

Yeni Bir Girişimcilik Olgusu Olarak Cemaat İçi Dayanışma

Şeyma Gün EROĞLU*

Özet

İş örgütleri, belirli mal ve hizmet üretmek için kurulurlar. İş örgütlerinin, planlama aşamasından başlayarak, ürünlerin nihai tüketiciye ulaşıncaya kadar geçen her aşaması, birçok risk ve belirsizlik taşır. Küreselleşme süreciyle beraber, iş örgütlerinin taşıdığı risk ve belirsizlikler, çok daha fazla artmıştır. Genel olarak, belirli riskler ve çeşitli belirsizlikler taşıyan iş organizasyonlarının oluşturulması etkinliklerine girişimcilik denilmektedir.

Kolektif davranışların yoğun olduğu kültürlerde, çoğunlukla bireysel girişimcilik etkinlikleri kısıtlı kalmaktadır. Yeni dünya düzeninde ise kamu girişimciliğinde gerilemeler yaşanmaktadır. Toplumsal rekabetin ve gücün artırılması için daha fazla girişimcilik faaliyetlerine ihtiyaç olduğu açıktır. Bu bağlamda, Türk toplumsal yapısında bulunan bazı alt kültür oluşumlarının girişimcilik kabiliyetlerinden yararlanmak mümkün gibi görünmektedir. "Cemaat" denilen ve kendi içlerinde, son derece samimi bağlılık ve fedakârlık örnekleri sunan bu sosyal kesimler, son yıllarda başarılı iş örgütleri kurmuşlardır. Türk toplumunda, topyekun bir girişimcilik ruhunun uyandırılması ve ülkede daha fazla iş örgütlerinin oluşturulması bakımından, bu alt kültür gruplarının dayanışmacı tavırlarının milli ekonomiye katılımı sağlanmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Bireysel Girişimcilik, Kamu Girişimciliği, Cemaat Dayanışması, Toplumsal Girişimcilik Ve Gelişme

INTRA COMMUNITY COOPERATION AS A NEW ENTREPRENEURSHIP PHENOMENON

Abstract

Business organizations are founded to produce specific products or services. From planning to the reach of products to end consumer; each stage of business organizations contain several risks and ambiguity. With the effect of globalization, risks and ambiguities of business organizations are increasing. Broadly, the act of founding business organizations that contain certain risks and several ambiguities is called "entrepreneurship".

In cultures with intense collective behaviors, individual entrepreneurship is generally limited. In addition, in new world order, public entrepreneurship is declining. It is obvious that, in order to increase social competition and power, more entrepreneurship activities are needed. In this context, it seems possible to utilize entrepreneurial ability of some sub-culture constitutions that are present in Turkish social structure. These social constitutions, which are called "Community" (Cemaat), present several cases of high level of commitment and altruism inside and they constructed successful business organizations in recent years.

* Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Genel İşletme Doktora Öğrencisi

In order to create a whole entrepreneurial spirit in Turkish society and therefore construct more business organizations in this country; the cooperational attitude of this sub-culture constitutions should be adhered to national economy.

Keywords: Individual Entrepreneurship, Public Entrepreneurship, Community Cooperation, Social Entrepreneurship And Development

Giriş :

Çağdaş toplumlarda, etkili ve ege-men bir toplum olmanın zorunlu faaliyetleri sayılan resmi organizasyonlar dışındaki diğer bütün etkinlikler; bireysel teşebbüslerle, çıkar birliğine dayanan ortaklıklarla, ortak değerlere dayalı cemaat dayanışmasıyla veya daha geniş bir katılımın olduğu millet ya da halk sektörü modelleriyle gerçekleştirilebilir.

