

GİRİŞİMCİLİK DERS NOTLARI

(V1)

Doç. Dr. Oğuzhan AYTAR

İ.İ.B.F.-İŞLETME

Giriş

Girişim ve girişimcilik kavramları ekonomi içinde sahip oldukları potansiyel nedeniyle, üzerinde ciddi çalışmalar yapılan ve beyin fırtınaları gerçekleştirilen konular arasında yer almaktadır. İşletme, iktisat, finans ve sosyoloji yazınında insan ihtiyaçlarının karşılanması, kıt kaynakların etkin kullanımı, sermaye temini ve toplumsal kültür gibi konularla doğrudan ilişki kurulabilmesi, kavramın yoğun olarak ele alınmasına yol açmaktadır. Bu gerçekte birlikte girişimcilik konusu günümüz ekonomik sisteminin en temel bileşeni olarak kabul edilmektedir. Girişimcilik faaliyetleri insan ihtiyaçları doğrultusunda arz ve talebi yönlendirmeye, kaynakları etkin ve verimli kullanarak sahip olunan potansiyeli ortaya çıkarmaya odaklanmaktadır (Aytaç, 2006: 139). Girişimcilik denildiğinde farklı disiplinlerin ve farklı sektörlerin kavrama yönelik özel birtakım tanımlamaları bulunmaktadır. İşletme ve yönetim bilimi açısından da üzerinde fikir birliğine varılmış genel bir tanım bulunmamaktadır. İşletme yönetimi açısından girişimcilik kavramının daha fazla önem atfedilen ve mikro ölçüde ele alınan bir kavram olduğu görülmektedir. Girişimcilik; üretim faktörlerinin bir bileşeni, şirketleşmenin ilk adımı, ekonomik gelişimin anahtarı, fırsatların değerlendirilmesi, yeni istihdam modeli ve yenilikçilik gibi konularla birlikte açıklanmakta ve değerlendirilmektedir. Türk Dil Kurumu'na göre (2022) girişimcilik, girişimci olma durumu olarak tanımlanmıştır, girişimci ise; üretim için bir işe kalkışan, sermaye koyarak bir işe başlayan kişi şeklinde ifade edilmektedir. Tarihsel açıdan bakıldığında girişim kavramı teşebbüs, girişimci kavramı ise müteşebbis olarak karşılık bulmaktadır. Girişimcilik ve girişim kavramlarının Türkçede ki gelişim sürecinde girişmek, girişken olmak, girişkenlik kavramlarının temel alındığı söylenebilir. Dolayısı ile İngilizce ve Fransızcadaki aynı anlamı taşıyan entrepreneur, entreprende ve entrepreneurship gibi kelimelerden türetilmediği görülmektedir.

Girişimcilik gelecekle ilgili bir düşünceye sahip olma; değişim, tutku ve yenilikçilik unsurlarını içeren dinamik bir süreçtir. Yeni fikirlerin ortaya konulması, başkaları için kriz olarak ifade edilen durumları fırsata dönüştürebilme yeteneğidir.

Dolayısı ile girişimcilik olay ve durumlara farklı açılardan bakabilmeyi gerektirmektedir (Yalçıntaş, 2010:95).

Geçmişte yaşanan sanayi devrimlerinin ekonomi ve girişimcilik açısından sermaye, alt yapı ve hammadde bağımlılığından nitelikli insan kaynağı ve teknoloji bağımlılığına evrildiği görülmektedir (Kaya, 2018: 28). Sanayi devrimlerinin gelişim sürecinde, entelektüel sermayenin ekonomik gelişim ve kalkınma sürecine katkısı girişimcilik faaliyetleri ile daha fazla önem kazanmıştır. Girişimcilik modern teknolojilerin daha işlevsel olarak kullanılmasına fırsat sunmaktadır. Girişimci sahip olduğu niteliklerle mevcut girdilerin daha verimli kullanılmasını sağlarken katma değer yaratan süreçlerin vazgeçilmez aktörü olarak görev yapmaktadır. Bununla birlikte girişimci ve girişimcilik faaliyetleri adil gelir dağılımının sağlanması, toplumsal refahın artması ve orta sınıfın güçlenmesi açısından önemli işlevleri yerine getirmektedir (Pehlivanoglu ve Kayan, 2019: 59).

Küreselleşme ve teknolojinin ticareti farklı boyutlara taşıdığı günümüzde, girişimcilik kavramını bir işe başlamak veya bir işe girişmek şeklinde tanımlamak oldukça yetersiz bir tanımlama olacaktır. Günümüz piyasalarında girişimcilik olgusunun kilit başarı faktörleri olan risk, fırsat ve özgünlük gibi kavramlara odaklanması gerekmektedir. Bu kavramların önem arz etmesinin temel nedeni; içinde bulunulan ekonomik sistem girdilerinin değişmesidir. Günümüz ekonomisinin yoğunlaştığı ve en yüksek katma değer sağladığı kaynak bilgi, bilgi üretme süreçleri ve bilgi temelli teknolojik araçlardır. Dünya genelinde girişimcilik faaliyetlerinin ekonomik gelişme ve kalkınmanın en temel destek faktörü olduğu kabul edilmektedir (Dağıstan, 2019:2343; Candan, 2011:171). Gelişmiş ülkelerdeki girişimcilik faaliyetleri bu ülkelerin teknolojik gelişim, yenilikçilik, istihdam ve milli gelir düzeylerine pozitif yönde etki etmektedir. Dolayısı ile girişimcilik kavramı ve kapsamının doğrudan ve reel birtakım faydalarının bulunması, akademik çalışmaları da bu alana yoğunlaştırmaktadır. Devletler sahip oldukları ekonomik, sosyal ve küresel kısıt ve sınırları, girişimcilik faaliyetleri ve girişimcilerin çabalarıyla aşmaya çalışmakta; girişimcilik

faaliyetlerini artırmaya yönelik politikalar yürütmektedirler (Sönmez ve Arıker, 2016: 115).

Girişimciliğin Tarihsel Gelişim Süreci

Girişimcilik uzun zamandır çeşitli bakış açılarından çalışılmasına ve yakın geçmişe kadar kendine özgü alanı ifade etme mücadelesi vermesine rağmen ancak 1970'lerden bu yana başlı başına bir disiplin olarak kabul görmektedir (Mason ve Harvey, 2013: 1). Girişimcilikle ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde birkaç önemli çalışmanın dışında sanayi devrimi öncesi girişimciliğin uzun vadeli bir bakış açısıyla sistematik bir şekilde incelenmediği görülmektedir (Casson ve Casson, 2014: 1228).

Girişimcilik, bir amaç doğrultusunda belirsizleri ve riskleri göze alarak harekete geçmektir. Farkında olunmayan, başkalarının göremediği fırsatları değerlendirerek başarılı olan insan girişimci insandır (Erdirençelebi, 2018: 326). Girişimci kişilikler başarı güdüsü olan, risk alabilen, yenilikçi ve bağımsız hareket edebilen insanlardır (Başcı Nur ve Erataş, 2013:159). Bu açıdan bakıldığında insanlık tarihinde pek çok dönüm noktasının girişimcilik sayesinde olumlu sonuçlandığı, hayallerin gerçeğe dönüştürüldüğünü söyleyebiliriz. Geçmişten günümüze insanoğlu tehlikelerden korunmak, geleceğin belirsizliklerini azaltabilmek, yaşamını sürdürebilmek adına, ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir takım kurum ve süreçleri işleterek başarıyla yönetmiştir. Genel olarak girişimcilik ruhu kapitalizm koşullarında bireysel olarak zenginleşme, macera ve keşfetme arayışının bir sentezi olarak kabul edilmektedir (Kaya, 2017:27).

Bundan yaklaşık 400 yıl önce Hollandalıların New York bölgesinde Manhattan adasını 60 Gulden¹ yani yaklaşık 24 Dolar karşılığında satın aldıkları bilinmektedir. Günümüzde bu bölge Amerika Birleşik Devletleri'nin en fazla iş merkezini kapsayan, pek çok üniversite ve müzeye sahip kültürel ve finansal bir merkez olarak anılmaktadır. Ayrıca Birleşmiş Milletler Genel Merkezi bu bölgede yer almaktadır (Nevius ve Nevius, 2009). O

¹ Hollanda'nın Euroya geçmeden önce kullandığı para birimidir.

zaman yapılan bu yatırım paranın zaman değeri, girişimin zaman değeri ve rant ekonomisi gibi farklı açılardan değerlendirilebilir. Sahip olunan rant ve ekonomik değer açısından bölgenin çok büyük bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte girişime bileşik faiz hesaplamasıyla yaklaşıldığından dört asırlık bileşik faiz getirisinin bölgede emlak varlığını iki kez satın alabileceğini ifade etmeliyiz. Her girişim zaman açısından değerlidir, önemli olan zamanında harekete geçebilmektir.

Zamanla insanların sahip olduğu öğrenme ve iletişim yetenekleri toplu şekilde yaşamayı, sosyalleşmeyi ve toplumsal kültürün oluşumunu hızlandırmıştır. İnsanoğlunun sosyal ihtiyaçlarının bulunması onun toplu olarak yaşamasını gerektirmektedir. Toplumsal yaşam ise insanların birtakım ihtiyaçlarında iş birliği ve iş bölümü yapmasını gerektirmektedir. İnsan topluluklarının sayısının artması, yerleşik hayata geçiş, siyasi sınırların çizilmesi kültürel farklılıkların doğmasına ve gelişmesine yol açmıştır. Farklı kıtalarda ve bölgelerde, farklı coğrafya, farklı bitki örtüsü ve farklı iklim koşullarına göre yaşamlarını sürdüren insanların özellikleri bu farklılıklardan izler taşımaktadır. Bu sosyal sistemlerin her birinin olayları farklı açılardan ele alacak karakteristik özellikleri belirlemiştir. Özellikle yazının icadından sonra kadim medeniyetlerin yazılı kaynaklarına bakıldığında, insanların yaşamlarını sürdürmek adına dünyanın farklı bölgelerinde kendi sosyal sistemlerini kurduğuna ve işlettiğine tanık olmaktadır. Bu sosyal sistemlerin toplum üyelerinin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla düzenli ya da gelişigüzel bir takım ticari örgütlenmelere gittiği görülmektedir. İşte bu ticari birimlerin kuruluşları, faaliyetleri ve süreklilikleri girişimciliğin kökleri açısından önem arz etmektedir.

Girişimcilik konusuyla ilgili yapılan çalışma ve çözümlemelere ilk olarak ekonomi yazınında rastlanmaktadır (Dağıstan, 2019: 2338). Günümüzde emek, sermaye, toprak ve girişimci gibi üretim faktörlerinin uygun zaman ve koşullar altında bir araya gelerek, insan ihtiyaçlarına yönelik mal ve hizmet sunmasını sağlayan birimlere girişim adı verilmiştir. Bu faktörlerin bir araya gelmesinde girişimci unsurunun fikirleri ve özellikleri girişimin başarısını etkilemektedir. Çünkü girişimcinin

gerçekleştirmeye çalıştığı hayalin ya da sahip olduğu fikrin özgünlüğü girişimciyi ruhsal olarak beslemektedir.

Dünya genelinde köklü girişimler incelendiğinde asırlık aile işletmelerinin bulunduğu görülmektedir. Uygulamada girişimciliğin kökenleri zaman içinde kaybolmaya yüz tutmuştur. Bununla birlikte, yaklaşık 1200 yıldan beri Avrupa'da girişimcilik faaliyetlerinin kayıtları tutulmaktadır ve bu kayıtlar Avrupa girişimcilik tarihi için uygun bir başlangıç tarihidir (Casson ve Casson, 2014: 1230). Dünyanın en eski aile işletmesi, kuruluş tarihi M.S.578 olan Kongo Gumi Japon inşaat işletmesidir. Kongo Gumi işletmesi inşaat alanında genellikle Budist tapınakların inşası üzerine çalışmaktaydı. On dört yüzyıldır kırk kuşak boyunca faaliyetlerini yürüten şirket 2006 yılında başka bir Japon inşaat firması tarafından satın alınarak faaliyetlerine son vermiştir. Dünyanın en eski işletmeler sıralamasını Nisiyama Onsen Otel İşletmesi (705) ve Hoshi Otel işletmesi (718) takip etmektedir. Bu Japon işletmelerinin ortak özellikleri her ikisinin de kaplıca oteli olmalarıdır (Anvar ve Tariq, 2011; Guinness World Records, 2011; Bressler vd. 2014). Bu işletmelerin varlığı; Japon Yönetim Modelinin yirminci yüzyılın rekabet ortamının bir ürünü olmadığı, köklü bir girişimcilik kültürüne sahip Japon toplumunun genetik mirası olduğu görüşünü güçlendirmektedir (Erdem ve Kocabaş, 2004: 175).

