

Bölgesel Kalkınma Açısından Sosyokültürel Yapının Girişimciliğe Etkisi

Murad Alpaslan KASALAK*

ÖZET

Zenginliğin kaynağı olarak sahip olunan ekonomik faktörlerin kabul gördüğü ekonomilerde, fiyatı olmayan girişimcilik faktörü, her ne kadar işgücü niteliğinde olsa da kendini işgücünden kişiliği ile ayrı tutmaktadır. Söz konusu bu kişilik oluşumu ise karakter, mizaç ve yeteneğe bağlıdır.

Girişimciliğin ne olduğu ve de ne olmadığı tartışılmayacağı çalışmamızda da, girişimciliğe farklı bir boyuttan bakarak sosyokültürel yapının kalkınmaya etkisi işlenmiş ancak bu yöntemde girişimcilik faktörünün diğer tüm faktörleri nasıl harekete geçireceği de göz ardı edilmemiştir. Diğer bir ifadeyle, sosyokültürel yapının girişimciliği etkilemesiyle bölgesel kalkınma nasıl sağlanır ya da sağlanmaz gerçeği gün yüzüne çıkartılmaya çalışılan çalışmamızın birinci bölümünde girişimcilik kavram ve kapsamı ele alınmış olup, ikinci bölümde de bölgesel kalkınma konusu işlenmiştir. Bölgesel kalkınma ile girişimciliğin ilişkilendirildiği üçüncü bölümde ise sosyokültürel yapı ve girişimciliğe etkisi hakkında bilgi verilirken dördüncü bölümde de girişimcilik ile nasıl bölgesel kalkınmanın nasıl sağlanabileceği ve Türkiye'deki bölgesel kalkınmaya yönelik faaliyetler kaleme alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Sosyokültürel Yapı, Bölgesel Kalkınma, Girişimcilik*

In Terms of the Structure of Regional Development Socio-Cultural Impact Entrepreneurship

ABSTRACT

As a source of wealth has recognized that the economic factors in the economy, entrepreneurship is not the price factor, although the workforce is in the nature of labor separates itself with identity. Formation of personality depends on the character, temperament and ability.

Entrepreneurship, not being discussed what is and what is not in our study, is a different dimension by looking at sociocultural development of the processed effect but in this method, how entrepreneurship factor triggers other factors also is not ignored. In other words, in the first part of our study, Entrepreneurship concept and scope is mentioned in how regional development is provided by the effect of sociocultural structure affecting entrepreneurship or not. In the second part, regional development is taking part. In the third part linking regional development and Entrepreneurship, sociocultural structure and its effect to Entrepreneurship is mentioned and in the forth part, how regional development with the help of Entrepreneurship can be provided and the actions about regional development in Turkey are mentioned.

Keywords: *Sociocultural Structure, Regional Development, Entrepreneurship*

GİRİŞ

İktisat eğitimi almış olan herkesin hatırlayacağı gibi, “İktisada Giriş” ya da “Genel Ekonomi” dersinde işlenen konuların başında temel olarak Üretim Faktörleri başlığı altında; emek, sermaye, toprak (doğal kaynak) ve girişimci kavramları üzerinde

* Öğr.Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Köyceğiz Meslek Yüksekokulu, 48800 Köyceğiz/MUĞLA-
muradkasalak@mu.edu.tr

durulmaktadır. Dolayısıyla girişimcilik kavramı akademik alanda ilk olarak burada karşımıza çıkarken, halk arasında söz konusu eğitimi almamış olanlarda girişimci denildiğinde genelde iş yeri açan, alışverişte girişken olan, yatırım yapan vb. kişiler anlaşılmaktadır.

Oysa işyeri açmak vergi mükellefi olmaktan başka bir şey olmamakla birlikte, fiyatı belli olan diğer üretim faktörlerinin üretime yönlendirilmesi sonucu oluşan toplam maliyetlerle; üretim sonrası belirlenen satış miktarı ve satış fiyatı çarpımıyla elde edilen toplam hâsıla arasında kalan karı elde eden bu tarz girişimcinin temel amacı minimum maliyetli kar maksimizasyonudur. Ancak temel amacı minimum maliyetli maksimum kar felsefesine dayanan yapı ise bizi işletme kavramına götürmektedir.

Ne var ki, kişi olarak girişimci kavramı emek içerisinde de yer almış olsa da emekten ayrılan en önemli unsuru risk almasında ve de fiyatı olmamasındadır. Çalışmamızda da, özellikle sosyokültürel yapıya bağlı olarak girişimcilik hususu ele alınmış olup, özellikle de bölgesel kalkınmada girişimci bölge ve bu bölgelerde girişimci yetişmede sosyokültürel yapının etkisine dikkat çekilmiştir.

1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Fransızca kökenli bir kavram olmakla birlikte, en eski kullanımı Ortaçağ Fransızcasına dayanan Girişimci kavramı; faal olan ve gerekli işlerin yapılmasını sağlayan bireydir şeklinde anlandırılmıştır. Herhangi bir şey yapmayı çağrıştıran “entreprendre” fiili, on ikinci yüzyıl başlarında kullanılmaya başlandığından itibaren girişimcilik; farklı bireyler için farklı anlamlara gelmiştir. On beşinci yüzyılda fiil yerini girişimci ismine bırakmıştır. Bu kavram, bazı işlerin yapılmasını üstlenen birey anlamında kullanılmıştır.

Kavramın İngiliz dilinde kullanımı incelendiğinde, üzerine almak, yüklenmek, üstlenmek, taahhüt etmek, teşebbüs etme, denemek, kalkışmak, tehlikeye atılmak, şansa bırakmak, cesaret etmek, göze almak anlamlarına gelen Türkçe fiiller görülmektedir. On beşinci yüzyıldan on yedinci yüzyıla kadar bu terimler, toprak sahiplerini ve devlet tarafından ihale edilen büyük projeleri üstlenen bireyleri nitelemek için kullanılmışlardır¹.

Popüler bir fikir olan girişimci, kahramanlık, risk alma, para yaratmak, bireysellik gibi birbirleriyle alakalı farklı kavramlarla birlikte yorumlanmaktadır. Akademik literatürde girişimcilik, küçük bir işe sahip olmak, sektörü yönetmek ile bağlantılı olarak kabul edilmektedir. Diğer yandan büyük organizasyonlarda girişimcilik davranışları iş hayatından değil, yaşamdan kaynaklanmaktadır. Örneğin sosyal ve yurttaş girişimciler yetişmektedir. Girişimcilik genellikle çevreye uyum sağlamak olarak algılanmaktadır². Bilgi altyapısının spesifik bölümleri tarafından oldukça geniş etki yaratan ulusal yenilik sistemi, endüstrideki çeşitli modeller, kurumsal alt yapı toplumsal ve bireysel müşteri talebi ve hükümet politikacılar tarafından izlenmektedir. Bu değişik

¹ Ramazan Uygun, Türkiye’de Girişimcilik Kültürünü Yönlendiren Öncü Girişimciler Ve İbrahim Bodur Modeli, *Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Y.Lisans Tezi, Çanakkale 2006,s.6.

² David Taylor ve Liz Walley, *The Green Entrepreneur: Visionary, Maverick or Opportunist*, *Manchester Metropolitan University Business School Working Paper Series*, 2003,s.5-6.

unsurlar, risk almaya yönelik tutum, değişim ve girişimcilik gibi farklı boyutları yansıtmaktadır³.

Fırsatların önemine dikkat çeken bir düşünce biçimi ve planlı bir davranış türü olarak da kabul edilen girişimcilik⁴, günümüzde birçok ekonomist ve davranış bilimci tarafından, toplumda politikacılar kadar etkin rol alacağı yönünde kabul görmektedir.

Tabii ki girişimcilerin hepsi başarılı değildir. Birçoğu, çalışanlarının gelişiminin gerçekleşmesini, iş hayatında karlı bir organizasyon haline işlerini dönüştürmeyi başaramamakla birlikte işletmelerini tehlikeli bir periyoda sürükleyebilirler. Bunlar, başarısız girişimcilik ile ilgili özel, sosyolojik ve çok önemli sonuçlar doğurabilirler. Mali yapı, sosyal durum ve eğitim politikalarının sonuçları girişimciliği etkileyen enstrümanlardır. Piyasanın etkileri başarılı girişimcileri arttırabilir ya da girişimcileri başarısızlığa itebilir.

