, O.** (2003), “*KOBİ'lerin Finansman Sorunlarının Çözümüne Yönelik Finansal Destekler ve Finansman Teknikleri İle İlgili Bir Araştırma*”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Aydın, 2007.
- Gries, T. ve Naude, W.** (2011). Entrepreneurship andhuman development: A capability approach, *journal of public economics* 95, s. 216-218.
- Guzman, J. C. and Linan, F.** (2005). “Perspectives On Entrepreneurial Education: A Us-Europe Comparison”, Jean Monnet European Studies Centre Universidad Antonio de Nebrija, <http://www.nebrija.com/jeanmonnet/pdf/guzman- linian.pdf>.

- Günay, A.** (2016). *Bilişim Alanında Değişik Kademelerde Eğitim Gören Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Karşılaştırılması*. (Yüksek Lisans Tezi) Afyon : Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Güney, S.** (2008). Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hisrich, R. D. and Peters, M.** (1995). Entrepreneurship Starting, Developing And Managing A New Enterprise, (Third Edition), Chicago: Irwin.
- Hoang, H. and Antoncic, B.** (2003). Network based research in entrepreneurship: A critical review. Journal of Business Venturing, 18, 165-187
- İraz, R.** (2010). Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler, İkinci Baskı, Konya: Çizgi Kitabevi.
- İrmiş, A. ve Barutçu, E.** (2012). Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 26(2): 1-25.
- İrmiş, A. ve Durak, İ. ve Özdemir, L.** (2010). Girişimcilik kültürü Anadolu girişimciliğinden örnekler. Bursa: Ekin.
- İşcan, Ö. F. ve Kaygı, E.** (2011). Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 3, Sayı:2
- İşeri, M.** (2001). Risk Sermayesi ve Türkiye 'deki Geleceği, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Karabulut, A. T.** (2009). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt: XXVI, Sayı:1
- Karadal, H.** (2014). Girişimcilik (Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi), İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Karagöz, M.** (2009). *Girişimcilik Profili Araştırması: Isparta İli Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Kuğu, T. D.** (2004). "Finansman Yöntemi Olarak Risk Sermayesi", *Yönetim ve Ekonomi*, 11 (2), 141-153.
- Kuvan, H.** (2007). *Türk Girişimcilerinin Yaşam Ve Çalışma Değerleri. Malatyalı Girişimciler Üzerine Yapılan Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta
- Landström, H.** (2012). Pioneers In Entrepreneurship and Small Business Research, New York: Springer.
- Lee, S. M. and Suzanne J. P.** (2000). "Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness", *Journal of World Business*, 35,4, 401-416.
- Marangoz, M.** (2012). Girişimcilik, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Müftüoğlu, T.** (1991). Türkiye 'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: Sorunlar ve Öneriler, Sevinç Yayınevi, Ankara.

- OECD, (2005). Employment Outlook.
- Onay, M. ve Çavuşoğlu, S. (2010). İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Etkileyen Faktörler: iç Girişimcilik. *Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Cilt: 17, Sayı:1,47-67.
- Özen, K. (2011). Kadın Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları. 3.Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Eskişehir, 457-464.
- Özkul, G. (2008). *Girişimcilik Teorileri ve Girişimci Tipleri: Antalya-Burdur- Isparta İllerinde (İBBS Düzey 2 TR 61 Bölgesinde) İmalat Sanayi KOBİ'lerindeki Girişimciler Üzerine Bir İnceleme*, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:11, Sayı:1,328-335.
- Öztürk, M. (2008). Fonksiyonları Açısından işletme ve Yönetim. İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Parkhe, A. and Wasserman, S. and Ralston, D.A. (2006). Introduction to special topic forum: New frontiers in network theory development. *Academy of Management Review*, 31 (3), 560-568.
- Pazarcık (2004). Aile İşletmelerinin Tanımı, Kurumsallaşması ve Yönetimi, 1. Aile İşletmeleri Kongresi, İst., s.33-41
- Sabuncuoğlu, Z. ve Tokol, T. (2001). İşletme, Ezgi Yayınları, Bursa,.
- Seyfullahoğulları, A. (2011). Türk Girişimcilerin İş ve Yaşam Değerlerinin Demografik Değişkenlerle İlişkisi Üzerine Bir Araştırma: Bursa İli Uygulaması, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:11, Sayı:1, s.155-175
- Shane, S. and Venkataraman, S. (2003). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Acad. Manage. Rev.* 25 (1), 217-226.
- Şimşek, M. Ş. ve Akgemci, T. ve Çelik, A. (2003). Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış. (3. Baskı). Konya: Adım Matbaacılık.
- Şimşek, M. Ş. ve Akgemci, T. ve Çelik, A. (2003). Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış. (3. Baskı). Konya: Adım Matbaacılık.
- Tikici, M. ve Aksoy, A. (2009). Girişimcilik ve Küçük İşletmeler, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Tikici, M. ve Demirel, E.T. ve Türk, M. ve Akbıyık, N. (2007). Kültürün Girişimciliğe Etkileri Malatya Örneği. Ankara: Nobel Yayınları.
- Topkaya, Ö. (2013). *İstihdama Katkısı Bakımından Girişimcilik: Güney Marmara Örneği*. (Yayımlanmış Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Toroslul, M. V. (2000). “Çağdaş Finansal Teknikler”, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.

