

SINIR KAPILARININ GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ ÜZERİNE ETKİSİ: İĞDIR ÖRNEĞİ

Hüsnü KAPU*
Hüseyin TUTAR**

Özet

Girişimcilik, en genel anlamda içinde bulunulan ekonomik koşullar altında ortaya çıkan fırsatları risk alarak değerlendirip bunlardan değer yaratma faaliyetidir. Girişimcilik kültürü; geleneksel yaşam biçimi olan tarım ve hayvancılığın aksine mal ve hizmetlerin üretilmesi için yeni bir organizasyonun kurulması ve üretilen ürün ve hizmetlerin pazarlanması olarak özetlenebilecek ticareti öncelleyen, parasal faaliyetlerin yoğunlaştığı, yeni iş imkânları yaratıp yeni statüler doğuran bir kültürdür. Bu bağlamda sınır ticareti de uygun ekonomik koşulların oluşmasında oldukça önemli rol oynamakta ve sınırın her iki tarafında yaşayan halklar için girişimcilik kültürünün doğmasına yol açan önemli ekonomik uğraş alanları yaratmaktadır. Bu araştırmanın ana amacı sınır kapılarının girişimcilik kültürü üzerine etkisini araştırmaktır. Diğer sınır olmayan komşu yerleşim yerlerinden çok daha fazla sayıda girişimciye sahip olmaları dolayısıyla spesifik olarak İğdir İl'i, derinlemesine mülakat ve anket yöntemi kullanılarak ekonomik gelişmenin çok önemli unsurlarından olan girişimcilik kültürü ile sınır kapıları arasındaki korelasyon bağlamında incelenmiştir. Bu yerleşim yerinde sınır kapıları kaynaklı yaratılan ticari aktiviteler oldukça yoğun gözlemlenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Kültürü, Sınır Kapısı, İğdir, Kalkınma

THE IMPACT OF THE BORDER GATES ON THE ENTREPRENEURIAL CULTURE: İĞDIR ÖRNEĞİ

Abstract

Entrepreneurship, in the most general sense, is a value-creation activity assessing the emerged opportunities by risk taking in the current economic circumstances. Entrepreneurial culture unlike the traditional ways of life which are agriculture and livestock breeding is a culture that

* Kafkas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Öğretim Üyesi

** Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fak., Sosyoloji Bölümü, Öğretim Üyesi

precedes the trade which can be summarized as the purchase and sale of goods, intensifies financial activities, creates new business opportunities and gives rise to new statutes. In this context, border trade also plays an important role in the formation of the appropriate economic conditions and creates important economic activities that lead the emergence of an entrepreneurial culture for the peoples living on both sides of the border. The main purpose of this study was to investigate the impact of the border gates on the entrepreneurial culture. Having many more entrepreneurs than other neighboring settlements which are not at the border, specifically the province of Iğdir was investigated in the context of correlation between entrepreneurial culture, a very important element of economic development, and border Gates by using the methods of in-depth interviews and questionnaires. In the settlements of these two, commercial activities are very intense due to the border gates.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial, Culture, BorderGate, Iğdir, Development

I. Giriş

Globalleşen dünyada ülkeler arasındaki ekonomik sınırların gevşemesi ve giderek ortadan kalkması, işletmelerin ve girişimcilerin daha şiddetli bir rekabet ortamında çalışmalarını sonucunu doğurmuştur. Artık, kapalı ekonomi döneminin ve dış rekabete karşı devletçe korunan işletmecilik anlayışının küresel sistemde yeri yoktur. İşletmeler etkin ve verimli çalışmak zorundadır. İşte böyle bir ortamda girişimcilik faktörü hayati bir önem kazanmaktadır. Girişimciliği özendirerek bir ekonomik, sosyal ve zihinsel ortama ihtiyaç vardır. Bunun için girişimciliğin ne olduğu, nitelikli girişimcilerin geliştirilebileceği ekonomik, sosyal ve kültürel bir ortama nasıl ulaşılabileceğinin incelenmesi önem arz etmektedir.

Girişimcilik, artık, günümüzün en büyük sosyal ve ekonomik güçlerinden biri haline gelmiştir. Girişimci faaliyetlere yönelik ilginin artması ise, yeni bir iş ve teknolojik gelişme dalgasının şekillendirdiği dünyadaki dönüşümü yansıtmaktadır. Dünyadaki bu dönüşümün boyutlarının doğru bir şekilde algılanması ise girişimcilik süreci dinamiklerinin iyi bir şekilde anlaşılması ve girişimciliğin teori ve pratiğinin etkin olarak birleştirilmesine bağlıdır.

Girişimcilik sürecinin en önemli dinamiklerinden birisi de girişimcilik faaliyetinin içinde gerçekleştiği kültürel ortamdır. Kültür, herhangi bir toplumun tüm ilişkilerini, yapılarını, bireylerinin davranışlarını, tutumlarını, çalışma ve üretim biçimlerini ve kısacası yönetim ve örgütlenme biçimlerini önemli ölçüde etkileyen bir olgudur. Hem birey ve hem de toplum üzerinde bu kadar önemli bir etkiye sahip olan kültür, öğrenilen ve aktarılan bir yaşam biçimidir. Önyargılar ve tercihler büyük ölçüde içinde yaşadığımız toplumsal kültürün eseridir. Bu bağlamda, girişimci motivasyon ve davranışlar da bu ortamda şekillenmektedir.

II. Girişimcilik

Girişimcilik kabiliyet, fikir, sermaye ve bilginin birleştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu birleştirme süreci ise riskli, belirsiz ve bazen de gelişigüzel olabilir fakat her zaman dinamik-

tir. Tarihsel süreç içerisinde, girişimciliğin tanımıyla ilgili çok geniş bir bakış açısı çeşitliliği söz konusudur. Girişimcilik geçen süreç içerisinde, farklı insanlar için farklı şeyler ifade etmiştir. Gerçekten “girişimcilik” ve “girişimci” tanımı konusunda literatürde tam bir görüş birliği oluşmamıştır [1]. Bu durumu daha açık bir şekilde ortaya koyabilmek için, tarihsel süreç içerisinde girişimci/girişimcilik ile ilgili ifade edilen tanımlamaları incelemek faydalı olacaktır.

Girişim, her hangi büyüklükteki bir işletmenin kurulması veya kurulan işletmenin geliştirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım konuyla ilgili pek çok kişi tarafından daha da genişletilmiştir. Örneğin OECD'nin girişim kültürüyle ilgili çalışmalarında konuya şöyle yaklaşmıştır. “... girişimcilik/girişim kavramı ve onun uygulamasına yönelik iki yaklaşım söz konusudur. Birinci yaklaşım girişimi işletme girişimciliği olarak değerlendirmektedir. Bu tarz bir girişimciliğin ilettilmesi veya geliştirilmesi ise, işletme kurmak ve yönetmek konusunda çoğunlukla deneysel bir temele dayanan ve öğrenmeleri için genç bireylere yardımcı olacak bir program geliştirme sorunu olarak eğitim ve öğretim sistemi içinde ele alınmaktadır. Bu yaklaşım, aynı zamanda girişimciliğe yönelik dar bir bakış açısı olarak da kabul edilmiştir. İkinci yaklaşım ise, geniş bir bakış açısı olarak kabul edilmektedir. Bu bakış açısı girişimciliğe bireylere, organizasyonlara, topluluklara veya kültürlerle güç veren, fırsat tanıyan bir grup özellikler ve beceriler seti olarak bakmaktadır. Bireyler, topluluklar, toplumlar veya kültürler bu özellikler ve beceriler vasıtasıyla hızlı sosyal ve ekonomik değişimle yüz yüze geldiklerinde daha esnek, yaratıcı ve uyum sağlayabilecek bir nitelik kazanmaktadır [2, 15].