Tablo 1'de dünya genelinde en köklü on aile işletmesi sıralaması yer almaktadır. Sıralamada Japon işletmelerinin ilk üçte yer aldığı görülmektedir. Sıralamanın devamında İtalya, Fransa ve Almanya gibi Avrupa ülkelerinin yer aldığı görülmektedir. Dolayısı ile günümüzde ticari faaliyet ve işletme kültürü açısından fark yaratan ülkelerin geçmişten gelen bir takım girişimcilik eğilim ve yeteneklerine sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 1. Dünyanın En Köklü 10 İşletmesi

	Kuruluş Tarihi	İşletme Adı	Kuruluş Yeri	Faaliyet Alanı
1	578	Kongo Gumi İnşaat	Japonya	İnşaat, Yapı
2	705	Nisiyama Onsen Otel	Japonya	Kaplıca, Dinlenme
3	718	Hoshi Otel	Japonya	Kaplıca, Dinlenme
4	1000	Château de Goulaine	Fransa	Müze, Mekan ²
5	1141	Barone Ricasoli	İtalya	Şarap Üretimi
6	1295	Barovier & Toso	İtalya	Cam Eşya
7	1304	Pilgrim Haus Otel	Almanya	Otel İşletmeciliği
8	1326	Ricard de Bas	Fransa	Kağıt Üretimi
9	1369	Torrini Firenzi	İtalya	Kuyumculuk
10	1385	Antinori	İtalya	Şarap Üretimi

Kaynak: (Anvar ve Tariq, 2011; Bressler vd., 2014)

Şüphesiz listede yer alan işletmelerin kurulması ve faaliyetlerini sürdürmesinde tarihi, sosyal ve kültürel birtakım unsurların etkisi bulunmaktadır. Örneğin bu toplumların ticarete bakış açısı, bu işletmelerin faaliyette bulunduğu bölge yönetiminin özel mülkiyete bakış açısı önem arz etmektedir.

Dünya genelindeki köklü işletmeler sıralamasını uzattığımız takdirde Japon ve Avrupa Kıtası ülkelerinin birbirini izlediği, radikal bir gelişmenin yaşanmadığı görülmektedir. Yeni yaklaşımlar, arşiv taramaları, tarihsel analizler listeye yeni işletmeleri eklese de genel görünümün on altıncı yüzyıla kadar değişmediği görülmektedir.

Türk Girişimciliğine Tarihsel Açıdan Bir Bakış

² Farklı etkinliklere (Düğün, Balo) ev sahipliği yapan bu yapıda, ender kelebeklerin bulunduğu bir koleksiyonda mevcuttur. Geniş bir bahçe ve bağa sahip olan bu yapıda ayrıca şarap satışı da yapılmaktadır. (<http://www.chateaugoulaine.fr/>. Erişim Tarihi: 15.04.2018)

Dünya genelinde köklü işletmeler sıralamasına bakıldığında gerek Orta Doğu ve Arap Yarımadası'ndan gerek Avrasya ve Dünya'nın diğer bölgelerinden örnekler olmadığı görülmektedir. Bu sıralamalar içinde bu bölgelerden örgütlerin bulunmaması bu bölgelerde işletmecilik ve ticari faaliyetlerin yapılmadığı anlamını taşımamaktadır. Dünya'nın her yerinde ticari ve mesleki faaliyetler yüzyıllardır var olmuştur; fakat kurumsal bir işleyişten, kültürel bir miras olarak aktarımdan yoksun olarak yürütülmüştür. Dünya genelinde pek çok ticari ve ticari olmayan örgütün faaliyetlerini belirli bir süre yürüttüğünü ve sonrasında entropiye³ maruz kaldığı görülmektedir.

Geçmişten günümüze ulaşan işletmelerin insan kaynağı, teknoloji ve yapı gibi kaynaklarını yenileyerek negatif entropi uyguladığı ve zamana meydan okuyabildiği bilinmektedir. Köklü işletmelerin belki de en önemli özellikleri sosyal bir sistem olarak negatif entropi uygulama yetenekleridir. Sahip olunan deneyim ve tecrübe babadan oğula aktarılarak güncel teknolojilerin entegrasyonu ile bir döngü oluşturulmaktadır. Bu sürecin düzenli ve sağlıklı işleyişi; on dört veya on asırlık işletmeleri (Kongo Gumi, Château de Goulaine) günümüze taşımaktadır.

Peki Türk girişimciliği ve Türk işletmeleri bu tablonun neresinde yer almaktadır? Neden on asırlık, on dört asırlık bir Türk işletmesi bulunmamaktadır? Türkler girişimci bir ruha sahip değil midir? Türkler üretken, çalışkan, zeki bir toplum değil midir? Bu soruların her birinin haklı sebepleri ve her birinin yerinde, makul ve açık yanıtları bulunmaktadır.

Dünyanın en köklü şirketlerinin Japonya'dan çıkmasının bir takım nedenleri bulunmaktadır. Japonya bir ada ülkesidir. Jeopolitik konumu sayesinde herhangi bir göçe maruz kalmamış, Japon milleti farklı bölgelere toplu göç hareketlerinde bulunmamıştır. Yerleşik hayata geçişleri Türk toplumuna göre daha erken hayat bulmuştur. Tek dinli, tek dilli, homojen bir toplum yapısına sahiptir (Özdaşlı ve Aytar, 2013: 437). Bilindiği gibi Türk toplumu göçebe bir kültüre sahiptir. Türklerin Anadolu

³ Sistem yaklaşımına göre sosyal bir sistemde zamanla düzensizliğin artması, enerjinin tükenmesi, faaliyetlerin bozulması ve sonunda sistem faaliyetlerinin durması ya da yok olmanın gerçekleşmesi (Koçel, 2018: 285).

topraklarına gelişi 1071 tarihinde gerçekleşen, Malazgirt Zaferiyle on birinci asırda gerçekleşmiştir. Anadolu toprakları stratejik ve jeopolitik önemi dolayısı ile büyük g mücadelelerine sahne olmuştur. Anadolu coğrafyası Türklerin buraya gelmesinden sonrada farklı etnik yapıların g ettiği, geçiş yolu olarak kullandığı bir coğrafyadır. Türkiye'nin günümüzde ve tarihte en önemli ticari merkezlerinden birisi İstanbul şehridir. İstanbul'un Türk hakimiyetine girişi on beşinci asırda gerçekleşmiştir. Osmanlı topraklarında özellikle yerleşim aşamalarında ahilik teşkilatının da etkisiyle girişimcilik alanında bir Türk-İşlam sentezinin kabul grdği, sonrasında ülkede farklı inançlara sahip azınlıklarında sisteme dahil edilmesiyle lonca sistemine geçildiği bilinmektedir (Güvemli ve Güvemli, 2018: 8). Dolayısı ile küresel bir değerlendirme yapıldığında sekiz veya on asırlık bir işletmenin bulunmayışı normal karşılanmalıdır. Yine Türk topluluklarının kurmuş olduğu devletlerin özel mülkiyete bakış açısı Avrupalı yada Uzak Doğulu toplumlara nazaran daha kapalı ve koruyucudur. Örneğin toplumun ya da ihtiyaç sahiplerinin han, hamam, aşevi vb. ihtiyaçları devletin sunması gereken hizmetler olarak algılanmıştır. Mülk kavramı egemenlik ve yönetimin bir sembolü olarak hükümdara ait semboldür (Doğru, 2008: 89). Türkler genel olarak ticari faaliyetlere sıcak bakmamaktadır. Türk toplumu kurmuş olduğu toplumsal sistemlerde genel olarak askerlik, memurluk ve çiftçilik gibi görevleri ifa etmiş, yüksek kar elde etme imknı ve etkili sermaye kullanımı gibi ticari faaliyetleri benimsememiştir (Kayalar ve Aytar, 2012:60; Aşkın, Nehir ve Vural, 2011:62-63).

Özellikle Selçuklu döneminden sonra bu anlayış daha fazla kabul grmştir. Bu anlayışın temelinde Osmanlı devletinin siyasi ve askeri gücünün etkisi çok büyüktür. Hem Selçuklu Devleti'nde hem de Osmanlı Devleti'nde ticari örgütlerin sermaye ve kar olgusuna bakış açısı sosyal açıdan daha insancıldır. Günümüz retim ve pazarlama yaklaşımına kaynaklık eden müşteri memnuniyeti, evre bilinci ve sosyal sorumluluk gibi temaların Osmanlı döneminde farklı uygulamalara bürünmüş örnekleri bulunmaktadır (Akkuş ve Menteş, 2018:183). Osmanlı döneminde devletin ekonomi üzerindeki proaktif etkisi,

toplulukçu, kanaatkar ve kaderci insan modelinin kabul görmesi bireysel ekonomik hareketleri engellemiştir (Doğru, 2008: 89). Bununla birlikte Ahi teşkilatı ve dini otoriteler kar marjını belirlemeye yönelik bir takım politikalarla sosyal dengeyi gözetmiştir. Ahilik teşkilatı salt ekonomik bir aktör olmasının dışında, Türk toplumsal yaşamında sosyal hayata yön veren güvenlik, birliktelik ve işbirliği ihtiyacına fonksiyonel olarak cevap veren bir sistemdir. Ahilik teşkilatında ekonomik, kültürel ve sosyal alanda bireysel gelişimin yerine toplumsal bir gelişim hedeflenmektedir (Durak, 2016: 111). Ancak bu yaklaşımın en belirgin dezavantajı özel mülkiyetin gelişmesi ve sermaye birikimine engel olmasıdır. Türk işletmecilik tarihinin en önemli dönüştürme eşiklerinden bir tanesi de Tanzimat Fermanı ve sonrasında izlenen ticaret politikalarıdır (Güvemli ve Güvemli, 2018: 8). Bu durumun doğal bir sonucu olarak Rum, Ermeni ve Yahudi gibi imparatorluğun farklı etnik özelliklere sahip gayrimüslim vatandaşları ticari faaliyetlere yoğunlaşmıştır. Sonrasında da bu gruplar ülkenin endüstri ve ticari hayatında önemli rol üstlenmişlerdir (Colpan ve Jones, 2016: 72; Doğru, 2008: 89). Sonuç olarak Türklerin uzak doğu ve batı medeniyetlerinde örneklerine rastlanan on, on beş asırlık işletmelere sahip olamamasının geçerli bir takım tarihi, kültürel ve siyasi nedenleri bulunmaktadır.

Türkiye'de köklü işletmeler sıralaması yapıldığında en eski işletmenin on sekizinci yüzyılda faaliyetlerine başladığı görülmektedir. Türkiye'nin en eski aile işletmesi 1777 yılında kurulan Hacı Bekir Lokumları işletmesidir. Son dönemdeki çalışmalar Türkiye topraklarında Hacı Bekir öncesinde kurulan işletmelerin varlığına işaret etmektedir. Ancak bu işletmeler günümüzde faaliyetlerini farklı ülkelere taşımıştır. Örneğin Zildjian Firmasının kuruluş tarihi ve yeri 1623 İstanbul'dur (Anvar ve Tariq, 2011). Günümüzde firma faaliyetlerini Amerika Birleşik Devletleri Massachusetts eyaletinde yürütmektedir. Tablo 2'de faaliyetlerini Türkiye merkezli yürüten Türkiye'nin en köklü işletmeleri sıralanmıştır.

Tablo 2. Türkiye'nin En Köklü 20 İşletmesi

	Kuruluş Tarihi	İşletme Adı	Kuruluş Yeri	Faaliyet Alanı
1	1777	Hacı Bekir Lokum ve Şekerleme	İstanbul	Lokum ve Şekerleme
2	1807	Şekerci Cafer Erol	İstanbul	Şekerleme, Lokum
3	1814	Tarihi İskele Simitçisi	Antalya	Simit
4	1820	Karaköy Güllüoğlu	İstanbul	Baklava
5	1836	Beyaz Fırın	İstanbul	Pasta
6	1851	Kebapçı Kadir	Isparta	Lokanta
7	1855	Petek Saraciye	İstanbul	Saraciye
8	1856	Tarihi Kalkanoğlu Pilavcısı	Trabzon	Lokanta
9	1858	Gökçen Grup	Bursa	İşletme Grubu
10	1860	Beceren Köftecisi	İstanbul	Lokanta
11	1860	Silkar Holding	İstanbul	İşletme Grubu
12	1862	Yaşar Pastanesi	Kahramanmaraş	Dondurma, Pasta Çeşitleri
13	1864	Güngenci Saat	İstanbul	Saat
14	1864	Hafız Mustafa	İstanbul	Şekerleme, lokum
15	1867	Hacı Mustafa Ziraat İşletmeciliği	Malatya	Ziraat
16	1867	Kebapçı İskender-Yavuz İskenderoğlu	Bursa	Lokanta
17	1870	Alevli Züccaciye Ticaret A.Ş.	İstanbul	Züccaciye
18	1870	Malatya Pazarı	Malatya	Kuruyemiş, Gıda Ürünleri
19	1871	Kurukahveci Mehmet Efendi	İstanbul	Kahve
20	1874	Sabuncakis	İstanbul	Çiçek

Kaynak: (Dil, 2016'dan Uyarlanmıştır)

Türkiye'nin en köklü işletmeleri genel olarak gıda sektöründe faaliyet yürüten işletmelerdir. Sanayi devriminin avantajlarını ve etkisini kendisine entegre edememiş Osmanlı Devleti, genel olarak küçük imalat ve satış birimleri çapında bir ekonomiye sahiptir. Bu köklü işletmelerin genel özelliği de bu kapsamda değerlendirilmektedir.