Girişimcilik faaliyeti, ekonomik büyüme için hayati ve ekonomiyi eyleme geçirmede önemli bir etken olarak tanımlanır⁵. Girişimcilik, bireysel ve toplumsal anlamda bir refah yarattığı için pek çok araştırmacının ilgi odağı olmuştur. Girişimcilik alanında yapılan araştırmalar şu tür sorulara yanıt aramıştır: 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 başarısızdır⁶.

Günümüzde ekonomik anlamda önemli olan girişimcilik şu soruyla ortaya çıkmıştır: Ekonomi teorisindeki rolü nedir ve nasıl gelişim sağlanır? Bu soruya cevap aranmaya başlanması ve girişimcilik teorisinin tarihsel gelişimi 18. Yüzyılın ortalarına rastlamaktadır.

Birçok tarihçi ve sosyal bilimci girişimciliğe yüksek saygı duymamışlardır. Girişimciler toplumu geliştirecek kişiler olarak düşünülmemiştir. Aristo'ya kadar girişimciler sadece karı düşünen hırsızlar olarak görülmüştür⁷.

Girişimcilik kavramının teorik olarak ilk resmi kullanımını Richard Cantillon 1730 civarında yapmıştır. Cantillon, gelirleri belirli olanlar ve belirsiz olanlar biçiminde toplumu iki sınıfa ayırmıştır. Girişimciler, geliri belirsiz olan toplumsal sınıfta yer almaktadır. Cantillon'la birlikte girişimcilikte risk üstlenme yaklaşımı başlamıştır. Cantillon, girişimciliği herhangi bir biçimde serbest çalışma olarak tanımlamaktadır. Para karşılığı tutulmamış ya da ücret karşılığı çalışmayan herhangi bir birey girişimcidir. Girişimci sınıf ile kiralanmış bireyler arasındaki fark serbest çalışmayla yaşanan ek

³ Bjorn T. Asheim, Arne Isaksen, Claire Nauwelaers, Franz Tödting, Regional Innovation Policy For Small-Medium Enterprises, *Edward Elgar Publishing Limited, Glesenda House Montpellier Prade Chaltenham Glos UK 2003*, s.5-6.

⁴ Norris F. Krueger JR, Michael D.Reilly, Alan L. Carsrud, Competing Models of *Entrepreneurial Intentions*, *Journal of Business Venturing*, Vol:15, Iss.5-6, 2000,s.411.

⁵ David H. Hsu, Edward B.Roberts, Charles E. Eesley, Entrepreneurs from technology-based universities: Evidence from MIT, *Journal Of Research Policy*, Vol:36, 2007,s.770.

⁶ Robert A.Baron, Cognitive Mechanisms in Entrepreneurship: Why and When Entrepreneurs Think Differently other people, *Journal of Business Venturing*, Vol:13, 1998, s.275).

⁷ C.Mirjam Van Praag, *Successful Entrepreneurship Confronting Economic Theory with Empirical Practice*, Edward Elgar Publishing Limited, Glesenda House Montpellier Prade Chaltenham Glos UK 2005,s.3-11.

belirsizlik olmaktadır. Cantillon'a göre girişimci bugünün koşullarında ürünleri belirli bir fiyattan alıp gelecekte ortaya çıkacak olan belirsiz bir fiyattan satmaktadır⁸.

Klasik ve Neo-klasik ekonomiden dolayı yanlış bir kavram olarak tanınan girişimcilik teorisi çoğunlukla boş verilmiş bir konudur. Günümüzdeki girişimcilik konsepti Anglosakson Amerikan ekonomi okullarının etkili ve uzun süreli çalışmalarıyla son dönemlerde doğru anlaşılmaya başlanmıştır.

Girişimcilik, batının modern ekonomisinin ilk yıllarında dönemsel önemde bir rol oynamıştır. J.B. Say 18. yüzyılda İngiliz tekstil endüstrisindeki artışın öncelikle Belçika Volanları ve Alman pamuk üretimindeki gelişmenin teorik olarak bilimsel kabiliyet ve girişimcilik becerisi ve girişimcilik faaliyetinin oluşmasının, ülke ekonomisinin gelişimi ve refahın artmasında önemli olduğunu göstermiştir. Klasik ve Neo-klasik ekonominin ilk zamanlarında 19. Yüzyılda ve 20. Yüzyılın başlarında girişimcilik fikrinden ve tarihsel nedenlerinden kaçınılmıştır. Adam Smith ve David Ricardo, Say'ın yaptığı gibi girişimciliğin kendine özgü üretim için faktörleri olduğunu kavramışlardır. Girişimci ya da patron terimleri 19. Yüzyılın ikinci yarısında John Stuart Mill, Francis Amosa Walker, Alfred Marshall ve diğerlerinin, yönetim fonksiyonlarının dinamik olması ve yeniliğin yan anlamlı terimi olarak yaptıkları çalışmalarla gelişmiştir⁹.

Bilim olarak girişimcilik "Niçin geçen 300 yılda bazı ülkeler çok zengin ve üretken olurken, diğerleri fakir kalmış?" sorusunu araştırırken 1940 ve 1950 yıllarında ortaya çıkmıştır. Schumpeter'e göre girişimde yenilik kapitalist toplumların üretimlerindeki büyümenin kaynağıdır. 1950'lere kadar tarihçiler girişimciliğin birçok alanı ve karakteriyle ilgili araştırmalar yaptılar ve bu araştırmaları ülkelerin uzun dönemli ekonomik performansıyla ilişkilendirirler.

Joseph Schumpeter 1947 yılında başladığı Ekonomi Tarihinde Yaratıcılık isimli ünlü çalışmasında ekonomi tarihçileri ve ekonomi teorisyenlerinin sosyal değer ve yaratıcılık ilişkisini araştırabileceklerini söylemiştir. Araştırmada, Schumpeter'in ana fikri girişimcilik ile alakalı kapsamlı kullanışlı tarihsel metotlara karşılık yaratıcılık ve adaptasyon ilişkisini geliştirerek çok sıklıkla aktarılmasıdır. Schumpeter, girişimcilik doğasını, zamandan zamana yerden yere karakterden karaktere farklılıkları olan uzun dönemli şekilsel vakalar, deneysel zorluklar olarak tanımlanmakta, kapitalist sistemde dinamik bir perspektif olarak zorunluluk olarak çalışılması gerekmektedir.

Girişimciliğin karakteri üzerine yapılan bu ulusal çalışmanın öncüleri ABD'de Cole Araştırma merkezinde çalışan Jenks, Cochran ve birkaç tarihçidir. Jenks ve Cochran İnsancıl sosyolojinin yapısal fonksiyonculuğunu Schumpeterci bireysel araştırmacı girişimciliğin ışığında tarihi ve sosyal girişimciliğin alanına uyarlamışlardır. "Yenilikler teorisi ne büyük bir adamdır nede bir kapandır" Jenks, 19. Yüzyıl Amerika'sında girişimciliği; yenilikçi sosyokültürel çevrede bazı önemli fonksiyonları olan insandır, yeniliği: fabrikalar arası ilişkiyi sağlamak ve ürünleri kullanılabilir duruma getirmektir. Bu görüş çoklu ulusal çalışmalarda belirli ülkelerde sosyal roller ve yaptırımlar girişimciliği nasıl etkiler üzerine kaymıştır¹⁰.

⁸ Uygun, a.g.t., s.6.

⁹ Geoffrey Jones, R. Daniel Wadhvani, Entrepreneurship and Business History: Renewing the Research Agenda, *Harvard Business School Working Knowledge for Business Leaders Working Papers*, 2006, 4-5.

¹⁰ Jones ve Wadhvani, a.g.m., s.8-9.

1.2. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ VE ETKİLERİ

Girişimciliğin önemi, girişimcilerin toplumun ihtiyaçlarını belirleyip, bunu yatırıma, sonucunda da toplumsal refaha dönüştürmelerinde yatmaktadır. Çünkü yatırım neticesinde istihdam ve gelir düzeyi yükselmekte, bireylerin ve genel olarak toplumun refah düzeyi artmaktadır. Yatırımlar ekonomik dengeye ulaşmada önemli etkenlerdir. Milli ekonomi açısından bakıldığında girişimcilerin yürüttüğü yatırım projeleri, aşağıdaki nedenlerden dolayı önem kazanır:

- Milli gelirden artış sağlanması,
- Gizli ve açık işsizliğin giderilmesi,
- Gelir dağılımında adaletsizliğin önlenmesi,
- Kalkınma ve sanayileşmenin yaygın hale getirilmesi,
- Dış ödemeler dengesinde açığın kapatılması,
- Yerli hammaddelerin üretimde değerlendirilmesi,

Genel olarak girişimcilik, ekonomideki makro dengelere, istihdama, bölgesel ve sektör el kalkınmaya önemli etkileri vardır.