- Tuncel, K.** (2006). Risk Sermayesi Finansman Modeli- Dünya Uygulamalarının Analizi ve Türkiye İçin Özgün Bir Model Önerisi, 37, Sermaye Piyasası Kurulu Yayınları, Ankara.
- TÜGİAD,** (1993). “Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimci Nitelikleri” Türkiye Genç İş Adamları Derneği. İstanbul.
- Türkiye Mütahhitler Birliği** (2011). İnşaat Sektörü 2023 Vizyonu: Sorunlar ve Çözüm Önerileri.
- Cassis, Y. and Minoglou, I.** (2005). Entrepreneurship in Theory and History, Palgrave Macmillan, a division of Macmillan Publishers Limited , Palgrave Macmillan UK, XIII, 211
- Yatmaz, F. E.** (2012). *Girişim Sermayesi: Türkiye İçin Bölgesel Model Önerisi*,(Yayımlanmış Uzmanlık Tezi), 2833, T.C. Kalkınma Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H.** (2005). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Yıldırım, H.** (2008). Girişimcilik Ateşi ve İş Melekleri (Temel Kavramlar). İstanbul: Değişim Yayınları



EKLER

Ek 1 Katılımcıların çevresel faktörlerle ilgili mülakatlardaki ifadeleri

Faktörler	Ana Başlıklar	Konularla İlgili Mülakatlarda Kullanılan İfadeler
Çevresel Faktörler	AB’de ve Türkiye’nin Girişimciliğe Desteği	(A)Bugün halen daha bilinen çok büyük mimarlık ofisleri bir projeden zarar edebiliyor. Tam bilmiyorum ama belki de bu Türkiye de belirsiz. ..Açıkçası Türkiye deki yapı yaptıрма ahlakı bilgisinin ve yönetiminin Avrupa’daki gibi olduğunu düşünmüyorum. (F) Türkiye’deki insanlar da en az oradakiler kadar yetenekliler. Sadece buradaki koşullar bizi bu hale getiriyor. Burada daha yaratıcı insanlar var hatta. Ama bunu geliştirmek için yeterli imkânı bulamıyorlar. ... Zaten yurtdışında yaşadığında, sistem seni böyle şeyler yapmaya itiyor. Bizim buradaki mücadelemiz ile onların mücadelesi çok farklı. Biz burada temel ihtiyaçları karşılamak için fazlasıyla efor sarf ederken, onlarda böyle bir kaygı olmadığı için daha üst düzeyde çalışabiliyorlar. (H) Tabii ülkenin içinde bulunduğu konjonktür de önemli, ekonomik krizler işleri ciddi anlamda etkiliyor. Engelliyor ya da daha canlı bir piyasa varsa, daha canlı bir iş akışı oluyor. ...sektör ve ülke koşulları, iş yapma yetimizi ciddi etkiliyor. Örneğin Arnavutluk’ta uzun zamandır geliştirmeye çalıştığımız iki adet projemiz var. Maalesef bir tanesi Türkiye ye karşı ön yargıları sebebiyle askıya alındı, ikincisi de belirsiz. ...2019-2020 yi pas geçebilirler ancak elbet piyasalar canlanacak bir şekilde.

Hukuksal ve Bürokratik Etkenler

...Bu önümüzdeki 2 sene, belki de fırsat yakalayamayız. İşler açılmayacaktır. Ancak sonra düzeleceğine inanıyorum. O zamana kadar birçok firmanın da elenip, kapatacağını düşünüyorum. Dayanabilirsek yeni dönemde devam edip, işi büyütebileceğim.

(I) Ülkenin içinde bulunduğu ruh hali bile etkiliyor. Dolaylı yoldan işverenlerin işi durdurmasına veya ötelemesine sebep olacak kadar etkili bir ruh hali bu. Hemen başlayacak diye umutlandığın işler bir sene sonra gündeme gelebiliyor. Veya kriz dönemindeyiz deyip ödemeleri atlatmaya çalışıyorlar.

...Her ne kadar zaman zaman kötülendiğini görsek te, Türkiye ve özellikle İstanbul doğru girişimin oluşturulacağı en değerli yerlerden bir tanesidir. Çünkü sana mesleki anlamda bu kadar özgürlük tanınan ve işi kurallarına adapte edebileceğin başka bir yer yoktur. Sen bazı dökümanları takip ettiğin sürece, kimse gelip te işine karışmaz.

(B) İlk engellerden birini evraksal ve bürokratik engeller olarak söyleyebilirim. Daha önce hiç karşılaşmadığımız muhasebesinden tut projelerin belediyeden onaylanmasına kadar birçok şeyi bilmiyorsun ve bunları ancak yaşayarak öğreniyorsun. Birçok kere bu yüzden ya para ya da zaman kaybediyorsun.

(D) Özellikle bürokratik sebeplerden kurullarda durdurma yapıldığı zaman süreç çok aksadı. İşverenimiz de durdurma yapıldığı zaman bize olan güvenini yitirdi ve başka birilerine işi devretti.

(B) Biraz daha devlet kurumlarına yönelik işlerde çalıştığım için, bu krizden çok etkilenmedim.

...kamu kurumlarıyla çalışınca özelden farklı olarak paranı her zaman alıyorsun. Genel strateji olarak işlerin yarısının her zaman devlet kurumlarıyla olmasını planlarım, ilerde de bu şekilde olacağını düşünüyorum.