Türkiye'de köklü işletmelerin yok olma nedenleri araştırıldığı da aşağıdaki sıralanan gelişmelerin işletmelerin sürekliliğini olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de şirketleşmede aile işletmelerinin önemi büyüktür. İşler arttıkça işletme büyümekte, işletme içerisinde görev dağılımı yapılmaktadır. İşletme faaliyetleri yürütülürken farklı görevlerdeki kardeşler arasında fikir ayrılıkları yaşanmaktadır. Bu fikir ayrılıkları zamanla çatışmaya dönüşmekte, sonuç olarak kardeşlerin ayrılmasına ve işletmenin dağılmasına yol açmaktadır.

Türkiye'de faaliyetlerini sonlandıran en köklü şirketlerin %43'ünün kardeşler arası çatışma nedeniyle sonlandığı tespit edilmiştir. İşletmelerin en önemli özel amaçları arasında sürekliliklerini korumak gelmektedir. İşletmeler sürekliliklerini korumak için açık sistem anlayışına göre yönetilmelidir. Açık sistem anlayışı çevresel koşulları dikkate alarak bilgi, teknoloji ve insan kaynağını yenilemeyi, gelişmelerden birtakım sonuçlar çıkararak öğrenmeyi ifade etmektedir. İşletme kurucusunun işletme ile ilgili bilgiyi gelecek nesillere aktarması kurumsal kültür ve süreklilik açısından hayati öneme sahiptir. Ancak yeni neslin bu birikimi hiçe sayarak işletmeyi aile dışındaki girişimcilere devretmesi yada işletmenin farklı birimlerinin aile üyeleri tarafından paylaşılması kurumsal yapının ve kurumsal kültürün yok olmasına yol açmaktadır. Türkiye'deki köklü işletmelerin yok olma nedenleri arasında ikinci sırada ailede yaşanan miras kavgaları yer almaktadır. Yok olan köklü işletmelerin %19'unun miras çekişmeleri nedeniyle faaliyetlerine son verdiği görülmüştür. Türkiye'de faaliyetlerini sonlandıran en köklü şirketlerin yok olma sebepleri arasında üçüncü sırayı %19

ile aile içi çatışma almaktadır. Kardeşler dışında genel olarak baba - oğul veya kız; anne-oğul veya kız ve farklı varyasyonlar arası çatışmalar bu işletmelerin sonunu getirmiştir (Alacaklıoğlu, 2009).

Türk İşletme Kültürünün Genel Özellikleri

Bir işletmeyi diğer işletmelerden farklı kılan yönetim, kalite ve hizmet anlayışı, işletmenin iletişim biçimi ve kuralları, örgüt yapısı, sahip olunan entelektüel birikim gibi özelliklerin toplamına işletme kültürü denilmektedir. İşletmenin sahip olduğu bu özellikleri, işletmenin faaliyetlerini yürüttüğü ve toplumsal olarak beslendiği kültürden bağımsız düşünemeyiz. Bu kapsamda işletmelerin sahip olduğu kültürel birikimin toplumsal kültürle yakından ilişkili olduğu bilinmektedir. Bilgi ve haberleşme teknolojilerindeki gelişim küresel firmaların faaliyetlerini dünya genelinde yürütmesini kolaylaştırmıştır. Bu işletmelerin insan kaynakları içerisinde farklı kültürlerden çalışanlar yer alsa da, işletme yöneticilerinin ve işletme kültürünün daha fazla yansıtıldığı görülmektedir. Küresel işletmelerin dünya genelinde faaliyetlerini yürütmeleri, egemen kültüre ilişkin bir takım davranış, uygulama, paradigma ve iş modellerinin farklı kültürlerde kabulünü kolaylaştırmaktadır. Kültürel yapı ve özellikler ile girişimcilik davranışları arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır (Başcı Nur ve Erataş, 2013: 161). Bu ilişki sosyal bilimciler tarafından en fazla çalışılan konular arasında yer almaktadır. Bazı toplumların girişimcilik davranışlarına yönelik motivasyon düzeyi diğer toplumlara oranla daha yüksek olabilir (Aytaç, 2006:139). Örneğin beslenme kültürü açısından zengin mutfak kültürüne sahip toplumlarda bile fastfood kültürüne ilişkin bir eğilimin yaşandığı görülmektedir.

Farklı kişilik ve karakter yapılarının temelinde kültürel farklılıklar bulunmaktadır. Her insan topluluğu, diğer insan topluluklarına göre farklı değer ve norm sistemine bağlı davranış kalıpları geliştirir. Bazı kültürler daha sıcak kanlı, özgür ve bağımsız kişilere fırsat tanırken bazıları da bağımlı, korumacı ve otoriter eğilimli bireyleri ortaya çıkarır (Aytaç, 2006:149). Toplumsal yaşamda grup odaklı ve itaat eğilimli insanların

kurmuş olduğu örgütlerin faaliyetlerini bu özellikleri dikkate alarak yürüttükleri görölmektedir. Sonuç olarak işletmelerin sahip oldukları kurumsal kültür toplumsal kültürden etkilenmektedir ve toplumun sahip olduğu karakteristik özelliklerin yansımalarını örgütsel yaşam içerisinde deneyimlemekteyiz.

Dünya genelinde Batı Yönetim Modeli ve Japon Yönetim Modeli olmak üzere iki temel örgüt yönetim modeli bulunmaktadır. Türk toplumu kültürel açıdan Doğu toplumlarının özelliklerini taşımasına rağmen işletmelerinde yoğunlukla batı yönetim uygulamalarına yer vermektedir. Yönetimsel açıdan özellikle yönetim fonksiyonlarının icrasında Batılı örgütler rol model olarak kabul görmüştür. Durumsallık yaklaşımından yola çıkarak bu uygulamaların başarıyla sonuçlandığı söylemek oldukça güçtür. Toplumsal yapı ve kültür olarak birbirlerinden çok farklı özelliklere sahip medeniyetlerin aynı araçlarla başarıya ulaşması düşünülemez. Dolayısı ile bu yönetim ve girişim kültürü ekolojisinde takipçi ve taklitçi strateji uygulamaların ötesine geçilememiştir. Yönetim, pazarlama, finansman ve diğer fonksiyonlar açısından özgün ve radikal açılımlarla rekabetçi bir ekonomi oluşturulamamıştır. Tüm bu gelişmeler tüketim odaklı bir nüfus ve ekonomi sistemini geliştirmiştir. Siyasi yönetim olarak da gerekli adımların atılmayışı ve popülist yaklaşımlar üretim odaklı dönüşümü geciktirmiştir.

Bu gelişmelerin paralelinde uluslararası ölçekte yaşanan bazı siyasi gelişmeler Türk ekonomi, işletme ve yönetim kültüründe şok etkisi yaratarak üretim odaklı düşüncenin önemini artırmıştır. Örneğin; Kıbrıs Barış Harekatı sonrası Türkiye'ye uygulanan ambargo, arz-talep dengesizliği ve yüksek enflasyon, üretim odaklı düşünce yapısını gündeme taşımıştır. Şüphesiz Türkiye'nin geleceği ve bekasını ilgilendiren konularda askeri gücün yanı sıra ekonomik açıdan işletme ve girişimciliğinde farkına varılmıştır. Daha sonraki süreçte serbest piyasa ekonomisi ve girişimci destekleri Türkiye gündeminde daha fazla konuşulur hale gelmiştir. Türk işletmelerinde genel olarak Amerikan Modeli uygulansa da kültürel özelliklere dayalı farklılaşmalarla karşılaşılacaktır. Türk kültürünün Türk işletme

yöneticiliğindeki yansımalarını aşağıda sıralanan başlıklar altında özetleyebiliriz.

1. Aile, Akraba, Boy Bağlılığına Önem Verme

Türkiye'de birlikte iş yapabilme potansiyelinin en belirgin motivasyonel kaldıraç unsuru aile ve akraba ilişkileridir (Sargut, 2015: 147-148). İşletme yönetiminde aile, akraba ve boy bağlılığına önem verme zaman zaman kurumsallaşma yaklaşımından uzaklaşmaya neden olmaktadır. Dolayısı ile öncelikle kurumsallaşma kavramı üzerinde durulması gerekmektedir. Türk işletmelerinin tarihsel süreç içerisinde en önemli sorunlarından bir tanesi kurumsallaşma sorunudur. Bu sorunun temeline inildiğinde kurumsallaşma karşıtı bir takım özelliklerin ve alışkanlıkların Türk işletmelerinde yoğun olarak yaşandığı bilinmektedir. Kurumsallaşma olgusu Türk örgütlerinin tereddüt yaşadığı, hayata geçirmede zorlandığı, zaman zaman yöneticilerin tehdit olarak algıladığı bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kurumsallaşma kurumlarda, işletmelerde, örgütlerde yapılacak işlerin, atamaların, alımların ya da görevlendirmelerin bireylerin tasarruflarından ziyade, önceden belirlenmiş birtakım kural, ilke veya prosedürlere göre yapılması; sistematik bir işleyiş hakimiyetinin sağlanmasıdır. Bu anlayış ya da düşünce aile ve akraba eksenli düşünen bir yöneticinin davranışlarında kararsızlık yaşanmasına neden olmaktadır. Aile, arkadaş veya akraba önceliği yerine "işe uygun adam prensibini" referans alan kurumsallaşma anlayışı Türk yöneticileri açısından önemli bir eşik seviyesidir.

2. Güvenlik Odaklılık ve Belirsizliğe Karşı Tahammülsüzlük

Türk işletmelerindeki uygulamalar genel olarak daha önce test edilmiş, uygulanmış, olumlu sonuçlar elde edilmiş süreçlerden oluşmaktadır. Türk işletme kültürü gelenekçi bir yapıya sahiptir. Önceliklerin ve yeniliklerin uygulandığı değil,

faydalı sonuçların elde edildiği örneklerin takip edildiği iş modelleri benimsenmektedir.

Türk toplumunun önemli özelliklerinden bir tanesi de güvenliğe aşırı önem atfetmesi ve belirsizlikten hoşlanmayan bir yapıya sahip olmasıdır. Bu özelliklerin yansımalarını hem işletme yatırımlarında hem de toplumsal karar paydalarında görmek mümkündür. Türk toplumu güvenliği her şeyin merkezine koyan ve her şeyin üzerinde tutan bir düşünceye sahiptir. Gerek toplumsal kabuller gerekse de akademik yazında Türk toplumunun belirsizlikten kaçınma seviyesinin yüksek olduğu görülmektedir (Yeloğlu, 2001: 165; Sargut, 2015: 228; Kaya, 2017: 135).

Genel olarak hiçbir Türk işletmesi Avrupa ya da Amerika'da başarı örneği bulunmayan yatırımlara girişmemekte, girişimciliğe yönelik faaliyetleri desteklememektedir. Türk toplumu yeni nesil için devlet memurluğunu gelecek açısından en akılcı tercih olarak değerlendirmekte, girişimcilik ve iş kurma gibi teşebbüsleri yeterince desteklememektedir. Yönetim açısından farklı milletlerle yapılan araştırmalarda Türk yönetici ve liderlerin daha güvenlik odaklı tutuma sahip oldukları görülmektedir (Ercan ve Sığırı, 2015: 121). Bu anlayış Türk girişimciliğinin önündeki en somut engellerden bir tanesidir.

3. Otorite Esaslı, Gelenekçi ve Merkezîyetçi Yapı

Geçmişte olduğu gibi günümüzde de Türk toplumunda aile kavramı en fazla korunan ve önem atfedilen kavramdır. Aile toplumun temel taşı ve temel dinamiğidir. Ailenin güvenliği ve refahından birinci derecede baba sorumludur. Ailenin türüne göre bu liderlik görevi geniş ailelerde ataya (dede, büyükbaba) atfedilmiştir. Türk aile işletmelerinde özellikle ikinci nesil sahip ve yöneticiler, birbirlerine ve aile büyüğüne danışarak karar almaktadır (Erdirençelebi, 2018: 327). Ailede alınacak kararlar baba yada atanın onayından geçmek zorundadır ve son sözü her zaman aile büyükleri söyler. Bu durum tüm aile üyeleri tarafından kayıtsız şartsız kabul görmektedir. Türk toplumunun aileye yönelik bu kabullerinin yansımalarını iş hayatında da görmek mümkündür.