2. BÖLGESEL KALKINMA

Kıt kaynakları ile kalkınmak zorunda kalan gelişmekte olan ülkelerin özellikle kalkınma hamlelerinde bölge kavramı ölçek görevini üstlenmesi nedeniyle oldukça önem arz etmektedir. Ne var ki bölge kavramının tanımlanmasında ortak fikir, bölgenin bir coğrafi alan veya mekân olduğu ve böylece bu alan veya mekân hakkında bir bütün olarak önemli ifadelerin kullanılabilmesi yönündedir¹¹

Açıklığa kavuşmamış bölge kavramının ifade ettiği mekân biriminin boyutu ve içeriği kavramın kullanıldığı bağlama göre değişebilmekte ve aynı bağlamda da farklılık gösterebilmektedir. Şöyle ki, Avrupa Birliği'nde planlama bağlamında bölgelerin kent ve anakent alanından çok, geniş ve kırsal bölgeye kadar çeşitli boyutlarda oldukları gözlenmektedir. Buna göre de, bir kısmı ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan homojen mekân parçası iken; bir kısmı işlevsel açıdan bütünlük gösteren birimler olarak yer almaktadırlar¹².

Bölgesel Gelişme Stratejileri Alt Komisyonu Raporuna göre “Geleneksel anlayışta bölge, yan yana gelmiş yerel birimlerin mekânsal bütünlüğü ile oluşan, ulus devlet dışına kapalı, ulusun denetiminde, sınırları çizilmiş bir birimdir. Küresel anlayışta ise” bölge, ilişki ağı ile belirlenen, mekânsal süreklilik koşulu olmayan yerlerin oluşturduğu, uluslar arası ilişkilere doğrudan açılan, sınırları değişken bir birimdir¹³ “ şeklinde tanımlanan bölge kavramı yine de, kentten büyük fakat ülke topraklarının bütününden küçük olan ve kendine özgü ekonomik, sosyal ve kültürel özellikler taşıyan ülke parçasıdır¹⁴.

¹¹ M. E. Hoover ve F. Giarratani (1993) An Introduction to Regional Economics: New York, 3. Edition, Alfred A. Knopf, 243,1993,s.16.

¹² Türkiye'de Bölge Planlamasının Evreleri. Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği, Ankara, 1993 Yay. No: 2,s.16.

¹³ Sekizinci 5 yıllık kalkınma Planı. Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2000,DPT,s.7.

¹⁴ A.Y. Gündüz Türkiye'de Bölgesel Dengesizlikleri Gidermeye Yönelik Politikalar, Banka ve Ekonomik Yorumlar,1990, Sayı 6,41-47.

2.1. BÖLGESEL FARKLILIKLARIN ORTAYA ÇIKIŞI

Bölgesel farklılık, aynı ülkenin farklı yerlerinde görülen her türlü eşitsizlik olarak tanımlanmaktadır. Çeşitli ülkeler arasında gelişme farklılıkları olduğu gibi, bir ülkenin bölgeleri arasında da coğrafi, iktisadi, sosyal ve kültürel bakımlardan da farklılıklar olabilir. Bölgeler arası dengesizlikler gelişmiş ülkelerde giderek azalırken, gelişmekte olan ülkelerde artmaktadır¹⁵.

Bölgeler arası farklılıklara; farklı bölgelerdeki kişilerin farklı miktar ve nitelikte ekonomik fırsatlara sahip olmasından kaynaklanan ekonomik fırsat eşitsizliği, sosyal imkânları olan eğitim, sağlık ve ulaşım gibi imkânlardan aynı derecede yararlanamamayı ifade eden sosyal fırsat eşitsizliği, siyasi oluşumlara yeterince katılamama gibi bir sonuç ortaya çıkaran siyasi fırsat eşitsizliği, bölgeler arası kültür, turizm ve ticaret farklılıklarını içeren kültürel fırsat eşitsizliği, doğal kaynaklardan kaynaklanan coğrafi fırsat eşitsizliğine neden olmaktadır.

2.2. BÖLGESEL FARKLILIKLARLA MÜCADELE

1960'lı yıllarda standartlaştırılmış teşvik sisteminin esas alındığı devlet destekli Keynesyen bölgesel politikaların, dünyada birçok az gelişmiş bölgede istihdam ve geliri arttırmaya yardımcı olsa da gelişmiş bölgelere kıyasla verimliliği arttırmakta etkili olmadığı görülmektedir. Bu durumdan hareketle bölgesel kalkınma politikalarının bir değişim sürecine girdiği görülmüştür. 1970'li yıllarda ortaya çıkan petrol krizi ile başlayan ve bölgesel kalkınma politikalarının daha önem kazandığı bu değişim süreciyle birlikte, 1980'li yılların sonlarına doğru geleneksel tavandan tabana tümden gelimli politikaların yerini, tabandan tavana tümevarımcı politikaların aldığı görülmektedir¹⁶.

Günümüzde ekonomik kalkınma, yerel iş imkânları ortaya çıkararak istihdam yaratmak yöre halkını üretime yöneltmek, yerel bazda kişi başına düşen milli geliri arttırmak gibi yerel bir boyut kazanmıştır. Bundan önceki merkeziyetçi, bölgeyi hazine kaynaklı sübvansiyonlarla destekleyen, kamu hizmetlerinin doğrudan bölgeye götürülmesine ve merkezi uygulamalarla istihdam yaratılmasına yönelik politikalar artık terk edilmektedir. Kalkınma politikası araçlarının değişmesine de neden olan bu dönüşüm bölgelerin ekonomik kalkınması önündeki engelleri ve bu engelleri kaldırmak için gerekli olan stratejileri en iyi o bölgede yaşayanların bileceği düşüncesi kapsamında şekillenmiştir. Yeni bölgesel kalkınma anlayışı çok uluslu şirketleri ve ulus ötesi sermayeyi çekebilmek için o bölgeyi çekim merkezi haline getirebilme düşüncesine dayanmakta iken az gelişmiş bölgelerin sanayileşmelerini yatırımların yapılmasına da bağlanmaktadır.

Yeni şekillenen bu kalkınma anlayışı, bölgede mevcut olan doğal, ekonomik, kültürel ve teknolojik kaynakların kullanılması yoluyla, yerel fırsatlardan en üst düzeyde yarar sağlamayı amaçlamaktadır. Bu amaçla yerel yönetimler, işletmeler, Sivil Toplum Kuruluşları, yerel istihdam büroları, sosyal taraflar, eğitim-öğretim kurumları, yerel politikacılar ve finans çevreleri gibi aktörler bir arada çalışmaktadır. Bu yaklaşım yerel ve bölgesel gelişme stratejilerinin önemli bir aracı olan "küme" oluşumunun da çekirdeğini oluşturmaktadır.

¹⁵ F. Tutar ve M. Demiral, Yerel Ekonomilerin Yerel Aktörleri: Bölgesel Kalkınma Ajansları, *Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Eskişehir 2007, S.2, s. 66.

¹⁶ Tutar ve Demiral, *a.g.m.*, s.66.

AB, IMF, Dünya Bankası gibi kurumlarda ülkeler için kalkınma stratejilerinde yerellik ilkesi üzerinde durmaktadır. Avrupa Birliği ayrıca bölgesel eşitsizliği azaltmak için çeşitli stratejiler belirlemektedir. Bölgeler arasındaki eşitsizlikleri azaltmak için AB bölgesel politikası çeşitli konularda yatırımları özendirilmekte ve çeşitli yollarla desteklemektedir. Bunlar;

Alt yapı geliştirme: Altyapı düzeyinde eşitsizlikler üye devletler arasında ve daha önemlisi farklı bölgeler arasında hala çok geniştir. Bu nedenle bölgesel politika, ulaştırma ve enerji şebekeleri, haberleşme bağlantıları ve su kaynakları ve atık yönetimiyle bağlantılı altyapılar gibi altyapılar geliştirme ihtiyacı duyulmuştur.

İşletmeler için destek: KOBİ'ler özellikle az gelişmiş bölgelerde zenginlik ve istihdamın başlıca yaratıcılarıdır. AB, KOBİ'leri desteklemek için teknolojik yenilenme ve araştırma, üretim sistemlerinin geliştirilmesi, endüstriyel işbirliği ve iletişim, insan kaynaklarının geliştirilmesi gibi konularda destek vermektedir.

