

KÜLTÜRÜN GİRİŞİMCİLİĞE ETKİSİ VE TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ

Semra GÜNEY

(Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İşletme Bölümü, 06532, ANKARA)
tan@hacettepe.edu.tr

Aysun ÇETİN

(Arş.Gör., Pamukkale Üniversitesi, Çal. Eko. ve End. İliş. Bölümü, DENİZLİ,
Hacettepe Üniversitesi, İşletme Bölümü Doktora Öğrencisi)
aysuna@hacettepe.edu.tr

Özet:

Küreselleşmenin etkisiyle değişime uğrayan örgütsel ve toplumsal yaşam, yönetim literatüründe araştırılan ve tartışılan konuları da değiştirmiştir. Bu sürecin sonuçlarından birisi, ekonomik kalkınma ve gelişmenin sağlanmasında 'insan merkezli' modellerin önemli bir konuma yerleşmesi ve insana özgü üretkenlik kabiliyeti olan 'girişimciliğin' önemli hale gelmesidir. Diğerisi ise, politika ve ekonomiyi çevreleyen önemli sorunların, giderek daha fazla kültürel kavramlarla ifade edilir ve çözümlenir olmasıdır. Bu çalışmanın amacı da, ülkemizin 'girişimcilik' konusunda geldiği noktayı 'kültür' konusuyla ilişkilendirerek açıklamaya çalışmaktır. Çalışmada ulusal kültürün girişimcilik üzerindeki etkileri ve Türkiye'de girişimciliğin gelişmemeye nedenleri üzerinde durulmaktadır.

Abstract:

The Impact of Culture to the Entrepreneurship and Entrepreneurial Culture in Turkey

The social and organizational life having been subject to change in the course of time as a consequence of the effects of globalisation has led to parallel changes in topics researched and discussed in the literature of administration. One result of this course is that "human-centered" models have come to rest in a significant position in economical development and progress and that "entrepreneurship", the productivity power peculiar to human being, has gained a great significance. The other result is that the important questions surrounding policy and economy have been to be expressed and analyzed much more assertively in terms of culture. The

Anahtar Sözcükler: Kültür, girişimcilik, girişimcilik kültürü.

Keywords: Culture, entrepreneurship, entrepreneurial culture.

purpose of this study, therefore, is to elucidate the situation our country has reached regarding “entrepreneurship” in connection with the topic “culture”. For this reason, in this study, the effects of national culture over entrepreneurship is emphasized and an appeal to the reasons why entrepreneurship couldn't have been developed in Turkey is made.

GİRİŞ

Geride bıraktığımız ve içinde yaşadığımız yüzyılda yaşanan çok yönlü değişim dalgaları insanları, örgütleri ve toplumları ciddi şekilde etkilemiştir. Bu etkilerden en önemlisi, ekonomik kalkınmanın ve gelişmenin sağlanmasında insan merkezli modellerin önemli bir konuma yerleşmesinde olmuştur. Bu süreçte, insana özgü bir üretkenlik kabiliyeti olan ve şimdilik makineleştirilemeyen ‘girişimcilik’, çağımızın ‘yükselen değer’lerinden birisi haline gelmiştir. Girişimcilik böylesine önemli olunca, dikkatler de girişimciyi yaratan ortam ve girişimcilik kültürüne etki edebilecek boyutlar üzerine yönelmiştir.

Literatürde çeşitli yazarlar tarafından ulusal kültürlerin, genelde tüm yönetim faaliyetlerine, özelde de girişimcilik ve girişimcilik kültürüne etki edebilecek farklı sosyal ve kültürel boyutlarına vurgu yapılmıştır. Batı yazınında Hofstede, Weber ve McClelland gibi yazarlar girişimciliği ulusal kültür kodlarıyla ilişkilendirirken, ülkemizde de Ülgener, Türkoğan, Kongar ve Mardin gibi pek çok sosyal bilimci ekonomik kalkınma ve kültür konusuna eğilmiştir. Bu konudaki bütün çalışmalar, kültürleri birbirinden ‘farklı’ ve ‘fonksiyonel’ kılan şeyin ne olduğu sorusuna cevap aramaya çalışmıştır. Genel olarak kabul edilmektedir ki, toplumların, servet, çalışma ve meslekler hakkında sahip olduğu kültür kodları, özelliklerine göre bireylerin teşebbüs kabiliyetini olumlu veya olumsuz etkileyebilmektedir.

Arıkan (2000), girişimcilik kültürüne etki edebilecek boyutlar olarak, ‘başarı güdüsü’, ‘bireycilik- kolektivistlik’, ‘Protestan İş Ahlakı’, ‘yenilikçilik’ ve ‘aile etkisi’ üzerinde dururken; Aycan (2001), kültürümüze özgü yönetsel bir olgu olan ‘paternalizm’ üzerinde durmaktadır. Benzer bir şekilde Arslan da (2000, 2001), Weberci bir söylemle Osmanlı İmparatorluğu’nun ‘merkeziyetçi despot yapısının’, ‘savaşçılık anlayışının’ ve ‘Sufilik inancının’ Türkiye’deki girişimcilik kültürünü etkilediğinden bahsetmektedir.

Bu makalede, ulusal kültürün bireylerin ‘girişimcilik’ kararlarını ve ülkedeki girişimcilik ortamını nasıl etkilediği ile ilgili betimleyici bir çalışma yer almaktadır.

1. KÜLTÜR

Kültür, kullanılması çok kolay; fakat tanımlanması oldukça zor bir kavramdır. E.B. Tylor tarafından yapılan, en eski ve başkaları tarafından en çok kullanılan tanımda kültürün, bilgiyi, inancı, sanatı, hukuku, örf ve adetleri ve toplumun bir üyesi olarak kişiler tarafından kazanılmış diğer yetenek ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütün olduğu ifade edilmektedir (Güvenç, 1984: 102).

Sosyal- kültürel antropoloji tarafından incelenen kültür kavramının kökeni Latince ekin anlamına gelen "cultura" kelimesidir ve en geniş anlamıyla insanoğlunun doğadan kendisini ayırıp, doğada değişim yaratarak ortaya çıkardığı, her türlü fiziksel ve düşünsel yapıyı içine alır. Kısaca insan yapısı herşey kültür kavramının içinde değerlendirilir (Arslan, 2001a: 120).

Ulusal ve örgütsel kültürler üzerindeki araştırmalarıyla tanınan Hofstede de kültürü, bireyin düşünme, hissetme, dünya ve davranışı algılama biçimini belirleyen zihinsel bir programlama olarak ifade etmiştir (Hofstede, 2001; Hofstede, 1989). Dolayısıyla bireyin davranışları bu programlama tarafından kısmen önceden belirlenmektedir.

Kültürle ilgili tanımlarda dikkati çeken önemli bir husus, kültürün daha çok öğrenilen ve sosyal olarak aktarılan davranış kalıplarıyla ilgili olduğu ve bu davranış kalıplarının bir toplumu diğerinden ayırdığıdır. Diğer önemli bir husus ise kültürle ilgili araştırmaların kültürün ne olduğundan çok; birey, örgüt ve toplumların davranışlarını nasıl etkilediği üzerinde yoğunlaşmasıdır.

2. GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK

Günümüzün reketbetçi dünyasında girişimcilerin ekonomik gelişmenin asıl motoru olarak görülmesiyle birlikte girişimcilik, pekçok araştırmacının ilgi odağı olmuştur. Girişimcilik alanında yapılan araştırmalar "Neden bazı insanlar yeni fırsatları görme ya da yaratma yeteneğine sahipken; diğerlerinin bu tür bir özelliği yoktur?", "Neden bazı kişiler iş fikirlerini ya da hayallerini gerçek bir işletmeye dönüştürürken; diğerleri bunu başaramaz?", "Neden bazı girişimciler başarılı iken; diğer bazıları başarısızdır?" şeklinde örneklendirilebilecek bazı sorulara yanıt aramıştır (Baron, 1998: 275).

Girişimcilik, Fransızca "entreprendre" ve Almanca' da "unternehmen" sözcüklerinden türetilen ve Türkçe' de " üstlenmek" anlamına gelen bir kavrama işaret etmektedir. Gerçekten de girişimci bir işletmeyi organize etme, yönetme ve risk alma şeklindeki sorumlulukları üstlenen kişiyi ifade eder. Entreprendre

kavramından türetilen diğer üç kavram ise entrepreneurship yani "girişimcilik"; entrepreneurial , yani "girişimsel" ve entrepreneurial process, yani "girişimsel süreç"tir. Girişimcilik, girişimsel ve girişimsel süreç kavramları birbirleriyle son derece ilintilidir. Girişimcilik, girişimcinin halihazırda yaptığı işi ifade ederken, girişimsel, girişimcinin sahip olduğu yaklaşımı belirtir. Girişimsel süreç ise girişimcinin "ne ile meşgul olduğunu" ifade eder (Wickham, 1998: 4).

