

GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN ÇEVRESEL FAKTÖRLERLE İLGİLİ GİRİŞİMCİLERİN TUTUMLARI: BİR ALAN ARAŞTIRMASI

İbrahim DURAK*

ÖZET

Son zamanlarda üzerinde sıkça çalışmalar yapılan kavramlardan birisi de girişimci ve girişimciliktir. Gerek illerin, gerekse ülkelerin gelişmesi her şeyden önce girişimcilik faaliyetlerine ve girişimci özelliklerine bağlıdır. Girişimcilik faaliyetlerinin gelişmesi ülkelerarası gelişmişlik farkını azaltacak ve küresel dünyada ilgili ülkeye rekabet avantajı sağlayacaktır. Bu kapsamda, Türkiye'nin uluslar arası kalkınma yarışında başarılı olabilmesinde girişimcilere ve girişimci faaliyetlere önemli görevlerin düştüğü açıktır.

Çalışma çevre illere nazaran ekonomik yönden daha çok gelişmiş olan ve girişimcilik faaliyetlerinin daha fazla gerçekleştirildiği Anadolu kentlerinden birisi olan Kayseri ilini kapsamaktadır. Bu kapsamda araştırma Kayseri'de faaliyet gösteren girişimcilerin demografik özellikleri ve girişimcilik algılarını çevresel faktörler açısından tespit etmeye yöneliktir.

Anahtar Kelimeler: Çevresel faktörler, Girişimci, Girişimcilik, Kültür, Tutum,

FACTORS EFFECT ENTREPRENEURSHIP: A CASE STUDY ENTREPRENEUR'S ATTITUDES INTERETED IN ENVIRONMENTAL

İbrahim DURAK*

ABSTRACT

In the recent years the concept which is more have been studied is entrepreneur and entrepreneurship. Firstly whether cities and countries for developing is depend on entrepreneurship activities and entrepreneur characteristics. Developing entrepreneurship activities will reduce development difference inter-countries and get competitive advance the relevant countries in the global world. In this extent Turkey's being successful in international development race is depend on its entrepreneurs and entrepreneurship activities.

This paper is including Kayseri one of the Anatolian cities which is more developed in terms economics in comparison with neighboring cities and has more entrepreneurship activities. In this extent the paper is to determine perceptions of entrepreneurs of Kayseri from the point of view environmental and demographic characteristics.

Key Words:Environmental factors, Entrepreneur, Entrepreneurship, Culture, Attitude

GİRİŞ

Girişimci (müteşebbis) kelimesi teşebbüs kelimesinden gelmektedir. Teşebbüs ise, Arapçada yapışkan anlamına gelen “şebbs “ kelimesinden türetilmiştir. Teşebbüs yapışmak, tutunmak, tuttuğunu bırakmamak anlamlarına gelmektedir. Girişken veya girişimci kavramı kendi inisiyatifini kullanarak cesaretle bir işe başlayan, giriş yapan, sorunu çözme konusunda atılımda bulunan kişidir (Türkoğlu, 2007,ss.253-256). Fransızcadaki “entreprendre” sözcüğünden türetilen girişimcilik kavramı Türkçede ‘üstlenmek’ manasını ifade eder. Bu durumda, girişimci bir işletmeyi organize etme, yönetme ve risk alma biçimindeki sorumlulukları üstlenen kişiyi ifade etmektedir (Arıkan, 2004,s.45).

Girişimciliğin çok boyutlu olması ve pek çok anlamı içermesi bakımından çeşitli tanımları yapılmaktadır. En dar anlamıyla girişimcilik, fikirleri ortaya koyma, onları ürün ve/veya hizmete dönüştürme, daha sonra da pazara sunma faaliyetinden oluşmaktadır (Zhao, 2005,s.26). Bir başka tanıma göre ise girişimci, yeni şeyleri tasarlarken yaratıcılığını ortaya koyan, bunları uygulamaya dönüştürmek için ise istek ve şevkini kullanan kişidir. Girişimciler yeni fikirlerin oluşturulması, uygulamaya konulması ve bütün bunların geleceğe yayılan uzantıları sonucunda, buldukları toplumda ve dünya üzerinde ulaşabildikleri her yerde, bir katalizör görevi görürler (Kao, 1989,s.91). Microsoft’u yaratan Bill Gates, otomobilde kitle üretim sürecini başlatan Henry Ford, Amazon.com’u kuran Jeff Bezos bugünkü dünyanın en önemli girişimci örneklerini oluşturmaktadırlar. Her üç girişimcinin de ortak özelliği, fırsatları belirleyip geliştirmeleri ve bu fırsatları başarılı bir yatırıma dönüştüren yapıyı oluşturmalarıdır (Thornberry, 2001,ss.526-527). Bu üç girişimci örneğinin ortak noktası fırsatların görülmesi bu fırsatların değerlendirilmesi, fırsatlardan yararlanmak için kaynakların riske edilmesi, fikirlerin bir yatırıma dönüştürülme sürecinin yönetilmesi ve bütün bunlardan bir değer yaratılmasıdır ve bu özellikler, o kişiye girişimcilik vasfını kazandıran ve onu toplumun diğer bireylerinden farklılaştıran tipik özelliklerdir (Allen, 2006,s.13).