Öğretim ve eğitim: Bölgesel politika uzun süreli işsizliğe karşı mücadele etmek gençlerin kadınların ve dışlanma tehdidiyle karşı karşıya olan başka insanların emek piyasasına entegrasyonunu teşvik etmek amacıyla yönelik öğretim ve eğitim programlarını desteklemektedir.

Çevrenin korunması: Doğal çevrenin muhafaza edilmesinden öteye bölgesel politika için esas mesele çevrenin uzun vadeli kullanımınıdır. Kaliteli tarım ürünleri ve yeşil turizmin geliştirilmesi, doğal parklar oluşturulması ve temiz teknoloji kullanan işletmeler kurulması yoluyla çeşitli faydalar elde edebilecek olan nispeten yoksul bölgeler için bu husus özellikle geçerlidir.

Araştırma ve geliştirme: Bilimsel etkinliğin dinamizmi bir ülkenin gelişme düzeyi ile yakından bağlantılı olduğundan AB zengin ve fakir bölgeler arasındaki teknoloji uçurumunu kapatmaya yönelik uzun süreli bir taahhüt içine girmiştir.

Yerel kalkınma: AB bölgesel politikası belirli bir yerel çevredeki kaynakların artmasına katkıda katkı da bulunabilecek olan bütün girişimleri teşvik etme ihtiyacını vurgulamıştır. Yeni girişimlere destek verilmesinde deneyim alışverişi ve işbirliği için şebekeler kurulması ve bunlara yardım edilmesi önemli bir rol oynamaktadır.

3.SOSYOKÜLTÜREL YAPI GİRİŞİMCİLİK İLİŞKİSİ VE BÖLGESEL KALKINMAYA ETKİSİ

Günümüzde sosyal sermaye, sosyal sorumluluk, sosyal girişimcilik, sosyal işbirlikleri ve sosyal pazarlama gibi kavramlar sıkça duyulur hane gelmiş ve iş dünyasında kullanılır hale gelmiştir. Özellikle 90'lı yılların başında insan-odaklı kalite politikalarının önemini vurgulayan uluslar arası kalkınma kurumları ve bu süreç içerisinde yaygınlaşan insani yönetim bakış açısı insan kaynağını ve insanı ilgilendiren tün konuları ön plana çıkartmıştır.

Sosyal sermaye; toplumu bir arada tutan tüm değerleri, politik ve sosyo-ekonomik alanda gelişmesini etkileyen örf, adet, gelenek, insan ilişkileri, iş bağları ve kanunlarını irdelerken, sosyal sorumluluk özelliği ve kurumların birbirlerine olan karşılıklı bağımlılığı ve ilişkisi üzerinde durması küreselleşme ve özelleştirme akımıyla birlikte kurumlarında sosyal sorumluluğu tekrar önem kazanmıştır¹⁷.

¹⁷ Nils S. Navaie, Sosyal Faydada Pazarlamanın Yeri, Marketin *Türkiye*, 2007,s.1.

Fransız Sosyolog Pierre Bourdieu tarafından geliştirilen sosyal sermaye kavramı James Coleman'ın "Foundations of Social Theory" adlı eserinde genişletilmiş ve ekonomik gelişme sorunu ile ilişkilendirilmiştir. Sosyal sermaye kavramı farklı anlamları içermektedir. Örneğin sosyal sermaye belli bir bağlamdaki eylemleri kolaylaştıran sosyal etkileşimler, sosyal bağlar, güven ilişkileri, değer isimleri gibi farklı toplumsal alanları kapsayacak şekilde tanımlanmaktadır. Yine bir organizasyon açısından sosyal sermaye, sosyal ve kültürel ilişkiler yoluyla elde edilen kaynaklar anlamını taşıyabilmekte, sosyal ve kültürel ilişki örgütlerinin küresel üretim süreçlerine uyum sağlamayı kolaylaştıran ya da engelleyen etkileri bulunabilmektedir¹⁸.

Küçük girişimcilerin sosyal sermayeleri birçok şekilde tarif edilebilir. Nahapiet ve Ghoshal sosyal sermayeyi üç boyutta açıklamıştır; yapısal, ilişkisel ve bilişsel. Yapısalcı boyut bireyin ağ büyüklüğü veya küçük girişimci ağındaki insanların sayısı, ağ gücüyle ya da bireylerin arasındaki bağın gücüyle, ağı homojen ve heterojen seviyesiyle ve ağların bir amaç için diğerleriyle durumunun varlığıyla ilişkilidir. İlişkisel boyut, bireylerin kendileri arasında tarihsel iletişimleri doğrultusunda geliştirdikleri ilişkilerle ilgilidir. Bu ilişkiler birçok yönden oluşur; güven veya diğer bireyin eleştirilerine açık olma, normlar veya davranışın beklentilerinin genelleştirilmesi, karşıt normların sorumlulukları yükümlülükleri ve beklentileri veya gelecekteki kesin davranışların gerçekleşmesi, tanımlama ya da insanların kendilerini diğer insanların ya da grubun yerine koyması yöntemi ve bireylerin kendilerine hedef belirlemesi gibi. Bilişsel boyut; tanımlamanın, açıklamanın ve anlamın sistemleridir, paylaşılan dil, anlatım, genel bakış, genel anlayış gibidir¹⁹.

Şimdi birçok ekonomist, ekonomik gelişmede birçok ekonomi dışı faktörün olduğunu, bunların sosyoloji ve psikoloji ile alakalı olduğundan söz etmektedir. Max Weber (1864–1920)'in çalışmaları bu konuyla ilgilidir. Weber'in tezi şunu sunmaktadır: Akılcı birikim sistemi için gerekli ekonomik koşullar, sistematik olarak meydana gelmesi, bu gününün etkileri tarafından belirlenmektedir. Yapısal koşullar, kültürel faktörlerin etkisi ile meydana gelmektedir. Bu uygun sosyal kültürel çevre, endüstriyel ya da ekonomik gelişme için öncelikli gerekli olan her şeydir. Yaratımcı girişimci ile girişimcilik aktiviteleri, çevresel koşullar ve girişimci davranışları, sosyokültürel yapı tarafından oluşturulmaktadır²⁰.

Sosyokültürel özellikler, sosyal sermaye kavramının oluşumunu etkilediği kadar girişimciliği de çeşitli yönlerden etkilemektedir.

3. 1. SOSYOKÜLTÜREL YAPININ GİRİŞİMCİLİĞE ETKİSİ

Girişimcilik üzerine yapılan çalışmalarının çoğunda farklı tanımlamalar geliştirilmekte ve yapılan bu tanımlamalar aracılığıyla girişimcilerin ortak kişilik özellikleri belirginleştirilmektedir. Girişimcilik faaliyetini kolaylaştıran ve girişimci olmaya izin veren kişilik özelliklerinin neler olabileceği ve nasıl olması gerektiği yönünde yapılan

¹⁸Nalan Yetim, Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği, *Mersin Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 2006,s.80.

¹⁹ J. Tata ve S. Prasad, National Cultural Values, *Social Capital, Collaborative Exchange and Micro- Enterprise Performance*,2007,s.3.

²⁰ Shradha Shivani, S. K. Mukherjee, Raka Sharan, Structural Interventions For Favourable Sociocultural Influences on Indian Entrepreneurs, *Conference on Entrepreneurship and Human Rights Fordham University, New York City, August 2005,s.2*.

çalışmalarda genellikle yaratıcılık, rekabetçilik, başarı yönelimli olma, risk alma gibi atıflarda bulunmaktadır. Bu çerçevede girişimcilik sadece ekonomik faaliyet alanı olarak değil, başarı gereksinimine dayalı bir kişilik yapısı olarak ele alınmaktadır. Girişimciler yenilikçi, yaratıcı, risk alan, ortaya çıkan fırsatları maksimum ölçüde değerlendirebilen özellikleri ile ekonomik gelişmeye dinamizm kazandıran, yeni firmaları kuran ve geliştiren bireysel aktörler olarak öne çıkmaktadır.