Girişimci kavramı, gerçekten de, pekçok yazar tarafından, farklı yönler vurgulanacak şekilde tanımlanmaya çalışılmıştır. Bir ekonomist açısından girişimci, kaynakları, işgücünü, makine- teçhizatı ve diğer varlıkları bir araya getiren ve önceki değerlerinden daha fazla bir değer yaratmalarını sağlayan bir kişiyi ifade ederken; bir psikolog için girişimci, birşey elde etmek veya birşeye ulaşmak, denemeler yapmak, başarmak ve diğerlerinin elindeki otoriteyi almak ihtiyacında olan ve bu tür güdülerle güdülenen insanlar anlamına gelir. Bir işadami için ise girişimci, bir tehdit unsuru ve saldırgan bir rakip anlamına gelebileceği gibi; bir müşteri, bir müttelik veya diğerlerinin refahı ve mutluluğu için çalışan bir kişi olarak da ifade edilebilir (Hisrich and Peters, 1998: 9).

Girişimci kavramını bildiğimiz şekliyle ilk olarak kullanan J.B.Say'a göre girişimci, üretim faktörlerini birleştirmek ve koordine etmek suretiyle yeni bir sonuç ortaya çıkaran ve problemlerin üstesinden gelen kişidir. Modern girişimci düşüncenin babası olarak kabul edilen Joseph Schumpeter ise girişimciyi yenilikçi olarak gören bir tanımlama yapmıştır. Yenilikçi girişimciler üretim faktörlerinin yeni bileşimlerini ortaya koymak için yeni üretim metotları, yeni pazarlar, yeni arz kaynakları ve yeni organizasyon biçimlerinin gelişmesine önayak olurlar (Kent, 1984: 3).

Aşağıda bir süreç olarak girişimciliğin bazı tanımları yer almaktadır :

Girişimcilik; bir fırsatı yakalamak ve değerlendirmek için kaynakların bir araya getirilmesiyle oluşan bir değer yaratma sürecidir (Morris ve Davis, 1994). Benzer şekilde Gundry ve Kickul (1999), girişimciliği, niyet , kaynak , sınır ve değişim faktörleriyle, davranışa ve süreç perspektifine yönelik olarak, yeni birleşimler yaratma süreci olarak ifade etmiştir. Girişimcilik; daha önceden, kişi veya kişiler tarafından fark edilmemiş bir fırsat yakalamaktır (Brazeal, 1999).

Girişimcilikle ilgili bu tanımlarda genel olarak, girişimciliğin üç boyutundan bahsedilmektedir (Morris ve Davis, 1994). Bunlar, yeni ürünler, hizmetler veya süreçler geliştirmek için gerekli olan 'yenilikçilik'; kaybetme ihtimaline rağmen fırsatların peşine düşmeye isteklilik yani 'risk alma' ve yenilikleri başarıya dek engellerin üstesinden gelmede sebatkarlık yani 'profesyonel davranabilme'dir. Belirli bir girişimcilik olayında, farklı

yenilikçilik, risk alma ve profesyonel davranma seviyelerinin mümkün olmasından dolayı, girişimciliğin farklı düzey ve miktarlarda meydana gelebileceği söylenebilir.

Bu noktada, girişimciliğin bir kişilik özelliği mi; yoksa içinde bulunulan sosyo-ekonomik şartların bir sonucu olarak mı ortaya çıktığı sorusu gündeme gelmektedir. Girişimciliği bir kişilik özelliği olarak ele alan görüşe göre, girişimci ruhuna sahip olan kişilerin, en belirgin özellikleri, başarı arzularının yüksek olmasıdır. Bu tip insanlar, rutin işlerden pek hoşlanmazlar, yeni fikirler yaratmayı tercih ederler. Girişimci bireyin kişilik dünyasına yönelik bir diğer değerlendirmeye göre de, girişimci kişiliğe sahip bir kişi, çok önemsiz durumları bile çok önemli fırsatlara çevirir. Girişimciler, her zaman bilinmeyenle ilgilenen, geleceği kurcalayan, olasılıklardan olanaklar yaratan, kaosları uyuma çeviren kişilerdir (Gerber, 1997: 24). Bütün bu özellikler de, bireye girişimde bulunma imkanı sağlarken; aynı zamanda onu diğer bireylerden ayırmaktadır. Bu bakış açısıyla aynı sosyo-kültürel ortamda yetişmelerine rağmen, neden bazı bireylerin diğerlerine oranla daha fazla girişimci aktiviteye sahip oldukları onların kişilik özellikleriyle açıklanmaya çalışılmaktadır.

Bu çalışmada ele alınacak temel yaklaşım ise, girişimciliğin doğuştan gelen bazı özellik ve becerilerle birlikte; içinde yaşanılan toplumun sosyo-ekonomik ortamının ürünü olduğu için aynı zamanda bir kültür olayı olduğudur.

Gerçekten oldukça karmaşık bir varlık olan insanın doğuştan sahip olduğu zeka ve yetenek gibi bir takım bireysel farklılıklar, onların farklı kişilik özelliklerine sahip olmasına ve dış dünyayı farklı boyutlarda algılamasına yol açmaktadır. Ancak kişinin iktisadi ve sosyal kişiliğinin oluşumunda bireysel özellikleri kadar, hatta ondan daha fazla, içinde bulunduğu ortam etkili olmaktadır. Şöyle ki, sosyo-kültürel çevre, bireye sunduğu dünya görüşü, telkinleri, teşvikleri yada engellemeleriyle onun hayat tarzını etkilemektedir. Çünkü herşeyden önce girişimcinin kendisi de bireydir ve bazı kültürel değerlerle donanmıştır.

Dolayısıyla girişimcilik, toplum kültürünün ve alt kültürlerin sunduğu değerler ve felsefeyle yakından ilgilidir. Kendisi de hakim kültürün bir alt kültürü olan girişimcilik, toplumsal kültürden ve onun unsurlarından etkilenmektedir. O halde, çoğu zaman doğuştan var olduğu düşünülen girişimcilik özelliklerinin, gerçekte öğrenilen bir davranış olarak kendisine uygun bir zemin bulduğu yer ve zamanda ortaya çıktığı söylenebilmektedir (İrmiş ve Emsen, 2002: 23). O halde kültürdeki hangi unsurlar, bireyleri nasıl etkilemektedir?

3. GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ VE GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜNÜ ETKİLEYEN UNSURLAR

Girişimcilik en genel anlamıyla, bir fırsattan faydalanmak için eşsiz kaynaklar paketi oluşturmak suretiyle değer yaratma sürecidir (Morris ve Davis,1994). Bireysel olduğu kadar toplumsal ve kültürel bir olgu olan girişimciliğin oluşumunu etkileyen pek çok sosyo-kültürel, ekonomik ve politik faktör vardır. Girişimcilik bir özellikler veya davranışlar seti olarak düşünülürse, bu özellikleri, içinde geliştiği süreçler vasıtasıyla açıklamak daha doğru olacaktır. Bu bağlamda girişimcilik kültürü, bireysel ve toplumsal hayatın karşılıklı etkileşimi sonucu ortaya çıkan değerlerin, öğrenilen ve sosyal olarak aktarılan toplamı olmaktadır. Dolayısıyla girişimcilik kültürü, bir bölgede veya ülkede girişimciliğin gelişip yaygınlaşmasında gerekli olan altyapı faktörleri içerisinde önemli bir role sahip olmaktadır. Burada girişimciyi yaratan ortam olarak kültürel yapı, aile yapısı, eğitim kurumları, din faktörü gibi hususlar üzerinde durulacaktır (Açıkgöz, 1990; Esen ve Çonkar, 1999):

3.1. Kültürel Yapı

Kültürün, ait olduğu toplumun kurallarına, kurumlarına, süreçlerine, ilişkilerine ve yapılarına şekil vererek; üyelerinin çalışma derecesini, biçimini ve yöntemini güçlü bir şekilde yönlendirdiği genel olarak kabul edilmektedir (Tosun, 1990: 145-146).

Girişimcilik ruhunun oluşumunda da kültürel yapının çok önemli bir yeri vardır. Birey adeta içinde yaşadığı toplumda egemen olan kültürel değerlerin taşıyıcısı durumundadır. Dolayısıyla bir toplumdaki girişimcilik olgusunu anlamak için, bazı kültürel unsurların bilinmesi gerekir.