Bireysel bir takım özellikler gerektirmesinin yanı sıra toplumsal ve kültürel bir olgu olan girişimciliğin oluşumunu etkileyen pek çok sosyo-kültürel, ekonomik ve politik faktörler vardır (Arıkan:2004,s.249). Girişimcilik bir özellikler veya davranışlar seti olarak düşünüldüğünde, girişimcilik kültürü, bireysel ve toplumsal hayatın karşılıklı etkileşimi sonucu ortaya çıkan değerlerin, öğrenilen ve sosyal olarak aktarılan davranışlar toplamı olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimcilik ruhunun oluşmasında ve başarılı bir şekilde sürdürülmesinde ilgili toplumun kültürünün de etkisi söz konusudur. Zira birey içinde yaşadığı toplumun kültürel unsurlarının taşıyıcısı konumundadır. Kültür, öğrenilen tavırlar ve hareketler olup, toplam olarak bir toplumun ortak yaşama biçimidir(Eroğlu, 2010,s.142). Bir toplumdaki girişimcilik faaliyetlerini anlayabilmek için o toplumun kültürel unsurlarının da yakından bilinmesi gerekmektedir.

Bu kapsamda girişimcilik ruhunun oluşmasında toplumun kültür yapısının önemli bir etkisi vardır. Birey adeta içinde yaşadığı toplumun kültürel değerlerinin taşıyıcısı konumundadır. Bir toplumdaki ekonomik gelişmişlik düzeyi de girişimcilik ruhu ile yakından ilgilidir. Girişimcilikle ilgili yapılan çalışmalarda bir ülkenin gelişme ve refah düzeyi ile ekonomik gelişmesi arasında olumlu bir ilişki

bulunmuştur (Arıkan,2004,s.251). Aynı şekilde aile yapısının da girişimcilik faaliyetlerinde etkisi söz konusudur. Çocuğun aile içerisinde aldığı eğitim ve görgü, onu yaşamı boyunca etkileyebilmektedir. Ailenin çocuğunu deneyim kazanması için erken yaşlarda cesaretlendirmesi, ona destek olması ve olumlu geri beslemede bulunması çocuğun cesaretini ve özgüvenini artırarak girişimci ruhunun gelişmesine katkıda bulunacaktır. Kayseri vb. illerde çocuğun, küçük yaştan itibaren ticarete alıştırılması, ticaret konusunda cesaretlendirilmesi ve desteklenmesi tesadüfi değildir. Yapılan çeşitli çalışmalarda, bireyin doğumundan itibaren en çok babasından ve aile bireylerinden etkilendiği ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde ailede girişimci bir kişinin olması doğal olarak diğer aile bireylerinin de girişimci olmasını olumlu etkileyecektir (Çelik ve Akgemici, 200,s.30). Nitekim İrmış ve Emsen tarafından yapılan bir çalışmada da Erzurum'daki girişimcilerin yaklaşık % 60'ının, Denizli'deki girişimcilerin de % 65'inin baba mesleğinin sanayici, esnaf ve sanatkâr ile tüccar olduğu belirlenmiştir (İrmış ve Emsen,2002, s.104). Girişimci ruhun oluşmasında ve girişimcinin yetiştirilmesinde diğer bir önemli faktörde eğitimidir. Aile ve eğitim kurumlarında gerçekleştirilen eğitim süreçleri bireyin girişimcilik özelliklerini ya geliştirip desteklemekte ya da bu yeteneklerinin körelmesine neden olmaktadır. Tamamen ezbere dayalı, pratik hayattan kopuk ve kendi gerçeklerinden uzak bir eğitim sisteminde, girişimcilik ruhunun gelişmesi çok düşük bir olasılığa sahiptir. Buna karşın, düşünmeye, araştırmaya, soru sormaya ve yaratıcılığa dayalı bir eğitim sisteminde ise, girişimcilik ruhunun ve yeteneklerinin güçlenip gelişmesi çok daha kolaydır. Benzer şekilde bir ülkede siyasi ve ekonomik istikrarın olması, enflasyon oranının düşük olması, bürokrasinin az olması vb. çevresel faktörler de girişimciliği olumlu etkileyecektir.

Hangi şekilde olursa olsun girişimcilik bir süreci ifade etmekte ve temelde altı aşamadan oluşmaktadır. Bunlar şunlardır (Morris, 1998,s.27);

a. Fırsatı görmek ve tanımlamak; girişimcinin, girişimcilik bağlamında bir faaliyete başlayabilmesi için önce fırsatları görmesi, tanımlaması ve değerlendirmesi gereklidir. Bu fırsatlar, değişen demografik unsurlar, yeni piyasa segmentlerinin ortaya çıkışı, yeni süreçle ilgili ihtiyaçlar, düzendeki değişimler, sosyal değişimler vb. olabilir.

b. Fikir geliştirmek; girişimci gördüğü ve tanımladığı bu fırsatları, bir fikir haline getirebilmektedir. Bu fikir, yeni ürün, yeni pazar, yeni yöntem, yeni örgütsel yapılar, yeni teknoloji, yeni satış ve dağıtım kanalları vb. şeklinde olabilir.