Bununla birlikte son dönemlerde girişimciliği kişiye özgü karakteristiklerle açıklamanın dışında, bölgelerin sosyal, kültürel ve ekonomik özellikleri ile birlikte değerlendirilen çalışmalarda yoğunluk kazanmıştır. Bölgelerin sosyo-ekonomik özellikleri ile girişimcilik arasında oldukça belirgin ilişkiler bulunmaktadır. Bu bağlamda girişimcilik bireyin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik ve kültürel yapının bir ürünüdür. Aile, toplumsal davranış örüntüleri, eğitimin kalite ve düzeyi ile genel ekonomik koşullar bireyin girişimcilik ruhunu geliştirmesini ve sahip olduğu girişimci niteliklerini olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir.²¹ Günümüzde politikacılarda girişimciliği teşvik eden işe başlamayı özendiren kimliksel faktörlere yönelik yapılan araştırmalara ilgi duymaktadır. Girişimciliğe çevrenin rolü, popülasyonun üzerindeki ekoloji teorisi ve kaynak bağımlılık teorisidir. Girişimcilik literatürüne göre sosyal kültürel değerler ve iş çevresi çevrenin başlıca etkenleridir. Sosyokültürel etkenler, girişimcilik değer ve etkileri ve çevresel faktörleri, yeterli teknoloji, iş yeteneği, merkezi ve ayrıntılı organizasyon teşvikleri, müşteri tercihleri ve etkileyici pazar koşulları, hükümetin rolü, iş hayatının gelişmesindeki engelleri ya da yardımcı yenilikleri içermektedir²².

Bireysel olduğu kadar toplumsal ve kültürel bir olgu olan girişimciliğin oluşumunu etkileyen pek çok sosyo-kültürel, ekonomik ve politik faktör vardır.

3.1.1. KÜLTÜREL YAPININ ETKİSİ

Birçok ülkedeki en önemli sosyal koşul, teknolojinin oluşumu ya da organizasyonun gerçekleşmesi için olumsuz bilinen kültürdür. Batı ülkeleri, iki yüzyıldır kültürlerini endüstriyel ve organizasyonel yaşam biçimine adapte etmişlerdir ancak birçok ülke bunu gerçekleştirememiştir. Batının iş yaşamının alt yapısı, ileri teknoloji ve hataları karşılamının toleransının yüksek olmasıdır²³.

Girişimciliği etkileyen en güçlü birincil faktör çevredir. Birçok hükümet, daha fazla girişimci ekonomiye ve güçlü girişimcilik kültürü ve iklimi yaratmaya ihtiyaç duyarlar fakat bu durum nadiren güçlü bir şekilde görülür ve geniş çaplı politik araçlar kullanılır. Ülkelerin güçlü girişimcilik kültürüne sahip olmaları, girişimcilik kavramının tanıtım aktifliği ile gerçekleşmektedir. Genellikle, girişimciliğe yönelik yapılan çizgisel tanıtım çabaları ile etkileyici girişimcilik faaliyetleri ile iş hayatındaki başarıya yol açabileceği arasındaki ilişki vardır²⁴.

Çevresel girişimcilik, uygulamalar, metotlar ve tarz yaratma yönüyle firmanın stratejik çevresinin ele geçirmektir. Miller girişimci karakteristikleri olan firmaları şöyle

²¹ Yetim, a.g.m., s.80.

²² Wee-Liang Tan, Denis H. Y. Leung, Thomas M. Begley, The Influence of Political Factors on Entrepreneurship Intentions, *Singapore Management University, School of Business*, 2003, s.2.

²³ John W. Nestrom, Keith Davis, *Organizational Behavior Human Behavior at Work*, McGraw-Hill Higher Education 11. Edition, 2005, s.397.

²⁴ Anders Lundström, Lois A. Stevenson, *Entrepreneurship Policy Theory and Practice*, ISEN International Studies in Entrepreneurship University of Baltimore, Maryland USA 2005, s.251.

özetlemiştir: Girişimci firma, üretim piyasasında yeniliği taahhüt eden, riski kabullenebilen ve proaktif yeniliklerle yarışabilenlerdir. Temelde araştırmalar çevresel girişimciliğin üç kolu olduğunu göstermektedir: Yenilik, proaktiflik ve risk alma. Çevresel girişimcilik, Pazar fırsatlarına yönelik yenilik isteksizliğinin canlandırmak, risk alarak yeni ürünlerin üretilmesini denemek, yeni pazar fırsatlarına yönelik daha fazla rekabet gerektirir²⁵.

Ulusal ekonominin büyümesi ve gelişmesinin girişimcilik ile ilişkisi girişimcilik kavramından önce çok az biliniyordu. Weber'in teorisi ve McClelland Protestan etiği uygun toplumlarda girişimcilik olabileceğini, Anglosakson toplumlarda kolaylıkla gelişemeyeceğini söylemişlerdir. Oldukça az olan çalışmalarda, ulusal farklılıkların girişimcilik potansiyelini anlattığı, sosyal gelenekler ve ulusal kültür gibi ulusal özellikler potansiyel girişimcilik farklılıklarını açıkladığını tanımlanmaktadır. Temel olarak, anlaşılabilir hiçbir toplumu hem ulusal kültür, hem de gelenekler olmaksızın tanımlamak mümkün değildir. Ulusal kültürde uyum, sosyal gelenekler iş kültürünün oluşmasına da yardımcı olur. Sosyal gelenekler, toplumdaki girişimcilik potansiyeline yönelik araştırmalarla yaratıcılığa neden olan koşullardan olduğunu göstermiştir. Bu durumu ulusal bağlamda anahtar elementler, isimler, kültür ve baskın gelenekler hem bireysel hem de organizasyon el yünden etki sağlamaktadır²⁶.

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. Ulusal kültürleri eril dışıl, bireycilik ve kolektivism, güç mesafesi, belirsizlikten kaçılma boyutlarında araştırmıştır²⁷.

Bireycilik, sosyal bağların ve bağlılıkların çözüldüğü toplumlara özgü bir kavramdır. Böyle bir toplumda herkes, sadece kendisi ve ailesiyle ilgilenir. Bireyci anlayışın hâkim olduğu kültürlerde sosyal kimlik ya da özdeşlik bireysel katılım ve katkı temeline dayanır. Temel sosyal değerler, kişinin inisiyatifi ve başarısının önemini vurgular. Özerklik, çeşitlilik, bireysel haz ve kişinin finansal güvenliği gibi hususlar grup sadakatinden daha fazla önem taşır. Netice olarak bireyci anlayışın hâkim olduğu ülkelerde, kişiler daha çok bireysel kazançlarıyla ilgilendiklerinden istihdam yani yeni iş kurma hareketliliği de daha fazla olmaktadır²⁸.

Kolektivist kültür ise bireyin ait olduğu grubun çıkarlarının kişisel çıkarlara üstün tutulduğu, paylaşmaya, işbirliğine ve grubun uyumuna önem verilen, grubun refahına ilginin yüksek olduğu bir kültürü ifade eder. Kolektivist kültürün hâkim olduğu bir örgütte çalışan bireyler grubun bir parçası olduklarına inanırlar ve bireysel

²⁵ Dean A. Shepherd, Johan Wiklund, *Entrepreneurial Small Businesses A Resource-Based Perspective*, Edward Elgar Publishing, Chaltenham UK 2005,s.101.

²⁶ Manjula S. Salimath, John B. Cullen, K. Praveen Parboteeah, *Variations in Latent Entrepreneurship: A Contextual Explanation Across Nations*,2007,s.2.

²⁷ Semra Güney, *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Siyasal Kitabevi, 2. Baskı, Ankara 2004,s.249–250.

²⁸ Rifat İraz, *Girişimcilik ve Kobi'ler*, Çizgi Kitabevi, Konya, 2005,s.186.

çıklarlarını düşünmeksizin gruba katkı vermeye hazırdırlar. Grubun üretimi konusunda kendilerini bireysel olarak sorumlu görürler ve grup ödülleri paylaşmaya eğilimlidirler.

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, kendi yeterlilik üzerine bir vurguya ve insanların kendi başarısından gurur duyduğu bir kültüre işaret ederken; toplumsuluk, paylaşım işbirliği ve kişisel ilgilerin daha geniş bir çalışma gurubuna bağlandığı bir durumu ifade eder. Bireyci kültürlerde bireyin kendini algılayışı ve kendine güveni geliştiği için girişimcilik konusunda toplumcu girişimciden daha cesur olmaktadır. Benzer şekilde bireyselleşmeyle 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 kolektivist bir kültüre sahip olmasına bağlanmıştır²⁹.