Sosyo-kültürel ortamın yönetim, liderlik ve insan kaynakları uygulamaları üzerindeki etkisini inceleyen önemli çalışmalardan biri 40 değişik ülkede ulusal kültürleri araştıran Geert Hofstede tarafından yapılmıştır (Hofstede, 2001; Sargut, 2001: 170-200). Ulusal kültürleri eril ve dişil (masculinity-femininity); bireycilik ve kolektivizm (individualism and collectivism); güç mesafesi (power distance); belirsizlikten kaçınma (uncertainty avoidance) boyutlarında araştıran Hofstede'in çalışmasındaki girişim ve girişimcilikle ilgili olabilecek şu hususlar konumuz açısından vurgulanmaya değerdir:

Hofstede (2001)'e göre örgütlerde eril değerler, başarı, yarışma,hırs ve benzeri üzerinde yoğunlaşırken; dişil değerler yaşamın kalitesi, yakın ve samimi ilişkiler olmaktadır. Dolayısıyla bu boyuta göre eril toplumlar ve kültürler, dişil

toplumlara göre daha fazla girişimci özelliklere sahip olmaktadır. Bu araştırmaya göre Türkiye dışı değerlerin egemen olduğu grupta yer almaktadır.

Yine Hofstede'in çalışması ekonomik gelişme ve refah düzeyi ile bireycilik arasında ve ekonomik gelişme ile bir toplumdaki girişimcilik düzeyleri arasındaki olumlu ilişkilerin varlığını ortaya koymuştur. Bireycilik kendi başına bir yönelime, kendine yeterli üzerine bir vurguya ve insanların kendi başarısından gurur duyduğu bir kültüre işaret ederken; toplumculuk, paylaşım, işbirliği ve kişisel ilgilerin daha geniş bir çalışma grubuna bağlandığı bir durumu ifade eder. Bireyci kültürlerde bireyin kendini algılayışı ve kendine güveni geliştiği için girişimcilik konusunda toplumcu girişimciden daha cesur olmaktadır (Morris ve Davis, 1994). Bireycilik-kollektivizm özelliği bakımından ise Türkiye, bireyciliğin gelişmediği, kollektif davranmayı önde tutan kültüre sahip ülkeler arasındadır. Hatta Sargut (2001), Türklere hemşehrilik ve adam kayırmancılığın, karşılaşılan problemleri devlete, Allah'a veya başka güce havale etme alışkanlığının veya kurtarıcı bekleme eğiliminin kökeninde bu kollektif davranış kültürünün yer aldığını belirtmektedir. Benzer şekilde bireyselcilikle yaratıcılık arasında da doğrudan bir ilişki olduğu ve bireyselci kültürlerin daha yaratıcı oldukları ileri sürülmektedir. Amerikan ve Japon kolej öğrencilerinin yaratıcılık düzeyi ile ilgili yapılan bir çalışmada Amerikan kolej öğrencileri daha yaratıcı bulunmuştur. Bunun sebebi ise Amerika'nın bireylerin kendine güvenini ve yaratıcılığını geliştirebildiği bireyselci kültüre; Japonya'nın ise kollektivist bir kültüre sahip olmasına bağlanmıştır (Saeki vd., 2001).

Yine bu araştırmaya (Hofstede, 2001) göre, belirsizlikten kaçınma özelliğinin yüksek olduğu toplumlarda insanlar belirsiz, açık olmayan ve yazılı kurallarda yeri bulunmayan riskli durumlardan korkmakta ve sürekli olarak kendilerini güvenceye almak istemektedirler. Buna karşılık belirsizlikten kaçınma özelliğinin düşük olduğu toplumlarda insanlar daha özgür olmayı, risk üstlenmeyi, yenilik ve değişime açık olmayı tercih etmektedirler. Bu araştırmalarda Türkiye ve Japonya'da belirsizlikten kaçınma durumu yüksek bulunurken; ABD'de düşük düzeyde bulunmaktadır (Sargut, 2001: 182). Bunun bir sonucu olarak da Türkiye ve Japonya gibi ülkelerde bireyler yaşam boyu çalışacakları garantili işleri tercih ederken; ABD ve İngiltere gibi ülkelerde bireyler kendilerine işlerine bağlı hissetmemekte ve çok kolay iş değiştirmektedirler. Söz konusu çalışmadaki belirsizlikten kaçınma boyutu, gücün eşit olmayan bir şekilde dağıldığını ifade eden güç mesafesi boyutu ile ilişkilendirildiğinde ülkemiz açısından tablo daha da ağırlaşmaktadır. Çünkü Türkiye, hem belirsizlikten kaçınmanın hem de güç mesafesinin yüksek olduğu grupta yer almaktadır. Bu demektir ki, belirsizlikten korkan insanlar, bundan kaçınmak için güç mesafesini açmaktadırlar. Böyle bir kültürde, üstler, üst makamdakilerle aralarındaki eşitsizlik seviyesini ve üstün gücünü kabul

etmiştir; hatta bu astlar, neyi nasıl yapacaklarını bilmedikleri için yöneticilerin yönlendirmesiyle iş yapmak istemektedirler. Güç aralığı ve ast-üst ilişkisiyle ilgili olarak, Hofstede'in sınıflamasında ve genel olarak Batı yazınında yer almayan ancak kollektif ve hiyerarşik kültürlerde olduğu ileri sürülen (Aycan, 2001) paternalizm¹ olgusu da önemli bir kültürel boyut olarak karşımıza çıkmaktadır. Paternalizmin hakim olduğu kurum ve toplumlarda, ebeveyn ile evlat arasındaki ilişkiye benzeyen ast-üst ilişkileri nedeniyle, üstler kendilerine sadık olanları daha çok sevip, ödüllendirmektedirken; bazı çalışanlar bundan mahrum bırakılmaktadır (Aycan, 2001). Paternalizm olgusunun girişimcilik açısından önemi, yukarıda ifade edilen durumun zamanla bazı bireylerde lidere yakın olma çabasına ve herşeyi liderden bekleme alışkanlığına; diğerlerinde ise kendini önemsiz görme duygusuna ve öğrenme ve gelişme isteksizliğine yol açmasıdır. Nitekim Aycan (2001)'in araştırmasında paternalizmin yüksek olduğu ülkeler arasında yer alan Türkiye'de, çalışanların 'baba' veya 'abi' yerine koydukları yöneticilerin yol göstericiliğine ihtiyaç duymaları ve arkalarını onlara yaslamaları nedeniyle proaktif olamadıkları ve işlerini inisiyatif alarak yapamadıklarına ilişkin yerleşmiş bir inancın olduğu belirtilmektedir.

3.2. Aile Yapısı

Sosyal örgütlenmelerin temel birimlerinden olan aile, girişimcilik kültürünün oluşmasında da en önemli etkenlerden birisidir. Çocuğun aile içerisinde aldığı eğitim ve görgü onu yaşamı boyunca etkileyebilmektedir. Ailenin çocuğu erken yaşlarda deneyim kazanması için cesaretlendirmesi ve eylemlerinde desteklemesi bireyin girişimcilik duygusunu geliştirmektedir. Aynı şekilde ailenin çocukları eleştirmesi, engellemesi ve cezalandırması ise çocuklarda suçluluk duygusunu geliştirerek başarısızlık korkusuna yol açmaktadır (Güvenç, 1984: 322-323).

Çocuğun ailede almış olduğu eğitim, onun girişimci olabilmesi açısından son derece önemlidir. Collins ve Moore, girişimcilik davranışlarının ilk çocukluk evrelerindeki deneyimler sonucu şekillendiğini belirtmektedir. Başarılı girişimcileri psikolojik olarak değerlendirdikleri araştırmalarında, girişimcilerin öne çıkan en belirgin değerlerini, yüksek düzeyde özerklik ihtiyacı, bağımsız olma isteği ve kendi kendine güven olarak belirlemişlerdir. Araştırmacılar, bu değerlerin ise, girişimcilerin ebeveynleriyle olan iletişimlerinden kaynaklanan otorite etrafında gelişen ilişkiler nedeniyle harekete geçtiklerini belirtmişlerdir (Kao, 1989: 99-100).

Ataerkil aile yapısının görüldüğü tarımla uğraşan kırsal kesimde ailenin etkisi, anne-babanın sıkı denetimi ve itaatin belirginleştiği bir ortamda gerçekleşir. Öyleki bu ailelerde aile üyelerinin meslekleri ve statüleri de ailede

tespit edilmektedir (Kongar, 1985 ve 1990). Dolayısıyla bu tür bir aile yapısı içerisinde yeniliklere açık bireysel başarıyı hedefleyen dinamik, üretken ve risk alabilen girişimci tipinin yetişmesi zordur. Çünkü tüm kararlar baba tarafından ve diğerlerine danışılmadan alınmakta ve bu durum çocuklarda başarı arzusunu yok etmektedir. Ayrıca kırsal kesim insanların kendilerine sürekli olarak 'güvence' arama içgüdüleriyle hareket etmeleri ve devlet kapısında çalışmak istemeleri bu kesimin çocuklarının girişimci olmasını engellemektedir (TÜSİAD, 1987:15).