(F) Kamu kurumları artık daha duyarlılar. İyi mimari projeler yapmak istiyor. Eskiden kamuya proje yapmak, tek tip proje yapmak gibi düşünülürdü. Şu dönemde ise kamuda yaptığımız işlerin iyi olması ve prestijli olması gibi kaygılar taşıyorlar.

Sektörel Yapı ve İçsel Pazar Dinamikleri

(D) Bence sektörümüzde böyle düzgün, dürüst ve etik kişiler de var. Keşke işbirliklerinde onlara daha sık rastlasak. Ancak böyle herkesi bir araya getiren bir platform yok maalesef. (E) Tanışıklıklar, insan ilişkileri yine önemli. Ayda bir kere ofisimde organizasyonlar düzenleyip mimar arkadaşlarımla bir araya geliyorum, iş dışında paylaşımların olduğu bir ortam yaratmaya çalışıyorum.

...Sektörden deneyimli birinin söyleşisini dinledim. Onu dinlediğimde, bunu herkesin yaşadığını anladım. Bunu öğrenince rahatladım. Keşke bu sektörel paylaşım platformları daha fazla olsa, çok faydalı olur.

(F)...karşılıklı alışverişle bu iş daha çok zenginleşiyor hatta böyle ortaklıklar keşke daha çok olsa, herkes bilgisini, becerisini paylaşabilse daha güzel işler çıkar.

...kendi sektörümüzden insanlarla daha çok bir araya geliyor olmamız lazım. Daha çok ortak projeler yapılabilir olması lazım. Ya da ortak havuzlar olabilir; böyle bir işim var ama ben bu konuda tecrübeli değilim bu konuda bana nasıl katkı sağlayabilirsiniz gibi karşılıklı fayda sağlayacak ilişkiler kurulabilir.

(H)... tecrübeli kişilerin açık yüreklilikle kendi hikayelerini anlatıp, yaşanabilecek problemleri önceden görmemizi sağlayacakları bir platform çok iyi olurdu...

(I)...sektörel buluşmaların da işlerin dinamiğine katkıda bulunduğunu düşünüyorum.

(G) ...girişimcilik açısından bakarsan, tüm dinamiklerine hakim olduğun daha küçük ölçekli bir pazarda işinin başında ve yerinde olmak daha verimli olacaktır.

(A) Kendi bilgi alanımız dahilindeki başka iş kollarında fırsatlar var, dahil etmemiz gerekiyor.

(B) Başka bir iş kolu daha yaratarak, işlerin üçte birini uygulama faaliyetleri olarak planlıyorum. Verdiğimiz emeğin karşılığını alabiliyor olabileceğiz böylece.

(D)...böylece kendimize yeni bir kol ve gelir kapısı daha yaratmış olduk. Bu benim için işe önemli bir katkı ve bir eşik atlatmak oldu bile diyebilirim.

(E) Şu an yeni alanlar yaratma gibi hayallerim var. Bu yolla farklı gelir kaynakları da oluşturmayı amaçlıyorum.

(H) İşlerimin sakin olduğu bir zamanda fırsat gelince, yeni bir iş kolu yarattık...

İşler son yıllarda ciddi anlamda duraksadığı için, yeni girişimler yaratma peşine düştük.

(J) Yeni kollar yaratarak kendimizi ölçeklendirmeyi çabalamaktayız.

(A) Tecrübeyle işin başından bunu öngörüp ilk aşamadan teklife dahil etmek gerekir. Ancak bu şekilde, büyük zararların önüne geçebilirsiniz.

(D) Özellikle de ağzım yandıktan sonra bu konuda çok daha temkinliyim. İşte sanıyorum tecrübe bu.

(E) Bunları en baştan konuşmak gerektiğini, maalesef zorlu tecrübelerin ardından ancak öğrendim. Mimarların birçoğu iç mimarlık ve uygulama konusunda deneyimsizler. Çünkü bunlar daha çok tecrübeye dayalı ve yapılarak öğrenilen şeylerdir. Her iş yeni bir tecrübe ve birçok ders içeriyor tabii.

(F) En başından beri kendi işimi yapmak istiyordum. Bu deneyimler de, hedefim için en başından attığım tohumlardı. Kendi işimi yapmak için çok fazla donanım kazanmam gerektiğinin farkındaydım. Sonuçta tecrübe en değerli hazinedir.

Nasıl bir süreç yaşayacağını baştan kestiremiyorsun. Ancak tecrübelerin arttıkça, biraz daha kolay anlayabiliyorsun. Hepsinde farklı bir tecrübe yaşıyorsun. Çünkü hepsinin parametreleri birbirinden farklıdır.

(I)...girişimcilik, ancak yaşanarak öğrenerek anlaşılabilir bir durumdur. 50'li hatta 60 'lı yaşlarda ancak mimar oluyorsun derler ya hani, bence bunun doğru bir tarafı var. Tecrübe çok önemli bir konu.

...öğrenerek ve yaşanarak kazanılan tecrübelerin çok değerli olduğunu düşünüyorum. Hizmet olarak sattığımız şey, aslında bilgimiz ve daha da önemlisi tecrübemizdir.