Hofstede belirsizlikten kaçınmayı; bir kültürde bireylerin belirsiz ya da bilinmeyen durumlardan duyduğu korkunun boyutu şeklinde tanımlamaktadır. Belirsizlikten kaçınma düzeyinin düşük olduğu kültürlerde bireyler belirsizliği mümkün olan en iyi şekilde yönetmeyi kabul ederler. Belirsizlikten kaçınma düzeyinin yüksek olduğu kültürlerde ise, sosyal yapı kişilerin karşılaşacakları belirsizliği minimize etme üzerine kurulmuştur³⁰.

Hofstede'in araştırmasına 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. 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 kolay iş değiştirebilmektedirler.

Genel anlamda bakıldığında daha gelenekçi toplumlarda belirsizlikten kaçınma özelliği yüksek olduğundan kişiler daha sağlamcı olmakta ve risk alarak girişimci olma özellikleri düşük olmaktadır. O nedenle bu tür toplumlar yaratıcılık ve yeni fikirleri ortaya çıkarmaya meyilli toplumlar değildir. Bu duruma tek istisna Japonya görünmektedir.

Hofstede'e göre örgütlerde eril değerler başarı, yarışma, hırs ve benzeri nitelikler 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.

Günümüzde gelişmiş ve küreselleşmiş ülkelerde, yüksek rekabet koşullarında iş hayatı sürdürüldüğü için bu tarz özelliklere sahip toplumlarda hırs ve yarışmaya önem

²⁹ Güney, a.g.e., s.250-251.

³⁰ İraz, a.g.e., s.189.

verme ikili ilişkileri önemsiz bulma özelliği ön plandadır. Genellikle Avrupa'daki birçok ülke ve ABD gibi ülkeler samimi ilişkilere önem vermezken Asya toplumlarında bu tür ilişkiler rekabet, başarı, hırs kavramlarından daha önemlidir. O nedenle doğu kültürlerinde ikram ve ağırlama davranışı sıklıkla görülürken batı toplumlarında bu davranışa fazla rastlamak mümkün değildir.

Eril toplum içerisindeki insanlar, kendi yaşam kaliteleri içerisinde ilişki içerisinde oldukları insanlara yönelik olarak, sosyo-ekonomik rekabet içerisinde bulduklarından iş yaşantılarında daha girişimci özellikler ortaya koyarlar. Dışıl toplumlarda ise elindekiyle yetinme durumu daha çoktur.

Güç aralığı ve ast-üst ilişkisiyle ilgili olarak, Hofstede'in sınıflamasında genel olarak Batı yazınında yer almayan ancak kolektif ve hiyerarşik kültürlerde olduğu ileri sürülen paternalizm olgusu da önemli bir kültürel boyut olarak karşımıza çıkmaktadır. Paternalizm, 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. Paternalizmin hâkim olduğu kurum ve toplumlarda, ebeveyn ile evlat arasındaki ilişkiye benzeyen ast-üst ilişkileri nedeniyle, üstler kendilerine sadık olanları daha çok sevip, ödüllendirmektedir; bazı çalışanlar bundan mahkûm bırakılmaktadır.

Paternalizm olgusunun girişimcilik açısından önemi, yukarıda ifade edilen durumun zamanla bazı bireylerde lidere yakın olma çabasına ve her şeyi liderden bekleme alışkanlığına; diğerlerinde ise kendini önemsiz görme duygusuna ve öğrenme ile gelişme isteksizliğine yol açmasıdır. Nitekim Aycan'ın araştırmasında paternalizmin yüksek olduğu ülkeler arasında yer alan Türkiye'de çalışanların baba veya ağabey yerine koydukları yöneticilerin yol göstericiliğine ihtiyaç duymaları ve arkalarını onlara yaslamaları nedeniyle proaktif olamadıkları ve işlerini inisiyatif olarak yapamadıklarına ilişkin yerleşmiş bir inancın olduğu belirtilmektedir³¹.

3.1.2. AİLE YAPISININ ETKİSİ

Girişimcilik üzerinde toplum içerisinde önemli bir rolü olan aile kavramının çok büyük etkisi vardır. Çocuğun aile içerisinde aldığı eğitim ve görgü onu yaşamı boyunca etkilemektedir. Zamanla toplumdaki değer yargılarının değişmesi de aile yapısını değiştirmekte böylelikle toplumda yer alacak bireylerin özellikleri de değişmektedir.

Ailenin çocuğu erken yaşlarda deneyim kazanması için cesaretlendirilmesi ve eylemlerinde desteklenmesi bireyin girişimcilik duygusunu geliştirmektedir. Aynı şekilde ailenin çocukları eleştirmesi, engellemesi ve cezalandırması ise çocuklarda suçluluk duygusunu geliştirerek başarısızlık korkusuna yol açmaktadır. Ataerkil aile yapısının görüldüğü tarımla uğraşan kırsal kesimde ailenin etkisi, anne babanın sıkı denetimi ve itaatın belirginleştiği bir ortamda gerçekleşir. Öyle ki bu ailelerde aile üyelerinin meslekleri ve statüleri de ailede tespit edilmektedir. Dolayısıyla bu tür 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 arzusunun yok

³¹ Güney, a.g.e., s.252.

etmektedir. Ayrıca kırsal kesim insanların kendilerine sürekli olarak güvence arama içgüdüsüyle hareket etmeleri ve devlet kapısında çalışmak istemeleri bu kesimin çocuklarının girişimci olmasını engellemektedir³².

3.1.3. DİN FAKTÖRÜNÜN ETKİSİ

Toplumun kültürünü oluşturan en önemli unsurlardan biri olan dinin, o toplumun iktisadi hayatı üzerindeki etkisi hep tartışılan bir konu olmuştur.

Dinsel değerlerin girişimci davranışlara yol açtığını ifade eden ilk bilim adamlarından biride Max Weber'dir. Girişimcilik kültürüne etki edebilecek bir diğer boyutu Protestan İş Ahlakı ile ifade edilebilir. Weber, bazı toplumlarda girişimcilğe yönelik eğilimin diğer toplumlardakinden daha fazla olduğu iddiası ile girişimcilik teorisinde kültürün rolüne işaret etmektedir. Weber toplumsal düzeyde girişimsel faaliyetlerdeki farklılıkların kültürel ve dinsel faktörlerle ve özellikle bir toplumun Protestan iş ahlakını kabul etmesi ile açıklanabileceğini ileri sürmüştür. Weber ve McClelland'ın etkisi ile ideal bir girişimci profili Protestanlığın özelliklerini yansıtır hale gelmiştir ve sonuçta Amerika'daki bireyciliğe ve başarı güdüsüne dayalı kültür tüm girişimcilik dünyasında egemen olmuştur.

İslamiyet ve girişim ruhunu arasındaki ilişkilerini araştırmak amacıyla yapılmış ciddi ve sağlıklı çalışmalar, İslamiyet'in servete ve kazanca karşı tutumunun olumlu olduğunu göstermiştir. Dolayısıyla Osmanlı İmparatorluğu'nda Müslümanların iktisadi hayata girmelerini veya sokulmamış olmalarını yalnızca İslam dinine dayanarak açıklamak eksik olacaktır³³.

Kısaca dünya üzerindeki ticaret hayatının egemenliğinin Yahudilerde olduğu dikkate alındığında, din faktörünün girişimciliği etkilediği ortadadır.

3.1.4. EĞİTİMİN ETKİSİ

Girişimcilik alt yapısının oluşmasında toplumdaki eğitimin seviyesi ve kalitesi oldukça etkilidir. Örneğin teoriden çok uygulamaya dayanan, yeni nesillere daha inisiyatif vererek, sorumluluk vererek, motivasyon aşılıyarak, kişisel beceri ve yaratıcılığı destekleyen eğitim sistemleri daha başarılı olmaktadır. Bu şekildeki eğitim sistemlerine sahip ülkelerde ekonomik gelişme daha rahat gerçekleşmektedir. Motivasyon aşılama, esinlenme kabiliyeti ve boş kalmış motivasyonu davranışlardan ayırarak kanıtlamaktır. İstek göstermek ve olumlu takım çalışmasının sonuçlarını içeren davranışlar boşta kalmış isteklere yönelik pozitif sonuçlar içerir³⁴.

Düşünce ve eylem olmadan yaratıcılık yoktur. Düşünce ve eylem hiçbir zaman ayrı hareket etmez. Yaratıcılık süreci bir şekilde genel olsa ve durumdan duruma değişmese bile, yaratıcı hareket ve onun sonuçları temel olarak toplumlara özeldir. Yaratıcılık daima özel bir kültürde olur. Yaratıcılık riskli bir işe başlamak için başarının anahtarıdır. Günümüzde farklı yaratıcılık ve yaratıcı girişimcilik arasındaki benzerlik hakkında çok sayıda seminer, akademik ve eğitsel programlar yapılmaktadır. Yaratıcılık üretmeden ayrılmaktadır. Yaratıcılık, üretme kavramından ayrılmaktadır. Yaratıcılık,

³² Güney, a.g.e., s.254.