Batı toplumlarının girişimcilik modeli, genel geçer kültür ve medeniyet algısının, bireysel başarı ve güç arayışı içerisinde şekillenen bir dünya görüşüne dayanması nedeniyle büyük ölçüde bireysel girişimlerden meydana gelmiştir. Buna karşılık, mevcut kültür ve medeniyet algısında yakın bir zamana kadar bireyselliğin yeterince yer almadığı kolektivist-toplumcu toplumlarda ise girişimcilik faaliyetleri, çoğunlukla kamu girişimciliği modeli üzerinden gerçekleşmiştir. Oysa 20. yüzyılın yarısından itibaren kendini gösteren küreselleşme süreci ile birlikte, bir kısım bürokratlar eliyle çok etkili ve verimli olan girişimcilik ve işletmecilik faaliyetlerinin yürütülmesinin ciddi sonuçları ortaya çıkmaya başlamıştır. Ancak, aradan çeyrek bir yüzyıl geçmiş olsa bile, kültür ve medeniyet tasavvurunda daha önceden çok belirgin bir "bireysellik" davranış kodu bulunmayan, hemen hemen bütün Batı dışı toplumlarda, beklenen hız, kapsam ve nitelikte özel mülkiyet mantığına uygun "girişimcilik" hamlesi yapılamamıştır. Bu yüzden, Batı dışı toplumlarda, Batı kültür ve medeniyet çerçevesine uygun düşecek tarzda "bireysel

girişimcilik" alanında fazla bir gelişme meydana gelmemiştir.

Bürokratik zorunlu kültür değişmelerine çok yoğun bir şekilde maruz kalmış olan, köyden kente doğru büyük nüfus hareketliliğinin bulunduğu ve bu yüzden de çok hızlı bir sosyal değişme olgusunun yaşandığı toplumlarda, sosyolojik olarak, çeşitli alt kültür ve kimlik üzerinden birçok "cemaatler" ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, 1990'lı yıllardan itibaren, başta Konya, Kayseri, Gaziantep ve Denizli olmak üzere, Çorum, Karaman ve Kahramanmaraş gibi nispeten geleneksel- muhafazakâr kültür dokusuna sahip olan Anadolu kentlerinde, "kentleşme sürecine" paralel olarak ortaya çıkan çok sayıda "girişimcilik faaliyetlerinde", belirli dünya görüşü etrafında kümelenmiş belirgin bir "cemaatleşme" olgusunun, diğer birey ve alt gruplara göre daha fazla "girişimcilik" nitelikleri gösterdikleri gözlenmiştir.

1- Sosyal Grup Davranışları ve "Cemaatleşme" Olgusu

Bireylerin, doğalarında var olan doğal güdülere ilave olarak, içinde oldukları ve büyüdükleri toplumsal yapı içerisinde yaşayarak öğrendikleri sosyalleşme ve kültürleşme süreçlerine bağlı olarak, "insanlaştıkları" ve birer sosyal varlık haline geldikleri görülmüştür. Diğer canlı türlerinin, ister tek başlarına, isterse toplu halde yaşasınlar, doğuştan getirdikleri temel davranış kalıplarına yeni eklemeler yapma imkanı yoktur. İnsan dışı varlıkların öğrenme süreci, tamamen kendi genetik yapılarında zaten var olan dav-

ranış özelliklerinin, türlerinin biyolojik takvimlerine bağlı olarak sınırlı ve kısıtlı davranış rezervlerine eklenmesidir. İnsan türü ise esas itibarıyla sahip olduğu genetik davranış şifrelerine ilave olarak, içinde bulunduğu sosyal ve kültürel çevre tarafından şekillendirilir. Bir kişinin, bir şekilde içinde yer aldığı sosyal ve kültürel çevrenin bütün öğelerinin tamamını öğrenmesi ve içselleştirilmesi, elbette mümkün değildir. Her bir kişi, aile çevresinin sosyal ve kültürel imkanları, kendi öğrenme yetenek ve kapasitesi, öğrenmeye dair irade ve motivasyon düzeyi, sosyalleşme ve kültürleşme süreçlerinin en etkili sosyal mekanizmaları olarak yararlandığı okul çevresinin niteliği ile eğitim ve öğrenme süreçlerini tamamlayan kişilerin gelecekte elde etmeyi ümit ettikleri sosyal ve ekonomik hayata dair beklentilerin derecesi ölçüsünde sosyalleşir ve kültürleşir. Bu çerçevede, her bir kişinin içinde yaşadığı yakın ya da uzak kültür çevresinden etkilenme düzeyleri, nicelik ve nitelikleri, başta bu kıstaslar olmak üzere birçok değişken tarafından tayin edilmektedir. Aslına bakılırsa, bireyler, belirli bir sosyal ve kültür çevresinden etkilendikleri kültür elemanlarının düzeyi, niceliği ve niteliği ölçüsünde “insanlaşma” sürecini tamamlarlar.