c. Gerekli kaynakları tespit etmek; Bir fikrin uygulamaya dönüştürülmesi için gerekli kaynaklar neler olduğu ve nasıl temin edileceğinin belirlenmesi önemlidir. Bu kaynaklar; yetenekli işgören ihtiyacı, hammadde ihtiyacı, uzman yönetici ihtiyacı, pazarlama ve satış uzmanları, teknik alanda uzman kişiler, finans ihtiyacı, dağıtım kanalları ihtiyacı, arz kaynakları ihtiyacı, üretim tesisi ihtiyacı, lisans, patent vb. olabilir.

d. Gerekli kaynakları temin etmek; girişimci, dördüncü aşamada, tespit ettiği kaynakları temin etmelidir. Bunun için de, dış kaynaklardan yararlanabilir, akraba veya tanıdıklarından borç alabilir, başka borç kaynaklarını kullanabilir, öz sermaye kullanabilir. Aynı zamanda, girişimci ihtiyacı olan işgücünü, yöneticileri, finans arz edenleri de bulmalıdır.

e. Fikri uygulamaya sokmak ve yönetmek; beşinci aşamada girişimci, fikri uygulamaya başlar, süreci ve elde edilen başarıyı izler, tedarikçilere geri ödemeleri yapar, aynı zamanda yeni yatırımlar yaparak girişimin büyümesini sağlar ve amaçlarına ulaşmaya başlar.

f. Risk almak; girişimciliğin olmazsa olmaz şartlarından birisidir. Aslında fırsat uygulanmaya başlandığı andan itibaren girişimci risk almaktadır. Ancak, risk, sadece sürecin başında değil, her aşamasında mevcuttur.

Bu çalışmada Kayseri’de faaliyet gösteren girişimcilerin ülkemizdeki eğitim kurumu, toplum kültürü, ekonomik ve siyasi yapı, bürokrasi vb. gibi çevresel faktörlerin girişimciliğe etkisiyle ilgili tutumları belirlenmeye çalışılmıştır.

1. GİRİŞİMCİLİK YAKLAŞIMLARI

Girişimcilik, içerisinde pek çok faktörü barındırması sebebiyle, çok yönlü ele alınması ve incelenmesi gereken bir olgudur. Çünkü girişimcilik doğrudan girişimcinin kendisiyle, onun kurduğu veya devam ettirdiği örgütle ve hem girişimcinin hem de firmanın içerisinde bulunduğu sosyal, ekonomik, kültürel, fiziki vb. çevreyle bir bütündür (İrmiş ve diğ.; 2010,s.17). Girişimcilikle ilgili yapılan çalışmalar ilk başlarda “bir şahıs neden girişimci olur” sorusuna cevap aramaya yöneliktir. Dolayısıyla girişimcilikteki ilk dönem çalışmaları girişimcilerin kişilik özelliklerine yöneliktir. Ancak, daha sonraki dönemlerde girişimcinin özellikleri ve karakteri girişimcilik olgusunu açıklamada anahtar olsa da, tek bir faktör olarak girişimcilik olgusunu açıklayamayacağı düşünülmüştür (Gartner,1989,ss.47-48). Çünkü sürecin başlangıcında, girişimci örgüt ve/veya bir proje gibi yeni bir değeri ortaya çıkaran ve bu değeri doğrudan tek yönlü etkileyen kişi olsa da, zaman içerisinde girişim, başka bir ifadeyle oluşturulan yeni değer, projenin yaratıcısının, yani girişimcinin amaçları, araçları, sosyal statüsü vb. üzerinde etkili olmaya başlayacaktır. Böylece, sürecin ilk safhasında girişimci ile girişim arasında tek yönlü olan etkileşim, süreç devam ederken karşılıklı etkileşime dönecektir. Daha sonraki dönemlerde girişimcilikle ilgili yapılan çalışmalarda, girişimlerin ve bu girişimlerin yer aldığı yapıların, açık sistemler olarak çevreyle de karşılıklı etkileşim halinde olduğu görülmüştür. Girişim, içerisinde bulunduğu çevreyi şekillendirir ve organize ederken, geçen süreç ve zaman içerisinde toplum, kültür, ekonomi, siyaset vb. ağlar girişimin yönünü, hareket alanını ve şeklini etkilemektedir (Bruyat ve Julian, 2000,ss.169-170). Bütün bunlar dikkate alınarak, girişimcilikle ilgili yapılan çalışmaların başlangıcından beri geçen sürede üç yaklaşım sergilenmiştir. Bunlar, Bireysel Yaklaşım, Firma Yaklaşımı ve Çevresel Yaklaşım’dır.

1.1. Bireysel Yaklaşım

Bireysel yaklaşım, büyük oranda, girişimcinin bireysel özelliklerine ve yeteneklerine dayalı olan çalışmaları içerir. Bireysel yaklaşımı kullanan çalışmalarda temel soru, “niçin belirli kişilerin bir işletme kurdukları ve girişimci olarak başarı gösterdikleriyle” ilgilidir (Littunen, 2000,s.296). Bu konuda yapılan araştırmalarda kişilerin demografik, kişilik ve psikolojik özellikleri ortaya konulmaya ve açıklanmaya çalışılmış, girişimcilik vasıflarının kaynağı olarak psikolojik ve sosyolojik etkiler üzerinde durulmuştur. Buna göre, girişimciler psikolojik açıdan risk almaya, yüksek başarı elde etmeye ve içsel kontrol odaklı olmaya eğilimli kişilerdir.