Kısacası, dar anlamda, girişimcilik, organizasyonlar kurarak değer yaratmak olarak tanımlanmaktadır. Burada, girişimciler keşfederek, yenilik yaparak, yaratıcılık yeteneklerini kullanarak veya herhangi başka bir şekilde yeni ürünler, hizmetler, kaynaklar, teknolojiler ya da piyasalar bularak değer yaratırlar. Ayrıca, girişimcilik, kazanç sağlayan yeni bir işletme kurma ve büyütme süreci olarak tanımlanmaktadır. Yeni bir ürün ya da hizmeti meydana getirme süreci olarak da görülmektedir. Bu tanımlarda daha çok süreçlerin örgütsel sonuçları, yani yeni organizasyonlar, meslekler, işler, ürünler ve refah gibi sonuçları ele alınmıştır. Girişimcilik sürecinin kendisi yani yeni işletmelerin kurulması, organize edilmesi, geliştirilmesi ve büyütülmesi süreci dikkati çekmektedir.

Geniş anlamda, girişimcilik ise, öncelikle bireyler ve onların davranış süreçlerini ifade etmektedir. Bu doğrultuda girişimci davranış, faydacı, değer yönelimli, değer katıcı, risk yüklenen ve yaratıcı faaliyetler vasıtasıyla organizasyonlar oluşturmak, geliştirmek ve dönüştürmek olarak tanımlanmaktadır. Kısaca girişimciler genellikle projeleri başlatan ve geliştiren; bir şeylerin olması için beklemeyen, aksine sorunları ve doğabilecek sonuçlarını gören ve kontrol eden kişiler olarak kabul edilmektedir. Girişimcilik ise, söz konusu özellikler topluluğunun uygulanması süreci olarak tanımlanmaktadır. Girişimcilik bir yenilikçi özellikler ve davranışlar topluluğu olarak görülmektedir.

III. Girişimcilik Kültürü

Girişimciliğe yönelik psikolojik ve ekonomik yaklaşımlar, daha çok bireysel anlamda potansiyel girişimcilerin eylemleri üzerinde durmaktadırlar. Diğer taraftan sosyologlar ise, daha çok sosyal sistemler ve onları oluşturan aktörler üzerinde durmaktadır. Sosyal aktörler, bireyler ile işletmeler, siyasi partiler ve kamu kurumları gibi organize olmuş topluluklardan oluşmaktadır.

Bu topluluklar içerisinde sosyal sistemi etkileyen ve hatta belirleyen önemli kurumlardan biri ise üretici organizasyonlardır. Çünkü bu organizasyonlar yaşamın devamlılığını sağlayan mal ve hizmetleri üretmektedirler. Üretici organizasyonlar, aynı zamanda siyasal süreç üzerinde de önemli bir etkide bulunmaktadır. Bu organizasyonlar bireyler ile toplum arasındaki en önemli arabuluculardan birisidir. Bu süreçte bireylerin toplumsal konumları, mesleki rolleri ve bağlı oldukları iş organizasyonlarının belirlenen statülerine göre değerlendirilmektedir [3].

Sosyolojik yaklaşım aynı zamanda girişimciliğin ortaya çıkmasını etkileyen toplumsal ve yapısal faktörler üzerinde de durmaktadır. Söz konusu faktörler, toplumsal modernleşme, devletin ekonomik gelişmedeki rolü, kayıt dışı ekonomi ve var olan iş ortamının yeni kurulan işletmeler üzerindeki etkileri şeklinde ifade edilmektedir. Sosyolojik yaklaşım ayrıca toplumsal yapılardaki girişimci davranış üzerinde de durmaktadır. Bu yapıda bireysel davranışlar iki strateji tarafından belirlenmektedir. Birincisi bireyin kendi doğası üzerine yoğunlaşmakta ve ikincisi ise bireysel özellikler üzerine yoğunlaşmaktadır. Bireysel özellikler tutumlar ve kişisel özellikleri kapsamaktadır. Bu iki bakış, girişimci faaliyetlere yönelen ilgi ve anlayışları etkilemektedir. Her ikisi de bir toplumun sosyal ve ekonomik özellikleri üzerinde önemle durmaktadır. Girişimciliğin yaygınlaşması birçok insan açısından önemli bir meslek veya kariyer seçimi demektir. Bireylerin meslek tercihlerini yaptıklarında ciddi anlamda sınırlamalarla karşılaştıklarını düşünmektedirler. Sosyologlar, tercihlerin ya da seçimlerin deneyimler ve sosyal dünyada bireyin yüz yüze geldiği beklentiler tarafından sınırlandırıldıklarını ifade etmektedirler. Gerçekten Roberts, mesleklerin bireylerin ilk olarak eğitimde veya nihai olarak istihdamda göstermiş oldukları yararlılıkların biçimlendirdiği yapıları izlediklerini söylemektedir [2].

Eğer girişimcilerin başarı için fikirlere, fırsatlara, kaynaklara, maharetlere ve motivasyona ihtiyaçları olduğu kabul edilirse, o zaman onların yüz yüze geldikleri sosyal yapılar veya durumlar tercih süreci üzerinde baskı yapacaktır. Girişimci karar almayı büyük ölçüde etkileyen sosyal sınıf, aile kompozisyonu veya arka planı ve aileye ait iş gibi sosyo-ekonomik faktörler öne çıkmaktadır. Örneğin İngiltere’de yapılan incelemelerde, belirli sosyal grupların (etnik azınlıklar gibi) diğerlerine göre, oran olarak daha çok girişimci bireyleri barındırdığı görülmüştür. Aynı zamanda, girişimcilerin büyük bir kısmının aile geçmişi ve akrabalarının da girişimci oldukları tespit edilmiştir [2,16].

Bireylerin problem çözme kabiliyetlerini ve pazarlama yeteneklerini geliştirmeye yol açan alanlar muhtemelen diğer alanlara göre girişimciliği daha çok cesaretlendirmektedir. Bu alanlar ve diğer ilgili konular girişimciliğin kültürel boyutunun önemli yönleridir. Genelde sosyolojik yaklaşımlar, bireysel kararları önemli ölçüde belirleyen ve etkileyen sosyal yapıların önemini vurgulamakta ve girişimciliğin tek belirleyicisi olarak kaba bireyciliği kabul edenlere de karşı koymaktadır. Bütün bunlarla birlikte bu yaklaşımlar girişimci olan insan tipleri ile ilgili bir çok şey söylerken, içinde sosyal faktörlerin karar almayı etkilediği süreçler hakkında pek bir şey söylememektedir.

Bütün yapısal faktörlerin yanında, kültürel faktörlerin de girişimciliğin gelişmesinde bölgeler arası ya da ülkeler arası değişimlerin güçlü bir belirleyicisi olduğuna yönelik genel bir kabul söz konusudur. Literatürde kültür çok çeşitli anlayışları ifade edecek şekilde tanımlanmaktadır. Bu tanımlama biçimlerinden biri kültürü, bir bölge içinde çeşitli davranışlara yüklenen ve nesilden nesile geçen değerler olarak ifade etmektedir. Bu anlayıştan hareketle yola çıkan araştırmalar,

sahipleri tarafından yönetilen küçük ve orta ölçekli girişimlerin ortaya çıkmasında kültürün etkisinin olduğuna yönelik kanıtlar bulmuşlardır [4].

Sosyal normların, geleneklerin ve değerlerin araştırılması, yeni girişimlerin kurulması ve gelişmesi konusunda yapılan çalışmalar için önemli bir katkı sağlamıştır. Çünkü girişimsel faaliyetlerin gerçekleşmesinde etkili olan sosyal ve kültürel faktörler, aynı zamanda bireysel değer sisteminin oluşmasında da etkili olan faktörlerdir [5].