Çocuklar hem seçme işleminin hem de seçme davranışının temelini ailede öğrendikleri için kendi işine sahip girişimci nitelikleri olan anne babanın bağımsız ve esnek davranışları çocuklarda girişimcilik davranış kalıplarının öğrenilmesini etkilemektedir (İrmiş ve Emsen, 2000: 28). Türkiye'de yapılan araştırmalar göstermiştir ki girişimcilerin büyük bir kısmı babası tüccar ya da iş adamı olan kişilerdir (Esen ve Çonkar, 1999; TÜSİAD, 1987).

3.3. Eğitim Kurumları

Girişimcilerin yetişmesinde ve girişimcilik kültürünün oluşmasında ailenin yanısıra, eğitim kurumları da son derece önemli olmaktadır. Aile ve eğitim kurumlarında gerçekleşen eğitim süreçleri bireylerin girişimciliğinin ve yaratıcılığının gelişmesinde veya körelmesinde etkili olabilmektedir. Çalışmalar, eğitim sürecinde, sürekli değişen ve geçerliliğini kısa sürede kaybeden önemsiz bilgileri öğretmek yerine; bilinmeyenlerin keşfedilmesine önem veren eğitim kurumlarında yetişen çocukların daha yaratıcı ve girişimci olduklarını ortaya çıkarmıştır (Bilgiseven, 1977; Saeki vd., 2001). Dolayısıyla bireyin aldığı eğitimin felsefesi, programı ve kapsamı girişimciliği ve yaratıcılığı belirlemektedir.

Bireylere başarı arzusu veren eğitim sistemi, aynı zamanda o bireylerin yaşadığı ülkenin iktisadi gelişmesinde de belirleyici olmaktadır. McClelland 1950 yılında yaptığı bir çalışmada, çeşitli ülkelerden alınmış çocuk okuma kitaplarındaki teşvik edici hikayelerle, bu ülkelerin belli bir periyoddaki iktisadi büyüme oranları arasında olumlu bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur (Bilgiseven,1977: 139-144).

Türkiye'de geleceğin girişimci adayı olan işletme fakültesi öğrencilerinin, girişimcilik özellikleri ile ilgili bir çalışmada da yukardaki bilgileri destekleyecek sonuca ulaşılmıştır. Buna göre üniversite öğrencileri yaratıcı ve orijinal olmaksızın; kontrollü, mantıklı ve güvenilir kişiler olmayı tercih etmektedirler (Korkmaz, 2000). Ülkemiz gençlerinin bile muhafazakar ve kontrollü bir tutumla orijinal olma, sezgilere güvenme gibi konularda çekimser kalmasının yukarıda açıklanan kültür kodlarımızdan kaynaklandığı

söylenbilir. O halde girişimcilik kültürünün oluşumunda toplumdaki fertlerden her birinin yaşamak için ailesine veya devlete dayanmak yerine; doğrudan doğruya kendine güvenen ve başarısını kendi girişimciliğinde arayan fertleri yetiştirecek eğitim sistemine ihtiyaç vardır.

3.4. Din Faktörü

Toplumun kültürünü oluşturan en önemli unsurlardan biri olan dinin, o toplumun iktisadi hayatı üzerindeki etkisi hep tartışılmalı bir konu olmuştur. Ülgener'e göre din, daha doğrusu gündelik hayatta mevcut olan dini telkinler insanın hayata bakışını ve davranış biçimini etkilemektedir (Ülgener, 1981a: 14). Dini hükümlerin içeriğine göre bu etki olumlu veya olumsuz olabilmektedir.

Dinsel değerlerin girişimci davranışlara yol açtığını ifade eden ilk bilim adamlarından biri de Max Weber'dir (Weber, 1985). Giriş bölümünde de ifade edildiği üzere, Weber (1985)'e göre Protestan çalışma ahlakı, girişimci faaliyet ve davranışların arkasında yatan itici güçtür. Çünkü protestan kültürünün ilkelerinden olan, zevklerin ertelenmesi, tutumluluk, çalışkanlık ve çilecilik gibi değerler aynı zamanda başarılı girişimciliğinde temelini oluşturmaktadır. Weber'in görüşlerini destekleyen Mc Clelland (1961)'in tezine göre de protestan iş ahlakına ait fikir ve değerler, çocukta bağımsız yetiştirme pratiklerini ve güçlü başarı motiflerini kazanmayı ve zevki engelleyen bir yapı ortaya koyarlar. Bu yüksek başarılar sırasıyla daha başarılı girişimciler olurlar (Türkdoğan, 1998: 132). O kadar ki Weber ve McClelland batıdaki başarılı girişimcilik örneklerinin ve ekonomik zenginliğin Protestan ahlakından kaynaklandığını söylemişlerdir. Az gelişmiş ülkelerden hiçbirinin Protestan olmadığını söyleyerek de bu görüşlerini desteklemişlerdir (Ülgener, 1981b: 17-18).

Benzer bir şekilde bazı yazarlar da Doğu Asya ülkelerinin elde ettiği başarının sırrını onların kültür kodlarıyla ilişkilendirmekte ve bu başarıyı , çalışma, sadakat, itaat ve zengin olmayı öven Konfüçyüs kültürüyle açıklamaktadır (İrmış ve Emsen, 2000: 26).

İslamiyet ve girişim ruhunu arasındaki ilişkileri araştırmak amacıyla yapılmış ciddi ve sağlıklı çalışmalar, İslamiyetin servete ve kazanca karşı tutumlarının olumlu olduğunu göstermiştir. Dolayısıyla Osmanlı İmparatorluğu'nda Müslümanların iktisadi hayata girmemelerini veya sokulmamış olmalarını yalnızca İslam dinine dayanarak açıklamak eksik olacaktır (Buğra, 1997: 64-54). Bu eksikliğe vurgu yapan Arslan (2000), Weber'in de İslamın bireysel inanç bağlamında kapitalizme engel olup olmadığını tartışmadığını; fakat İslam devletinin yetersizliklerini kapitalizme engel olarak gördüğünü ifade etmektedir.

Dolayısıyla, Türk girişimci sınıfının ortaya çıkamamasında, Osmanlı İmparatorluğunun dini ya da ahlaki yapısından çok; siyasi ve hukuki yapısının etkili olduğu söylenebilir. Ancak İslami düşünce teorik olarak girişimciliği engellemekle birlikte; Osmanlı İmparatorluğu döneminden başlayan uygulamaların, biraz da diğer kültürel özelliklerle birleşip girişimci ruhun gelişmesini engellediğini düşünmek mümkün olabilecektir.

4. GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜN OLUŞUMUNDA MOTİVASYONUN ÖNEMİ

Motivasyon, günümüzde modern yönetimin her alanında olduğu gibi, insanların birtakım girişimlerde bulunmalarında da önemli rol oynamaktadır. Girişimcilik kültüründe motivasyon, girişimcilerin bir takım amaçları gerçekleştirmeleri için çeşitli güdülerle teşvik edilmesi olarak tanımlanabilir (Çelik ve Akgemci, 1998; 33). Motivasyon sürecinde girişimciler, ihtiyaçlarını tatminle sonuçlandıracakları bir iş ortamı oluşturarak harekete geçmeleri için etkilenmeye ve isteklendirilmeye çalışılır. İstenen motivasyonun sağlanmasında bireylerin içsel güçleri harekete geçirilebilir veya dışsal güçlerden de yararlanılabilir.

Bireylerin psikolojik motivasyonunun girişimci kültür oluşumunda önemli bir faktör olduğunu dile getiren McClelland'a göre, girişimcilerin ortaya çıkmasında motive edici en önemli güçler başarıya ihtiyacı, sosyal ilişkiler kurma ihtiyacı ve güç ihtiyacıdır (McClelland, 1961: 36-40). İnsanlar bazen daha alt düzeydeki ihtiyaçları ile de motive olurlar ve o ihtiyacı gidermeye yönelik eylemlerde bulunurlar. Örneğin bireydeki zengin olmak veya statü sahibi olmak gibi istekler aynı zamanda birer motivasyon gücüdür. Çünkü bireyler bu tür tatminlere verdikleri değer nisbetinde, bu şeylere ulaşmak için daha çok çalışacak ve daha çok para kazanmak isteyeceklerdir.

Bazen de insanın içinde yaşadığı toplumsal kurumlar, bireylerden belli roller bekleyerek onları harekete geçirebilmekte ya da birey içinde yaşadığı toplumdan dışlanmamak için bazı eylemlerde bulunmak zorunda kalabilmektedir. Bütün bu eylemler ise bireylerin girişimsel motivasyonlarını bazen olumlu bazen de olumsuz olarak etkilemektedir. Örneğin Osmanlı İmparatorluğu'nun çöküş devirlerinde Müslüman ustaların yanında iş varken, Hıristiyan ve Yahudi ustaların yanında çalışan işçiler Müslümanlığın şerefini alçalttıkları gerekçesiyle acımasızca eleştiriliyorlardı (Barkan, 1983). Böylece halkın teşebbüs davranışları ve öğrenme isteği engelleniyordu.