Bu özelliklerinden dolayı da, ekonomik gelişme ve iyileşmeyi sağlayan yenilikçi bir lider ve bir katalizör olarak düşünülürler (Lee ve Peterson, 2000,s.402).

Yapılan çalışmalarda, kişilerin çocukluk dönemlerinde yaşadıkları deneyimlerin onların kişisel ilgileri, iş kariyerleri ve dolayısıyla girişimcilik vasıfları üzerinde etkili olduğu görülmüştür (Cox ve Jennings, 1995,s.14). Bu açıdan, bireysel yaklaşımın üzerinde durduğu bir diğer önemli husus demografik değişkenler olmuştur. Bu yönde yapılan araştırmalarda ailede ilk çocuk olanların, eğitim düzeyi yüksek olanların, girişimci bir ailesi olanların, girişimci olma ihtimallerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Yaş, cinsiyet, ailenin sosyo-ekonomik durumu vb. faktörlerin de girişimci olmayı etkileyen diğer faktörler olduğu belirtilmektedir (Kök, 2007,s.58).

Açıktır ki, bireysel yaklaşım girişimciliği sadece bireyin girişimsel özelliklerini dikkate alarak açıklayarak tek boyutlu kalmaktadır. Hâlbuki girişimcilik sadece girişimci bireyin özellikleriyle kalmayan, birbirinden ayrıştırılamayan bileşenlerin ve birçok boyutun ilişkisini içinde barındıran bir süreçtir (Ağca, 2005,ss.156-157). Dolayısıyla bireysel yaklaşım tek başına girişimcilik olgusunun anlaşılabilmesi için gerekli fakat yeterli değildir.

1.2. Çevresel Yaklaşım

Çevresel yaklaşım, bireysel yaklaşımın girişimcilik üzerindeki rolünü önemli bulmakla beraber, girişimciliği, aynı zamanda, belirli bir çevrenin birey üzerindeki etkileri olarak görmektedir. Çünkü çevre, kendi yapısı ve doğası itibarıyla, girişimci faaliyetlerle karşılıklı etkileşim içinde iken, girişimciliği destekleyebilir veya engelleyebilir. Bloodgood, Sapienza ve Carsrud'un da ifade ettiği gibi, aile, diğer alt sistemler, finansal kaynaklar, yerel iletişim ve bir takım hükümet politikaları girişimci faaliyetleri etkileyen unsurlardır. Aynı zamanda, kültür, ekonomi, politika ve diğer benzer sosyal faktörler de girişimcinin faaliyet gösterdiği çevrede fırsatlar veya tehditler oluşturabilir (Lee ve Peterson, 2000,ss.402-403).

Çevresel yaklaşımla yapılan çalışmalarda en çok dikkate alınan husus, kültürel boyut olmuştur (Aytaç, 2006,s.153). Çünkü toplumların kültürü, girişimcilerin, yöneticilerin, çalışanların tutum ve davranışları üzerinde çok önemli bir etkiye sahiptir. Girişimcilik ruhunun oluşmasında kültürel yapının önemli bir etkisi vardır. Çünkü birey, içinde yaşadığı toplumun egemen kültür değerlerinin taşıyıcısı konumundadır (Arıkan, 2004,s.249). Kültürün girişimcilik faaliyetine etkisi sadece iç unsurlar açısından ele alınmaz. Çünkü tüketicilerin ihtiyaç ve istekleri, toplumsal yasalar ve devlet politikaları da kültürden etkilenen unsurlar olup, işletmelerin üretim, pazarlama, finans vb. fonksiyonlarına, girişimcinin yenilik yapma konusundaki yönelimine ve dolayısıyla risk alma davranışlarına etki etmektedirler. Benzer şekilde ekonomik sistemler ve politik sistemler de girişimcilik üzerinde önemli ölçüde etkilidir. Ekonominin daha dengede olduğu durumlarda girişimci faaliyetlerde yenilik ve yaratıcılık konusunda daha girişken olunabilmektedir. Girişimciler isabetli stratejik planlar yapabilmektedirler. Ekonomik krizler çoğu durumda girişimcilik için tehdit olarak gözüktür. Buna karşın, girişimcilerin yetenekleri sayesinde bu tehditler kimi zaman fırsatlara çevrilebilir. Devlet politikaları ve değişen hükümetlerin politikaları da girişimcilik üzerinde etkilidir. Mesela, kapalı ekonomik sistem veya dışa açık ekonomik politikalar gibi. Ayrıca devletin KOBİ'leri ve girişimciliği teşvik edici ve

destekleyici uygulamalara ağırlık vermesi de girişimciliğin gelişimini olumlu etkileyecektir.