Girişimcilik düzeyinin belirlenmesinde etkili olan faktörlerden birisi de meşrulaştırma olarak ifade edilmektedir. Girişimciliğin meşruiyet alanının genişliği, girişimciliğe olan talebin ve girişimcilik arzının yüksekliğine yol açmaktadır. Böyle bir durumda daha çok kaynak girişimsel faaliyetlere yönlendirilmektedir. Meşrulaştırmanın nihai kaynakları, toplumun ve ilgili alt toplulukların değerleri olarak görülmektedir [5,17].

Girişimcilerin kişisel özelliklerinin dikkate alınmasına başlanması, doğal olarak onların değer sistemlerini de oluşturan kültürlerinin incelenmesini zorunlu kılmıştır. Değer yönelimleri, insanların doğayla ilgili genelleşmiş ve oluşmuş anlayışları olarak tanımlanmaktadır. Bu ise insanın dünyadaki yerini ve olaylar karşısındaki duruşunun anlaşılmasını sağlamaktadır. Girişimciler tartışma konusu olduğunda, zorunlu olarak onların diğer insanlara ve eşyaya bakış açıları ve onlar hakkındaki düşünceleri önemli bir referans noktası olarak kabul edilmektedir [6]. Bu doğrultuda bilim adamları tarafından çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Girişimciliğin değer yüklü yönüne ilk olarak MaxWeber değinmiştir. Süreç içerisinde bu konuya OrvisCollins, David Moore, David McClelland vd. gibi değişik araştırmacılar da katkıda bulunmuştur. Aşağıda sözü edilen araştırmacıların konuyla ilgili görüş ve incelemeleri genel olarak anlatılmaya çalışılmaktadır.

MaxWeber, ideolojik değerlerin girişimci davranışlara yol açtığını ifade eden ilk bilim adamlarındandır. Weber kapitalizmin batı medeniyetlerinde diğer medeniyetlere göre niçin daha başarılı olduğunu açıklamak için çok boyutlu bir ekonomik ve sosyal koşullar modeli geliştirmiştir. Weber'in modelinin sosyal yönü, "Protestan Çalışma Ahlakı" olarak ifade edilmiştir. İfade edilen bu anlayış, iyi bir çalışma hayatını açıklamaktadır. İyi bir çalışma hayatına yönelik bu inanç, profesyonel işlerde yoğun bir çabayı ortaya çıkarmıştır. Weber'e göre Protestan çalışma ahlakı, girişimci faaliyet ve davranışların arkasındaki itici güç olmuştur [4]. Weber daha sonra Protestan iş ahlakının girişimcilere dini bir kisve altında çalışanları acımasızca sömürme fırsatı vermiş olduğunu da ifade etmiştir.

Weber, girişimcilere, kapitalizmin ruhu ile Protestan Çalışma Ahlakı arasında var olduğu düşünülen ilişkilerin analizinde bir organizasyondaki formel otoritenin nihai kaynağı olarak bakmaktadır. Weber'e göre girişimcilerin başarısı, tutumluluk, zevklerin ertelenmesi, çilecilik değerleri ile Protestan kültürünün ilkelerinden kaynaklanmaktadır. Bu yüzden kültürü, bazı insanları girişimci faaliyetlerde bulunmaya sevk eden ve bazı insanları da bu tür faaliyetlerden alıkoyan açıklayıcı bir değişken olarak kabul etmektedir [7].

Weber, girişimsel davranışların kültürel olarak değerler ve inançlar tarafından etkilendiklerini ifade etmektedir. Çilecilik, tutumluluk ve kanaatkarlık gibi belirli kültürel değerlere sahip bazı kültürel grupların girişimsel bir profesyonelliği kazanmada başarılı olduklarını belirtmektedir [7]. Farklı orjinli bazı değerlerin değişik kültürel gruplar için ortak olabileceği gibi farklı da olabilir. Örneğin Konfüçyanizm tarafından telkin edilen çok çalışma, ihtimam ve tutumluluk

gibi değerlerinden dolayı girişimcilik alanında başarılı olan Japonlar, Protestan bir kültüre ait değildirlir ve üstelik Konfüçyanizm girişimciliği cesaretlendiren bir felsefi anlayışa da sahip değildir. Ancak etnolojik olarak Japonların başarı odaklı bir kültüre sahip oldukları ve bu kültürel özellikten dolayı girişimcilerinin başarılı oldukları ileri sürülmektedir [8].

Weber, aynı zamanda Hindistan'da dinin, kast sisteminin ve aile sisteminin girişimciliğin ortaya çıkması ve gelişmesi üzerinde nasıl etkili olduğunu da incelemiştir. Weber'e göre Hindu dinine mensup bireyler sırf dini nedenlerden dolayı bir ticaret örgütüne dahil olurlar. Çünkü onlara göre sadece ticaretle uğraşmak insanları canlıları öldürmeme (ahimsa) pratiğini yaşamasına imkan tanımaktadır. Böyle bir uğraş içinde olan insanlar mutlak bir şekilde yaşayan canlıları öldürmekten sakınılmaktadırlar. Yine Güney Hindistan'da yaşayan Müslüman, Hristiyan ve Yahudilerin, yörenin en büyük tüccarları oldukları ifade edilmektedir [8].

Weber'in sosyoloji için çok boyutlu bir teori geliştirme çabası, diğer bir çok sosyologa göre doğru bir sentez olmaktan çok tutarsız bir model olarak, hatta şizofren bir durum olarak görülmüştür. Böyle olmakla birlikte yine de Weber'in çalışması, sosyal olgu, organizasyon teorisi, çatışma sosyolojisi ve ekonomik büyüme teorisi alanlarında çalışma yapan bir çok araştırmacıyı etkilemiştir. Schumpeter, bu çalışmalardan etkilenen bilim adamlarından en çok bilinenidir. Weber'in girişimci davranış teorisine rağmen, girişimcilerin belirli özellikler taşıyan bireyler olduğunun Schumpeter tarafından kabul edilmesine kadar, organizasyon biliminde girişimcilerin davranışsal ve psikolojik özellikleri ile ilgili her hangi bir araştırma yapılmamıştır.

Collins ve Moore, girişimcilik davranışlarının ilk çocukluk evrelerindeki deneyimlerin sonucu şekillendiğini belirtmektedirler. Collins ve Moore'un ilk incelemeleri, Michigan'daki (1964) başarılı imalat işletmeleri kuran erkek girişimcilerin psikolojik açıdan değerlendirilmesidir. İnceleme kapsamına alınan girişimcilerin öne çıkan en belirgin değerleri, yüksek düzeyde bir özerklik ihtiyacı, bağımsız olma isteği ve kendi kendine güven olarak belirlenmiştir. Bu bilim adamları, girişimcilerin çocukluk evrelerinde ebeveynleriyle olan ilişkilerinden kaynaklanan otorite etrafında gelişen henüz çözülmemiş "Ödip" kompleksi nedeniyle harekete geçtiklerini belirtmektedirler. Bu durumda ebeveyn otoritesi ne tamamen reddedilmekte ve ne de kabul edilmektedir. Girişimcilerin otoriteye yönelik bu kararsız tutumları, ebeveynlere ait normların ya tamamen kabul edilmesi ya da tamamen reddedilmesi şeklinde bir davranış ile sonuçlanmaktadır [9].