Türk işletmelerinde özellikle aile şirketlerinde yöneticiler (patron) baba rolünü üstlenmektedir. Yöneticilerin adil ve otoriter olması beklenmektedir. Özellikle sermaye sahibi yöneticilere kayıtsız şartsız itaat edilir. Türk toplumsal kültürü kural ve geleneklere özel önem atfetmektedir (Yeloğlu, 2001: 163). Yöneticinin emir ve talimatlarının sorgulanması, farklı önerilerde bulunulması sadece yönetim kademesince değil örgüt genelinde hoş karşılanmayan bir davranış biçimidir. Günümüzde yöneticilerin katılımcı yönetim davranışları sergilediği görülse de; eğitim, teknoloji ve finans dışındaki sektörlerde yönetici ve çalışanların merkeziyetçi yapıya yakın uygulamaları benimsediği bilinmektedir.

4. Grup yaşamına endeksliklik

İnsanoğlu antik dönemlerden bu yana işbirliği sistemine dayalı toplum olarak yaşama tercihini kullanmaktadır. İnsanların diğer insanlarla bir arada yaşamasının bir takım faydaları bulunmaktadır. Grup olarak ifade ettiğimiz topluluk, birbirleri arasında yakın iletişim bulunan benzer değerlere sahip insanlardan oluşmaktadır. Sosyal bir canlı olan insan diğer insanlarla iletişim ve etkileşim kurma ihtiyacı hisseder. Bu ihtiyacını aile, boy, klan ve toplum olarak belirtilen insan grupları aracılığıyla karşılar.

Bu iletişim ve etkileşim sisteminin sağlıklı bir şekilde sürmesi için bir takım somut ve soyut kurallar dizisi bulunmaktadır. Toplumsal yaşam için önem arz eden kurallar, yazılı olmayan ancak herkes tarafından bilinen örf adet ve gelenek gibi soyut kurallar dizisidir. Bu kurallar grup yaşamını önceleyen, iş birliği ve dayanışmayı destekleyen referans kodlarına sahiptir. Örneğin belirli bir köy veya yerleşim biriminde yapılan bir düğün tüm halkın katılımıyla gerçekleştirilirken, yakını bulunmayan bir mevtanın cenazesi bile geniş bir katılımımla defnedilir. Önemsiz gibi görünen bu davranış biçimleri bile bireylerin çalışma ve iş hayatına ilişkin bakış açılarında büyük öneme sahiptir.

Toplumsal açıdan aile merkezli davranışlar Türk toplumunun ideal, beklenen ve takdir edilen özellikleri arasında yer almaktadır. Türk liderler Türk toplumunun temsilcisi olarak daha toplulukçu değerlere sahiptirler (Ercan ve Sığı, 2015: 109). Bu bakış açısı geniş açıdan insanların aile, akraba, aile dostu, komşu ve hemşeri kavramlarına diğer toplumlardan daha fazla önem atfetmesiyle sonuçlanmıştır. Toplumsal kültürün en etkin kaynaklarından olan dini öğretilerinde insan davranışları üzerindeki etkisi yadsınamaz. İslam dini aile, akraba ve ümmet kavramlarına özel bir önem atfetmektedir. Dolayısı ile Türk-İslam kültürü senteziyle özellikle Anadolu coğrafyasında toplumsal ilişki odaklı ve paylaşımcı bir anlayış benimsenmektedir.

Günümüzde girişimciliğin ekonomi üzerindeki olumlu etkilerinin bilincine varılmıştır. Aynı zamanda yenilikçilik ve değişim gibi fenomenlerin, ekonomileri özgün girişimler yoluyla şekillendirdiği görülmektedir. Hayatın her alanında teknoloji, çevre ve kültürel özellikler sentezinin dünya mozaği üzerinde değer yaratan uygulamalarını tecrübe etmekteyiz. Bu kapsamda geliştirilecek özgün iş modeli ve uygulamalarla geleceği kurgulamanın olasılıklar dahilinde olduğunun bilincinde olmalıyız.

İş Kurma Sürecinde Gelecek Mimarisi

İnsanların yaşam sürecinde en fazla kaygı duydukları konular arasında gelecek kaygısı bulunmaktadır. Çocukluk sürecinde gençlik, gençlik sürecinde yetişkinlik yaşamı merak uyandırmış, insanoğlu daha müreffeh bir yaşam için geleceği inşa etme çabası içerisine girmiştir. Bu kapsamda genç bireylerin eğitim ve meslek tercihleri önem taşımaktadır. Daha sonraki süreçte belirli bir meslekte kariyer yapma ya da geleceği şekillendirme noktasında verilen kararlar birey mutluluğunu odak almaktadır.

Bireylerin tercih ettikleri meslek ya da iş yaşamlarında kişilik özelliklerinin pek çok açıdan kritik öneme sahip olduğu bilinmektedir. Meslek tercihlerinin kişilik özelliklerine göre yapılması, bireyin hem başarısı hem de mutluluğu açısından büyük önem arz etmektedir. Kişilik yapısına uygun olarak yapılan meslek seçimleri bireyin sosyal yaşamını da etkilemektedir.

Kişilik, bireylerin diğer bireylerle etkileşime girmek ve tepki göstermek için kullandığı dinamik, duygusal ve psikofizik yolların tümüdür.⁴ Kişilik bireylerin sahip olduğu kalıtım zinciri ve çevresel faktörlerin sonucu ortaya çıkmaktadır. Belirli bir sürece bağlı gelişim kaydederken, davranış farklılıklarının da temelini oluşturmaktadır. Aynı aile ortamında yetişmiş, aynı çevresel faktörlerle karşılaşmış kardeşler arasındaki davranış farklılıkları kişilik kavramıyla açıklanmaktadır.⁵

Kişilik özelliklerinin bilinmesi işletme yöneticileri ve çalışanlar için örgüt-çalışan uyumu açısından önem taşımaktadır. Yöneticilerin çalışanların kişilik özellikleri hakkında bilgi sahibi olmaları, çalışanları çok daha etkin görevlendirme ve yönlendirme imkanına olanak sağlamaktadır.

Kişilik aynı zamanda girişimcilik sürecinde kritik başarı faktörleri arasında yer almaktadır. Girişimci kişilik kavramı risk alabilen, iletişim kabiliyeti yüksek, farkında olunmayan ihtiyaçlara duyarlı kişilik tipidir.

⁴ Stephen P. Robbins ve Timothy A. Judge (2013). *Organizational Behavior* , Pearson Yayınları, s.133, New Jersey.

⁵ Memet Zencirkıran (2017). *Kültür, Toplumsallaşma ve Kişilik, Davranış Bilimleri içinde*(Ed. Memet Zencirkıran). Bursa: Dora Basım, s.28.

Bireylerin sahip olduğu kişilikleri belirli alt başlıklarda toplayarak değerlendiren birçok model bulunmaktadır. Bu modellerin insan davranışına ilişkin birtakım özellikleri ve etkilediği konuları sınıflandırdığı görülmektedir. Bireylerde bulunan hangi boyutun baskın olduğu, bu boyutun ne ile ilgili olduğu ve iş yaşamında neleri etkilediği belirtilmekte, çalışanlara yönelik öngörü yapma imknı sunmaktadır. Bu modellerden en fazla ilgi gören Büyük Beş Kişilik Modelidir. Bu model aşağıda belirtilen beş temel boyuta sahiptir⁶:

- Dışadönüklük Boyutu: Rahat, sokulgan, iletişim kabiliyeti yüksek ve sosyal bireylerdir.
- Uyumluluk Boyutu: İşbirlikçi, samimi, güvenilir ve uyumlu bireylerdir.
- Sorumluluk Boyutu: Düzenli, azimli, disiplinli ve sorumluluk düzeyi yüksek bireylerdir.
- Duygusal Durum Boyutu: Kendine güvenen, sakin, kararlı ve iyimser bireylerdir.
- Deneyime Açıklık Boyutu: Meraklı, retken, proaktif ve yeniliklere açık bireyledir.

Bu boyutlarla ilgili alınan yüksek puanlar kişilik yapısındaki boyut ağırlığının ve pozitif özelliklerin yansımasını, alınan düşük puanlar ise kişilik boyutunda belirtilen özelliklerin tam tersi özelliklerin varlığını ifade eder. Girişimci kişilik açısından bir değerlendirme yapıldığında, bu beş boyutunda girişimciliğe farklı açılardan önemli katkılar yapabileceği aşıkardır. Özellikle dışadönüklük ve deneyime açıklık boyutlarında yüksek puan alan bireylerin girişimcilik faaliyetlerinde daha başarılı olma potansiyeline sahip olduğu öngörülmektedir.

Başarılı girişimcilerin kişilik özellikleri ise aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Stratejik bakış açısına sahip,

⁶ Stephen P. Robbins ve Timothy A. Judge (2013), Organizational Behavior , Pearson Yayınları, 136 s., New Jersey.

- Risk alabilen, riske duyarlı,
- Liderlik özelliklerine ve davranış kalıplarına sahip,
- Analitik düşünebilen, analizci,
- Yeniliklere açık, üretken, yenilikçi,
- Güçlü iletişim ve ikna yeteneklerine sahip,
- Disiplinli, çalışkan ve azimli.

Akademik yazında girişimci kişilik özellikleri maddeler halinde sıralansa da her bireyin kendine özgü bir girişimcilik anlayışı, her girişimcinin kendisini başarıya taşıyacak özgün kişilik özellikleri bulunmaktadır.⁷

Her insan yetiştiği çevre, aile, aldığı eğitim vb. şekillendirici unsurlarının etkisiyle belirli kişilik özelliklerine sahip olur. Bireyin sahip olduğu kişilik özellikleri tercih edilen meslekteki başarı düzeyini doğrudan etkilemektedir. Kişilik özellikleri ile uyumlu meslek tercihinde bulunan insanların daha çok mutlu oldukları gözlenmiştir. Her birey ne gibi özelliklere sahip olduğunu, hangi konulara ilgi duyduğunu, hangi konularda yetenekli olduğunu ve kendisini nelerin mutlu edeceğini bilmelidir. Bu doğrultuda yapılan tercihler, bireyin sadece iş yaşamında değil sosyal yaşamda da hayat kalitesine pozitif yönde etki edecek, mutlu ve üretken bir birey olarak topluma daha fazla katkı sağlayacaktır.

Neden Strateji ve Stratejik Yönetim?

Strateji kavramı askeri terminolojiden alan yazına geçmiş bir kelimedir.⁸ Belirsizlik ve eldeki kaynak ve imkânları kaybetme olasılığı içinde yetersiz bilgi ile karar verme faaliyeti strateji olarak ifade edilmektedir. Strateji kavramı gelecek ile ilişkilendirilen amaç ve hedeflere ulaşmada takip edilecek yolları

⁷ Özlem Çetinkaya Bozkurt, Adnan Kalkan, Osman Koyuncu, Ali Murat Alparşan, (2012). Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:15, s.232

⁸ Özer Ertuna (2008). Stratejik Yönetim, Okan Üniversitesi Yayınları, s.17, İstanbul.

belirleme sürecidir. Girişimcilik faaliyetleri kısa süreli, gündelik birtakım faaliyetlerden ziyade çevresel gelişmelere paralel geleceğe yönelik kurgularla sürdürülebilir.

Günümüzde kalkınma modelleri belirli bir ülke yada ulus temelli stratejilerden ziyade küresel boyutta faaliyet yürüten örgütler tarafından kurgulanmaktadır.⁹ Örgütler sürekliliklerini pekiştirmek adına rekabet üstü avantaj sağlayacak stratejilere göre yönetilmektedir. Örgütlerde stratejik yönetim anlayışının bulunmaması öznel kararlarla hareket edilmesi riskli durumların yaşanmasına neden olabilecektir.¹⁰

Hiçbir örgüt ve hiçbir yönetim faaliyeti mükemmel değildir, her zaman daha iyisini yapmak mümkün olmuştur. Yapılacak işin niteliği ve o işi yapacak kişilerin sahip olduğu özellikler sonucu şekillendirmektedir. Her koşulda temel amacın aynı olduğu görülse de örgütsel açıdan faaliyetlerin yapısı ve ölçeği farklılık taşımaktadır. Dolayısı ile görevler, bu görevlerin tamamlanma süresi ve hedef standartlar belirlenmelidir. Yönetimin görevi hangi seviyede olursa olsun bu hedeflerin yerine getirildiğinden emin olmaktır.¹¹ Yönetim hiyerarşisi içerisindeki bütün yöneticiler; yapılan faaliyetlerin denetiminden sorumludur. Bu hiyerarşi içerisindeki tepe yöneticilerin görevi ise tüm fonksiyonel birimlerin sorumluluğunu üzerinde taşıyarak, örgütün geleceğe taşınmasındaki hedeflerin kontrolünü yapmak ve gerektiğinde kritik kararlar almaktır.