³³ Güney, a.g.e., s.255.

³⁴ Punam Sahgal, Anil Pathak, Transformational Leaders: Their Socialization, Self-Concept and Shaping Experiences, *International Journal of Leadership Studies*, Vol 2 Issue 3, 2007, s.264.

yeni ve yararlı bir fikrin gurup veya bireysel olarak üretimidir. Yani, anlamlı yeni şekiller yaratma yeteneğidir.³⁵

3.1.5. PSİKOLOJİK FAKTÖR

Bireylerin kendi işletmelerini kurmalarında etkili olabilen yaş, cinsiyet, eğitim, anne-baba mesleği gibi bazı demografik faktörler yanında sosyal ve psikolojik faktörlerde bulunmaktadır. McClland yakın ilişki, güç ve başarının içgüdüsel arzular olmaktan çok öğrenilmiş ihtiyaçlar olduğunu vurgular. Girişimcilerin, başarı ihtiyaçlarını inceleyen Stormer ve arkadaşları da McClland'ın görüşlerine ek olarak yüksek başarı güdüsünün yöneticiler ve üniversite öğrencilerine kıyasla girişimcilerde daha yüksek olduğunu bu yüzden başarı güdüsünün esasen bir girişimcilik özelliği olduğunu bu yüzden başarı güdüsünün esasen bir girişimcilik özelliği olduğunu belirtmektedirler.

3.1.6. YASAL, SİYASAL VE İDARİ FAKTÖRLER

Bir ülkedeki yasal, siyasal ve idari ortam ile koşulların girişimciliğin gelişip gelişmemesinde önemli payı vardır. Eğer ilgili ülkede girişimcilik aleyhine bir oluşum veya şüphe var ise bu durum yasalara, idari kararlara ve siyasal arenaya da yansacaktır. Yasal düzenlemelerin, ekonomik politikaların ve bürokratik mekanizmanın girişimciliği teşvik ettiği ortamlarda girişimcilik daha rahat kök salıp gelişebilecektir³⁶.

3.2. GİRİŞİMCİLİĞİN BÖLGESEL KALKINMAYA ETKİLERİ VE TÜRKİYE'DE BÖLGESEL KALKINMAYA YÖNELİK FAALİYETLER

Her bölgenin farklı üretim sektöründeki görece üstünlükleri eşit olmadığından sektörler arasındaki eşit olmayan büyümeler, bölgeler arasındaki büyüme farklılıklarını meydana getirir. Bir sistemde büyümenin bölgelerarası dağılımında sektörler arası girdi-çıkı ilişkileri veya karşılıklı bağımlılık önemli etkiler yapar. Gerçekte teknolojik gelişmeler girişimciyle birlikte hareket eder. Bu nedenle girişimci içinde bulunduğu bölgeye üstünlük kazandırır. Bu üstünlük sadece yatırımları ve dolayısıyla iş gücünü bir bölgeye yığmakla kalmaz, aynı zamanda bölgede kişi başına düşen geliri de artırır.

Belirli bir mal ya da hizmeti üreten firmaların oluşturduğu topluluğa sektör adı verilmektedir. Sektörel gelişmeler, milli gelir bileşenleri açısından incelendiğinde üç ana başlıkta toplanabilir. Bunlar tarım, sanayi ve hizmetler sektörüdür. Bu sektörlerden her birine ilişkin faaliyetlere, farklı coğrafi bölgelerde rastlamak mümkündür.

Girişimciler, bir taraftan firma düzeyinde, ürün üretim ve pazarlama alanlarında yenilikler yoluyla hızlı bir gelişim sürecine girerken, diğer taraftan, ait oldukları sektör içinde örgütlenerek, ulusal ve uluslar arası düzeyde isteklerini veya çıkarlarını ortak bir ifadeye dönüştürmektedir. Girişimciler, yeniliğe olan ilgilerinin doğal sonucu olarak, yeniliğe en duyarlı olan imalat ve hizmetler sektöründe yoğunlaşmıştır. Bu sektörlerin girişimci faaliyetlerinden etkilenerek hem kutuplaştıkları hem de milli geliri artırdıkları söylenebilir. Girişimcinin sektör el etkisi aynı zamanda istihdam düzeyini ve kalitesini de etkilemektedir.

³⁵ Maria Bonnafous Boucher, Miruna Radu, Creation And Creativity: Success Factors of Entrepreneurship And Key Topics For Entrepreneurship Training, *Research Headmaster In Entrepreneurship and Intropreneurship, Advancia Chamber of Commerce and Indury Paris*, 2004,s.2-5.

³⁶ İraz,a.g.e.,s.178.

Girişimciliğin yüceltiildiği, teşvik edildiği ve korunduğu ülkelerde ekonomik büyüme oranlarının ortalamasının üzerinde olduğu kanıtlanmış bir gerçektir. Girişimci ekonomik kaynakların düşük üretkenlik alanlarından yüksek alanlara aktarılmasının baş aktörü ve sürdürülebilir büyümenin lokomotifidir.

Sanayideki yapılanmanın iyileştirilmesi, rekabet gücünün ve ekonomik büyüme oranının artması istihdam ve genel gelir seviyesinin yükseltilmesi için girişimciliğin desteklenmesi kaçınılmazdır. Girişimcilerin, Türkiye'nin kendine özgü genel kronik sorunlarının aşılması anlamına da gelen abartısız ve gerçekçi beklentilerine kulak vermesi gerekmektedir. Bunlar, bürokrasinin kolaylaştırılması, sektörde çağdaş ve kalıcı devlet politikalarının yerleştirilmesi, finansman konusunda kolaylıklar sağlanması, teşviklerin artırılması, üretimde standartlarının kabulü ve denetlenmesi ve altyapı yetersizliklerinin giderilmesi olarak özetlenebilir. Devlete yönelik diğer önemli beklenti, kamunun özel sektöre bakış açısıdır. Devlet, kurum ve kuruluşlarının Türkiye'deki girişimci ve sanayiciye bakış açısı da objektif kriterlerle yenilenmeli, risk alarak ülke ekonomisine gelir, istihdam, işbaşında eğitim ve yeni teknoloji sağlayan ve en önemlisi yasalara bağlı tutumlarıyla kayıt dışı ekonominin daha da büyümesini engelleyen bu insanlara olumlu ve saygılı yaklaşılmalı, destek olunmalıdır.

Türkiye'de bölgesel istihdama yönelik çalışmalar Beş Yıllık Kalkınma Planlarıyla sürdürülmeye çalışılmıştır. Beş yıllık gelişme planları önceliği bölgeler arasındaki eşitsizlikleri azaltma ilkesini temel almıştır. Ancak beş yıl içerisinde politik dalgalanmaların içinde uygulanmış ve batı bölgelerinde endüstriyel yoğunlaşma süreci sürmüştür. Sadece batı ve batı bölgelerinde görülen ve bütün bölgelerde görülmemesi şeklinde çıkan bu başarısızlığın nedeni yeterli fiziksel ve sosyal altyapı yatırımlarını sağlamak için az gelişmiş alanlarda sanayinin hayatta kalması için gereken koşullar Türkiye'nin sınırlı kaynaklarından dolayı büyük coğrafi boyut ve dağınık yerleşim nedeniyle sınırlı kalmıştır.

Bölgesel farklılıkların ortadan kaldırılması için nüfus politikaları oluşturulması, büyük kentlere göçün azaltılması için orta büyüklükte kentler teşvik edilerek bölgesel cazibe merkezleri oluşturulmalı ve buralarda insan kaynakları alt yapısının geliştirilmesine öncelik verilmelidir. Bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarını ortadan kaldırmak için bölgesel politikalar geliştirilmelidir. Bölgesel gelişme sürecinde sektörel etkinliklerin karşılıklı bağımlılığının vurgulanması ve kapsamlı olması, bölge için stratejik vizyonlar geliştirilmesi, ulusal ölçekleri ve yerel talepleri yansıtması, bölge planı yapma ve uygulamasında yerel katılımın sağlanması gerekmektedir. Bölgesel geliştirme politikalarında temelde sürdürülebilirlik, yaşam kalitesinin iyileştirilmesi, sosyal ve ekonomik dengelerin, kültürel çeşitlilik ve fırsat eşitliğinin, sosyal, ekonomik ve siyasal katılımcılığın sağlanması yaklaşımları benimsenmelidir.³⁷

Bu yaklaşımlar dikkate alınarak ülkemizde bölgesel farklılıkları azaltmak için KOBİ'lerin etkisinin farkında olarak KOBİ temelli stratejiler ile hem girişimciliği hem de istihdamı teşvik etmek mümkün olmaktadır.