Collins ve Moore, girişimcilerin büyük çoğunluğunun hikayesinin genellikle bir kriz dönemi ya da dramatik olay ile ilişkilendirildiğini gözlemlemiştirler. Böyle tehlikeli ve güç dönemlerde girişimcilerin sadece kendi kabiliyetleri ve maharetleri sonucu ayakta kalmayı başardıkları ifade edilmektedir. Girişimcilerin, doğruluk, çok çalışma, güven, rekabetçi ruh, kazanç, yalnız çalışma ve belirleyici olma isteği gibi değerlere sahip oldukları kabul edilmektedir [9]. Girişimcilerin temel özelliklerini ise, otorite ile güç çatışması yaşaması, başkalarının emrinde çalıştığına verimli olmaması, emir veren konumunda olduğu zaman rahat olması, ortaklıktan rahatsız olması ve başarı veya başarısızlığı kabul etme kabiliyetini taşıması şeklinde sıralamaktadırlar. Aynı şekilde girişimcileri motive eden en önemli değerlerin de özerklik ve para olduğunu ifade etmektedirler. Paranın insanların bağımsızlık ile otoritelerini güvence altına aldığı ve onları asabiyet ile mülkiyet bağımlılığından da kurtardığı ileri sürülmektedir. Böyle olmakla birlikte birincil bir motivasyon aracı olarak da kabul edilmemiştir. Girişimciler parayı daha büyük başarıya ulaşmak için kullanmalıdırlar, aksine bir köşeye çekilmek için değil [9,18].

McClelland, başarıma ihtiyacı ile ekonomik gelişmenin, Protestan çalışma ahlakı ile girişimci davranış arasında bağ kuran aile sosyalleşmesinden kaynaklanan psikolojik bir güdü olduğunu belirterek Protestan İş Ahlakı ile bağ kurmuştur. McClelland, başarıma ihtiyacının gelişmiş olduğu bireylerin daha çabuk sosyalleştiklerini belirtmektedir. Bireylerin ailedeki sosyalleşmesinin özünü ise, mükemmellik standartları, anne sıcaklığı, kendine güven ve egemen baba otoritesinin zayıflığı gibi çocuk yetiştirme uygulamaları oluşturmaktadır. Başarma ihtiyacının girişimsel başarının anahtarı olduğunu ifade etmektedir [4].

McClelland, sosyal psikolojik bakış açısıyla yaptığı çalışmalarında insanların genellikle üç motive edici faktörden dolayı harekete geçtiklerini ileri sürmektedir. Bunlar başarıma ihtiyacı, ilişki kurma ve geliştirme ve başkalarını kontrol etme gücü olarak ifade edilmiştir. Bu faktörler arasında girişimcilik ile ilgisi en çok olan faktörün ise başarıma ihtiyacı olduğunu söylemektedir. Yüksek başarı ihtiyacına sahip bireyleri problem çözme yeteneği olan, amaçlar koyan ve koyduğu amaçları zenginleştiren kişiler olarak kabul etmektedir. Böylece, başarı ihtiyacı ile girişimsel eğitim arasındaki bağı göstermeye çalışmaktadır [9].

Aynı şekilde, yüksek bir başarı ihtiyacına sahip olan bireylerin aşağıda ifade edilen davranışsal özellikleri sergilediklerini de söylemektedir [4].

- Kişisel sorumluluk, problemler için bulunmuş çözümlerin alınmasıdır.
- Orta düzeyde başarı amaçları koymakta ve hesaplanmış riskleri yüklenmektedir.
- Performans arttırıcı somut bilgi akışını arzulamaktadır.

McClelland'ın araştırması, girişimciliği farklı bir davranışsal özellik olarak kullanan sonraki araştırmacıların çoğunu etkilemekle birlikte, başarıma ihtiyacı ile girişimsel başarı arasında hala tanımlayıcı bir bağ kurulamamıştır.

Ekonomi profesörü olan Hagen, ekonomik büyümenin nasıl başladığını tanımlayan kapsamlı bir sosyal değişim teorisi geliştirmiştir. Hagen, davranışın geleneklere uymayan yapılarının nedenini, toplumun ana görüşünden farklı değer sistemleri olarak ifade etmiştir. Hagen, bir toplumun kendi çocuk yetiştirme uygulamalarından belirli geleneksel değerleri oluşturduğunu belirtmektedir. Bu değerler olmaksızın, nüfusun belirli bir katmanı statülerinde bir bozulma ya da çürümeyi yaşadıklarını söylemektedir. Böyle bir durum ise, toplum tarafından reddedilme veya kişiliğin gelişmemesi gibi psikolojik bir dengesizliğe neden olabilmektedir. Arkasından korku ve kızgınlık devreye girer ve hatta bireyler normal davranış kalıplarından kaçınırlar. Bu dönem, dengeli olmayan bir durum olarak kabul edilmiştir ve belirli kişilik dönüşmelerine yol açacağı ifade edilmiştir [8]. Örneğin kabul görmeyen bir sosyal davranış kalıbı bir birey tarafından sergilendiğinde, davranışı sergileyen bireyin içinde yaşadığı sosyal grubu tarafından dışlanma tehlikesiyle karşı karşıya kalabilir. Onun için bireyler yeni bir davranış biçimi geliştirdiklerinde toplum ile bütünleşme ve kendini topluma kabul ettirme faktörlerini dikkate almak zorundadırlar.

Bireylerin geliştirmesi gereken bu yeni davranışlar ise, ancak yaratıcı ve girişimci faaliyetler ile ifade edilebilir. Örneğin bir azınlık grubunun üyeleri toplumda ayrımcılığa maruz kalabilirler. Bunun bir sonucu olarak azınlık grubu üyelerinin yeni şeyler geliştirmekten başka seçenekleri kalmayabilir. Geliştirilecek bu yeni şeyler, daha önce hiç yapılmamış şeylerdir [8]. Hagen, aynı zamanda geniş bir sosyal yapıdaki işletmelerin grup davranışları ve sosyal ilişki ağlarını incele-

miştir. İncelemelerinde sosyal yapılarda çok sayıda girişimci yetiştiren azınlık gruplarının olduğu sonucuna varmıştır. Örneğin Fransa'da Protestanlar, Japonya'da Samuraylar, çeşitli ülkelerdeki Musevi'ler, ve ABD'de Çinliler bilinen önemli azınlık gruplarıdır [10]. Hagen, azınlık gruplarının içinde yaşadıkları toplumdan bir farklılık, ayrıklık anlayışına sahip olduklarına inanmaktadır. İçinde yaşadıkları toplumda baskı ve kısıtlamaların etkilerini hissettikçe, bu grupların girişimci elemanları girişimcilik süreci içinde kendi adaptiv mekanizmalarını kurmaya çalıştıklarını ifade etmektedir. Böylece, toplumun çoğunluk grubu tarafından bloke edilmiş diğer muhtemel kanalların kaybını, yarattıkları yeni değer üretici kanalları ile telafi etmeye çalışmaktadırlar. Bu da azınlıkların ya da baskı altında olduklarını hisseden grupların kaybettikleri sosyal statünün karşılığını girişimsel başarıdaki kazanımlarıyla telafi etmelerine yol açmaktadır. Bütün bu açıklamalardan sonra, Hagen, yeniliğin kaynaklarından birinin de marjinalite olduğunu kabul etmiştir [8].

Hagen, sosyal yapılarda azınlık grupların girişimci davranışlar sergilemesinin diğer bir nedeninin ise, azınlık gruplarının belirledikleri hedeflerin ve sahip oldukları değerlerin toplumun diğer çoğunluk grupları tarafından kabul görmemesi olduğunu söylemektedir. Hagen, bireylerin statü elde etmek ve bir iş sahibi olmanın sağlayacağı tatminin de girişimci davranışları sergilemesinde etkili olduğunu ileri sürmektedir. Bir bireyin faaliyetlerinden sağladığı tatmin, söz konusu faaliyetin gerçekleştiği statüye bağlı olduğunu belirtmektedir [8].