Stratejik yönetim işletmelerin planlama, örgütleme, yürütme, koordinasyon ve denetleme fonksiyonlarını örgütün gelecek kurgusunu dizayn edecek şekilde kurgulamasıdır.¹² Bu kurgu işletmenin sürekliliğini çok yakından ilgilendiren analitik süreçlere bağlıdır. Stratejik yönetim sürecinde öncelikle bu

⁹ Ali Kaya (2007). Bilişim ve İletişim Işığında Girişimcilik ve Kobi Yönetimi, Eğitim Yayınevi, s.15, Konya.

¹⁰ Ruhet Genç (2009). Profesyonel Yöneticinin Yöntem ve Kavramları, Seçkin Yayıncılık, s.227, Ankara

¹¹ John C. Chicken (2002). Yönetim ve Girişimcilik, Çev. Beyhan Kurt, Epsilon Yayınları, s.119, İstanbul.

¹² S.Kadri Mirze (2014). İşletmelerde Stratejik Planlama, Nobel Yayınevi, s.5, Ankara.

stratejileri kurgulayacak stratejistlere ihtiyaç duyulmaktadır. Stratejistlerde bulunması gereken en önemli özellikler, faaliyet yürütülecek sektöre ilişkin bilgi birikimi ve tecrübe düzeyidir.¹³ Girişimci sahip olduğu bilgi birikimi ve özgün iş fikri ile geleceğe yönelik bir takım öngörülerde bulunmak zorundadır. Girişimci, girişimin başarısı ve sürekliliği için stratejik bir bakış açısına sahip olmalı, geleceğe yönelik kurgu ve planlamalar yaparak faaliyetleri için alternatif bir takım öngörüler dizisine sahip olmalıdır.¹⁴ Günümüzde girişimcilik faaliyetleri gelecek öngörüsü, rakipler, müşteri ve teknoloji gibi etkin unsurlardan bağımsız bir şekilde yürütülemez. Girişimci gelecekteki belirsizliklere karşı planlı, risklere karşı tedbirli ve yetersiz bilgi karşısında proaktif insiyatif kullanma eğilimine sahip bir özgüvene sahip olmalıdır.

Stratejik Yönlendirme Araçlarının İşlevi

Örgütler sahip oldukları birtakım yetenekler ve gelecek öngörülerini kapsamında tüm paydaşlarına yön gösterecek bir takım araçlara gereksinim duymaktadır. Bu araçlar iç ve dış paydaşların örgüt hakkında daha sağlıklı ve güvenilir bilgi sahibi olmasının yanında, beklenmedik olayların gelişmesi ve kriz gibi durumlarda örgütün bütünlüğü için gereksinim duyulan araçlardır. Stratejik yönlendirme araçları işletmenin piyasada kendisine atfettiği görevi, gelecek beklentisi ve amacını, faaliyetlerini icra ederken bağlı kaldığı referans kodlarını ifade etmektedir. Bu kapsamda stratejik yönlendirme araçları; misyon, vizyon, amaçlar ve hedefler olarak sıralanabilir.¹⁵

Misyon ve vizyon arasındaki bağlantılar yada ilişkiler takip edilecek stratejiler aracılığıyla kurgulanmaktadır. Bir

¹³ Hayri Ülgen ve S.Kadri Mirze (2013). İşletmelerde Stratejik Yönetim, Beta Basım Yayım, s.59, İstanbul.

¹⁴ Cevahir Uzkurt, (2012). Yenilikçi Girişimcilik, Ed. Zafer Erdoğan, Girişimcilik ve Kobiler, Ekin Yayınevi, s.44, Bursa.

¹⁵ S.Kadri Mirze (2014). İşletmelerde Stratejik Planlama, Nobel Yayınevi, s.161, Ankara.

örgütün sürekliliğini sağlamak için belirlenecek misyon ve vizyon ifadeleri rehber bilgi kaynaklarıdır.¹⁶

1. Misyon

Misyon bir örgütün asli görev alanını ifade etmektedir. Örgütün varlık nedeni, faaliyet amaçları, felsefesi ve kendisine atfettiği görev anlamında kullanılmaktadır. Örgüt kendi misyonunu ortaya koymakla kendi varlık nedenini tanımlamış olur. İşletme faaliyetlerinin hangi nihai amaca hizmet ettiği belirtilerek paydaşlara duyurulur.¹⁷ Girişimci açısından belirlenmesi gereken en öncelikli konu faaliyet alanı, dolayısı ile girişimcinin ortaya koyacağı girişimin temel görev alanıdır. Bu nihai görev alanı belirlenirken örgütü oluşturan tüm birey ve birimlerin genel misyonla uyumlu bir alt misyon kurgusunun yapılması gerekmektedir.

Misyon kavramının bir girişim için temel iki işlevi bulunmaktadır¹⁸:

- Çalışanların tümüne yönelik ortak bir görev belirlemesi,
- Örgütün karakteristik özelliklerini ortaya koyarak, özgünlük yaratması.

Örgütlerde misyon ifadesinin içeriği; üretilen ya da sunulan hizmeti, örgüt faaliyetlerini, iş felsefesini ve iş değerlerini kapsayabilir. Genellikle KOBİ'lerde misyon ifadelerine yazılı olarak rastlanmasa da örgütün piyasada üstlendiği görev tüm paydaşlarca bilinmektedir. Dolayısıyla girişimcilik sürecinde örgüt ile ilgili net ve doğru bir misyon kurgusu fayda sağlayacaktır.

Örnek Misyon İfadeleri :

¹⁶ Oğuzhan Aytar ve Şerife Soylu (2017). Türk Bankacılık Sektörünün Misyon ve Vizyon İfadelerine Yönelik Bir İçerik Analizi, Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi-Cilt 17, Sayı 3, s.119.

¹⁷ S.Kadri Mirze (2014). a.g.e., s. 163.

¹⁸ Hayri Ülgen ve S.Kadri Mirze (2013). İşletmelerde Stratejik Yönetim, Beta Basım Yayım, s.176, İstanbul.

- (a).....müşterilerine kaliteli, doyurucu ve sağlıklı **gıda ürünleri** sunmak
- (b).....abonelerimizin.....çevreyle dost..... **enerji** ihtiyacını karşılamak
- (c)..... tedarikçi beklentilerini.....karşılaman.....**lojistik** ağı kurmak

2.Vizyon

Vizyon bir örgütün kendisini gelecekte nerede görmek istediğinin tanımlanmasıdır. Örgütün farklı görev birimlerinin hangi amaç için çalıştığı vizyon ifadesiyle belirtilmektedir. Özellikle dış paydaşların örgütün açık hedef ve niyetleriyle bilgilendirilmesi, iç paydaşların bu nihai amaç doğrultusunda motive edilmesi amaçlanmaktadır. Örgütün tüm işlevlerinde vizyon kavramının etkisi bulunmaktadır. Vizyon örgütün kendi çevre algısı, değerlendirmesi ve stratejilerine yön vermektedir.¹⁹

Vizyon sadece bir gelecek öngörüsü, makro ölçekli stratejik bir amaç değil aynı zamanda tüm paydaşlar açısından bir rehber özelliği taşımaktadır. Örgütün üst düzeydeki tüm tasarruf ve kararlarında vizyon dikkate alınmalıdır. Vizyon tüm paydaşlarca ulaşılabilir olarak kabul gördüğü zaman başarı getirecektir.²⁰

Örnek Vizyon İfadeleri :

- (a)..... en çok tercih edilen..... **lider** ayakkabı zinciri olmak,
- (b)..... Türkiye'nin..... **en güvenilir ve saygın** bankası olmak,
- (c).....Avrupa'nın **en değerli**sanayi şirketi olmak.

3.Amaçlar ve Hedefler

¹⁹ S.Kadri Mirze (2014). a.g.e., s. 168.

²⁰ Oğuzhan Aytaç ve Şerife Soylu (2017). Türk Bankacılık Sektörünün Misyon ve Vizyon İfadelerine Yönelik Bir İçerik Analizi, Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi-Cilt 17, Sayı 3, s.120.

Bir örgüt için belirlenen misyon kavramıyla ulaşılması düşünülen vizyon ifadesi arasında, daha belirgin ve somut bir takım sonuçlara ihtiyaç duyulmaktadır. Örgüt için vizyon ile belirtilen konuma ulaşmayı sağlayacak basamaklar örgütün amaç ve hedefleri kapsamında ifade edilmektedir. Hedefler amaçlara ulaşılması sürecinde nitelik ve nicelik olarak belirlenmiş alt amaçları ifade etmektedir. Örneğin bir amacın gerçekleştirilebilmesi için bir kaç hedefe ulaşılması gerekmektedir.²¹

Girişimcilik Stratejileri

Girişimcilik faaliyetlerinin önemli oranının bir takım ihtiyaçları gidermeye yönelik çabalardan ortaya çıktığı bilinmektedir. Bir soruna çözüm önerisi sunmak, bir problemi çözmek, bir ihtiyacı gidermek, bir işi kolaylaştırmak, bir süreci hızlandırmak girişimcilik felsefesinin temel uğraş ve çıkış noktalarını oluşturmuştur. Dolayısı ile piyasadaki gelişmeler, insan ihtiyaçları, ekonomik eğilimler, teknoloji, moda, popüler kültür girişimcilik açısından çok geniş çalışma alanları sunmaktadır. İş dünyasında yaşanan gelişmeler, insan hayatını kolaylaştıran ve daha yüksek kar marjı sunan alanlara iştahı artırmış, bu kapsamda girişimciliğin metodoloji ve yapısı açısından farklı yolların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Siyasi, sosyal ve ekonomik gelişmeler içerisinde uygun gelişim düşünülen alanlarda girişimcilik faaliyetleri yürütülmeye çalışılmaktadır. Bu kapsamda hangi durum ve koşullarda ne tür girişimcilik faaliyetlerinin başarı getireceği girişimcilik stratejileri kapsamında değerlendirilmektedir.

1. Fırsat Girişimciliği

Çevresel koşulların çok iyi analiz edilerek, potansiyel pazarların keşfedilmesi ve riske girilmesi fırsat girişimciliği kapsamında değerlendirilmektedir. Fırsat girişimciliğinde rakip firmaların müşteri beklentilerini karşılayamadığı ya da müşteri ihtiyaçlarının tam anlamıyla tatmin edilmediği bir alan

²¹ S.Kadri Mirze (2014). a.g.e., s. 176.

bulunmaktadır. Bu alan siyasi, sosyal, kültürel ya da ekonomik birtakım gelişmeler sonucu olarak da ortaya çıkabilir. Girişimci sahip olduğu analiz yeteneğiyle bu alanlardaki mal veya hizmet açığını görerek, bu açığı giderek iş modelleri ortaya koyar. Belirli bir piyasada meydana gelen fazla talep veya mevcut pazarın gelişmesi de fırsat girişimciliğine imkân tanımaktadır.²²

Girişimcinin fırsatları değerlendirebilme gücü, sahip olduğu bilgi, tecrübe ve yetenek potansiyeline göre değişiklik göstermektedir. Çevre birtakım ihtiyaçlara gereksinim duyabilir ancak girişimcinin bu ihtiyaçlara cevap verebilecek kaynağa sahip olması gerekmektedir.

Fırsat Girişimciliği Örneği 1

Ayakkabı üretimi konusunda bilgi sahibi bir girişimcinin (Tedarik ve Pazarlama), ayakkabı üretimi ve kullanma alışkanlığı olmayan büyük nüfus potansiyeline sahip bir Afrika ülkesinde ayakkabı üretim tesisi açması ya da ayakkabı pazarlama işine girişmesi fırsat girişimciliği kapsamında değerlendirilebilir. Buradaki risk ayakkabı kullanma alışkanlığı olmayan bir kültüre, ayakkabı giyme alışkanlığını kazandırabilme riskidir. Bu risk ne kadar yüksekse, olası kazanç miktarı o kadar yüksektir.

Fırsat Girişimciliği Örneği 2

Hizmete yeni başlayan bir kayak merkezi bölgesinde kayak malzemelerinin satış ve kiralamasının yapıldığı bir işletmenin açılması fırsat girişimciliği kapsamında değerlendirilebilir. Özellikle turizm bölgelerinde insanların ihtiyaç duyabilecekleri çözümler sunan girişimcilerin faaliyetleri de bu kapsamda değerlendirilebilir. Örneğin çok sıcak ve yağışlı hava durumlarında şemsiye satışı; uzun yol, arazi ve çamurlu geçişlerinde golf arabasıyla hizmet sunulması; poşet ve galoş satışı gibi girişimcilik çabaları bu kapsamda değerlendirilmektedir.

2.Yaratıcı Girişimcilik

²² Ali Kaya (2007). Bilişim ve İletişim Işığında Girişimcilik ve Kobi Yönetimi, Eğitim Yayınevi, s.69, Konya.