Toplumsal bütünlük, bir toplumu meydana getiren çok sayıdaki bireylerin ve çeşitli alt grupların sistematik bir toplamı olarak görülür. Böyle bir bütünlük içerisinde hiç kuşkusuz benzerlikler ve ortak payda yanında, birçok farklılıklar da mevcuttur. Her sosyal sistem, kendi içinde çok sayıda alt sosyal gruplara sahiptir. Bütün bireyler, toplumun diğer üyelerinin tamamıyla aynı derecede ve düzeyde ilişki içerisinde olamaz. Sosyal sisteme dahil olan bireylerin, bir şekilde ilişki içerisinde buldukları ilişkinin niceliği ve niteliği, o kişilerin birbirleriyle olan alt grup oluşumlarını tayin eder. Buna göre, bazı alt sosyal

gruplar içerisinde yer alan bireylerin ilişkileri, bunların birbirlerine göre daha fazla benzerliklerini veya ortak yönlerini temsil eder. Buna karşılık, insanların içerisinde yer aldıkları bazı alt sosyal gruplardaki bireylerin, birbirlerine göre nispeten benzerlikleri az, farklılıkları ise daha fazladır. Bu durumda, sosyal yapının her aşamadaki grup olgusunda, benzerlikler ve farklılıklar, paradoksal olarak zıt kutuplar gibi görünse de, sosyal bütünlüğün sinerjik karakteri sonucunda bu zıtlık, sistemi inşa eden bir işbölümü ve işbirliği düzeni yaratılmasında çok önemli bir kültürel öğedir. Mesela, insanlar tıpa tıp birbirinin aynı olsaydı, muhtemeldir ki bireyler arası ilişkiler, karıncalar ve arılarınki kadar sınırlı olurdu. Eğer, insanlar, birbirlerinden tamamen farklı olsalardı, o zamanda iki insanı bir araya getirecek hiçbir sebep olmazdı. Bu anlamda, herhangi bir toplumda, her birey bir şey arar ve bir şey verir (Maciver ve Page, 1969: 11-13).

İnsanların, sosyalleşme ve kültürleşme süreçlerinde, normal şartlarda ilk karşılaştıkları ve iç içe oldukları, zamanlarının önemli bir kısmını etkileşerek geçirdikleri gruplara “birincil gruplar” denilmektedir. Birincil gruplar, başta aile ve dostluk grupları olmak üzere, grubu oluşturan bireylerin derin duygusal bağları tarafından şekillendirilen davranışların yoğun olarak yaşandığı ve bu yüzden de yüz yüze etkileşimlerin çok belirleyici olduğu gruplardır. Buna karşılık, “ikincil gruplar”, birbirleriyle daha az samimi ve çoğunlukla geçici ilişkiler nedeniyle yüz yüze etkileşimlerin sınırlı ve kısıtlı kaldığı gruplardır. Mesela, büyük bir okulda sınıf arkadaşlığı, mesleki kuruluş ve birlikteki üyelikler gibi ilişki ve etkileşimlerin yoğunluğunun nispeten düşük olduğu gruplardır (Persell, 1984: 152-153). Her toplum, kendi içerisinde barındırdığı, her biri birlikte yaşama azmi ve iradesini muhafaza eden çok sayıdaki alt sosyal toplulukların