(B) Kaliteli, güzel ve zevk aldığım işler yapayım istiyorum. Az metrekaireli işlerle az miktarda iş yapıp para kazanmaya razıyım. Kalite derdim var.

(D) Az ve kaliteli, imzamı atabileceğim işler olması bana yeterli.

(F) ...biraz daha orta ölçekli kalmak istiyorum. Yüzlerce insan çalıştıran büyük ofisler olmak gibi bir hedefim yok. Ama elimden geldiğince yaptığım iş kaliteli, nitelikli olmalı. Böyle fabrikasyon işler yaptığım ve sonrasında ne iş yaptığım hatırlamadığım bir durum bana göre değil.

(A)... iş ve maliyet planlaması hiçbir zaman tutmadı. O an farketmiyorsunuz ama totale çıkınca görüyorsun ki, eksik birşeyler olmuş orada.

(B) ...bu dönem için ben işi yönetmedim işler beni yönetti diyebilirim. Gece gündüz çalışıyordum, bu dönemde hiçbir planlama yapmadım, işlerin akışıyla bu dönemi yuvarlana yuvarlana götürdüm. Ama belki de doğrusu bir es verip bugüne kadar ne yaptım, artısı eksisi neydi, ne öğrendim diye bakıp öyle ilerlemek gerekiyor.

(E) Sen de bir işletmesin sonuçta ve maliyet planlamasını doğru kurgulaman, unutmaman gerekiyor.

(H) İş planlamasında hatalar yapmışız. Planlamanın ne kadar önemli olduğunu, bize zararları listelenince anladım...işin finans ve yönetim kısmında zorlanıyorum. Çok iyi iş ve maliyet planlamak lazım.

(A) Özellikle tasarım sürecinde adam-saat hesabı yapmak çok güç.

...Sonuçta zaman, en kıymetli şey.

(E) Bence özellikle bu tür çok disiplinli koordinasyonlu işlerde en önemli şey, zamanın doğru değerlendirilmesi.

Hayatta her şeyde olduğu gibi, zaman yönetimi yapmak ve işleri ertelememek önemlidir.

Girişimcilik Eğitimi ve
Girişimcinin Yetkin Eğitim
Altyapısı

(A) ...mimarlık sektörü için bu derece kapsamlı bir eğitim olması gerektiğini düşünmüyorum. Temel kavramlara hakim olacak kadar hızlandırılmış bir kurs veya mentorluk te yeterli olabilir.

(D) Etkisinin olacağı kesin.Sonuçta bilimsel ve eğitimsel bir süreç. Ama başarmanın tek tanımlayıcısının bu eğitimi almak olduğunu düşünmüyorum. Performansı ve verimi arttırmak için önemli olurdu. Ancak başarı için tek aktör olamazdı.

(H) Kesinlikle yarattırdı. Ama piyasaya yönelik birşey verilmesi lazım açıkçası, standart işletmecilik.

(I) Hayır faydası olmazdı. Ben öğrenerek gördüm bu süreçleri. Öğretilen şeylerin mekanizması karşılaştıklarıyla örtüşmeyebiliyor.

(E) İç mimarlık eğitimini almamış olmanın eksikliğini çok hissediyorum. Faaliyet gösterdiğin alanla ilgili teknik bilgi olmazsa olmaz.

(J) Konusunda uzman ve teknik bilgiye sahip ekiple birlikte ki çok önemli bence.

(C) Bana kalırsa uzmanlaşmak doğru gibi geliyor. Bizim gibi küçük ofisler için belli bir konuda uzmanlaşmanın uzun vadede daha karlı olacağını düşünüyorum. Belli bir alanda uzmanlaşma fikri bana aynı alanda ihtiyacı olan kişileri kendimize çekebilme ihtimalini düşündürüyor.

(F) Birçok kişi bana, niş bir şey oluşturmamı tavsiye etti. O şekilde aranan kişi olacaktım. “O işi yaptırmak için seni bulmalılar.” dediler. Yurtdışında birisi okul yaptıracaksa, mimardan kesinlikle önceden birkaç defa okul projesi yapmış olmasını bekliyor.

Girişimcilik Kültürü

(D) Kendi işini yapma veya girişimcilik kültürü, ailemde kimsede yok. Hatta bence toplumumuzun genelinde bilinçli bir girişimcilik kültürü yok maalesef.