Bireyleri girişimcilik konusunda motive eden bir diğer etken de bireylerin içinde buldukları ortamın ümitsizliğidir. Bu etken insanları olumlu yada

olumsuz olarak etkileyebilmektedir. Örneğin, Japonya ve İskandinav ülkeleri gibi yaşadıkları fiziki çevrenin kendilerine pek cömert davranmadığı toplumlar, daha atılgan ve girişimci olabilmektedirler. Denizden toprak kazanarak yaşamak zorunda kalan Hollandalılar, “Dünyayı Tanrı, Hollanda’yı biz yarattık” diyecek kadar kendilerine güven duymaktadırlar (TÜSİAD, 1987: 4). Yine Arslan tarafından yapılan kültürlerarası bir çalışma da bu bilgileri doğrular niteliktedir. Arslan (2001b) Protestan İngiliz, Katolik İrlandalı ve Müslüman Türk yöneticilerin iş etiği değerlerini ölçtüğü çalışmada, Müslüman Türk yöneticilerin yüksek düzeyde Protestan iş ahlakına sahip olduğunu bulmuş ve bu sonucun Müslümanların, laik yapılanma içerisinde kaybettikleri güçlerini ticaret ve endüstride arama çabalarından kaynaklanabileceği olarak yorumlamıştır.

Ülkemizde yapılan araştırmalar, girişimcilerin yeterince teşvik edilmediğini ortaya çıkarmıştır (TÜGİAD, 1993: 37; Esen ve Çonkar, 1999; İrmış ve Emsen, 2002). Dolayısıyla ülkemizde girişimciliğin ve girişimcilik kültürünün yeterince gelişmemesinde devlet tarafından girişimcilerin teşvik edilmemesi veya yanlış yöntemlerle teşvik edilmesinin de önemli bir rolü olduğu söylenebilir.

Bütün bu olumsuz motivasyonlara rağmen, bugün Türkiye’de özel girişimcilik konusunda küçümsenmeyecek mesafeler katedilmiş durumdadır. İnsanlar artık, devlet kapısında çalışmak yerine; kendi çaba ve özverileriyle, küçük ve orta düzeyde tasarruflarıyla, iş kurmaya çalışmaktadırlar. Türk insanı hayat seviyesini yükseltme konusunda da oldukça isteklidir ve bunun için gerekli olan risk ve sorumluluğun bilincindedir. Ülkemizde kurulan işletmelerin ortalama ömürleri genellikle çok kısa olmasına rağmen, hatta her yıl kurulan işletmelerin büyük bir çoğunluğu aynı yıl içinde kapanmasına rağmen yine de insanımız girişimcilik konusunda isteklidir. Bu durum da, ülkemizde girişimcilik kültürünün biraz geç de olsa oluşumu yönünde önemli bir adım olmaktadır.

5. ÜLKEMİZDE GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜNÜN GELİŞEMEME NEDENLERİ

Girişimciliğin gelişip yaygınlaşması, sağlam bir girişimcilik kültürüne bağlı iken; girişimci davranışları da uzun dönemde girişimci kültürün oluşmasında etkili olmaktadır (Tekin, 1999: 29-30). Denilebilir ki bir ülkedeki girişimcilik davranışları ile girişimcilik kültürü arasında karşılıklı etkileşim vardır ve biri diğerinin hem sebebi hem sonucu olabilmektedir. Dolayısıyla girişimcilik konusundaki kültürel gecikmişliğimizi toplumsal yapımızın özellikleriyle açıklamak mümkün olabilecektir.

5.1. Sosyo - Kültürel Yapıdan Kaynaklanan Nedenler

Öncelikle ülkemizde ticari ve ekonomik hayata ilişkin etkin bir altyapı ve kültürün oluşmamasında, Osmanlı İmparatorluğu'ndan kalan tarihsel ve kültürel mirasın önemli bir rolü olduğu söylenebilir. Osmanlı sosyo kültürel ortamının bazı karakteristik özelliklerinin o ortamda yetişen bireylerin girişimci olmalarını engellediği bugün genel olarak kabul edilmektedir. Bu karakteristik özelliklerin neler olduğu ile ilgili çok çeşitli görüşler olmakla birlikte, bu çalışmada Osmanlı toplumsal yapısının kapsamlı analizi amaçlanmadığı için; sadece, bu yapının girişimcilik olgusuna doğudan etkisi olan boyutları konumuz açısından önemlidir. Arslan (2000), Weber'e atfen İslam toplumlarının, bu arada Osmanlı İmparatorluğu'nun şark despotizmi, savaş ahlakı, ve sufiliğin olumsuz sonuçları dolayısıyla kapitalizmin ruhunu geliştirmeye muktedir olmadıklarını tartışmaktadır. Bu özelliklerin girişimciliği nasıl etkilediği ile ilgili şu değerlendirmelerde bulunulabilir:

Osmanlı yönetim geleneğinde yetişen bireylerin girişimci olmalarının önündeki engellerden biri, bireylerin sorgulama bilincinin gelişmemesi ve dolayısıyla sorunlara çözüm olacak geleceğe dönük perspektifler ortaya koyamamalarıdır. Çünkü imparatorluğun merkeziyetçi yapısı nedeniyle bireyler, düşünemeyen ve kişisel iradelerini ortaya koyamayan, itaat etmeye ve boyun eğmeye alıştırmışlardır (Ülgener, 1981a). Nitekim Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminin önemli ismi olan Prens Sabahattin de, padişaha yazdığı mektupta fertlerin kişiliğini yok eden bu atalet ve merkeziyetçilikten şikayet etmekte ve İmparatorluğun kurtuluşunun şahsi teşebbüsün gelişmesiyle mümkün olabileceğini belirtmektedir (Akın, 2003).

Diğer bir neden, bütün geleneksel toplumlarda yaygın olarak görüldüğü gibi, Osmanlı-Türk insanının da duygusal olarak toprağa sıkı sıkıya bağlı olmasıdır. Ülgener (1981a)'e göre doğu ve batıyı birbirinden temel fark da burada, yani her iki grubun madde karşısındaki tavır ve beklentileri arasında ortaya çıkmaktadır. Batılı fertler servetini sürekli olarak geliştirmeyi, yatırımcı olmayı ve dinamik ruhu benimserken; öteki servet biriktirmeyi ve bu serveti toprağa gömmeyi yani statik zihniyeti temsil etmektedir (Türkdoğan, 1981: 128). Bu zihniyetin bir sonucu olarak, insanımız toprağa manevi anlamlar yüklemiş ve onun ekonomik önemi üzerine yoğunlaşmamıştır. Dolayısıyla bu durum hem toprağın verimli olarak kullanılmasını hem de insanların topraklarından uzakta sanayi ve teknolojik alanlara yönelmesine engel olarak girişim potansiyelini sınırlandırmıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nda Müslümanlar, hürriyetini ve servetini yabancılar arasında kaybetmekten ve haksızlığa uğramaktan korktukları için başka ülkelere yerleşmekte isteksiz davranarak dış ticaretin azınlıkların eline geçmesine neden olmuşlardır (Akın,2003). Bu kanaat son yıllarda biraz kırılmış olmakla birlikte, yine de

Türk insanı toprağına bağılılığını sürdürmektedir.Yurt dışındaki işçiler üzerinde yapılan araştırmalarda işçilerin çoğı Türkiyeye döneceklerini ve daha önce kaldıkları yere yerleşeceklerini belirtmişlerdir (Tezcan,1974:178).

Osmanlı toplumsal yapısının girişimciliğı engelleyen diğeri bir özelliğı, yetiştirdiğı insan tipinin aşırı kanaatkar olmasıdır. Tezcan (1974) Türk değerleri ile ilgili çalışmasında, Türk insanının temel özellikleri arasında kanaatkar olmanın önemli bir yer tuttuğunu belirtmektedir. Türklerin kanaatkarlığı ile ilgili yabancı bir yazar da şöyle demektedir: “...Türkler şayan-ı hayret derecede kanaatkardırlar. Yılda bir kere esvap yaptırırlar ve onu yıl boyunca giyerler. Bu kadar az ihtiyacı olan bir halkta teşebbüs fikri ve gayret ateş için bir saik olmayacaktır...” (Landau, 1996).