kültürel bütünlüğünden meydana gelmektedir. Bu sosyal bütünlük, aslında soyut ve kavramsal bir bütünlüktür. Gerçekte, her genel toplumun üyeleri, her nerede, şu veya bu bireysel çıkarı değil de, toplum içindeki bazı bireylerden meydana gelen ortak hayatın ana şartlarını paylaşacak şekilde bir arada yaşarlarsa, bu alt sosyal ve kültürel topluluklara “cemaat” denilmektedir. Bir cemaatin alâmeti, bireyin hayatının büyük bir kısmını bunun içerisinde yaşamasıdır. Cemaatin temel esasları ise belirli bir “mekan” algısı içerisinde sürekli sosyal ilişkiler ile zaruri olarak kendilerine birer cemaat karakteri verebilecek “cemaat duygusudur” (Maciver ve Page, 1969: 14-16). Buradan çıkarılacak en önemli hükmün, cemaat olgusunun, bu tür alt sosyal ve kültürel topluluklara mensubiyet hissedilen kişiler için tıpkı kendi öz aileleri gibi birincil grup olma işlevi görmesidir. Bazı durumlarda, aidiyet ve mensubiyet hissedilen cemaate olan bağlılık, kişilerin kendi öz aileleriyle olan ilişkilerinden daha yoğun olabilmektedir.

Bireylerin, sosyal ve kültürel hayatlarının inşasında, hiç kuşkusuz öncelikle ve çoğunlukla birincil grupların etkileşimi daha fazla bulunmakla beraber, bunlardan doğacak eksikliği ve boşluğu da ikincil grupların etkileşimi doldurmaktadır. Ancak, belirli bir toplumsal yapı içerisinde rekabet edebilmek veya en azından çoğunluk yaşantısına uyum sağlayabilmek için her bireyin, birincil gruplar tarafından gerektiği kadar sosyalleşme ve kültürleşme süreci doldurulamadığı zaman, ikincil grupların varlığı ve işlevselliği devreye daha fazla girmek suretiyle birincil grupların yerine ikame olunabilir. Çünkü, insan hayatı, tıpkı atmosfer gibi boşluk kabul etmez. Mesela, ailenin birey hayatına katması beklenen sosyal ve kültürel davranışlar, bir birincil grup olarak aile tarafından içselleştirilmemiş ise büyük bir ihtimalle bu boşluk, bireyin hayatının

önemli bir kısmını kavrayan ikincil gruplar tarafından doldurulmaktadır.

2- Girişimcilik Yönelimleri ve Cemaat Dayanışması

Toplumsal hayat içerisinde, herhangi bir bireyin veya geniş bir kesimin en kolay tercih ettiği ve yapageldiği davranışlar, hiç kuşkusuz bireylerin veya başka kişilerin daha önceden defalarca tekrarlanmış olan etkinlikleridir. Buna karşılık, herhangi bir bireyin veya çok dar bir kesimin en zor karar verdiği veya verebileceği davranışlar ise sonucunda çok önemli bir belirsizlik ve riskin olduğu faaliyetlerdir. Bu çerçevede, “kâr elde amacıyla yenilikçi bir ürün ya da iş yapma şekli geliştirmek için kendi mal varlığını, zamanını ve çabasını riske eden bireye” girişimci denilmektedir (Ferrell vd., 2013: 22). Bu manada, belirli bir ölçüde kâr elde etmek amacıyla her aşamada çok önemli belirsizliklerin ve riskin olduğu faaliyetler dizisine, genel olarak “girişimcilik” adı verilmektedir.