Hagen'a göre, yaratıcı ve girişimci faaliyetlere yol açan statü süreçlerini üreten olaylar şunlardır [7].

- Güç tarafından yerinden çıkarılma,
- Değer atfedilen sembollerin iflası,
- Statü sembollerinin tutarsızlığı,
- Yeni bir toplumda kabul edilmeme fikri.

Hagen'in üzerinde durduğu diğer bir özellik ise, ekonomik ilerlemede cesaret ve risk yüklenmek kadar önemli görülen "sosyal kabul"dür. Ona göre girişimcilik sürecinde rol alan girişimciler toplumda sosyal kabul görmektedirler. Kısacası girişimciliği marjinal grupların toplumdaki kendilerine karşı gelişen kabul edilmeme eylemine verilen örtük bir mücadele olarak görmektedir [8].

Hofstede, kültürün girişim ve girişimcilik üzerindeki etkisini incelemiştir. Kültür, ekonomi ve politikanın birbiriyle karşılıklı ilişki içinde olduklarını kabul etmesine rağmen, ekonomik başarı için belirli hakim değerlerden oluşan kültürün gerekli fakat yeterli bir koşul olmadığını söylemektedir. Hofstede, kültürü bir toplumu tanımlayan paylaşılan değerler olarak tanımlamaktadır. Bir bireyin davranışlarının "zihni program"ı (mentalprograms) tarafından kısmen önceden belirlenmiş olduğunu ifade etmektedir. Birey bu programdan sapma gibi temel bir kabiliyete sahiptir ve yeni, yaratıcı, yıkıcı ya da beklenmeyen biçimlerde tepkiler göstermektedir [11].

Bir bireyin zihni programının kaynağının, bireyin içinde yaşadığı ve büyüdüğü sosyal çevresi olduğunu belirtmektedir. Bu programlama aile içinde başlar, yakın çevrede, okulda, arkadaş grubunda, iş yerinde ve içinde yaşanılan toplumda devam eder. Aynı sosyal çevre içinde yaşamış ya da yaşayan insanlar ile en azından kısmen paylaşıldığı için kültür her zaman kolektif bir olgu olmuştur. Aynı zamanda bir insan grubu ya da kategorisinin üyelerinin bir diğerinden ayrıran kolektif bir zihin programlamasıdır [11].

Hofstede kültürü değişik düzeyler halinde kategorize etmektedir. Bu kategoriler [11];

- Bireyin yaşadığı ülkeye göre ulusal düzey,
- Bölgesel, etnik, dini ya da dilsel ilişki düzeyi: Çoğu ülkeler kültürel olarak farklı bölgesel, etnik, dinsel ve dilsel grupların bileşiminden oluşmaktadır.
- Jenerasyon düzeyi; Büyük ebeveynleri ebeveynlerden ve onları da çocuklarından ayırmaktadır. Cinsiyet düzeyi; bir kişinin kadın ya da erkek olarak doğduğuna bağlı olarak oluşmaktadır.
- Sosyal sınıf düzeyi, bireylerin eğitim düzeyine, işine ve uzmanlığına dayanan bir sınıflandırmadır.
- Bütün bu düzeylerin icra edildiği örgütsel ya da şirket düzeyi.

Bu değişik düzeylerden kaynaklanan zihni programlar, toplumsal uyum için zorunlu değildir. Modern toplumlarda bu düzeyler kısmen çatışma halinde olurlar. Örneğin dini değerler jenerasyon değerleriyle, cinsiyet değerleri örgütsel uygulamalarla çatışabilir. İnsanlar arasında çatışan zihni programlar, yeni bir durumda insanların kendi davranışlarını belirlemesini zorlaştırmaktadır.

Görüldüğü gibi, sosyo-kültürel koşullar, girişimci bireyler ve girişimci bir kültür ortamı yaratmaktadır. Bu kültürel ortam ise, beraberinde dinamik girişimciler ve aktif bir iktisadi yapı üretmektedir. Dinamik girişimciler, içinde yaşadıkları toplumsal yapıya kaynak üreterek, yeni fırsatlar yaratarak canlılık ve hareketlilik kazandırmaktadırlar. Kısacası, diğer faaliyetler gibi, girişimcilik faaliyeti de, içinde yaşanılan toplumun sosyo-kültürel ortamıyla yakın bir ilişki içindedir. Dolayısıyla farklı kültürler açısından farklı girişimcilik davranışları ortaya çıkmakta ve ülkeden ülkeye, hatta bölgeden bölgeye farklılık göstermektedir.

IV. Iğdır'ın Tarihi ve Stratejik Konumu

Iğdır, 1934'te İlçe merkezi, 3 Haziran 1992'de ise *İl yapılmıştır*. 7 Mayıs 1992 tarihinde Kars İli'nden ayrılarak Türkiye Cumhuriyeti'nin 76. İli olan Iğdır, Türkiye'nin 3 ülke ile sınırı bulunan tek ilidir. Bu ülkeler Ermenistan, Nahçıvan (Azerbaycan) ve İran'dır. Iğdır birisi açık ikisi kapalı olmak üzere 3 kara sınır kapısına sahiptir. Bu kapılar açık olan Dilucu sınır kapısı (Nahçıvan) ve kapalı olan Boralan (İran) ile Alican (Ermenistan) sınır kapılarıdır. Iğdır'ın İran ile olan bağlantısı, Boralan yerine Dilucu üzerinden açılacak bir kapıyla sağlanacaktır [20]. Bu konuda Gümrük ve Ticaret Bakanlığı çalışmalarını sürdürmektedir. Böylelikle Dilucu kapısı Türkiye'de 2 ülkeye birden açılan tek sınır kapısı olacaktır. Önümüzdeki dönemde açılması düşünülen bir diğer sınır kapısı ise demiryolu sınır kapısıdır.

Kars-Iğdır-Nahçıvan demiryolu ile birlikte yine Dilucu Bölgesi'nde demiryolu sınır kapısı olacaktır. Iğdır stratejik konumu gereği oldukça önemli bir kavşakta yer almaktadır. 400 bin nüfuslu Nahçıvan'ın dünyayla bağlantı kurabildiği en önemli kapı Iğdır'da yer almaktadır. Ermenistan'ın başkenti Erivan ise Iğdır'a yaklaşık 35 km mesafededir. Iğdır, Van-Kars-Artvin turizm koridoru üzerinde yer almaktadır. Bu nedenle Van'dan Kars'a ve oradan Karadeniz yaylalarına giden turistler için önemli bir uğrak noktasıdır.

Iğdır bu önemli konumu itibarıyla tarih boyunca birçok millet tarafından istilaya uğramış ve sık sık el değiştirmiştir. Iğdır 3 ülkeyle sınır olmasının verdiği avantajla önemli ulaşım bağlantılarına sahiptir.

Uluslararası Yol statüsünde olan Iğdır-Nahçıvan ve Iğdır-Doğubeyazıt yolları Iğdır'da taşıt trafiğinin en yoğun olduğu yollardır. Bu yollarda araç trafiği, genelde ağır taşıtlardan oluşmakta olup, bunun dışında özellikle resmi tatillerde Iğdır'a gelen İran ve Nahçıvanlı turistlerin vasıtalarından oluşmaktadır.