1.3. Firma Yaklaşımı

Girişimcilik yeni bir işletme kurmanın ötesinde aynı zamanda işletme içerisindeki birimleri harekete geçirmeyi de içermektedir. Bu sebeptir ki, firma yaklaşımı var olan işletmedeki faaliyetlere odaklanarak, girişimciliğin yöneticilik boyutu üzerinde durmakta ve işletmelerde yapılan faaliyetlerde girişimci olmayı irdelemektedir. Bir işletmenin yaşaması ve büyümesi için gerekli faktörlerden birisi de, onu kuran girişimcinin yönetsel özelliklere sahip olmasıdır. Çünkü firma yaklaşımına göre bir girişimci, işletmeyi kurduktan sonra o işletmenin büyüme, olgunluk ve istikrar aşamalarında da başarılı yönetici özellikleriyle yer alacaktır. Girişimci birey süreç içerisinde de girişimci özellikler gösterebilmeli ve bürokratik kimliğe dönüşmekten sakınmalıdır. Girişimci özelliklerinden dolayı firma içerisinde de gelecekteki girişimci düşünce süreci içerisinde girişimci olarak kalıp, değişim ve yenilik yapma ve süreç içerisinde de risk alma vasıflarını koruyabilmelidir. Çünkü girişimci yönetim süreci içerisinde birey, 'girişimci', 'tatmin olan yönetici', 'hayal kırıklığına uğrayan yönetici' ve 'klasik bürokrat' olarak dört ayrı kimlikle karşı karşıya gelebilir. Girişimci kimlikte, önemli olan değişim ve yenilik olurken, klasik bürokrat ve tatmin olan yönetici kimliklerinde baskın olan unsur statü kodur. Firma yaklaşımına göre girişimci, kimlik kazanabilmek, hem girişimci hem de yönetici bakış açısına sahip olmakla mümkündür. Girişimcinin stratejik vurgusu, geleneksel yönetici gibi sadece kaynak varlığına odaklı değil, daha ziyade fırsat algılamaya yöneliktir. Bu sebeple girişimci önce fırsatlara daha sonra kaynaklara yönelir (Nakdiyok, 2004, ss.19–20).

2. KAYSERİ GİRİŞİMCİLİĞİNİN TARİHİ GELİŞİMİ

Kayseri tarih boyunca ticaret ve üretim açısından önemli bir yerleşim alanı olmuştur. Dünyanın ilk organize ticaret merkezi olarak kabul edilen Kültepe Karum'da başlayan ticaret geleneğini tarih boyunca sürdürmüştür (www.kayso.org.tr). Selçuklular döneminde Kayseri'nin Sivas, Aksaray, Çukurova ve hatta Suriye ile irtibatını sağlayan ticaret yolları kavşağında bulunması, onun önemini daha fazla artırmıştır. Kayseri'nin önemini artıran bir başka unsur ise 1205 yılında Ahi Evren'in Kayseri'ye gelmesi ve debbağ atölyesini kurmasıdır. Ara sıra Kayseri'deki bütün sanat erkânı Ahi Evren'in öncülüğünde bir araya gelerek sanatlarını icra edebilecekleri Sanayi Çarşısını kurmuşlardır. Ahiliğin kadınlar kolu olan Bacıyan-ı Rum (Anadolu Bacıları) teşkilatı da ilk defa Kayseri'de Ahi Evren'in eşi tarafından kurulmuştur. O dönem üretilen ve Hıristiyan ülkelere ihraç edilen halıların ve kilimlerin Kayseri'deki bu bacıların atölyelerinde imal edildiği bilinmektedir (Ecer, 2001, s.13). Osmanlılar döneminde de özellikle 17. yüzyılda Kayseri'de canlı bir ticaret ve sanayi hayatının olduğu görülmektedir. Barut imalinde kullanılan güherçilenin işlendiği fabrika ve yün, şal, kumaş, deri vb. mamullerin boyama işleminin yapıldığı boyahaneler, o döneme göre Kayseri'nin gelişmiş sanayi konularını oluşturmaktaydı. 1911 yılına kadar özellikle manifatura ticareti Ermeni ve Rum ahalinin elinde olmakla beraber, Osmanlı'da değişen sosyal ve ekonomik yapıya

paralel olarak Türk girişimciler Kayseri’de bir araya gelip “İslam Suhulet Şirketi” adı altında bir ticari işletme kurmuşlardır (www.kayserigunes.com, 05.03.2010).

20. yüzyılın ilk yarılarında Kayseri’de en önemli üretim konusu pastırma ve sucuk olurken, ikinci sırada halı üretimi yer almaktaydı. Mesela, 1910 yılında Kayseri’de 10 bin adet halı tezgâhı bulunmakta ve üstelik üretilen ürünlerin de ihracı gerçekleşmekteydi. Cumhuriyetle birlikte özellikle alt yapı yatırımlarına önem verilmesi ve kamu ağırlıklı imalat sanayi Kayseri sanayileşmesine canlanma katmıştır (www.kayserigunes.com,05.03.2010). 1926’da kurulan Türkiye’nin ilk Tayyare ve Motor Fabrikası ve 1935 yılında kurulan Sümer tekstil fabrikası Kayseri sanayine yön vermede öncü rol üstlenmiştir. 1950-1960 yılları arasında hâlâ varlığını sürdüren, Kayseri Şeker Fabrikası, Birlik Mensucat, Orta Anadolu Mensucat, Atlas Halı gibi firmalar kurulmuştur (MPM, 1999,s.620).