Ek 2 Katılımcıların finansal faktörlerle ilgili mülakatlardaki ifadeleri

Faktörler	Ana Başlıklar	Konularla İlgili Mülakatlarda Kullanılan İfadeler
Finansal Etkenler	Girişimcinin finansal sermayesi	(B) tasarım ofisi olmak için fazla bir sermayeye gerek yoktu açıkçası. 1000-1500 TL lik malzeme masrafı ve ofis kirası. (F) Mimarlık ofisi açmak büyük bir sermaye de gerektirmiyor. (H) Ortağımızla beraber toplamda 3000 TL koyarak, basit bir sermayeyle adi ortaklık şeklinde bir girişim yaptık. (I) ...bir sermaye durumu da yoktu. (J) Büyük sermayelerimiz yoktu.
	Girişimcinin finansal yönetim becerisi: Öz kaynak	(A)...zayıf yanımız örneğin finansmanı ikinci plana atmış olmamız. İşi yapmaya çalışırken, parayı ikinci plana attık. Ama bu ilerideki hareketlerimizin önüne ciddi engel çekmiş olduğumuzu farkettiler. (B) İşe ilk başladığında gelir önemli, işi döndürmeye çalışıyorsun... proje ofisi olduğumuz için çok büyük bir öz sermaye gerekmiyor. (E) Finansal konulardaki yönetimimle ilgili sıkıntı var. (F) Mimarlık ofisi açmak büyük bir sermaye de gerektirmiyor. Kendini bir şekilde finanse etmen gerekiyor. Ama büyük bir sermaye gerektirmiyor. (A) Yine bir dönem masrafları düşük tutmak için, annemlerin ofisini kullandım. (B) İlk 5-6 ay masraflarımı düşük tutmak için evden çalıştım. Sonrasında biraz para biriktirince girişimci arkadaşlarımla paylaşımlı ofis kurdum. (C) Özellikle masraflar konusunda, temkinli olmakta fayda var. (E) Çok uygun fiyathıydı. İlk aşamada özellikle yatırım maliyetini düşük tutmak için çok değerli bir imkandı. Bu ofiste neredeyse sabit gider olmadan 3 sene kaldım. (G) Her adımı atarken, temkinli ve yatırım maliyetini düşük tutmayı düşünerek hareket ettik.

Girişimcinin finansal yönetim
becerisi: Dış kaynak

...O sırada da temkinli gittim zaten. Hemen ofis kuruyorum, bilgisayarlar alıyorum ve yeni bir yer kiralıyorum şeklinde başlamadım.

(H) Evin elini yüzünü düzeltip, o dönem evden çalışmaya başladık. Sonuçta masraflarımızı düşük tutmalıydık.

(I) Halen daha masraf yapmayıp, evden çalışıyordum çünkü.

(J) Açıkçası ofisi de paylaşımlı ofis şeklinde, maliyetimizi en düşük seviyede tutarak kurduk.

...Yatırım maliyetini de düşük tutarak bir tercih yapmalısın.

(A) Bu sayede uzun soluklu neredeyse tüm inşaat süreci için bir sabit gelir oluşturmuş oldu.

(I) En azından 2 çalışanın bir sürelik maliyetleri çıkmış oluyor. Bu da senin gününü geçirme savaşında olmadan, daha rahat iş geliştirme stratejisi oluşturmanı sağlıyor.

(A) KOSGEB in faydasını da gözardı edemeyiz. 30.000 TL ye yakın para desteğinin yanında, çalışan sigortası ve kadın çalışana verilen teşvikler bize çok yardımcı oldu.

Ek 3 Katılımcıların kişilik özelliklerine bağlı faktörlerle ilgili mülakatlardaki ifadeleri

Faktörler	Ana Başlıklar	Konularla İlgili Mülakatlarda Kullanılan İfadeler
Girişimcinin Kişilik Özelliklerine Bağlı Faktörler	Risk Alma Eğilimi	(E) Bir de o cesaretin geldiği, o riski alabildiğin bir yaş var. Risk alabilmek ve onu yönetebilmek, girişimcinin önemli özelliklerindendir. (G) Maalesef bu belirsizlikleri ve risklerini göze almadan, girişimcilik sürecinizde hiçbir gelişme olmaz. Riski yönetmeyi beceren bir yapınız olmalıdır. (I) Girişimcilik risk almayı ister.
	Liderlik Vasfı	(A)...baskın olan yönetici daha doğru. Öyle güle oynaya olunca işler sağlıklı yürümüyor. ...işleri, arkadaş ilişkisiyle yürütmeye çalıştık. Bunu da hatalarımızdan sayabiliriz. İşin içine duygusal ve insani faktörleri koyunca, ciddi olarak performans değerlendirmesi yapamıyorsun. Lider yönetici tavrı, işi daha disiplinli yürütmeye yarar. (F) Birlikte çalıştığım insanlara nasıl liderlik yapmam gerektiğini öğrenmem gerekti. (G) Özellikle inşaat sektöründe kararlılık ve hatta lider bir tavır takınmak önemlidir. (I) Mimarın en önemli özelliği, yeteneğinin yanında ikna edebilir olmasıdır.
	Kriz Yönetimi Becerisi	(D)...kendi kontrolümde eksiklik olduğunu hissediyorsam, işi durdururum ya da devam etmem. Öbür türlü uzaktan kumanda kriz yönetimi yapılamıyor. (F)... çok sabırlı olmak gerekiyor. (H) En önemli karakteristik özellik bence "sabır" dır.
	Yaratıcılık	(B) Girişimci dediğin insan, 7/24 işini düşünen bir bireydir. Biraz kafanı boşaltıp bambaşka şeylerle ilgilenip aslında işini beslemen gerekiyor. Mesela bir sergi gezmek, konsere gitmek, bir ormanda yürümek; meslekle ilgili bir şeyler öğrenmeye çalışmaktan daha fazla şey katıyor bence insana.

(E)...kendime de bir taraftan zaman ayırdığım bir formülde çalışmalarımı sürdürmek istiyorum.

(F)...hayatta yapmak istediğin diğer şeylere de vakit ayırabilmek lazım.

(G) Kendini yeniliklerle besleyip, başka açılardan da vizyon kazanmak işine de katkı sağlar.