Iğdır'da karayolları dışındaki en önemli gelişme, havaalanının 2012 yılı Temmuz ayında açılması olmuştur. Iğdır'da yaşanan bir başka gelişme Kars-Iğdır-Nahçıvan demiryolunun yapılacak olmasıdır. Türkiye'yi Nahçıvan üzerinden İran, Türkmenistan ve Pakistan'a bağlayacak olan demiryolu hattının 250 km hıza uygun çift hatlı, sinyalizasyonlu ve elektrikli yapılması planlanmaktadır. Demiryolunun uygulama projeleri tamamlanmış olup, yapım ihalesi aşamasına gelmiştir. Van Gölü nedeniyle kesintiye uğrayan Türkiye-İran demiryolu hattının bu sayede kesintisiz bir şekilde sağlanması planlanmaktadır. 225 km'lik hattın 4 yıl içinde tamamlanması planlanırken hattın Kars-Tiflis demiryolu ile birlikte Azerbaycan ve Nahçıvan arasında demiryolu bağlantısı kurması da hedeflenmiştir. Bu nedenle proje, uluslararası nitelikte bir projedir.

V. Iğdır İli'nin Nüfus ve Ekonomik Yapısı

Iğdır ilinin nüfusu ve ekonomik yapısı diğer illerle karşılaştırmalı olarak Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo.1. Iğdır, Kars ve Ardahan İlleri'nin Yıllara Göre Nüfusu

Yıllar	Iğdır	Kars	Ardahan
1980	127.438		
1985	141.490		
1990	142.601		
1997	145.411		
2000	168.634	325.016	133.756
2007	181.866	312.205	112.721
2008	184.025	312.128	112.242
2009	183.486	306.536	108.169
2010	184.418	301.766	105.454
2011	188.857	305.755	107.455

Kaynak: TÜİK, (2011). [13]

Tablodan da anlaşıldığı gibi, Iğdır'ın nüfusu bölgedeki diğer illerle kıyaslandığında, tedrici olarak artmaktadır.

Diğer illerde ise aksine bir azalma görülmektedir. Kars ve Ardahan ile aynı bölgede yer almasına rağmen Iğdır'ın bu gelişim seyri, coğrafi yapısı ve iklimi kadar, açık olan Dilucu Sınır kapısından dolayı gerçekleşen ekonomik aktiviteye bağlanmaktadır.

Tablo 2: Iğdır İli'nin Yıllara Göre İhracat Rakamları (ABD Doları)

Yıllar	İhracat
1990	
1997	
2000	
2007	
2008	86.497.000
2009	79.642.000
2010	101.692.000

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, İstatistik ve Analizler (2011), *Dış Ticaret Verileri, İllere Göre Dış Ticaret*, [14].

2011 Yılı Temmuz ayı itibariyle Iğdır'da 100 ihracatçı firma bulunmaktadır. Bu rakam, bölge illeri olan Ağrı'da 44, Kars'ta 2 ve Ardahan'da 3 olan ihracatçı firma sayısı ile karşılaştırıldığında oldukça yüksek düzeyde ticari canlılığa işaret etmektedir. İldeki ekonomik aktivitenin bir diğer önemli göstergesi de uluslararası taşımacılık yapabilme yetkisi olarak kabul edilen C2 Yetki Belgesi sahibi olan araçların çokluğudur. Ulaştırma Bakanlığı Erzurum Bölge Müdürlüğü verilerine göre (Eylül 2011) Iğdır'da 52, Ağrı/Doğubeyazıt'ta 10 ve Erzurum'da 2 olmak üzere toplam 64 uluslararası taşımacılık yapma yetki belgesine (C2 Yetki Belgesi) sahip firma bulunmaktadır. Bu rakamlara göre, Erzurum Bölge Müdürlüğü'ne bağlı illerdeki C2 Yetki Belgesi firma sayısının yüzde 81'i Iğdır'da, yüzde 15'i Ağrı/Doğubeyazıt'ta ve yüzde 4'ü Erzurum'da bulunmaktadır [19].

Girişimcilik kültürü ile ilgili genel kavramsal ve teorik açıklamalar ve Iğdır İli'nin ekonomik ve stratejik konumunu ifade eden yukarıdaki bilgiler bağlamında, çalışmanın bundan sonraki kısmında bölge illerinin aksine göç alarak nüfusu artan ve çoğunlukla ihracat odaklı ticari aktiviteleri hızla gelişen bir İl olan Iğdır'daki bu değişimin ana kaynağı olarak görülen Dilucu Sınır Kapısı'nın etkisini belirlemeye yönelik araştırmanın sonuçları ifade edilecektir.

VI. Araştırmanın Yöntemi ve Bulgular

VI.1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmaya, Iğdır ilinde faaliyet gösteren 100 ihracatçı firma arasından 40'a yakın özel firma ve işletmelerin sahipleri (veya muhasebe yetkilileri) dahil edilmiştir. Araştırmada önceden hazırlanmış bir anket formu kullanılmış ve aynı zamanda yüz yüze görüşmeler de yapılmıştır. Araştırmaya dahil edilen işletme sahip ve yöneticilerinin 35'inden sağlıklı geri dönüşüm sağlanmıştır. Araştırmayla farklı işletme sahiplerinin cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, çalıştıkları sektör, çalışma süreleri, aile geçmişleri, çalışma yöntemleri vb. gibi özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Aynı zamanda Dilucu Sınır Kapısının açılmasıyla birlikte kendi durumlarında ne tür bir değişimin yaşandığını belirlemeye yönelik sorular da sorulmuştur. Araştırma anketlerinden elde edilen veriler kodlanarak bilgisayar ortamına aktarılmış ve derlenen bu veriler SPSS istatistik programı yardımıyla analiz edilmiştir. Bunlara ilave olarak anketlerde elde edilen diğer bulgular da istatistiki analize tabi tutulmuştur. Analiz sonuçları çapraz tablo ve frekans tabloları halinde sunulmuştur.

VI.2. Araştırmanın Bulgularının Değerlendirilmesi ve Analizi

Tablo 3'de araştırmaya katılanların yaş ve cinsiyet bilgileri vardır.

Tablo 3. Yaş ve Cinsiyet

	Kadın	Erkek	Toplam
25-34	1	5	6
35-44	0	18	18
45-54	0	9	9
55 ve üstü	0	2	2
Toplam	1	34	35

İğdır'da görüşülen girişimcilerin önemli bir oranı 25-54 yaş aralığında ve erkeklerden oluşmaktadır. 55 yaş ve üstü girişimci oranı hayli düşük olduğu görülmektedir. 25-54 yaş aralığında en büyük oranı 35 kişiden 18 kişiyle 35-44 yaşında olan girişimcilerden oluşmaktadır. 45-54 yaş aralığında ise 9 kişi yer almaktadır. 55 yaş ve üstü girişimci oranı ise % 2 civarındadır. Dolayısıyla İğdır'daki girişimcilerin büyük bölümü genç ve orta yaşlı girişimciler olduğu görülmektedir. Bir anlamda Cumhuriyet neslinin ikinci ve üçüncü kuşağını temsil etmektedirler. Girişimciler, yukarıda ifade edildiği gibi %99'yakını erkeklerden oluşmaktadır. Bölgenin erkek egemen yapısı dikkate alındığında, böyle bir sonucun çıkması beklenmekteydi. İlde kadının işgücüne dahil olması zaten söz konusu değil, dolayısıyla girişimcilik faaliyetleriyle uğraşması çok nadir görülen bir durum olarak gözlemlenmiştir.

Tablo 4. İşletmelerin Hukuki Durumu

	Frekans	Oran
Ferdi Mülkiyet	6	17,1
Komandit Şirket	1	2,9
Limited Şirket	25	71,4
Anonim Şirket	2	5,7
Diğer	1	2,9
TOPLAM	35	100

İğdır'da faaliyette bulunan girişimcilerin kurmuş oldukları işletmelerinin hukuki yapılarına bakıldığında, büyük oranda (%71,4) Limited şirket, sırasıyla ferdi mülkiyet (%17,1), Anonim şir-

ket (5,7) ve Komandit şirket (2,9) olarak kuruldukları görülmektedir. Limited şirket olarak kurulmaları, daha çok küçük ve orta ölçekli aile işletmeleri olmaları ve resmi işlemlerinin nispeten kolay olarak algılanmasından kaynaklanmaktadır.