Girişimcilik bağlamındaki etkinlikler, girişimcilik niyet ve arzusu ile başlar, birçok belirsizlik ve risk altında devam ederek, sonucunda ya belirli bir kâr edilir veya zarara uğranır. Bu bağlamda, girişimcilik sürecini meydana getiren davranış örneklerinin en iyi ortaya çıktığı kültürler, çoğunlukla rasyonel düşünceyi esas alan ve başarıya yönelik olan bireysel Batı kültürleridir. Doğu ve diğer Batı dışı toplumların tamamına yakın bir kısmı, henüz rasyonel düşünceye ve bilimsel zihniyete ulaşmamış toplumlar olarak, büyük ölçüde bireysellikten uzak, ya çarpık bir “bencillik” ya da bireyselliğin erimiş olduğu yoğun bir kitlelilik özelliklerine sahiptirler. Böyle olunca da, bu tür toplumlarda, toplumun temel fiziki alt yapı yatırımları (yol, su, elektrik v.b.g.) ve sosyal alt yapı yatırımları (sağlık, eğitim, kültür, sanat v.b.g.) ile diğer her türlü sosyo-

ekonomik ihtiyaçlarını karşılayacak işletme ve örgütlenmeler kamu yani devlet tarafından yapılır ve işletilir. Batılı gelişmiş toplumlar, küreselleşme sürecine kadar, çoğunlukla özel teşebbüsle biraz da kamu teşebbüsü üzerinden girişimcilik faaliyetlerini sürdürmüşlerdir. Doğu ve diğer Batı dışı toplumları ise ya bu konularda çok geri kalmışlar ve bir varlık gösterememişler ya da tamamen devlet eliyle belirli bir kamu girişimciliği örneği sunmuşlardır. Fakat, küreselleşme sürecine bağlı olarak, Doğu ve diğer Batı dışı toplumların, kendi sınırlarına kapanmak suretiyle “azıcık aşım kaygısız başım” ihtiyatlılığı içerisinde varlıklarını sürdürme imkanı kalmamıştır. Bu durumda, bu ülke ve toplumların da, hem kendi iç ekonomik yapıları hem de dünya ekonomisi bağlamında, önceki zamanlara göre çok daha fazla girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaları zorunluluğu vardır. Günümüzde, dünya ile rekabet edebilmenin ve birçok iç sorunları çözmek suretiyle refah düzeyini artırmanın en önemli aracı, ülkedeki girişimcilik faaliyetlerinin hızla artışı ve çok sayıda iş örgütlerinin oluşturulmasıdır.

Gelişmiş Batı toplumlarının, dünyanın diğer toplumları üzerindeki ekonomik, siyasi, askeri ve kültürel mahiyetteki baskı ve tahakkümleri, her geçen gün biraz daha fazla hissedilmektedir. O zaman, Doğu ve diğer Batı dışı toplumlarının bu yeni dünya düzeninde alabileceği en etkili tedbir, yoğun bir şekilde girişimcilik faaliyetlerini çoğaltmak olmalıdır. Ancak, daha önce ifade edildiği üzere, bu toplumların yoğun girişimcilik faaliyetleri için zorunlu sayılan “bireysel girişimcilik” tecrübeleri yeterli değildir. Ayrıca, devlet eliyle girişimcilik tecrübesi olanlar ise kısmen mevcut dünya konjonktürü nedeniyle daha çok da son yıllarda hesapsız ve ölçüsüz bir şekilde yaptırılan “özelleştirmeler” nedeniyle (mesela, Türk ekonomisinde olduğu gibi) yeni bir kamu girişimciliği seferberli-

ği yapma imkanlarına sahip değillermiş gibi görünmektedir. Bu durumda, Doğu ve diğer Batı dışı toplumların (mesela, Türkiye’nin), dünya ve kendi ekonomisine daha fazla katkı ve üretkenlik sağlayacağı girişimcilik faaliyetleri bakımından en uygun ekonomik sektör, aile şirketleri ile birlikte cemaat dayanışmasına dayanan girişimcilik örnekleridir. Elbette, rasyonel düşünceye ve kişisel başarı duygusuna dayanan bireysel girişimciliğin önü açılacağı kadar, hiç olmazsa bir geçiş ekonomisi olacak şekilde, aile şirketleri ile birlikte cemaat dayanışmasına dayanan girişimcilik faaliyetlerini güçlendirmek, son derece başarılı sonuçlar yaratacağına benzemektedir.