Fırsat girişimciliğinde çevresel koşullar ön planda iken, yaratıcı girişimcilikte sahip olduğumuz yetenekler ve yenilikçilik potansiyelimiz ön plandadır. Yaratıcı girişimcilikte farkında olunmayan ihtiyaçlar için yeni bir fikir veya buluşla bu ihtiyaçların karşılanması veya daha önce bu ihtiyaçları giderme özelliği olmayan ürün yada hizmetlerde geliştirmeler yapılması esastır. Bir mal yada hizmetin yapısı, özellikleri, işlevi ve kalitesinde özgün değişikliklerin ve yeniliklerin yapılması da yaratıcı girişimcilik kapsamında değerlendirilmektedir. Girişimcilik yazınında asıl girişimcilik faaliyetinin yaratıcı girişimcilik olduğu konusu üzerinde durulmaktadır. Bu girişimcilik stratejisinde proaktif bir yaklaşımın yani rakip, müşteri ve diğer paydaşları etkileyen, şekillendiren ve yönlendiren davranışların sergilendiği görülmektedir.

Girişimcilik örnekleri incelendiğinde yaratıcı girişimcilik sayısının daha az rastlanan; ar-ge, teknoloji ve teknik altyapıya daha fazla önem veren girişimcilik türü olduğu görülmektedir.²³

Yaratıcı Girişimcilik Örneği 1

Soğuk ülkelerde (İzlanda, Kanada) dışarıda insanların cep telefonu ile iletişim kurması önemli bir sorun olarak görülmektedir. Kat kat giyilen giysilerin altından cep telefonuna ulaşılması, ellerin üşütülmeden iletişimin tamamlanması büyük bir çaba ve hız gerektirmektedir. Bu ihtiyacı keşfeden Hi-Fun firması üzerinde kabul ve ret tuşları olan bluetooth entegre edilmiş bir eldiven üretmiştir. Bu eldiven özellikle soğuk kış günlerinde insanların telefonu cebinden çıkarmadan bir ahize hareketiyle iletişim kurmasını sağlamaktadır. Hi-Fun firmasının bu örnekte konu alınan girişimcilik stratejisi yaratıcı girişimcilik kapsamında değerlendirilmektedir.

Yaratıcı Girişimcilik Örneği 2

Otomotiv sektöründe klasik içten yanmalı motorların yarattığı çevresel sorunlar, fosil yakıtlara olan bağımlılık ve enerji maliyetlerindeki artış, yeni bir ulaşım vizyonuna olan ihtiyacı doğurmuştur. Bu bağlamda yaratıcı girişimciler, yalnızca mevcut otomotiv pazarını iyileştirmeyi değil, aynı zamanda tamamen

²³ Ali Kaya (2007). a.g.e. s.70.

yeni bir paradigma geliştirerek elektrikli araçları piyasaya sunmuştur. Bu kapsamda girişimciler yalnızca teknolojik yenilik üretmemiş, aynı zamanda tüketici alışkanlıklarını dönüştürerek yeni bir ekosistem oluşturmıştır.

Yaratıcı Girişimcilik Örneği 3

Teknolojinin hızlı gelişimi ve bireylerin yaşam tarzlarındaki değişim, sağlık takibi, iletişim kolaylığı ve mobil erişim gibi yeni ihtiyaçları beraberinde getirmiştir. Geleneksel saatler zamanı göstermekle sınırlı kalırken, tüketiciler aynı cihaz üzerinden sağlık verilerine ulaşmak, anlık bildirim almak ve günlük yaşamlarını kolaylaştırmak istemeye başlamıştır. Bu durum, yaratıcı girişimcilik için önemli bir fırsat alanı doğurmuştur. Akıllı saatler, girişimcilerin farklı teknolojileri (internet bağlantısı, bildirimler, sensörler, navigasyon) tek bir üründe birleştirerek geliştirdikleri yaratıcı girişimcilik örneğidir.

3.İç Girişimcilik

Her örgüt maddi ve maddi olmayan sermaye unsurlarına sahiptir. Maddi sermaye unsurları bina, makine, teçhizat, sermaye vb. unsurlardan oluşurken maddi olmayan sermaye unsurları ise marka, patent, kurum kültürü, kurum imajı gibi unsurlardan oluşmaktadır. Ancak bu sermaye unsurları arasında en fazla katma değer yaratma potansiyeline sahip unsur insan kaynağıdır. Örgütün sahip olduğu yetenek sahip olduğu insan kaynağı niteliğine bağlıdır. Her örgütte benzer bir takım sermaye unsurları bulunurken yetenek ve değer açısından çok farklı ürün ve hizmetler üretilmektedir. İşte bu farkın nedeni sahip olunan insan kaynağının yetenekleri ve niteliğidir.²⁴

İç girişimcilik, örgütlerin belirsizlik ve tehditlerle dolu dış çevre koşullarına karşı rekabet avantajı elde edebilmelerinde bilgi, beceri ve yeteneklerini güçlendirirken, yetkinliklerini de

²⁴ Hayri Ülgen ve S.Kadri Mirze (2013), İşletmelerde Stratejik Yönetim, Beta Basım Yayım, s.119, İstanbul.

artırmaktadır.²⁵ Bireylerin kazandığı bu bilgi birikimi ve yetkinlikler entelektüel sermaye kapsamında değerlendirilmektedir. Entelektüel sermaye iç girişimcilik faaliyetlerine temel oluşturacak stratejik mimarinin kaynağını ifade etmektedir.

Yönetim faaliyetlerinin etkinliği ve verimli sonuç alabilmesi için temel koşul açıkça tanımlanmış amaçların olmasıdır.²⁶ Örgüt içerisinde bireylerin sahip olduğu nitelikler örgütsel amaçlar doğrultusunda kullanıldığında örgütü çok farklı noktalara taşıma olanağı doğmaktadır. İç girişimcilik olarak ifade edilen kavram, örgüt içerisindeki bireylerin örgüt amaçlarına hizmet edecek bir takım girişimcilik davranışlarına ve alışkanlıklarına sahip olma eğilimidir. İşletmelerin insan ihtiyaçlarına ya da sorunlarına daha isabetli çözüm önerileri sunabilmeleri; sahip oldukları insan kaynağının yetenek ve potansiyeline bağlıdır.

Girişimcilik Stratejilerinin Desteklenmesi

Girişimciliğin en önemli özelliği bilinçli bir inovasyon süreci yada ürünü olmasıdır.²⁷ Girişimcilik faaliyetinin türü ve hangi alanda yapılmak istendiği düşünülürse düşünülün, temel olarak dört ana faktörün etkisi altında şekillendiği görülmektedir. Bu dört temel faktörü şu şekilde sıralayabiliriz: müşteri talebi, hükümetin etkisi, özel sektörün etkisi ve siyasi etkiler.²⁸ Girişimin başarılı olmasında ihtiyaca dayalı müşteri talebinin önemi girişimin sürekliliğine doğrudan etki etmektedir. Hükümetin etkisi ise, mevcut yönetimin girişimciliğe yönelik bakış açısıyla açıklanabilmektedir.

²⁵ Engin KANBUR ve Kubilay ÖZYER, (2016). Çalışanların Bireysel Yaratıcılık Düzeylerinin İç Girişimcilik Performanslarına Etkisi, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Cilt:14 Sayı:2, s.265.

²⁶ John C. Chicken (2002). Yönetim ve Girişimcilik, Çev. Beyhan Kurt, Epsilon Yayınları, 44 s., İstanbul.

²⁷ Ruhet Genç (2009). Profesyonel Yöneticinin Yöntem ve Kavramları, Seçkin Yayıncılık, s.109, Ankara.

²⁸ John C. Chicken (2002). Yönetim ve Girişimcilik, Çev. Beyhan Kurt, Epsilon Yayınları, 33 s., İstanbul.

Kalkınma, ekonomik refah, dış ticaret açığı, istihdam politikaları açısından girişimciliğin olumlu etkilerini kavrayan yönetimlerin girişimciliğe yönelik pek çok desteği sistematik bir şekilde halka sundukları bilinmektedir. Özel sektör üyeleri ise, ticari sistemin derinleşmesi, yeni ürün ve hizmetlerin farklı açılımlar sağlamasına katkı sağlayacak her girişime olumlu yaklaşmaktadırlar. Bu kapsamda melek yatırımcılık, kitlesel fonlama ve stratejik ortaklıklar gibi bir takım araçların özel sektör üyeleri tarafından kullanıldığı bilinmektedir. Siyasi açıdan ekonomiye katkı sağlayan, sosyal adaleti ve gelir dağılımını olumlu yönde etkileyen tüm faaliyetler genel anlamda olumlu karşılanmaktadır.

1.Melek Yatırımcılar

Girişimciliğin kritik başarı faktörlerinden en önemlisi özgün bir iş fikridir. Bununla birlikte girişimciliğin en temel sorunlarından birisi de sermaye sorunudur. Dolayısı ile özgün iş fikirlerinin gerçeğe dönüşebilmesi için yeterli miktarda sermayenin temin edilmesi gerekmektedir. Melek yatırımcılık alternatif bir sermaye temin yöntemidir. Melek yatırımcılığı geleneksel finansman yöntemlerinden ayıran özellik sermaye sahibi yatırımcıların girişimcilere belirli koşullar dâhilinde destek olmalarıdır. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa’da yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir. Girişimci finansörlerin melek yatırımcı olarak nitelendirilmelerinin nedeni; sahip oldukları ekonomik zenginlik ile girişimin riskini üstlenmeleri ve bilgi ve tecrübeleri ile danışmanlık yapmalarıdır. Melek yatırımcıların bu riski üstlenme olasılığı ise sahip oldukları tecrübe, bilgi birikimi ve girişime attettikleri önem ile paralellik gösterir.

Bir girişimin gerçekleşmesi ve başarısı için tek bir meleğin ekonomik gücünün yetersiz olması durumunda, birden fazla melek yatırımcı işbirliği yaparak girişimi destekleyebilir.²⁹

²⁹ Osman Uluyol, (2008).Girişimcilikte Alternatif Bir Finansman Modeli Olarak Melek Finansman Yöntemi, Girişimcilik ve kalkınma Dergisi, Cilt:3, Sayı: 2. S.49

Melek yatırımcılar vermiş oldukları destek karşılığında genellikle belirli bir ortaklık payı talep etmektedir.

Melek yatırımcıların destek oldukları spesifik bir alan bulunmamaktadır. Bireysel olarak bilgi ve uzmanlık sahibi oldukları alanlara daha fazla önem atfederler. Bir melek yatırımcı onlarca girişime destek olarak farklı şirketlerde deneyimlerini girişimcilere aktarırken, girişimin başarısı ile büyük getiri elde eder.

Melek yatırımcılar işin başında ya da zor durumda bulunan girişimcilere destek olan yeni nesil girişimcilerdir. Son dönemde melek yatırımcılığı faaliyet alanı olarak kabul eden girişimci örgütler (kuruluş, platform, şirket) kurulmuştur. Bu örgütler toplumsal kalkınma ve ülke ekonomilerine katkı sağlamaktadır. Melek yatırımcılık sadece bir yatırım ve finansman yöntemi olarak kabul edilmemelidir. Girişimciliği destekleyen, bireyleri motive eden, danışmanlık yapan, katma değer yaratma potansiyeli yüksek iş fikirlerini ekonomiye kazandıran bir sistemdir.

2.Kitlesel Fonlama

Bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi, bilgi ve sermaye gibi unsurların tedarik yöntemlerinin farklılaşmasına yol açmıştır. Özellikle geleneksel tedarik ve erişim yöntemlerinin kısıtları teknoloji ve kolektif işbirliğiyle aşılmıştır. Örneğin internet ve akıllı telefon teknolojisinin hayatımıza girmesiyle klasik bilgi edinme yöntemleri (Kütüphane, Haber Bültenleri, Mektup) birincil önemini yitirmiş yerine daha kapsamlı, daha hızlı, daha sağlıklı ve görselliği (Google, Youtube, Periscope) zengin bireysel uygulamalara yerini bırakmıştır.

İnternet teknolojisinin birey ve insan topluluklarına daha kapsamlı, hızlı ve kolay etki etmesi, doğrudan internet yoluyla fon sağlama yolunu açmıştır. Özgün iş fikri olan girişimciler oluşturulan sanal platformlar aracılığıyla sermaye ihtiyaçlarını kitlesel fonlama yöntemiyle gidermeye çalışmaktadır. Bu kapsamda kitlesel fonlamayı özgün bir iş fikrinin sanal bir platformla sanal finansal araçlarla doğrudan desteklenmesi olarak tanımlayabiliriz.