1980’li yıllar tüm Türkiye’de olduğu gibi Kayseri’de de işletme sayısının arttığı yıllar olmuştur. Özellikle 1985’ten sonra uygulanan teşvik sistemi, Kayserili işadamlarının teşvikli yatırımlardan yararlanmasını sağlamıştır. Daha sonraki dönemlerde alt yapının tamamlanması, Kayseri Organize Sanayi Bölgesinin kurulması ve 1989 yılında bu bölgeye teşvik sistemi içerisinde “İkinci Derecede Kalkınmada Öncelikli Yöre” statüsü verilmesi Kayseri’deki büyük ölçekli işletme sayısının artmasına sebep olmuştur (www.kayserigunes.com,05.03.2010.). 1994 yılında Kayseri’nin sanayi kuşağına alınmasından sonraki dönemde sanayiciye yarar sağlayan asıl hususun, parasal özendirmelerden çok yatırım indirimi uygulamaları olduğu düşünülmektedir (MPM, 1999,s.21).

Özdevecioğlu’na göre ise, tarih boyunca ticaretin ve girişimciliğin merkezi olan Kayseri, ekonomik ve sosyo-kültürel göstergeler açısından kendi bölgesindeki diğer iller içinde bile arka sıralarda kalmaktadır ve zannedildiği kadar iyi noktada değildir. Bunun en önemli sebepleri olarak da “Kayserili sanayici ve işadamlarının devlet teşviklerine uzun yıllar ilgisiz kalması”, “Kayserili sanayici ve işadamlarından Kayseri dışına yerleşmiş olanların Kayseri’ye yatırım yapmamış olması, yatırımların genellikle hayır işlerine yapılması”, “öz sermaye ile büyümeye çalışması”, “plansız olarak büyüme çalışmalarının yapılması” vb. gösterilmektedir (Özdevecioğlu, 2004,s.147). Buna rağmen, ağaç işleri, koltuk, kanepeler ve yatak üreten 3 büyük firma ile orta ölçekli işletmeler Türkiye’nin bu konudaki ihtiyacının yarısından fazlasını karşılamaktadır. Ayrıca, Kayseri’de metal eşya, makine ve teçhizat sanayi, gıda sanayi işletme sayısı ve yaratılan istihdam açısından önemli bir yere sahiptir. 2000’li yıllarda Kayseri sanayisi iç ve dış pazarlara açılırken bir taraftan da markalaşma konusunda aşama kat etmiştir. İstikbal, Bellona, İpek, Denim, Yataş, Soley, Atlas, Saray, Hes Kablo vb. bilinen markaların üretim alanı olan Kayseri aynı zamanda, Sabancı, Özilhan, Dedeman, Hisarcıkloğlu, Çetinkaya, Hatemoğlu, Ulutaş gibi, ülkemizin sanayi ve ticaret hayatına damga vuran pek çok işletme girişimcisinin de yetiştiği ve bu anlamda “Kayserili olmayı” gurur vesilesi kılan bir ildir (www.kayserigunes.com 05.03.2010.).

Aslında Kayseri girişimciliğinde de, yukarıda adı sayılan pek çok firma girişimcisi model teşkil etmiştir. Bunlardan en bilineni Sabancı ailesidir. Gerçekte Kayserili olan fakat iş yaşamlarına Adana’da başlayan Sabancı ailesi, 1950’li yıllardan itibaren Türkiye’deki “devlet desteğiyle girişimcilik” modelinin örneklerinden biridir (Buğra,1995,ss.122-125). Gerçekte, Kayseri girişimcisi hareketli

bir yapı içerisinde faaliyette bulunmaktadır. Paranın, bilginin ve becerinin birleştirilmesiyle hızlı bir şekilde kurulan ortaklıklar, belirli bir sermaye birikimi sağlandığında ayrılıp birbirinden bağımsız firmalara dönüşebilmektedir. Ticaret ve sanayiye bir arada yürüten Kayseri girişimcisi, üretimde tek bir uğraşı alanında uzmanlaşmak yerine başka sektörlerde de faaliyet göstermektedir. Mesela, gıda alanında faaliyette bulunan bir sanayici, dokuma alanında veya ambalaj malzemesi üretiminde faaliyet gösterebilmektedir (MPM,1999,s. 622-623). Böylece girişimci riski çeşitlendirmektedir.

3. ARAŞTIRTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Kayserili girişimcilerin demografik özelliklerini tespit etmek ve girişimcilerin eğitim kurumu, toplum kültürü, ekonomik ve siyasi yapı vb. gibi çevresel faktörlerin girişimciliğe etkisi hakkındaki düşüncelerini tespit etmektir.