Tablo.5. Faaliyet Yılı

Yıl	Frekans	Oran	Kümülatif Oran
1-5	11	31,4	31,4
6-10	7	20,0	51,4
11-15	8	22,9	74,3
16-20	5	14,3	88,6
21-25	1	2,8	91,4
26-30	0	0	91,4
31-35	2	5,8	97,2
36-40	1	2,8	100,0
Toplam	35	100,0	

Faaliyete başlama yıllarına bakıldığında Iğdır'daki girişimcilerin %31,4'ü son 1-5 yıl içinde, %20'si son 6-10 yıl içinde, %22,9'u son 11-15 yıl ve %14,3'ü ise son 16-20 yıl içinde işletmelerini kurdukları görülmektedir. İşletmelerin faaliyet yıllarına bakıldığında, büyük çoğunluğunun (%88) son 20 yıl içinde kuruldukları anlaşılmaktadır. Özellikle Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla birlikte açılan sınır kapısından sonra kurulmaları dikkati çekmektedir. Girişimciler, Sovyetler birliğinin dağılmasıyla birlikte, özellikle kültürel ve coğrafi olarak en yakın olan Nahçıvan ile temkinli bir ilişki sürecinden sonra, oradaki ekonomik gücün tahmin edilenden fazla zayıf bir konumda olması, hemen hemen her türlü temel ihtiyaç mallarına olan talepleri, kendilerini harekete geçirdiğini belirtmişlerdir.

Tablo.6. Ortaklık Faaliyeti ~ Banka Kredisi

Ortaklık Faaliyeti	Banka Kredisi			
		Olumlu	Olumsuz	Toplam
	Olumlu	20	5	25
Olumsuz	8	2	10	
Toplam	28	7	35	

Iğdır'da görüşmeye dahil edilen girişimcilerin %95'e yakını küçük ve orta ölçekli aile işletmeleri olmasına rağmen, büyük çoğunluğu ortaklık faaliyetine olumlu baktıklarını ifade etmişlerdir. Aynı zamanda banka kredisi kullanma gibi, modern finans araçlarından da faydalanmaya

başladıkları görülmektedir. %70'i gerektiğinde banka kredisi kullanmaya olumlu baktıkları görülmektedir.

Tablo 7. Yaş ~ Eğitim Durumu

	Mezun Değil	İlkokul Mezunu	Ortaokul Mezunu	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu	Toplam
25-34	1	0	0	4	1	6
35-44	0	3	1	9	5	18
45-54	0	4	1	2	2	9
55 ve üstü	0	1	0	1	0	2
Toplam	1	8	2	16	8	35

İğdir'daki girişimcilerin eğitim durumuna bakıldığında ise, özellikle cumhuriyetin ikinci kuşak girişimcilerinin (35-44 yaş arası) daha çok lise (9) ve üniversite mezunu (5) oldukları görülmektedir. 35 yaş altı girişimcilerin ise, çoğunlukla lise(4) ve az sayıda da ilkokul ve üniversite mezunu oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo.8. Faaliyet Öncesi Uğraş ve Baba Mesleği

		Baba Mesleği			
		Ticaret	Çiftçi	Diğer	TOPLAM
Faaliyet Öncesi Uğraş	Ticaret	14	12	4	30
	Çiftçi	0	3	0	3
	Diğer	2	0	0	2
	TOPLAM	16	15	4	35

İğdir'daki girişimcilerin baba meslekleri ve faaliyet öncesi uğraşları bağlamında ele alındıklarında, çoğunluğunun baba mesleği ve uğraşısı, ticaret erbabı veya çiftçi oldukları gözlenmiştir. Bu sonuç, söz konusu girişimcilerin azda olsa bir girişimcilik alt yapısına sahip olduklarını göstermektedir. Sınır kapısının açılması, girişimcilik faaliyetlerinde hızlandıran bir etki yapmıştır

Tablo.9. Sınır Kapısının Açılması Faaliyet Planlarınızda Bir Değişikliğe Sebep Oldu mu?

	Frekans	Oran	Kümülatif Oran
Evet	33	94,3	94,3
Hayır	2	5,7	100,0
TOPLAM	35	100	

Sınır kapısının açılmasının girişimcilik faaliyetleri üzerinde hızlandırıcı etkisi, tablodaki verilere bakıldığında daha net anlaşılmaktadır. Ankete cevap verenlerin %94,3'ü, sınır kapısının açılmasının faaliyetlerini olumlu yönde etkilediğini belirtmişlerdir.

Tablo.10. Sınır Kapısı Etkisi

	Frekans	Oran	Geçerli Oran	Kümülatif Oran
Yeni iş kurdum	7	20,0	20,6	20,6
İşimi geliştirdim	25	71,4	73,5	94,1
Etki etmedi	1	2,9	2,9	97,1
Negatif etki etti	1	2,9	2,9	100,0
Kayıp değer	1	2,9	100,0	
TOPLAM	35	100		

Sınır kapısının açılmasının olumlu etkileri, en çok kurulmuş olan işletmenin veya faaliyetin geliştirilmesi (%71,4) ve %20 oranında ise, yeni bir işin veya işletmenin kurulması şeklinde kendini göstermiştir. Sınır kapısının girişimcileri etkilememe (2,9) veya olumsuz etkileme (2,9) düzeyleri düşük bir oranda olmuştur. Görüldüğü gibi, sınır kapısının açılması, hem yeni işletmelerin kurulmasına yol açmış, hem de girişimcilerin hali hazırdaki işlerini geliştirme ve çeşitlendirmesine yol açmıştır. Yukarıda da ifade edildiği gibi, özellikle lojistik sektörünün gelişmesinin en önemli nedeni olmuştur.

Tablo.11. İthalat / ihracat yapıyor musunuz?

	Frekans	Oran	Kümülatif Oran
Evet	24	68,6	68,6
Hayır	11	31,4	100,0
TOPLAM	35	100	

Sınır kapısının açılmasıyla birlikte bölgedeki girişimcilerin çoğunun (%68,6), ithalat ve ihracat faaliyetlerini gerçekleştirmeye başladıkları görülmektedir. Böylece aynı zamanda uluslararası işletme olma özelliği de kazanmışlardır. İthalat ve ihracat işlemleri yapan işletme sahipleriyle yapılan yüz yüze görüşmelerde, büyük bir çoğunluğunun sınır ülkesi olan Nahçıvan'da şubeler ve üretim birimleri de açtıkları ifade edilmiştir. Görüşmeye katılan girişimciler, bu dar alandaki uluslararası faaliyetlerinden elde ettikleri tecrübeyle farklı pazarlara daha cesaretle girebildiklerini ifade etmişlerdir. Görüşülen girişimciler, buradan elde ettikleri tecrübeyle Avrupa'dan Çin'e kadar uzanan hat üzerindeki ülkelerle doğrudan veya dolaylı olarak ticaret yaptıklarını ifade etmişlerdir.