Halk arasına çok kabul gören “bir lokma bir hırka” felsefesi , insanların dünyevi işlerle uğraşmak yerine daha manevi duygulara yönelmesini, hırslardan uzaklaşarak ve daha az ile yetinerek yaşamaları konusunda insanları etkileyen bir düşünce biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Kanaatkar olmanın bir erdem olarak kabul edilmesinde, kültürel yapıdaki diğeri unsurlar yanında Türk tasavvuf geleneğinin de etkisi vardır (Arslan, 2000). Ki bu gelenek, daha iyi eğitim, daha iyi hayat şartları ve daha iyi bir gelecek beklentisinde olan ya da daha fazla üretim daha fazla kar güdülerine sahip insanların yetişmesini engellemiştir (Ülgener, 1981a: 73-76). Şüphesiz ülkemizde son yıllara kadar girişimciliğın hırs, açgözlülük ve çıkarıcılık olarak algılanmasında da bu bakış açısının derin izlerini görmek mümkündür. Ancak yetiştirdiğı insan tipiyle girişimciliğın önündeki önemli kültürel engellerden birini oluşturan bu sosyal yapının, özellikle savaş ve kriz dönemlerinde Türkiye'nin buhrana dayanmasında önemli bir kuvvet olduğı da ifade edilmektedir (Tezcan, 1974: 175).

Bir diğeri etken, toprağına bağılı olma ve kanaatkar olma ile de ilgili olan, Osmanlı- Türk insanındaki risk almama eğilimidir. Daha çok doğu toplumlarına özgü bu özellik, temel unsuru risk olan girişimciliğın doğuda gelişmesine engel olmuştur. Nitekim Osmanlı İmparatorluğu'nda ticaretle uğraşan grupları inceleyen bir Fransız raporuna göre, Türklerin ticaret hayatından uzak olmasının nedeni riski göze alamamaları ve temkinli olmalarıdır (Sahillioğlu, 1968). Dolayısıyla bu durum da özünde ‘risk alma’ unsuru olan girişimciliğı olumsuz olarak etkilemiştir ve yapılan bir araştırma bu etkinin günümüzde de devam ettiğini göstermektedir. 1997 rakamları ile fert bazında milli gelirden aldıkları pay bakımından iller sıralamasında 16. olan Denizli ve 69. sırada yer alan Erzurum illerinde girişimcilik kültürü ve girişimcilik üzerine yapılan bir çalışmaya göre Erzurum'daki girişimciler Denizli'deki girişimcilere göre, çoğunluğu kazançlarını tekrar üretime döndürmek yerine risksiz ya da daha az riskli, rant getirebilecek gayri menkullere yatırmaktadır (İrmiş ve Emsen, 2002). Şüphesiz ki, Türk insanının bir anlamda “sağlamcı” yatırım alanlarına

yönelmesinde, ülkenin ekonomik ve siyasi belirsizlik koşullarının da rolü vardır. Ancak, parayı risksiz yatırım araçlarına yönlendirme eğiliminde, yıllar boyu süren öğrenmelerin ve tecrübelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan bu öğrenme ve deneyim birikimlerinin, aileler yoluyla çocuklarına aktarılmasının da rolü olduğu unutulmamalıdır.

Sosyo-kültürel yapıdan kaynaklanan nedenlerin sonucusu olarak belirtilebilecek bir konu da, ülkemizdeki kentleşme hızının, sanayileşme hızına paralel olarak gelişmemesidir. Böylece, öğrenilen bir davranış olarak nitelenen girişimciliğin gelişmesi için uygun kentsel ortamlar oluşmamıştır. Kentleşmenin ivme kazandığı yıllarda ise aşırı ve sağlıksız kentleşme nedeniyle oluşan gecekondulaşma ve bunun getirdiği zenginlik ve yoksulluk kültürü çatışması girimcilik kültürünü olumsuz etkilemiştir (Türkdoğan, 1996:110-130). Şöyle ki, yoksulluk kültürü kitlelerde kenarda kalma ve bir şeye ait olmama duygusu vermekte; güvensizlik ve umutsuzluk duygularını körüklemektedir. Böylesi bir kültürde bireyler bir meslekte ihtisaslaşamazlar, sık sık iş değiştirirler ve kazandıkları paralarını anında 'har vurup harman savurma' eğilimi içine girerler. Bunun tersi olan zenginlik kültüründe ise, bir yandan ayak bağı olan toplumun eski değer yargıları kırılırken; diğer yandan ileri kapitalist ülkelerdekine aksine, lükse, aşırı israfa ve kolay kazanılıp, kolay harcanan paralara özenilmekte ve bunun için her yol denenmektedir. Yukarıda ifade edilen olguların bir sonucu olarak ortaya çıkan yaşadığımız son ekonomik ve sosyal skandalların, toplumun girişimcilere bakış açısına ve dolayısıyla girişimcilik kültürünün oluşumuna ne derece zarar verdiğini belirtmek yeterli olacaktır.

5.2. Ekonomik Yapıdan Kaynaklanan Nedenler

Çeşitli yazarlar tarafından (Türkdoğan, 1981; Ülgener, 1981a, Berkes, 1970) ısrarla vurgulandığı gibi, İmparatorluğun merkeziyetçi yapısı ve ekonomik sistemi kapitalistleşme sürecine ve bireysel girişim fikrine karşıydı. Bu yüzden de Osmanlı toplum düzeninde kuşaktan kuşağa aktarılan özel servet birikimleri gelişmemiştir. Her ne kadar, bazı kaynaklarda İmparatorluktaki bazı kamu görevlileri ve özel şahısların muazzam servetleri olduğu belirtilse de (Türkdoğan, 1981); Ülgener, bu servetin iktisadi olmayan, siyasi kaynaklı yöntemlerle kazanıldığını belirtmektedir. Osmanlı toplumunda servet ve zenginlik, iktidarla doğru orantılıydı ki, bu durum zamanla sermayenin nüfuz ve iktidar sahiplerinde toplanmasına neden olmuştur (Ülgener,1981a: 177). Toplumda hakim olan zihniyete göre, servet ve nimete kavuşma emek ve alınterinin mükafatı olmadığı gibi; sefalet de tembelliğin cezası değildi. Ayrıca, İmparatorluktaki mülkiyet hakkı üzerindeki sınırlamalar ve mülkiyete el koyma gibi uygulamalar (Arslan, 2000) da insanların zenginleşme sürecini ve zenginliklerini kullanarak ticaret yapma isteklerini olumsuz etkiliyordu. Bu

tabloya, bir de üyelerine statik ve kanaatkar olmayı, ihtiyacı kadar çalışmayı öğütleyen ve onların faaliyetlerine çok katı fiyat ve kalite sınırları koyan lonca teşkilatlarının olumsuz etkileri eklenince (Yalçın, 1976: 210-215) girişimcileri engelleyecek bir ekonomik yapı ortaya çıkmış oluyordu. Uzun yıllardır insanımızın ticaretten çok memurluğa özenmesinin zihniyet arka planında da bu yapının izleri olduğu söylenebilir.

Bu konuda belirtilmesi gereken diğer önemli bir husus, Osmanlı ekonomik sisteminde sadece sermayenin kazanılmasında değil; aynı zamanda sermayenin kullanılmasında da iktisat dışı yöntemlerin kullanıldığıdır. Dönemin en zengin hazinesine sahip olan Osmanlı, bunu sanayileşmeye, şehirleşmeye ve bireysel girişimciliğin gelişmesine değil; kendi devlet anlayışına uygun sosyal alanlara yatırmıştır (Berkes, 1970: 290-300). Ayrıca imparatorlukta sermaye akışı da, çağdaşı diğer ülkelerin tersine, anavatandan fethettiği topraklara doğru olmuştur. Yatırım yapılan bu topraklar kaybedildiğinde ise elde sermaye birikimi yetersiz, sanayileşmemiş ve çağın gerisinde kalmış bir Anadolu toprağı kalmıştır.

Osmanlı İmparatorluğu'nda ve devamında kurulan modern Türkiyede girişimciliğin gelişmemesinde diğer önemli bir etken de, yukarıda açıklanan sebeplerle ticaretten uzak kalan Türklerin iktisadi alanda bıraktığı boşluğu azınlıkların doldurmasıdır. Müftüoğlu (1993) bu durumu, İmparatorluğu oluşturan milletler arasında bir iş bölümüne gidilmesi, ticaretin Ermeniler ve Yahudiler gibi azınlıklara; askerlik, bürokratik, tarım ve hayvancılık gibi alanların ise Türk insanına bırakılmış olması olarak yorumlamaktadır. Arslan (2000) ise, Weber'e atfen, Müslümanların savaşçılığı ve cihad düşüncesi nedeniyle ticaret ve endüstriden uzaklaştığını belirtmektedir. Bu konuda Bernard Lewis (Dönmezer, 1990: 359)'in şu tesbiti ilginçtir: "Türkiye'de eskiden bazı zanaat ve mesleklere sadece din ve ırk bakımından hor görülen topluluklara ait kimseler girerdi. Ticaret ve bankacılık hor görülür ve bunlarla uğraşanlara güvenilmezdi; hırs ve girişim harislik sanılırdı. En çok din ve devlet işlerine değer verilirdi". Bu nedenle de Türk insanı girişimci olarak hayatını kazanmayı çok yakın bir zamana kadar benimsememiş ve önemsememiştir. Anneleri, büyükanneleri tarafından "paşa" olsun, "vali" olsun diye yetiştirilen gençler, Devlet kapısında çalışmayı, millete hizmet etmenin ve başarıya ulaşmanın tek yolu olarak görmüşlerdir (Türkkan, 1993; Tezcan, 1974; Türkdoğan, 1981).