Günümüz Türkiye’inde, Türk kültür yapısı ile girişimcilik nitelikleri arasındaki ilişkileri yoklayan birçok araştırmada, bireysel anlamda özel girişimciliği teşvik edebilecek kültürel öğelere pek rastlanmadığı ortaya konmuştur.

Geert Hofstede’in milli kültür-işletme kültürü ilişkisini inceleyen araştırmasından geliştirilen bir ankete göre, Türk toplumsal yapısında en fazla etkili olan kültür özellikleri, hiyerarşik ve otoriter bir üst-ast ilişkisi, geleceğe dair riske girmekten çekinme ve belirsizlikten kaçınma duygusu, kolektif değerlerin bireysel değerlere göre daha güçlü olması ile dışıl özelliklerin eril özelliklere göre daha baskın olması gibi hâllerdir (Erdem, 1996:140-144). Bu yüzden, Türk toplumsal yapısının mevcut kültürel şartlarında, bireysel ve sivil inisiyatife dayalı örgütlenme ve kendiliğinden teşebbüse geçme tecrübesinin zayıflığı, risk derecesi yüksek etkinliklere tek başına katılmada isteksizlik bulguları çok yaygın özellikler olarak dikkat çekmektedir.

Türk toplumsal yapısında, şimdiki zamanlarda “her şeyi devletten” ve resmi kurumlardan bekleme alışkanlığı, sonuç

olarak Türklerde kendiliğinden harekete geçememek ve girişimde bulunamamak şeklinde bir çekingenliğe yol açmaktadır (Eroğlu vd., 2013: 395-403). Bireysel girişimciliğin yetersizliği ve kamu girişimciliğinin mevcut konjonktürden dolayı gerilemesi sebebiyle toplumsal refahın artışında son derece gerekli olan girişimcilik faaliyetleri için yeni bir yol da, çeşitli sosyal ve kültürel alt gruplar üzerinden bir girişimcilik motivasyonu yaratılmasıdır.

Girişimcilik nitelikleri içerisinde en dikkat çeken karakter, risk üstlenmek ve cesaret göstermektir. Bu durumda, bireyleri çeşitli belirsizlikler ve riskler karşısında sürekli destekleyen, yüreklendiren ve gerektiği vakit maddi ve manevi açıdan dayanışma gösterme kabiliyetine sahip olan insan ilişkilerinin varlığı son derece önemli bir girişimcilik motivasyonudur. Sosyolojik olarak, çeşitli zorluklar ve sorunlar karşısında, toplumsal bir kardeşlik psikolojisi içerisinde yardımlaşma ve dayanışma bilinci, ancak birincil gruplar çerçevesinde ya sağlam aile ilişkilerinde ya da geniş bir aile bağlamına dönüşmüş olan çeşitli alt sosyal ve kültürel gruplarda mevcuttur.

Bu çerçevede, çeşitli cemaat oluşumları içerisinde yer alan bireylerin, birbirleriyle olan ilişkilerinde çok dikkat çeken, "riayet", "hürmet", "fedakârlık", "sadakat", "hayranlık", "dayanışma" gibi nitelikler, bu toplumsal grupların birer girişimcilik aktörleri olarak sahne almalarını kolaylaştırıcı davranış örnekleri olarak dikkat çekmektedir.

Türkiye'de, özellikle küreselleşme sürecine bağlı olarak, Türk ekonomisinin nispeten dışa açılması ile ekonomik ve işletmecilik faaliyetlerinde çok önemli dış fırsat ve imkanların ortaya çıkışı, şimdiye kadar girişimcilik potansiyellerini harekete geçirememiş olan birçok cemaat olu-

şumlarına, yeni bir girişimci aktör grubu olma fırsatı yaratmıştır.