(E) Çok zorlu dönemler geçirdim halen de geçiriyorum. Ama benim hayalim bu. Girişimci bir yandan da hayallerinin peşinden koşan, onları gerçekleştirmek için yaşayan kişidir aslında.

(G) Kimi insanlar da sürekli olarak hayal eder ve akıllarında proje üreterek ilerisini düşünürler. Bu kişiler, girişimcilerdir.

(H) Girişimci hayalleriyle yaşayan ve hayallerinin peşinden koşan kişidir.

(I) Girişimcinin, kesinlikle hayalleri de olmalıdır. Ancak hayallerini de rasyonel bir düzene oturtması gerekiyor.

(J) Girişimci, hayal kuran ve hayallerinin peşinden giden kişidir.

...Eğer yola çıkarken bir hayal kurmazsan, sadece bir şeyler yapmak olsun diye girersen hedefini bilemezsin. Bu yüzden de yaptığın işin nerede olduğunu, nereye gideceğini hiç anlayamazsın.

Girişimci olabilecek kişiler, hayal kurabilen kişilerdir.

Özgüven

(B) ...çok çekingen ve özgüveni düşük bir insansan zaten girişimci olamazsın.

(C) Girişimcilik, bana kalırsa tamamen cesaret işidir.

(G) Hiçbir zaman aslında yapamayacağımı düşünmedim, hep dönemin geçici olduğunu düşündüm ve kendime güvenimi hep korudum.

(I) Girişimcilik, kendine güven ve cesaret ister.

Tutku ve Motivasyon

- (E) Sorgulamalarımda vardığım nokta; "mutluluk". İşler ve tüm emeklerin, seni mutlu ettiği sürece sorun yok.
- (F) Ama zorluklarda pes etmeyince ve başarmak için inat edip kendinizi sürekli motive edince, bir şekilde oluyor.
- Bunu da çok severek yapıyorum. Beni çok beslediğini düşünüyorum. Bu nedenle de işimi yaparken çok mutlu ve motiveyim.
- Bence başarı, yaşadığımız süreci ne kadar keyifli yaşadığımız ve yaptığımız işten dolayı mutlu olup olmamamızla ilgilidir. Doğru yolda olup olmadığını ancak bu şekilde anlayabilirsin.
- ...o anda yaptığın iş, senin için kıymetliyse ve sana keyif veriyorsa bence zaten başarılısın.
- (G) Girişimcilikte başarının tanımı, bana göre mutlu olabileceğin işler yapmaktır.
- Mutluluk, önemli bir faktördür. Kişi, girişimcilikteki kariyerini nasıl mutlu olacağına göre şekillendirilmelidir.
- (I)...mutlu bir şekilde işlerimi yürütebiliyorsam, bu ölçekte kalıp girişimciliğimi sürdürmeyi isterim.

Sorumluluk Üstlenebilme Becerisi

- (C) Çok çalışıp, işini çok iyi tüm sorumluluğuyla takip etmelisin.
- (D) İşin tüm sorumluluğu da senin üzerinde. Bunu farkında olup hakkıyla işini takip etmen gerekiyor.
- (E)...tüm imalatla başında bekliyorum. Her detayına titizlenip, inceliyor ve takip ediyorum.
- ...“Ne yapıyorsam, iyi yapacağım.” demelisin.
- (C) Çok çalışıp, işini çok iyi tüm sorumluluğuyla takip etmeliyiz.
- (G) sorumluluğunu tümüyle üstlenmek daha zorlu ancak ilgi çekici geldi.
- ... sorumluluk bilinciyle işin hacmi içerisinde sorunları çözmeye çalışıyoruz.
- ...girişimci, iş yaptığı pazarda ve görünen bir noktada olması lazım.
- (I) işini iyi yapan da her zaman iş yapıyor.
- (G)...işimizi iyi takip ediyoruz. Güvenilirlik kesinlikle çok önemlidir.

Meraklı ve İnovatif Olma

(I) Bu sayede de en önemli konulardan biri olan,öncesinden işveren in güvenini kazanıyoruz.

(J) Güvenilirlik, bir girişimci için kritiktir.

(B)...yenilikçilik, yeni malzemeleri takip etmek, onlarla yeni bir şeyler üretmek tasarlamak en değerli üretim şeklidir.

(C) Görsel bir iş olduğu için güncel kalmak önemli bence.

(E) Merak ediyorum, kurcalıyorum ve sürekli yeni bir şeyler bulmaya çalışıyorum. Bana göre, girişimciliğin temel kuralı bu olsa gerek.

Yenilikleri sürekli takip ediyorum. Zaten bizim meslekte güncellenmezsen, kalıcı olamazsın.

(F) Kendime ve mesleğimde yenilikçi bir tavrım olduğu için, alternatif ne yapabilirim diye düşününce ortaya çıkan güzel fikirler oldu.

Aynı zamanda akademik hayatta da bulunuyor olmak, her türlü güncel bilgiden haberdar olmamı sağlıyor.

Algıların da hep açık olmalı. Yeni bir malzeme çıkmış bunu da öğrenmem lazım. Yeni bir program çıkmış bunu da öğrenmem lazım gibi kendini sürekli gelişime açık tutuyorsun. Kendini yenilemediğin zaman çok hızlı bir şekilde bu oyunda geriye düşüyorsun, yaptığın işler kısırlaşmaya başlıyor. İş yaparken de kendini yenilemen lazım. Profesyonellik böyle birşey zaten.