Ticareti, imparatorluğun son yıllarında ve Cumhuriyetten sonra öğrenmeye başlayan Türk insanı, sağlam bir girişimcilik ve ticaret kültürü oluşturmakta gecikmiştir. Bu kültürel gecikme ise Cumhuriyet'ten sonra özellikle serbest piyasa ekonomisine geçildiği yıllarda kurnazlık ve köşeyi dönme gibi dejenerer kültür davranışlarının yaygınlaşmasına yol açmıştır

(Müftüoğlu, 1993). Bu tür faaliyetlerin yaygınlaşması ve yeterince cezalandırılmaması da toplumda girişimciliğin itibar kaybetmesine yol açmıştır.

Ülkemizdeki ticari geleneklerin yetersizliği, işletmelerin yaşam sürelerine de yansımaktadır.Varlığını birkaç nesildir devam ettiren, Kahveci Mehmet Efendi (1871), Vefa Bozacısı (1876), Güllüoğlu (1885), Komili (1878) ve Hacı Şakir (1887) gibi işletme sayısı bir elin parmaklarını geçemeyecek kadar azdır (Müftüoğlu, 1993).

Ülkemizin uzun yıllardan beri yüksek enflasyonla yaşamak zorunda kalması da girişimciliğin gelişmemesindeki önemli nedenlerden biri olarak belirtilebilir. Çünkü enflasyon paranın satın alma gücünü azaltırken; girişimciliğin mevcut riskli sürecine ilave bir risk unsuru katmaktadır (Esen ve Çonkar, 1999). Ayrıca enflasyon dönemlerinde kamunun yüksek faizlerle borçlanmaya yönelmesi, herhangi bir risk olmaksızın tatlı kazanç olgusunu yaratmıştır. Kısaca, henüz gelişmekte olan ülkeler kategorisinde yer alan ve bu kategorinin temel karakteristikleri olan kişi başına milli gelirin düşük olması ve yetersiz sermaye birikimi, hızlı nüfus artışı ve sanayileşmenin yetersizliği gibi konularda sorunlarını çözememiş olması, girişimciliğin önünde bir engel oluşturmaktadır.

5.3. İdari ve Siyasi Nedenler

Bir ülkedeki siyasi, hukuki ve idari ortamların girişimcilerin ortaya çıkması yaşamları ve büyümeleri üzerinde hayati etkileri vardır. Osmanlı imparatorluğu'ndaki bürokratik yönetim geleneği devlet mekanizmasının yavaş işlemesi ve sıkı yasal düzenlemeler de yeni girişimcilerin ortaya çıkmasını engellemiştir. Buğra (1997), bu durumun Türkiyede de politika belirleme sürecinin en karakteristik özelliği olduğunu ifade etmektedir. Ona göre, Türkiye'de bir yasa çıkarıldığı vakit, hemen ardından, işadamlarının bu yasanın boşluklarından yararlanarak suistimale yönelmelerini önlemeyi amaçlayan bir yasa daha koymak ihtiyacı hissedilmiştir (Buğra, 1997: 160). Aslında sadece bu örnek bile, ülkemizde girişimciliğin nasıl şüphe ile karşılandığına ilişkin zihniyet arka planını göstermeye yetmektedir.

Bu gelenek günümüzde hala devam etmektedir. Örneğin ülkemizde yatırım yapmak isteyen bir girişimcinin yaklaşık 60 kamu kuruluşundan izin alması gerekmektedir. Aynı girişimcinin herhangi bir engelle karşılaşmadan başlangıçtan işletmeyi açış anına kadar yapması gereken işlem sayısı toplam 121, eğer işlemler geri çevrilip yenilenmesi gerekirse toplam 292'ye çıkmaktadır (TÜSİAD, 1987: 52).Tüm bunlar için harcanan para ve zamanın maliyeti hesaplandığında bir kimsenin girişimci olması için çok güçlü motivasyonlara sahip olması gerektiği söylenebilir. Öte yandan bir şirketin

feshedilmesi işlemleri de ülkemizde üç ay gibi bir zamanda yapılabilmektedir (TÜGİAD, 1993: 39).

Devletin siyasi ve ekonomik hayata yönelik olarak almış olduğu bağlayıcı kararlar ülkedeki bütün ekonomik faaliyetleri olduğu gibi girişimciliği de etkilemektedir. Hatta devletin yapısı da girişim ortamı üzerinde oldukça etkilidir. Komünist ve militarist rejimlerde bireylerin bir takım ekonomik ve sosyal hakları kısıtlandığı için bu rejimlerde girişim ruhu gelişmemiştir. Bugün girişimciliğin ve girişimci kültürün daha çok serbest piyasa ekonomilerinde gelişme kaydettiği belirtilmektedir (Akyol, 1997). Şaylan (1974) da, insan hak ve hürriyetlerinin kısıtlandığı toplumlarda girişimci sınıfın gelişmediğini, her şeyin devletten beklenir hale geldiğini ve böyle bir uygulamanın ne sosyal ne de ekonomik refahı getirmediğini belirtmektedir.

Ülkemizde sağlıklı bir girişimcilik ortamının oluşturulamayışında, yukarıdaki etkenlerin yanısıra, 1960'lı yıllardan başlayarak 1980 yılına kadar geçen sürede siyasal ve toplumsal alanlarda yaşanan çok yoğun karışıklıkların da büyük etkisi olduğu söylenebilir.

Sonuçta denilebilir ki, yukarıda sıralanan etkenlerden gerek ekonomik, gerek sosyo- kültürel, gerekse de idari ve siyasi nedenler etkili olsun; Osmanlı toplum yapısı, bir şekilde girişimci sınıfın ortaya çıkmasını engellemiştir. Burada yapılmak istenen de bu nedenlerin sosyolojik analizini yapmak değil; sadece girişimcilik sorununun toplumsal köklerine dikkat çekmektir. Böylece girişimciliği geliştirme çabalarında, doğru bir başlangıç noktası yakalanabilecektir.

SONUÇ

Yönetim literatüründe son yıllarda en çok ilgi çeken ve araştırılan konulardan ikisi “kültür” ve “ girişimcilik” şeklinde ifade edilebilir. Bu iki konu birbirleriyle yakından ilişkilidir. Girişimciliğin gelişip yaygınlaşması, sağlam bir girişimcilik kültürüne bağlı iken; girişimci davranışları da uzun dönemde girişimci kültürün oluşmasında etkili olmaktadır. Bireysel ve toplumsal hayatın karşılıklı etkileşimi sonucu ortaya çıkan değerlerin, öğrenilen sosyal olarak aktarılan toplamı olarak tanımlanabilecek girişimcilik kültürü, toplumsal kültürden ve onun unsurlarından etkilenmektedir.

Girişimcilerin ekonomik gelişmenin asıl motoru olarak görülmesiyle birlikte, Türkiye’de girişimcilik ruhunun geliştirilmesi ve girişimci sayısının artırılmasına yönelik çabalar da artmıştır. Bununla birlikte, Türkiye’de girişimcilik alanında arzu edilen niceliksel ve niteliksel gelişmeler yeterli

düzele getirilememiştir. Böylesi bir sonucun elde edilmesinde toplumsal kurum ve mekanizmaların, gelenek ve göreneklerin, ekonomik faktörlerin ve kısaca bir bütün olarak sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel yapının derin izleri vardır. Ayrıca, tek başına girişimci sayısının artması da yeterli değildir. Toplumdaki sosyo- kültürel ortamın da, girişimcileri dünya ile rekabetlerinde destekleyecek ve cesaretlendirecek nitelikte olması gerekir.