Özellikle klasik finansal kaynaklardan yararlanamayan yada gerekli ölçüde destek alamayan girişimcilerin yöneldiği bir finansal kaynak yaratma modelidir.³⁰ Kitlel fonlama da klasik yöntemlerin (Banka) aksine her hangi bir aracıya gereksinim duyulmadan doğrudan destekleme yapılmaktadır.³¹

Genellikle özgün iş fikri sahibi girişimci adaylar belirli bir internet sitesi yada sanal bir platform desteğiyle fikirlerini tüketiciye ya da destekçilere sunarlar. Bu kapsamda iş fikri ile ilgili açıklama, resim ve video görüntüsü paylaşılabılır. Bu iş fikirlerinin başarısına inanan kitleler cüzi miktarda para desteği yapar. İş fikrinin uygulanması için yeterli desteği sağlayan girişimci, iş fikrini gerçeğe dönüştürür. Girişimci aldığı destek karşılığında destekçilerine ödül, ön-alım hakkı, faiz ödemesi ve hisse senedi gibi karşılıklar sunar. Bu karşılığın türü kitlel fonlama türüne göre değişiklik gösterir.³²

Hayal Mühendisliği Bakış Açısı

Girişimcinin sahip olduğu hayal kurma yeteneği ve bu hayali gerçeğe dönüştürebilme potansiyeli hayal mühendisliği kapsamında değerlendirilmektedir. Girişimciliğin başlangıç aşamasında pek çok avantajın motive edici etkisine rağmen adaylar birçok zorluk, tehlike ve engelle karşılaşabileceklerini göz önünde bulundurmalıdır.³³ Hayal mühendisliği girişimcinin çevresel koşulları analiz etmesi sonucunda, her türlü gelişmeye olumlu bir perspektiften bakarak, geleceğin belirsizliklerini öngörebilme temeline dayalı, sistematik, özgün ve yalın fikir üretme şeklidir. Bu düşünce yapısı, insanların farkında olmadığı ihtiyaçlara yönelik ürün ve hizmet geliştirme kapasitesini

³⁰ Nuray Atsan ve Eda Oruç Erdoğan (2015) Girişimciler için Alternatif Bir Finansman Yöntemi: Kitlel Fonlama, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Nisan 10(1), s.300

³¹ Mediha Nur Onur ve Öznur Değirmenci (2015). Crowdfunding – Kitle Fonlaması, T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Çalışma Raporları, Sayı: 7, Haziran, s.1

³² Nuray Atsan ve Eda Oruç Erdoğan (2015) a.g.e. s.301-303

³³ Ali Kaya (2007). Bilişim ve İletişim Işığında Girişimcilik ve Kobi Yönetimi, Eğitim Yayınevi, s.15, Konya.

artıracaktır. Düşünme ve fikir üretme süreci tamamen duygusal yada mantıksal bir süreç değildir, insan bilincinin tümüne ilişkin bir eylemdir.³⁴

Hayal mühendisliği ile özgün bir iş fikri üretme arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Hayal mühendisliği ile girişimcilik süreci daha işlevsel ve daha sistematik bir temele dayanmaktadır. Hayal mühendisliğinin en temel öğelerinden birisi kavram üretme ve geliştirmedir. Kelime ve ölçülerle ifade edilen düşünceler çok daha iyi anlaşılır. Düşüncenin malzemesi kavramlardır. Kavramlar olmadan düşünmek olanaksızdır.³⁵ Dolayısı ile kavramlar hem düşünce hem de algı kapasitemizi geliştirmektedir. Hayal mühendisliği yaratıcı girişimciliğin ortaya çıkmasına yardımcı olmaktadır. Üretkenlik yada yaratıcı düşünce sadece bazı insanların sahip olduğu bir yetenek değil, genel anlamda zekanın bir işlevi olarak kabul edilir.³⁶ Yaratıcılık genel olarak bireysel bir çaba olarak kabul edilse de, ekip çalışmasını gerektirir. Belirli bir fikrin olgunlaşması ise bireylerin sahip olduğu bilgi birikimiyle paraleldir.³⁷

Yönetimin temel görevlerinden biriside mevcut sınırlamaları aşmak, örgüt üyelerinin üzerinde baskı oluşturan engelleri ortadan kaldırmaktır. İşletmelerin faaliyet yürüttüğü sektör, bölge ya da düşünce sistemi içerisinde gerçek ve hayali birtakım sınırlamalar bulunmaktadır. Girişimci ya da örgüt yöneticisi bu sınırlamaların yer aldığı çevrede ne kadar işlevsel ve basit çözümler ortaya koyabildiği takdirde başarı sağlamaktadırlar. Bu tür bir başarının sırrı ise bu engel ve sınırlamaların doğası hakkında bilgi sahibi olmak yada anlamaya çalışmakla mümkündür.³⁸

³⁴ Ken Robinson (2003).Yaratıcılık Aklın Sınırlarını Aşmak, Çev.Nihal G. Koldaş, Kitap Yayınevi, İstanbul, s.176.

³⁵Ali Osman Özcan (2000). Algıdan Yoruma Yaratıcı Düşünce, Avcıol Basım Yayın, İstanbul, s.14

³⁶Ken Robinson (2003).Yaratıcılık Aklın Sınırlarını Aşmak, Çev.Nihal G. Koldaş, Kitap Yayınevi, İstanbul, s.131.

³⁷Ruhet Genç (2009). Profesyonel Yöneticinin Yöntem ve Kavramları, Seçkin Yayıncılık, s.263, Ankara

Tablo.1. Girişimcilerin ve İşletmelerin Gerçek ve Hayali Sınırlamaları

Gerçek Sınırlamalar	Hayali Sınırlamalar
Rekabet	Kar Marjı Sınırı
Ulusal Ekonomik Durum	İnsan Kaynağı Yetenekleri
Ticari Kanunlar	Artık Yeni Ürün Geliştirilemez Algısı
Vergi Oranları	Sermaye Kıtılığı
Etnisite, Cinsel ve Dini Ayrımcılık	Yönetim Hiyerarşisi
Uluslararası Standartlar	Politik ve Nepotik Baskı
İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunları	Etkinliğin Azalma Korkusu
Sermaye Yetersizliği	Entegre Edilememe, Uyarlanamama

Kaynak: Chicken J.C.(2002), Yönetim ve Girişimcilik, Çev. Beyhan Kurt, Epsilon Yayınları, s.77., İstanbul.

Walt Disney önderliğinde ortaya çıkarılan bir dizi çizgi film kahramanı ve onların kurgu hikayeleri, uçan filler, dans eden otomobiller, dünyamızdan olmayan varlıkların maceraları, uzay gemileri, bilgisayar oyunları, avatarlar ve buz devri kahramanları hayal mühendisliği girişimleri olarak hayatımızdaki ve hafızamızdaki yerini korumaktadır. Bütün bu varlıkların hayal ile başlayıp kavramsallaştığı, düşünce sürecinde geliştiği, sistematik bir şekilde geliştirildiği ve teknoloji yardımıyla ticari hayata entegre edildiği bilinmektedir.

Hayalini kurduğumuz pek çok düşünce ve absürt araçların bir gün teknoloji yardımıyla hayatımıza girmeyeceğinin garantisi bulunmamaktadır. Günümüzde kullandığımız tüm teknolojik araç ve ürünlerin geçmişte kavramsal bir tanımının bile olmadığının bilincinde olmalıyız. Örneğin cep telefonu, tansiyon aleti, drone, bardakta mısır ve internet gibi kavramların bundan yarım asır önce hiç bir anlam ifade etmediği bilinmektedir.

Yakın geçmişte benzersiz, mükemmel, özgün olarak nitelendirilen bir ürün yada fikrin günümüzde sıradanlaştığı,

yarın ise modası geçmiş yada eskimiş olarak anılabileceği kuşku götürmez bir gerçektir.³⁹

Dolayısı ile girişimcilik sürecinde katma değeri yüksek fikirlerin gerçeğe dönüşerek bizi başarıya götürebilmesi, bilinçli bir hayal eyleminden geçmektedir. Hayalini kurabildiğimiz şeyleri yapabileceğimizin farkında olmalıyız...

Girişimcilik ve Bilgi Ekonomisi

Yirmi birinci yüzyılda tüm örgütlerin faaliyetlerini yürütmesinde bilgi kavramı somut anlamda stratejik bir kaynak ve yaşamsal bir araç olarak kullanılmaktadır. Toplum yapısında bilgi, bilgi türevleri ve bilgi sistemi araçlarından yoksun bir örgütsel yaşam kaotik bir düzen vaat etmektedir. Küreselleşme, teknolojik gelişim, demografik değişim, insanların refah düzeyinin artışı bilgi sistemlerine duyulan ihtiyacı artırmaktadır. Bu ihtiyacın giderilmesi bilgi ekonomisinin doğuşu ve gelişimini hızlandırmıştır.

Bilgi ekonomisi, bilginin elde edilmesi, işlenmesi, üretilmesi, dönüştürülmesi ve dağıtım süreçlerini içeren bütüncül bir sistemdir (Kevük, 2006). Bu sistemin gelişimi büyük ölçüde teknolojik gelişimle paralellik taşımaktadır. Teknolojik gelişim beraberinde kitlesel iletişim ve etkileşim araçlarının kullanımı yaygınlaştırmıştır. Bu kapsamda yaşanan değişim insanların düşünce yapısında farklı boyutların oluşmasına neden olmuş, ekonomi bu boyutlarda yer alan ihtiyaçları gidermeye yönelik ürün ve hizmetler geliştirmiştir.

Günümüzde bütün örgütler genel anlamda oldukça değişken ve karmaşık bir ortamda faaliyetlerini yürütmektedir. Dolayısı ile bu hızlı değişen koşullara uyum sağlamak ve varlığı devam ettirebilmek, değişen koşullara yönelik bilgi edinen ve bu

³⁹Engin Kanbur ve Kubilay Özyer, (2016). Çalışanların Bireysel Yaratıcılık Düzeylerinin İç Girişimcilik Performanslarına Etkisi, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Cilt:14 Sayı:2, s.272.

bilgileri karar verme süreçlerinde kullanabilen bir yapıyla mümkündür.

Genel olarak bütün ekonomik sistemlerin temelinde bilgi olgusunun yer aldığı görülmektedir. Bilgi ekonomisinin gelişimi büyük ölçüde teknolojik gelişimle paralellik taşımaktadır. Teknolojik gelişimle birlikte kitlesel iletişim ve etkileşim araçlarının kullanımı yaygınlaşmıştır. Bu kapsamda yaşanan değişim insanların düşünce yapısında farklı boyutların oluşmasına neden olmuş, ekonomi bu boyutlarda yer alan ihtiyaçları gidermeye yönelik ürün ve hizmetler geliştirmiştir. Örneğin iletişim imkanları sosyal anlamda bir ihtiyaç haline dönüşerek ekonomik ürün ve hizmetlerin sunumuna imkan sağlamıştır. Teknolojik gelişim süreciyle iletişim olanakları ve ya hizmetleri yazılı iletişim, sesli iletişim, görsel iletişim ve bunların her birini kapsayan çok yönlü sesli ve görsel iletişim şekline dönüşmüştür. Bu ve benzeri hizmetlerin temelinde bilgi ve bilgi türevlerinin ticaret ve girişimcilik açısından değerlendirildiğini görmek mümkündür. Bu ürün ve hizmetlerin diğer ürün ve hizmetlere oranla sağladığı getiri düzeyinin yüksek olduğu bilinmektedir. Gelişmiş ülkelerin bilgi kaynaklı faaliyet süreçlerine önem vermelerinin temel nedenlerini bu gerçekte aramak mümkündür.

Bilgi ekonomisini oluşturan sektörleri şu şekilde sıralamak mümkündür :

- ✓ İletişim ve Haberleşme : Akıllı telefonlar, iletişim programları
- ✓ Elektronik : Cihaz ve aletler
- ✓ Ulaşım : Deniz, hava, kara taşıtları
- ✓ Bankacılık ve Finans : Elektronik bankacılık ve finans
- ✓ Bilgi Teknolojisi : Bilginin üretilmesi, saklanması ve depolanması
- ✓ Yazılım : Programlama ve komut sistemi
- ✓ İlaç Endüstrisi : İlaç ve tedavi ürünleri
- ✓ Sağlık Hizmetleri ve Araçları : Tanı ve teşhis araçları

Günümüzde bütün örgütler genel anlamda oldukça değişken ve karmaşık bir ortamda faaliyetlerini yürütmektedir.

Dolayısı ile bu hızlı değişen koşullara uyum sağlamak ve varlığı devam ettirebilmek, değişen koşullara yönelik bilgi edinen ve bu bilgileri karar verme süreçlerinde kullanabilen bir yapıyla mümkündür. Örgütler bilgi ve bilgiyi elde etme veya üretme sürecinde toplamış oldukları işlenmemiş bilgi parçalarını sadece hammadde ve tedarik kaynağı olarak değerlendirmemektedir. Bilgi çevresel gelişmelere yönelik alınacak kararlarda yöneticilerin temel başvuru kaynağıdır. Çevreden belirli yöntemler ve kaynaklar kullanılarak elde edilen bilgiler analiz edilerek değerlendirilir, karar mekanizmalarında daha doğru adımlar atılması için anlamlı ve faydalı bilgiye dönüştürülür. Bilgi ekonomisinde örgütler açısından kaynak niteliğinde kullanılan bilgi aynı zamanda karar destek sistemlerinin sağlıklı işleyişi içinde önem arz etmektedir.