(G) Ancak kendimi geliştirmiş ve güncellemiş oluyorum. Kendini yeniliklerle besleyip, başka açılardan da vizyon kazanmak işine de katkı sağlar.

(I) Her zaman bizden beklenen standartları bir adım öteye taşımaya çalıştım.

...benim gibi meraklı, yenilikleri araştıran bir yapıda olmalılar.

Kendimizi sürekli geliştirmek zorundayız.

Bunların denemelerini yapmak durumundayız. Yenilikleri deniyor ve takip ediyorum.

Ek 4 Katılımcıların sosyo-kültürel faktörlerle ilgili mülakatlardaki ifadeleri

Faktörler	Ana Başlıklar	Konularla İlgili Mülakatlarda Kullanılan İfadeler
Sosyo-Kültürel Faktörler	Sosyal Ağ Yapısı ve İletişim Kültürü	(A) Aslında hiç çevre geliştirmemiş hep aynı kişilerde kalmışım maalesef. (B)...pazar yaratmak için sosyal ağın kuvvetli olduğu yöne ve doğru yerlerine, planlayarak ilerlemek gerekiyor. (E) Mimarlardan oluşan bu sosyal ağ ve bu bilinirlik, yeni işlerin gelmesini sağlayacak. ...benim için ayrı bir sosyal ağ kaynağı oluşturdu. Kalıcı kalmada ağınızı sürekli genişletmelisiniz. (F) Sosyal ağ ki çok önemli girişimcilikte; nasıl kuracağımı bilmiyordum. Çoğunlukla kendi bulduğum çevre ve onun yakın çevresi ile o ağı geliştirmeye çalıştım. (I)Açıkçası sosyal ağımı geliştirmememin, uzun vadede sorun yaratacağını düşünüyorum. (J)Bu işte kesinlikle en kritik şeylerden biri, sosyal ağını her açıdan sürekli olarak genişletmendir. (A) Şu an birikmiş bir param olsa, o parayı kesinlikle pazarlamaya harcardım. Parayla o pazarlama hizmetini alırdım. Dergilere ve benzeri kaynaklara reklamlar verirdim. Yapım pazarlamacı bir yapı olmadığından o konuda eksik kaldık. Mecbur yakın çevreye kalıyorsun iş yapmak için o zaman. Yeni kişi tanıman şansa kalıyor bu durumda. Maalesef bu tavır işlerini de bir kısır döngüde bırakıyor. (B) Proje süreçlerinde daha az yer alıp, pazarlamaya yönelmem gerekiyor. (E) Son 2 sene eski ofisimin pazarlama ve halka ilişkiler işlerini, mimar olmama rağmen ben yürütüyordum. Ama genel olarak, aslında hayatta kalmak, tanınırlık ve süreklilik için en önemli olan konu iken aslında çok ta gerekli görülüyordu. Reklam ve pazarlama kavramı değişti artık. Bu yaptığın işlerle alakalı. Nerede ve ne kadar sıklıkta yayınlandığı ile ilgili değil.

(F) Profesyonel anlamda pazarlama çalışması yaptırılabilir. Ne iş yaptığını insanlara, hedef kitlene iyi anlatmak gerekiyor aslında.

...pazarlama yöntemlerinden biridir. Durduğun yeri belirliyor ve bilinirlik sağlıyor.

(I) Ancak bence bir mimarlık ofisinin veya sektöre hizmet eden iyi bir tasarımcının, klasik pazarlama yöntemleri ve reklam yaparak iş araması onun zararına olacaktır.

(J) Evet pazarlama, çok değerli ve önemli bir konudur. Ancak bizim sektörde, alışılmış düzende bir reklam ve pazarlama yapmamız mümkün değildir.

(A) İlişkileri abi-abla düzeyinde tutup, sözleşmeleri önem vermezsek, kendi başımızı derde sokarız.

(D) Sizin dürüst olarak masrafın, gelişmelerin her yönünü açıkça karşı tarafla paylaşmanız ve onları sürece dahil etmeniz çok önemli...

(E) İlk zamanlar sözleşme yapmıyordum. Ama zamanla, mutlaka sözleşme yapmak ve orada da çok net olmak gerektiğini anladım.

...müşteriye karşı açık ve net olup, açıklayıcı olmak gereklidir.

Sözleşme, sınırları korumak anlamında; kendi iş tanımını yapıp, neyi ne kadar yapacağını, ilk baştan karşındakine net bir şekilde ifade etmek açısından gerekli ve önemli.

(G) ...müşteriyi kendin gibi görmek ve ona açık olmak, bizim için süreklilik açısından önemli bir strateji diyebilirim.

(I) ...müşteri ile ilişkilere çok özen gösterilmelidir.

(J) İşverenler için projesine kaçınılmaz bir fayda sağladığımızı açık ve net bir şekilde verilerle yani somut olarak onlara sunuyoruz.

Müşteriyle iletişim de, diğer dikkatli olunması ve önem verilmesi gereken konulardan biridir.

(A)...ilk İşveren lerimizden biri ki aramız çok iyiydi o dönem, ardından 3 adet daha yatırım yapmış. Kendimizi hiç hatırlatmadığımız için iletişim koptu. Haberimiz bile olmadı yeni projelerinden.