Bununla birlikte, son yıllarda değişen kültürel, ekonomik ve sosyal koşullar ve belki de en önemlisi, eğitilmiş insan sayısında artışın bir sonucu olarak, Türkiye’de başarılı girişimcilik uygulamalarının artacağına ilişkin bir inancı taşımak bir hayalin gerçekleşmesini beklemek anlamına gelmeyecektir. Türkiye oldukça genç nüfusa sahip bir ülke olmanın yanısıra, coğrafi olarak da son derece avantajlı bir konumda bulunmaktadır. Bu konuda yapılması gereken, ülkemizin mevcut ve potansiyel girişimcilik yeteneğinden yararlanabilmek için, rekabete açık, risk almaya eğilimli, başarı güdüsü yüksek ve çalışkan insanların yetişmesine ve faaliyette bulunmalarına destek olmak ve bu tür kavramlara değer veren bir toplumsal kültürü yerleştirmeye ilişkin faaliyetlere hız ve öncelik vermektir. Varolan girişimcilik coşkusunun geliştirilmeye ve önünün açılmasına gereksinimi vardır. Dolayısıyla da girişimciliğe yönelik politikalar oluşturulurken de toplumsal kültürümüzün zayıf ve güçlü yönlerinin iyi analiz edilmesi ve zayıf yönlerimizin güçlendirilmesi gerekmektedir.

NOTLAR

¹ Paternalizm (paternalism): Türkçe ‘babacanlık’, ‘hamilik’ anlamında kullanılan, ikili ilişkilerin niteliğini ve bu ilişkilerde astın ve üstün görev ve sorumluluklarını ortaya koyan bir kavramdır. Paternalist toplumlarda, üstün görevi astı korumak, yönlendirmek ve onun iyiliğine olacağına inandığı kararları onun adına vermek iken; asttan beklenen de üstüne bağlılık göstermesi ve ona itaat etmesidir (Bkz. Aycan, 2001:11-31).

KAYNAKÇA

Açıkgöz, R. (1990), *Müteşebbisliğin Oluşumunda Sosyo-Kültürel Faktörler*, Ankara: DPT Yayını.

Akın, B. (2003), “Türkiye’de Girişimcilik ve Memurluk Üzerine Mustafa Suphi ve Prens Sabahattin’den Mülhem Bir Analiz”, *Piyasa*, 6-7, 29-51.

Akyol, T. (1997), “*Girişimcilik Üzerine*”, *Gazete Pazar*, 14 Eylül.

- Arıkan, S. (2002), *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Arslan, M. (2000), "A Weberian Approach to Turkish Entrepreneurship", *Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 18 (2), 377-391.
- Arslan, M. (2001a), *İş ve Meslek Ahlakı*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Arslan, M. (2001b), "The Work Ethic Values of Protestant British, Catholic Irish and Muslim Turkish Managers", *Journal of Business Ethics*, 31, 321-339.
- Aycan, Z. (2001), "Paternalizm: Yönetim ve Liderlik Anlayışına İlişkin Üç Görgül Araştırma", *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 11-31.
- Barkan, Ö. L. (1983), " Osmanlı İmparatorluğu'nda Esnaf Cemiyetleri", *İ.Ü. İktisat Fak.Mec.*, 41(1-4), 38-46.
- Baron, A. R. (1998), " Cognitive Mechanisms in Entrepreneurship:Why and When Entrepreneurs Think Differently Than Other People". *Journal of Business Venturing*, 13, 275-294.
- Berkes, N. (1970), *Türkiye İktisat Tarihi*, I. Baskı, İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Bilgiseven, A. K. (1977), *Sosyolojik Açıdan Eğitim Yolu İle Kalkınmanın Esasları*, , İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları No: 2262.
- Brazeal, D. (1999), "The Genesis of Entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23, 29-46.
- Buğra, A. (1997), *Devlet ve İşadamları*, F. Adaman (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları,
- Çelik, A. ve T. Akgemci (1998), *Girişimcilik Kültürü ve Kobi'ler*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Dönmezer, S. (1990), *Sosyoloji*, 10. Baskı, İstanbul : Beta Yayınları.
- Esen, A. ve Çonkar, K. (1999), *Orta Anadolu Girişimcilerinin Sosyo-Ekonomik Özellikleri, İşletmecilik Anlayışları ve Beklentileri Araştırması*, Konya: Konya Ticaret Odası Yayını, No:18.
- Gerber, E. M. (1997), *Girişimcilik Tutkusu*, T. Keskin (çev), İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Gundry,L. ve J.R. Kickul (1996), " Flights of Imagination: Fostering Creativity Through Experimental Learning", *Simulation and Gaming*, 27, 334-350.

- Güvenç, B. (1984), *İnsan ve Kültür*, Geliştirilmiş 4. Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hisrich, R. D ve M. P. Peters (1998), *Entrepreneurship*, Irwin Mc Graw Hill.
- Hofstede, G. (1989), "Organising for Cultural Diversity", *European Management Journal*, 7(4), 390-397.
- Hofstede, G. (2001), *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviours, Institutions and Organizations Across Nations*, SAGE Publications Second Edition.
- İrmiş, A. ve S. Emsen (2002), *İktisadi Gelişimde Girişimcilik*, İstanbul: Beta Basım.
- Kao, J. (1989), *Entrepreneurship, Creativity & Organization*, N.J.,: Prentice Hall.
- Kent, C. A. (1984), *The Environment For Entrepreneurship* Toronto: Lexinton Books.
- Kongar, E. (1985), *İmparatorluktan Günümüze Türkiye'nin Toplumsal Yapısı 1*, İstanbul: Remzi Kitabevi Yayınları.
- Kongar, E. (1990), "Türkiye'de Aile Yapısı, Evrimi ve Bürokratik Örgütlerle İlişkisi", *Aile Yazıları 2*, Ankara: Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları, 65-94.
- Korkmaz, S. (2000), "Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18, 65-79.
- Landau, J. M. (1996), *Tekinalp Bir Türk Yurtseveri*, M. Tunçay (der.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mc Clelland, D. C. (1961), *The Achieving Society*, Princeton: D. Van Nostrand Company Inc.
- Morris, H. M. ve D.L. Davis. (1994), "Fostering Corporate Entrepreneurship: Cross Cultural Comparisons of the Importance of Individualism versus Collectivism", *Journal of International Business Studies*, 25 (1), 65-89.
- Müftüoğlu, T. (1993), "Ticaret Kültürü ve Girişimcilik Üzerindeki Etkileri", *TES-AR Tartışma Notları*, No:4, Ankara, 13-21.
- Saeki, N. ve Others (2001), "A Comparative Study of Creative Thinking of American and Japanese College Students", *Journal of Creative Behaviour*, 35 (1), 25-36.
- Sahillioğlu, H. (1968), "Yabancı Gözüyle Türkler, Yahudiler, Ermeniler, Rumlar", *Belgelerle Türk Tarihi Dergisi*, 15, 44-48.

- Sargut, S. (2001), *Kültürlerarası Farklaşma ve Yönetim*, Genişletilmiş 2.Baskı, Ankara: İmge Kitabevi.
- Şaylan, G. (1974), *Türkiye’de Kapitalizm, Bürokrasi ve Siyasal İdeoloji*, Ankara: Sevinç Matbaası.
- Tezcan, M. (1974), *Türklerle İlgili Stereotipler (Kalıp Yargılar) ve Türk Değerleri Üzerine Bir Deneme*, Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayını, No:44.
- Tekin, M. (1999), *Girişimcilik: Kendi İşini Kurma ve İşletme*, Değiştirilmiş ve Genişletilmiş 2. Baskı, Konya : Damla Ofset.
- Tosun, K. (1990), *Yönetim ve İşletme Politikası*,1.Cilt, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını, No: 232.
- Türkdoğan, O. (1998), *İşçi Kültürünün Yükselişi: İş Ahlakı*, İstanbul: Timaş Yayınları.
- Türkdoğan, O. (1981), *Türkiye’nin Sanayileşmesi- Sanayi Sosyolojisi (Dün- Bugün-Yarın)*, Ankara: Töre Devlet Yayınevi.
- Türkdoğan, O. (1996), *Değişme, Kültür ve Sosyal Çözüm*, İstanbul: Birleşik Yayıncılık.
- TÜGİAD, (1993), *Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri*, İstanbul.
- Türkkan, E. (1993), “Girişimcilik ve Türkiye’de Girişimcilik İmkanları”, A. Yayla (Der.), *Siyasal ve Sosyal Teori*,2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi, 251-256.
- TÜSİAD, (1987), *Türkiye’de Girişimcilikle İlgili Sorunlar ve Çözümler*, İstanbul.
- Ülgener, F.S. (1981a), *İktisadi Çözümün Ahlak ve Zihniyet Dünyası*, 2. Baskı, İstanbul: Der Yayınları.
- Ülgener, F.S. (1981b), *Dünü ve Bugünü ile Zihniyet ve Din*, İstanbul: Der Yayınları.
- Weber, M. (1985), *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*, İstanbul: Hil Yayınları.
- Wickham, A, P. (1998), *Strategic Entrepreneurship*, Pitman Publishing.
- Yalçın, A. (1976), *İktisadi Doktrinler ve Siyasi Sistemler Tarihi*, Ankara: Ekonomik ve Sosyal Yay..