3.2. Örneğin Seçimi

Araştırma Kayserili girişimcilerinin başlıca sosyo-demografik özelliklerini, girişimciliklerini etkileyen ekonomik, kültürel ve siyasi vb çevresel faktörlerle ilgili tutumlarını tespit etmeye yönelik ampirik bir çalışmadır. Araştırmada ana kütle değişik sektörlerde (mobilya, metal işleri, tekstil, gıda vb.) faaliyet gösteren 150 işletme olarak belirlenmiştir. 20 anket girişimcilerle yüz yüze yapılmıştır. Gerekli görülen yerlerde anket soruları ile ilgili açıklamalar yapılarak cevaplayıcıların ilgili sorular kapsamındaki görüş, düşünce ve önerileri not edilmiştir. 130 anket ise, uygun bir zamanda cevaplandırılmak üzere işletmelere bırakılmıştır. İşletmelerden sadece 55 anket geri gelmiş olup anket geri dönüş oranı %42'dir. 55 anketin 7 tanesi de eksik doldurulmuş olduğundan toplam 68 anket değerlendirilmeye alınmıştır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada kullanılan anketin oluşumunda Ayşe İRMİŞ ve Ö.Selçuk EMSEN'in "İktisadi Gelişimde Girişimcilik, Denizli ve Erzurum Örneği" çalışmasında kullanılan anketten yararlanılmıştır. Ayrıca, sorular bu çalışmanın amaçları ve varsayımları doğrultusunda yeniden düzenlenmiş ve gerekli ilaveler yapılmıştır. Araştırmada 5'li Likert ölçeği (1=Hiç katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Tamamen katılıyorum) kullanılmıştır. Anketlerin, geçerli frekans ve yüzde dağılımları ile hipotezlerin test edilmesinde %99 güven aralığında Tek Örneklem T Testi (One-Sample T Test) kullanılmıştır(Ural, Kılıç, 2005:169-170).

Araştırmada yapılan güvenilirlik analizi, Cronbach's Alpha değeri 0,61 çıkmıştır. Bu değer, $0,60 < \alpha < 0,80$ arasında yer aldığından dolayı ölçek oldukça güvenilir bir ölçektir (Akgül, Çevik, 2003:435-436). Çalışmanın veri seti İrmış, Durak ve Özdemir tarafından (2010) yapılan çalışmadan uyarlanmıştır.

3.4. Araştırmanın Kısıtları

Araştırmada en önemli kısıt, bazı girişimcilerin gerek kendileriyle mülakat yapılmasına, gerekse anket doldurmaya istekli olmamalarıdır. Bu durum ise, araştırmada kullanılan örnek kütleinin küçük olmasına neden olmuştur.

3.5. Araştırmanın Ön Kabulleri

Araştırmada Kayseri’de faaliyet gösteren girişimcilerin, girişimciliğe etki eden sosyo-ekonomik, kültürel vb. çevresel faktörlerle ilgili tutumlarına yönelik aşağıdaki varsayımlar belirlenmiştir:

- 1.Kayseri’de faaliyet gösteren girişimciler toplumun kültürel, bürokratik ve siyasi yapısının girişimciliği etkilediği görüşüne katılmaktadırlar.
- 2.Girişimciler herhangi bir kulüp, dernek üyesi olmanın girişimciliği etkilediğini düşünmektedirler.
- 3.Girişimciler devlet bürokrasisinde ve/veya mecliste tanıdık birilerinin olmasının girişimciliği etkilediğini düşünmektedirler.

4. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Aşağıdaki hipotezlerde Kayserili girişimcilerin Türkiye’nin sosyo-ekonomik, siyasi ve kültürel yapısıyla ilgili ifadeler ne derece katıldıkları yer almaktadır. Hipotezlerin denenmesinde $\mu=3$, ilgili konuda “kararsız” olduklarını ifade etmektedir. Buna karşın $\mu \neq 3$ ise, ilgili hipoteze “katıldıklarını” veya “katılmadıklarını”, diğer bir ifadeyle “kararsızdan farklı” düşündüklerini ifade etmektedir. Bu kapsamda test değeri (test value)=3’e göre aşağıdaki hipotezler denenmiştir:

- H1: Toplumumuzun kültür yapısının girişimciliğin gelişmesini teşvik eder.
- H2:Türkiye’deki devlet politikaları girişimciliği teşvik eder.
- H3:Türkiye’deki eğitim kurumlarında verilen eğitim bireylerin girişimci olmasına uygundur.
- H4: Türkiye’deki bürokratik yapı girişimciliği teşvik eder.
- H5: Türkiye’deki ekonomik yapı girişimciliği teşvik eder.
- H6: Türkiye’deki siyasi yapı girişimciliği teşvik eder.
- H7:İş hayatında daha güçlü olabilmek için girişimcilerin herhangi bir kulüp, dernek veya topluluk üyesi olması gerekir.
- H8:Girişimciler için mecliste tanıdık birilerinin olması önemlidir.
- H9:Girişimciler için devlet bürokrasisinde tanıdık birilerinin olmasının önemlidir.
- H10:Ülkelerde iktidarlar sermaye güçleri tarafından belirlenir.

5. ARAşTIRMANIN BULGULARI

Araştırma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde girişimcilerin doğum yeri, yaş, anne ve baba meslekleri, eğitim durumları gibi demografik özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. İkinci bölümde ise, girişimcilerin girişimciliğini etkileyen çevresel faktörleri belirlemeye yönelik hipotez testleri denenmiştir.