(B) Bütün ilişkilerini korumak, hatta daha iyi hale getirmek zorundasın. Türkiye’de insanların seni sürekli görmesi ve hatırlaması gerekiyor. Yani bir iş var kime vereceğiz dediğinde senin bir önceki gün onunla konuşmuş olman gerekiyor ki seni düşünüp sana iş versin.

(C) Bu işi de, okuldan mezun olduktan sonra bağlantımızı koparmamamıza borçluyuz aslında. İletişimimizi sürdürmemiz, bize iş olarak geri döndü kısacası.

(D) Kalıcı olmak istiyorsanız, öncelik insan ilişkilerinizi iyi tutmaktır.

(E) Benim en önemli özelliklerimden biri, güler yüzlü olmam ve insan ilişkilerimin iyi olmasıdır. Bunlar iş hayatında çok işe yarıyor.

(F) Karşıdakinin memnuniyetini sağlamazsan, olmaz. Müşterilerle ilişkilerimi nasıl yöneteceğimi kesinlikle çözümlemeliydim. İlişkilerin kuvvetliyse ve seni nereye götürürse, işler öyle oluşuyor. ...kuvvetli insan ilişkileri olması; her mertebeden insanla iyi anlaşabiliyor olması lazım.

(H) İlişkilerini, kaybetmemen lazım.

(J) Beraberinde de kurduğun iletişimleri her zaman iyi ve kuvvetli tutman gerekir. Ekibinle olan ilişkiler ve onları sürekli iyi bir seviyede tutmak çok önemlidir.

(B) İyi işler yaparsan ancak seninle çalışmaya devam ediyorlar. Hatta en değerlisi de başkalarına senin için referans olup, önünü açıyorlar.

(D) ...bir şekilde kulaktan kulağa referans sağladım ve işlerim bu şekilde yürüyor.

(E) ...benim için en önemli kriter, müşteri memnuniyeti ve oluşturulan referans kaynağıdır.

Yine iyi işin referansı bir kapı daha açmış oldu.

(F) Her iş başka bir işe referans olmaya başladı. ...Burada sadece yaptığın iş ile değil, sonrasında nasıl anıldığın da çok önemli. İyi bir iş yapıyorsan, işverenin senden memnunsan seni başkalarına da tavsiye ediyor. Bir sonraki de başkalarına tavsiye ettikçe, bu kartopu gibi büyüyor.

(H) İşimiz bize referans oldu ve bu sayede yeni projeler gelmeye başladı.

Aile Yapısı

...kulaktan kulağa referansla yürüyen bir sistem var. Eğer seni daha önceden güvenilir birinden duymamışsa, seninle görüşmek bile istemez.

(J) Şaşırtıcı bir şekilde onlar da başka görüştükleri, yürütmeye çalıştıkları işlerin sahiplerine gittiler ve arada böyle bir kişi olması gerekliliğini aktardılar. Referansları sayesinde yeni gruplarla tanışmış ve iş potansiyeli yaratmış olduk. Türkiye’de bu işler referansla büyüyor.

(C) Markalaşma kalıcı olmak için çok önemli ve biz bu konu üzerine ciddi anlamda yatırım yapıyoruz.

(E) Markalaşma isteğim, başından beri önemli gördüğüm ve hep üzerinde çabaladığım bir stratejim diyebilirim.

...marka değeri yaratmak, son dönemde popüler olan konulardan.

(H) Markalaşma, sürekliliğiniz için çok önemli bir konudur. Marka patentlerimizi almamız şart. Ama ilk baştan almadık. Önemini farkedemedik ve hata ettik.

(J) İnsanların karşısına resmi ve güvenilir bir kurum imajıyla çıkmak gerekiyor.

(A) Ardından bağlı olduğum vakıftan işler gelerek süreç devam etti.

(E) Rotaract’tan tanıştığım iç mimar bir arkadaşım var. Bu arada bu tür dernekler çevre anlamında çok destek oluyor.

(J) Hem hobimden dolayı ve yine yakın çevrem aracılığıyla çeşitli dernek ve kurumlara üye oldum.

(A) Çok ufak yani 10.000 TL lik bir sermaye desteği oldu ailemin.

(B) Ailem maddi olarak değil ama manevi olarak kendi işimi kurmam konusunda destekçi oldu. “Her zaman arkadayız.” dediler.

(C) ...yetiştirilme şeklinin ve aileden gördüğün rol modellerin de kişinin girişimcilik yöneliminde etkili olduğunu söyleyebiliriz.

(E) Ailemde hiç inşaat sektörünün içinde olan biri yok. İşe başlarken bu büyük bir dezavantaj.

ÖZGEÇMİŞ



Ad-Soyad :Yosi AMON
Doğum Tarihi ve Yeri : 06/12/1983
E-posta : yosiamon1@gmail.com

ÖĞRENİM DURUMU:

- **Lisans** : Yıldız Teknik Üniversitesi (Mimarlık & İnşaat Mühendisliği)

MESLEKİ DENEYİM VE ÖDÜLLER:

- YARD İNŞAAT _ Kurucu (2013)
- POLİMEKS _ Proje Sorumlusu (2010-2013)
- DOĞA GAYRİMENKUL _Mimar (2008-2009)