³⁷ Murad A.Kasalak, Avrupa Birliği'ndeki İstihdam Stratejileri İle Türkiye'deki İstihdam Stratejilerinin Ekonomik Anlamda Karşılaştırılması, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi*,2007,s.130–132.

5. SONUÇ

Girişimcilik kavramı akademik anlamda, küçük bir işe sahip olmak, sektörü yönetmek ile bağlantılı olarak kabul edilmektedir. Öncelikle mikro olarak düşünüldüğünde kendi iş yapısını şekillendiren girişimciler, makro düşüncede kendi sektörlerine, faaliyet gösterdikleri kendi bölgelerine ve ülke ekonomisinin tamamına artı katma değer ortaya koyarak bir etki gerçekleştirmektedirler.

Girişimci, başlıca teknolojiyi kendi işletmesine uygulayarak, çevresine yaratıcılık ve dinamizm getirir. Girişimciler, bir taraftan firma düzeyinde, ürün üretim ve pazarlama alanlarında yenilikler yoluyla hızlı bir gelişim sürecine girerken, diğer taraftan, ait oldukları sektör içinde örgütlenerek, ulusal ve uluslar arası düzeyde isteklerini veya çıkarlarını ortak bir ifadeye dönüştürmektedir. Girişimciler, yeniliğe olan ilgilerinin doğal sonucu olarak, yeniliğe en duyarlı olan imalat ve hizmetler sektöründe yoğunlaşmıştır. Bu yoğunlaşma bölgesel kalkınmayı sağlamak amacıyla yaratıcılık faktörünün gelişmesini sağlamaktadır.

Girişimciliğin dinamikliği, aynı zamanda bölgesel anlamda istihdam imkânlarının artmasına ve aynı zamanda bölgesel refah seviyesinin artırılarak milli gelirinde artmasına neden olmaktadır. Dinamik girişimciyi oluşturan başlıca etken ise o bölgedeki sosyokültürel değerler olmaktadır. Bölgedeki eğitim, kültür yapısı, ailenin etkisi, din faktörünün etkisi gibi unsurlar girişimci özelliklerini de etkilemektedir. O nedenle ülkemizde de diğer gelişmekte ülkelerde olduğu gibi bölgesel farklılıkları önlemede girişimciliği destekleme ve girişimci kişiler yetiştirme önemli olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında ülkemizde bazı bölgelerde iş imkânlarının ve sanayileşmenin fazla olması da o bölgedeki sosyal yapının girişimciliğe uygun olmasından kaynaklanmaktadır.

Kısaca sosyokültürel değerler girişimciliği, girişimcilikte bölgesel kalkınmayı etkilemekte, girişimcilik kültürü oluşturan bölgeler, bölgesel eşitsizlikten en az olarak etkilenmekte, yenilik ve yaratıcılık unsurlarını kendilerinde barındırmaktadırlar.

KAYNAKÇA

- ASHEİM, B.T., ISAKSEN, A., NAUWELAERS, C. ve diğerleri, Regional Innovation Policy For Small-Medium Enterprises, Edward Elgar Publishing Limited, Glesenda House Montpellier Prade Chaltenham Glos UK,2003.
- BOUCHER, M. B. ve RADU, M. Creation And Creativity: Success Factors of Entrepreneurship And Key Topics For Entrepreneurship Training, Research Headmaster İn Entrepreneurship and İntropreneurship, Advancia Chamber of Commerce and İndury Paris,2004.
- BARON, R. A., Cognitive Mechanisms in Entrepreneurship: Why and When Entrepreneurs Think Differently other people, Journal of Business Venturing, V(13),1998.
- DAVİD H., HSU, E., ROBERTS, B. ve diğerleri.,Entrepreneurs from technology-based universities: Evidence from MIT, Journal Of Research Policy, V(36),2007.
- GÜNDÜZ, A.Y, Türkiye’de Bölgesel Dengesizlikleri Gidermeye Yönelik Politikalar, Banka ve Ekonomik Yorumlar, Sayı 6,1990.
- GÜNEY, S. , Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular: Ankara, Siyasal Kitabevi, 2. Baskı,2004.

- HOOVER, M. E. ve GIARRATANI, F. ,An Introduction to Regional Economics: New York, 3. Edition, Alfred A. Knopf, 243,1993.
- İRAZ, R., Girişimcilik ve Kobi'ler: Konya, Çizgi Kitabevi, 2005.
- JONES, G. ve WADHWANI, R. D. , Entrepreneurship and Business History: Renewing the Research Agenda, Harvard Business School Working Knowledge for Business Leaders Working Papers, 2006.
- KASALAK. M. A., Avrupa Birliği'ndeki İstihdam Stratejileri İle Türkiye'deki İstihdam Stratejilerinin Ekonomik Anlamda Karşılaştırılması, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek lisans Tezi, 2007.
- KRUEGER JR, N. F., REILLY, M.D. ve ALAN, L. , Carsrud, Competing Models of Entrepreneurial Intentions, Journal of Business Venturing, V(15), 2000.
- LUNDSTRÖM, A. ve STEVENSON, L. A, Entrepreneurship Policy Theory and Practice, ISEN International Studies in Entrepreneurship Universty of Baltimore, Maryland USA, 2005.
- MİRJAM, C. ve PRAAG, V. , Successful Entrepreneurship Confronting Economic Theory with Empirical Practice, Edward Elgar Publishing Limited, Glesenda House Montpellier Prade Chaltenham Glos UK, 2005.
- NAVAİE, N.S., Sosyal Fayda Pazarlamanın Yeri, Marketing Türkiye, 2007.
- NESTROM, J. W. ve DAVIS, K., Organizational Behavior Human Behavior at Work, McGraw-Hill Higher Education 11. Edition, 2005.
- SALİMATH, M.J., CULLEN, J. B. ve PARBOTEEAH, K. P. , Variations in Latent Entrepreneurship: A Contextual Explanation Across Nations, 2007.
- SAHGAL, P. ve PATHAK, A. , Transformational Leaders: Their Socialization, Self-Concept and Shaping Experiences, International Journal of Leadership Studies, V (2), I (3), 2007.
- SEKİZİNCİ 5 YILLIK KALKINMA PLANI, Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, DPT, (7), 2000.
- SHEPHERD, D. A. ve WİKLUND, J. , Entrepreneurial Small Businesses A Resource-Based Perspective, Edward Elgar Publishing, Chaltenham UK, 2005.
- SHİVANİS., MUKHERJEE, S. K. ve SHARAN, R. , Structural Interventions For Favourable Sociocultural Influences on Indian Entrepreneurs, New York City, Conference on Entrepreneurship and Human Rights Fordham Universty , 2005.
- TAN, W. L., LEUNG, d. H. Y. ve BEGLEY, T. M. , The Influence of Political Factors on Entrepreneurship Intentions, Singapore Management Universty, School of Business, 2003 .
- TATA, J. ve PRASAD, S. , National Cultural Values, Social Capital, Collaborative Exchange and Micro- Enterprise Performance, 2007.
- TAYLOR, D., ve WALLEY, L., The Green Entrepreneur: Visionary, Maverick or Opportunist, Manchester Metropolitan University Business School Working Paper Series, 2003 .
- TUTAR, F. ve DEMİRAL, M. , Yerel Ekonomilerin Yerel Aktörleri: Bölgesel Kalkınma Ajansları, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, S(2), 2007.
- TÜRKİYE'DE BÖLGE PLANLAMASININ EVRELERİ., Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği, Ankara, Yay. No: 2, 1993.
- YETİM, N. (2006) Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği, Mersin Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Dergisi.

- WADHWANÍ, R. D., ve JONES, G. (2005). Schumpeter's Plea: Historical Approaches to Entrepreneurship Research, Harvard Business School Working Knowledge for Business Leaders Working Papers.
- UYGUN, R. (2006). Türkiye'de Girişimcilik Kültürünü Yönlendiren Öncü Girişimciler Ve İbrahim Bodur Modeli, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.