Ülkeler daha müreffeh bir ortam yaratmak ve vatandaşlarının refah seviyesini daha üst noktalara taşımak adına bilgi toplumu olarak adlandırılan bir fenomen üzerine yoğunlaşmaktadırlar. Bu çabalar doğrultusunda bir takım hedefler koyarak bu hedefleri gerçekleştirmeye yönelik politikalar oluşturmaktadırlar⁴⁰.

SONUÇ ve DEğERLENDİRME

Girişimcilik olgusu klasik ve dogmatik düşünce sisteminin dışında, olaylar ve olgular arasında bağlantı kurabilen, düşünen, araştıran, sorgulayan ve analiz edebilen bir yaklaşıma sahip olmakla ilişkilidir (Çiçek ve Durna, 2012: 18). Dolayısı ile girişimcilik konusunun toplumsal olarak bilginin üretilme, elde edilme, işleme süreci ile yakından ilişkili olduğu kabul edilmelidir. Kùltürlerin olay ve olguların sahip olduğu sahip olduğu özellikleri benimseme, kabullenme ve entegre edebilme yetenek ve yeterlilikleri değişim potansiyellerini ortaya koymaktadır. Bu süreçlerin her biri sahip olunan kùltürel genetik

⁴⁰ Gökçen Sayar Özkan ve Erdal Alancıoğlu (2017). Bilgi Ekonomisi İndeksi Performans Göstergelerinin Türkiye Açısından Ar-Ge Harcamaları Analizi, ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi, 4 (8), s.4.

kodlara göre farklı değerlendirilmektedir. Bazı gelişmeler bir toplumda tehdit olarak algılanırken başka bir toplumda hiç bir etki yaratmamakta yada bir fırsat olarak kabul edilerek harekete geçilmektedir.

Türk toplumunun tarihsel süreç içinde olduğu gibi günümüzde de değişim konusunda fazla istekli olmadığı, değişime direncin yüksek olduğu toplumlar arasında sayıldığı bilinmektedir (Kaya, 2017: 135). Bu özellik toplum ve aile yapısını zararlı ve yıkıcı akım ve fikirlerden korurken, iş geliştirme, sinerji oluşturma ve kültürel uyum noktasında yavaşlatmaktadır. Dolayısı ile toplum kültürel özelliklere uygun bir takım gelişim çabalarına daha açık bir yaklaşım sergilemektedir. Türk toplumunun girişimcilik serüveni Batılı ve Uzak Doğulu toplumlara nazaran geç başlamıştır. Bu gerçeğin geçerli ve mantıklı bir takım tarihsel, siyasi, toplumsal ve kültürel nedenleri bulunmaktadır. Tarihsel olarak Türklerin kurmuş olduğu devlet sistemlerinde yaygın mülkiyet yaklaşımı sermaye birikimini sınırlandırmış, hükümdar ve yöneticilerin görev alanı bilinci, ihtiyaçlara yönelik kuruluşların açılmasını engellemiştir. Toplumsal yaşam gelenek kaynaklı olarak kırsalda yaşamayı yada asker olmayı gerektirmiştir. Kültürel unsurlar arasında yer alan inanç sistemi, daha fazla kar elde etme, zengin olma ve servet edinme gibi amaçları dizginlemiştir. Bütün bu çabaların toplumsal yaşam sürecinde sosyal adaletin sağlanması ve toplum refahını amaçladığı görülmektedir. XVII. yüzyılda gerçekleşen sanayi devrimiyle birlikte kapitalizmin kabul ettiği varsayımlar ve önerdiği tüm fikirler Türk toplum yapısı açısından yabancı olarak kabul edilmekteydi. Dolayısı ile toplumsal olarak kültürel ve sosyal hayata uygun bir girişimcilik ve kalkınma modelinin içselleştirilmesi zaman almıştır. Bununla birlikte Türkiye'nin sahip olduğu özellikler ve dinamikler XXI. yüzyılda girişimcilik açısından uygun zemin bulduğu takdirde atılım gösterme potansiyeline sahiptir.

Yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreği, girişimcilik olgusunun internet ve nitelikli insan kaynağı gibi unsurların sinerjisinden beslendiği bir dönem olarak kayıtlara geçmektedir. Günümüzde özellikle internet tabanlı teknolojilere dayalı girişimcilerin

başarısının ve işlevselliğinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Tarihsel süreçte bireysel tüketime tabi emtianın çok hızlı bir şekilde değiştiği ve geliştiği gözlenmektedir. Dolayısı ile inovasyon günümüz tüketicilerinin en fazla değer atfettiği fenomen olarak kabul etmektedir.

KAYNAKÇA

- Akkuş, Y. & Menteş, S. A. (2018). Osmanlı İmparatorluğu'nda Girişimcilik: Klasik Dönem Üzerine Bir Çalışma, *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (2), 169-186.
- Alacaklıoğlu, H. (2009). *Kurumsal Yönetim ve Aile Şirketleri*. İstanbul: Kaizen Yayınları.
- Anwar, S. T. & Tariq, S. M. (2011). Evolution of entrepreneurship and organizational configurations at Zildjian, 1623–2010, *Journal of International Entrepreneurship*, (9), 175-194 .
- Aşkın, A., Nehir, S. & Vural, S. Ö. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6 (2), 55-72
- Atsan N. ve Erdoğan E. O. (2015) Girişimciler İçin Alternatif Bir Finansman Yöntemi: Kitleli Fonlama, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Nisan 10(1), 297-320.
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15), 139-160.
- Aytar O. ve Soylu Ş. (2017). Türk Bankacılık Sektörünün Misyon ve Vizyon İfadelerine Yönelik Bir İçerik Analizi, Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi-Cilt 17, Sayı 3.
- Başcı Nur, H. & Erataş, F. (2013). Kültür Farklılıkları Ekseninde Girişimcilik Anlayışındaki Değişimler ve Yabancı Girişimcilik, Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1 (1), 155-171.
- Bozkurt Ö.Ç., Kalkan A., Koyuncu O., Alparslan A. M., (2012). Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:15, s.232
- Bressler, M. S., Campbell, K. & Elliott, B. (2014). The Reverse Family Business: An Emerging Trend in

Entrepreneurship?, *Academy of Entrepreneurship Journal*, Vol. 20, (2), 137- 151.

- Candan, H. (2011). Osmanlı'dan Günümüze Türk Topraklarında Girişimcilik Serüvenine Dair Bir Değerlendirme, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1 (2), 157 - 174.
- Casson, M. & Casson, C. (2014). The history of entrepreneurship: Medieval origins of a modern phenomenon, *Business History*, 56 (8), 1223-1242.
- Chicken J.C., (2002). Yönetim ve Girişimcilik, Çev. Beyhan Kurt, Epsilon Yayınları, 119 s., İstanbul.
- Colpan, A. M. & Jones, G. (2016) Business groups, entrepreneurship and the growth of the Koç Group in Turkey, *Business History*, 58 (1), 69-88
- Çiçek, R. ve Durna U. (2012). Meslek İdealleri ve Girişimcilik Niyetleri, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9 (17), 17-31.
- Dağıstan, U. (2019). Girişimcilik Kavramı ve Kültür Olgusu, *Social Sciences Studies Journal (SSSJJournal)*, 5 (34), 2337-2346.
- Dil, E. (2016). Türkiye'de Uzun Ömürlü İşletmeler: Kim? Nerede? Ne Yapıyor?, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 45, 49-69.
- Doğru, C. (2008). Osmanlı Toplumunda Kapitalist-Girişimci Sınıfın Ve İnsan Tipinin Oluşumunu Engelleyen Faktörler, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11 (1), 75-91.
- Durak, İ. (2016). Sosyal Girişimcilik ve Ahilik Teşkilatı: Teorik Çerçeve, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (47), 101-120.
- Ercan, Ü. & Sığrı, Ü. (2015). Kültürel Değerlerin Liderlik Özelliklerine Etkisi: Türk ve Amerikalı Yöneticiler Üzerine Bir Araştırma. *Amme İdaresi Dergisi*, 48 (3), 95-126.
- Erdem, R., & Kocabaş, İ. Yönetimde doğu paradigması. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10: 175-189.

- Erdirençelebi, M. (2018). Aile İşletmelerinde Nesiller Arası Girişimcilik Kültürü, C.. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 19 (2), 324-339.
- Ertuna, zer (2008). Stratejik Yönetim, Okan Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Genç, R., (2009). Profesyonel Yöneticinin Yöntem ve Kavramları, Seçkin Yayıncılık, s.227, Ankara.
- Guinness World Records,
<http://www.guinnessworldrecords.com/>, Erişim Tarihi: 13.05.2018
- Güvemli, O., & Güvemli, B. (2018). Türk İşletme Tarihi zerine. Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi, (09), 5-46.
- Kanbur E. ve zyer K, (2016). Çalışanların Bireysel Yaratıcılık Düzeylerinin İ Girişimcilik Performanslarına Etkisi, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Cilt:14, Sayı:2.
- Kaya, A. (2017). *Bilişim ve İletişim aında Girişimcilik ve Kobi Yönetimi*, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Kayalar, M., & Aytar, O. (2012). Küresel İş Dünyasında Kültürel Farklılıkların Yönetimi: Türk Girişimciliği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 4(7), 47-64.
- Kenton, W., (2018). Knowledge Economy, Investopedia, <https://www.investopedia.com/terms/k/knowledge-economy.asp>, Erişim Tarihi: 10.11.2018
- Kevk, S. (2006). Bilgi Ekonomisi, *Journal of Yaşar University*, 1 (4), 319-350.
- Koel, T. (2018). *İşletme Yneticiliği*, İstanbul. Beta Basım Yayım.
- Mason, C. & Harvey C. (2013). Entrepreneurship: Contexts, opportunities and processes, *Business History*, 55:1, 1-8.
- Mirze, S.Kadri (2014). İşletmelerde Stratejik Planlama, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Nevius, M., & Nevius, J. (2009). Inside the Apple: A Streetwise History of New York City. New York: Free Press Simon and Schuster Inc.

- Onur, M. N. ve Değirmenci, Ö. (2015). Crowdfunding – Kitle Fonlaması, T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Çalışma Raporları, Sayı: 7, Haziran, 1-18.
- Özcan, A. O. (2000). Algıdan Yorumla Yaratıcı Düşünce, Avcıol Basım Yayın, İstanbul.
- Özdaşlı, K. & Aytar, O. (2013). The effect of cultural infrastructure in business management: comparison of Turkish and Japanese Business Cultures. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4 (12), 434-444.
- Pehlivanoglu, F. & Kayan, K. (2019). Türkiye’de Girişimcilik: Mevcut Durum Analizi ve Çözüm Önerileri, *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 58-78.
- Robbins S. P. ve Judge T. A. (2013). *Organizational Behavior* , Pearson Yayınları, 133 s., New Jersey.
- Robinson, K., (2003). Yaratıcılık Aklın Sınırlarını Aşmak, Çev.Nihal G. Koldaş, Kitap Yayınevi, İstanbul.
- Sargut, A. S. (2015). Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim, 4.Baskı, Ankara: İmge Kitabevi.
- Sayar Özkan, G. & Alancıoğlu E. (2017). Bilgi Ekonomisi İndeksi Performans Göstergelerinin Türkiye Açısından Ar-Ge Harcamaları Analizi, *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi*, 4 (8), 1-12.
- Sayar Özkan, G. ve Alancıoğlu E. (2017). Bilgi Ekonomisi İndeksi Performans Göstergelerinin Türkiye Açısından Ar-Ge Harcamaları Analizi, *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi*, 4 (8), 1-12.
- Sönmez, A. ve Arıker, Ç. & Toksoy, A. (2016). Dünya’da ve Türkiye’de Sosyal Girişimciliğin Gelişimi, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Girişimcilik Özel Sayısı, 17 (37), 102-121.
- Uluyol, O.(2008). Girişimcilikte Alternatif Bir Finansman Modeli Olarak Melek Finansman Yöntemi, *Girişimcilik ve kalkınma Dergisi*, Cilt:3, Sayı: 2.

- Uzkurt C. (2012). Yenilikçi Girişimcilik, Ed. Zafer Erdoğan, Girişimcilik ve Kobiler, Ekin Yayınevi, Bursa.
- Ülgen, H. ve Mirze, S.K. (2013). İşletmelerde Stratejik Yönetim, Beta Basım Yayım, İstanbul.
- Yalcıntaş, M. (2010). Çağımızda Girişimcilik, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi 5(1), 95-98.
- Yeloğlu, H. O. (2011). Türk Toplumsal Kültürünün Örgüt Yapılarına Olan Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBİAD), 2 (4), 153-170.
- Zencirkıran, Memet (2017). Kültür, Toplumsallaşma ve Kişilik, Ed. Memet Zencirkıran, Davranış Bilimleri, Dora Basım Yayın, Bursa.