VII. Sonuç

İğdir'da faaliyet gösteren girişimcilerin büyük bölümü genç ve orta yaşlı girişimciler olduğu görülmektedir. Bir anlamda Cumhuriyet neslinin ikinci ve üçüncü kuşağını temsil etmektedirler. Girişimciler, yukarıda ifade edildiği gibi %99'yakını erkeklerden oluşmaktadır. Bölgenin erkek egemen yapısı dikkate alındığında, böyle bir sonucun çıkması beklenmekteydi. İlde kadının işgücüne dahil olması zaten söz konusu değil, dolayısıyla girişimcilik faaliyetleriyle uğraşması çok nadir görülen bir durum olarak gözlemlenmiştir. İğdir'daki girişimcilerin eğitim durumuna

bakıldığında ise, özellikle cumhuriyetin ikinci ve üçüncü kuşak ve çoğunlukla orta düzey bir eğitime sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Iğdır'daki girişimcilerin baba meslekleri ve faaliyet öncesi uğraşları bağlamında ele alındıklarında, çoğunluğunun baba mesleği ve uğraşısı, ticaret erbabı veya çiftçi oldukları, dolayısıyla azda olsa bir girişimcilik alt yapısına sahip oldukları görülmektedir. Sınır kapısının açılması, var olan bu alt yapıyı geliştiren ve dönüştüren bir faktör olmuştur.

Faaliyete başlama yıllarına bakıldığında Iğdır'daki girişimcilerin büyük çoğunluğunun (%88) son 20 yıl içinde kuruldukları anlaşılmaktadır. Özellikle Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla birlikte açılan sınır kapısından sonra kurulmaları dikkati çekmektedir. Kurulan işletmelerin faaliyet alanlarına bakıldığında, özellikle imalat sanayi (%22,9) ve ulaştırma ve depolama hizmetlerinin (%22,9) öne çıktığı görülmektedir. Bunları toptan ve perakende ticaret işletmeleri izlemektedir. Özellikle ulaştırma ve depolama hizmetlerinde bölgeyi aşan bir rekabet yeteneğine sahip olan işletmelerin olduğu, yapılan mülakatlarda gözlenmiştir. Birkaç taşımacılık işletmesinin, Avrupa'dan İran üzerinden Pakistan'a kadar yük taşıdıkları ve uluslararası piyasada kendi alanlarında belli bir rekabet gücü kazandıkları tespit edilmiştir. Son yıllarda adından sıkça söz edilen Lojistik sektörünün sağlayacağı fırsatların bilincinde oldukları görülmüştür.

Sınır kapısının açılmasının olumlu etkisi, yeni bir işin veya işletmenin kurulması yanında, en çok kurulmuş olan işletmenin veya faaliyetin geliştirilmesi şeklinde kendini göstermiştir. Görüldüğü gibi, sınır kapısının açılması, hem yeni işletmelerin kurulmasına yol açmış, hem de girişimcilerin hali hazırdaki işlerini geliştirme ve çeşitlendirmesine yol açmıştır. Yukarıda da ifade edildiği gibi, özellikle lojistik sektörünün gelişmesinin en önemli nedeni olmuştur. Sınır kapısının açılmasıyla birlikte bölgedeki girişimcilerin çoğunun (%68,6), ithalat ve ihracat faaliyetlerini gerçekleştirmeye başladıkları görülmektedir. Böylece, aynı zamanda, uluslararası işletme olma özelliği de kazanmışlardır. İthalat ve ihracat işlemleri yapan işletme sahipleriyle yapılan yüz yüze görüşmelerde, büyük bir çoğunluğunun sınır ülke olan Nahçıvan'da şubeler ve üretim birimleri de açtıkları ifade edilmiştir. Görüşmeye katılan girişimciler, bu dar alandaki uluslar arası faaliyetlerinden elde ettikleri tecrübeyle farklı pazarlara daha cesaretle girebildiklerini ifade etmişlerdir. Görüşülen girişimciler, buradan elde ettikleri tecrübeyle Avrupa'dan Çin'e kadar uzanan hat üzerindeki ülkelerle doğrudan veya dolaylı olarak ticaret yaptıklarını ifade etmişlerdir.

Yararlanılan Kaynaklar

- [1] Sexton, D. & Smilor, R. W. (1986). *The Art and Science of Entrepreneurship*, Bollinger Publishing Company, Massachuset.
- [2] Bridge, S.; O'Neill, K. & Cromie, S. (1998). *Understanding Enterprise, Entrepreneurship & Small Business*, Macmillan Press Ltd. London.
- [3] Reynolds, P.D.(1991). Sociology and entrepreneurship: Concepts and contributions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 47-70.
- [4] Davidson, P., & Wiklund, J. (2000). Conceptual and empirical challenges in the study of firm growth in Sexton, D., and H. Landstrom (Eds.) *The Blackwell handbook of entrepreneurship*, pp. 179-199. Oxford, M.A. Blackwell.
- [5] Davidsson, P. (1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship, *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 7, s.42.
- [6] Brockhaus, R. H. & Horwitz, S. (1986). The Psychology of The Entrepreneur, edit., Donald L. Sexton, Raymond W. Smilor, *The Art and Science of Entrepreneurship*, Bollinger Publishing Company, Massachuset, s. 25.
- [7] Jennings, D. F. (1993), *Multiple Perspectives of Entrepreneurship*, ITP, Cincinnati.
- [8] Dana, L.P.(1997). The origins of self-employment in ethno-cultural communities:..., *Canadian Journal of Administrative Sciences*, Mar, Vol. 14, s. 54.
- [9] Kao, J. (1989). *Entrepreneurship, Creativity & Organization*, Prentice Hall, New Jersey, s. 99
- [10] Low M. & MacMillan, I. (1988). Entrepreneurship; *Journal of Management*, Vol.14, No.2, s. 21.
- [11] Hofstede, G. (1991). *Cultures & organizations: Software of the mind: Intercultural cooperation and its importance for survival*. New York: McGraw-Hill.
- [12] Serhat Kalkınma Ajansı, www.serka.gov.tr.
- [13] Türkiye İstatistik Kurumu, www.tuik.gov.tr.
- [14] Ekonomi Bakanlığı, İstatistik ve Analizler (2011), *Dış Ticaret Verileri, İllere Göre Dış Ticaret*, www.ekonomi.gov.tr
- [15] Casson, M. (1990). *Entrepreneurship*, Edward Elgar Publishing Limited, Vermont.
- [16] Hisrich, R. D. & Peters, M. P. (1989). *Entrepreneurship*, BPI-IRWIN, Boston.
- [17] Kent, C. A. (1984). *The Environment For Entrepreneurship*, Lexington Booly, Toronto.
- [18] Kirchoff, B. A. (1991). Entrepreneurship's Controbution to Economics, *Entrepreneurship: Theory&Practice*, 16, s. 100.
- [19] Tutar, H. & Aydoğdu, B., (2012), Serhat Bölgesi'nin Kalkınmasında Yeni Bir Soluk: Lojistik (2012)", *III. Trakya Bölgesi Kalkınma ve Girişimcilik Sempozyumu*, (Editörler: Leyla ATEŞ ve S. Ahmet Mentüş), Namık Kemal Üniversitesi, İİBF, Tekirdağ.
- [20] Iğdır Valiliği Resmi İnternet Sitesi, www.igdir.gov.tr



Hüsnu KAPU / husnukapu@yahoo.com

He is an Assoc. Professor in the Department of Business Administration at Kafkas University. He teaches Management and Organization, Organizational Behavior, Business Ethics and Nonprofit Organizations to postgraduate programme.



HÜSEYİN TUTAR / huseyin.tutar@serka.org.tr

He is a Phd. Sociologist. He was a general secretary at Serhat Development Agency. Serhat Development Agency, responsible from the development of the region called serhat which means border, that refer to the Arhan, Iğdır, Kars and Ağrı cities of northeast Turkey. These cities neighbor to the countries Iran, Azerbaijan, Georgia and Armania. The Development Agency, applying grant programmes, and coordinate civil societies, enterpreunership and public sector for the development of the region called Serhat. Now, he is an Assistant Professor in the Department of Sociology at Yıldırım Beyazıt University.