Sonuç:

Kurumsal ve Cemaat Girişimciliği Üzerinden Toplumsal Girişimciliği Öğrenmek

Ülkemizde, 1970'lerin ikinci yarısından itibaren yönetim ve organizasyon literatüründe "kurumsal girişimcilik" adıyla bilinen kavram çerçevesinde, bir TÜSİAD girişimciliğinden söz edilmektedir. Bu bağlamda, kurumsal girişimcilik, belirli kurumsal düzenlemelerden ve faaliyetlerden kâr, çıkar, yarar ve katkı sağlamak isteyen; bütün bunları gerçekleştirmek için yeterli kaynağa sahip olan ve bu kaynakları yeni bir işletme ve örgüt yaratmak üzere harekete geçiren aktörlerdir (Gölbaşı, 2011: 187- 191). TÜSİAD, bir kurumsal girişimci aktör olarak, merkezi yönetimlere yakın durmaya çalışan ve çoğunlukla kent kökenli aile şirket ve holdinglerinden meydana gelen bir "işadami" topluluğudur. 1990'ların ortasından itibaren ise muhafazakâr siyasetçilerin iktidara taşınmasıyla birlikte, muhafazakâr eğilimli MÜSİAD ve TUSKON adlı iş adamı dernekleri ile çeşitli Anadolu kentlerinde kurulan SİAD'ların bünyesinde toplanan Anadolu'nun orta sınıf kökenli işadamlarının önemli bir kısmı, bu örgütler etrafında birer kurumsal girişimci aktör olarak devreye girmiştir. Bu derneklerin bünyesinde toplanan işadamların bir kısmı, aile şirketleri şeklinde yapılanmış olmalarına karşılık bunların büyük bir kısmı çeşitli cemaat ilişkileri olan ve bu bağlamda dayanışma içerisinde bulunan girişimciler ve işadamlarıdır.

Türkiye'de, farklı alt kültürlerle ve değerlere sahip olan ailelerin, özel teşebbüs anlamında çok önemli bir girişimcilik iklimi yaratmış olmaları, ülkemizin ekonomik gücüne ve büyümesine çok büyük bir katkı sağladığı açıktır. Bütün bunlara

ilave olarak, Türk sosyal yapısının yaratmış olduğu farklı değerler sistemine ve yaşam tarzı tercihlerine sahip olan cemaatlerin de, birer girişimcilik aktörleri olarak Türk ekonomisine, üretim, istihdam ve ihracat anlamında yeni imkan ve kaynaklar sağlaması büyük bir zenginlik sayılmaktadır. Öyle anlaşılıyor ki, cemaat girişimciliğindeki dayanışma ve bağlılık, bazı durumlarda biyolojik kardeşlik bağından daha kuvvetli bir sosyal destek üretebilmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye'nin, mevcut dünya şartlarında, belirli bir denge ve bütünlük içerisinde refahını artırması için toplumun bütün kesimlerine yaygınlaşmış bir girişimcilik seferberliğini öğrenmesi gerekmektedir. Küresel rekabet ortamında, toplumsal geleceğin inşasında, bütün sosyal kesimlerin yaratıcılıklarının açığa çıkarılması ve ekonomik üretkenliklerinin tabana yayılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Erdem F. (1996). İşletme Kültürü, Friedrich-Naumann Vakfı ve Akdeniz Üniversitesi, Ankara.

Eroğlu F., Koç M., Eroğlu Ş.G. (2013). "Eğitim Yoluyla Girişimcilik Olgusunun Yükseltilmesi ve Bir Araştırma", 4. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, 02-04 Mayıs 2012, ss: 395-403, Manisa.

Ferrell O.C., Hirt G.A., Ferrell L. (2013) Değişen Dünyada İşletmeler, İstanbul Aydın Üniversitesi, McGraw-Hill Irwin, İstanbul.

Gölbaşı Ş. (2013). "Bir Kurumsal Girişimcilik Örneği Olarak TÜSİAD'ın Söylemleri", 4. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, 02-04 Mayıs 2012, ss:187-191, Manisa.

Maciver R.M., Page, C.H. (1969). Cemiyet I, (Çev. Amiran Kurtkan), 1000 Temel Eser, Devlet Kitapları, İstanbul.

Persell C.H. (1984). Understanding Society, An Introduction to Sociology, Harper and Row, Publishers, New York.