5.1. Demografik Bulgular

Demografik bulgularda girişimcilerin doğum yeri, yaş, anne ve baba mesleği, ailedeki çocuk sırası ve eğitim durumu gibi faktörler incelenmiştir.

Tablo 1:Doğum Yeri

	Frekans	%
Köy	10	14,7
Kasaba-belediye	5	7,4
İlçe	9	13,2
İl	44	64,7
Toplam	68	100,0

Girişimcilerin %64,7'si il doğumludur ve en yüksek oranı oluşturmaktadır. En düşük oran ise %7,4 ile kasaba ve belediye doğumlulardan oluşmaktadır. Girişimciler çoğunlukla kent kökenli çıkmışlardır. Kayseri girişimcilerin yaklaşık %22'si kırsal kesimden oluşmaktadır.

Tablo 2: Yaş

	Frekans	%
30 ve daha küçük	11	16,2
31-40	19	27,9
41-50	20	29,4
50 den büyük	18	26,5
Toplam	68	100,0

Girişimcilerin yaş aralığına bakıldığında 41–50 arası %29,4'lük oranla ilk sırada yer almaktadır. İkinci sırayı ise yaklaşık %28'lik oranla 31–40 yaş arası girişimciler oluşturmaktadır. 30 ve daha küçük yaştaki girişimciler ise, %16,2 oranla en düşük düzeyde yer almaktadır. Diğer bir ifadeyle 40 ve üzeri yaşta bulunan girişimcilerin oranı yaklaşık %56'dır.

Ailede ortanca çocukların %48,5'lik oranla en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir. Girişimci olanların en düşük yaş oranı ise %18,2'lik oranla en küçük kardeşlerden oluşmaktadır. Diğer bir deyimle girişimcilerin yaklaşık %82'si ortanca ve büyük kardeşlerden oluşmaktadır.

Tablo 3: Anne Mesleği

	Frekans	%
Memur	59	96,7
Çiftçi	1	1,6
Ev hanımı	1	1,6
Toplam	61	100

Girişimcilerin %96,7'sinin anne mesleği ev hanımlığıdır. Bu oran memur ve çiftçi olanlarda toplam %3,2'dir.

Tablo 4: Baba Mesleği

	Frekans	%
Çiftçi	5	7,4
İşçi	10	14,7
Memur	3	4,4
Tüccar	16	23,5
Sanayici	25	36,8
Diğer	9	13,2
Toplam	68	100,0

Tablo 5: Girişimcilerin Ailedeki Çocuk Sıralamasındaki Yeri

	Frekans	%
En küçük	12	18,2
Ortanca	32	48,5
Büyük	22	33,3
Toplam	66	100,0

Baba mesleğinde ilk sırada sanayici (%36,8), ikinci sırada ise tüccar (%23,5) yer almaktadır. Baba mesleği tüccar ve sanayici olan girişimcilerin toplamının baba mesleklerine oranı , %60'dır. En düşük orana sahip baba meslekleri ise, memurluk (%4,4) ve çiftçilik (%7,4) meslekleridir.

Girişimcilerin ailedeki çocuk sıralamasında %48,5'lik oranla ortanca çocuklar ilk sırada yer almaktadır. İkinci sırada ise,%33,3'lük oranla büyük kardeşler yer almaktadır. En düşük oran ise, %18,2'lik oranla en küçük kardeşlere aittir. Büyük çocuklar ailelerinin kendilerine yüklediği 'ağabey' ya da 'abla' rollerinden dolayı çoğu zaman diğer kardeşlerinin de sorumluluğunu üstlenmekte ve bu nedenle daha fazla riske girmekten kaçınmamaktadırlar. Küçük kardeşler ise diğer büyük kardeşleri tarafından gözetilip kollanmakta hatta kendi sorumluluklarının bir kısmını onlara yüklemekle atak davranmamakta ve girişimcilik özellikleri yeterince gelişmemektedir. Ortanca kardeşler ise küçük kardeşlerinin sorumluluğunu kendileri adına alabilecek büyük kardeşleri olması nedeniyle daha kolay risk alabilmektedir. Hiyerarşik olarak hem yukarıya doğru (büyük kardeşle) hem de aşağıya doğru (küçük kardeşle) işbirliği yapmayı öğrenmekte ve aynı zamanda her ikisi ile de rekabeti öğrenmektedir. Dolayısıyla girişimciler çoğunlukla ortanca kardeşlerden çıkmaktadır.

Tablo 6: Eğitim Durumu

	Frekans	%
İlkokul	8	11,8
Ortaokul	9	13,2
Lise	26	38,2
Fakülte	22	32,4
Lisansüstü	3	4,4
Toplam	68	100,0

Girişimcilerin eğitim durumuna bakıldığında lise (%38,2) ve fakülte (%32,4) mezunlarının ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Lisansüstü (%4,4) ve ilkokul (%11,8) mezunları ise en düşük düzeyde bulunmaktadır.

5.2. Hipotez Testleri Bulguları

H1:Toplumuzun kültür yapısı girişimciliği teşvik eder.

Sig=0,00<0,01 olduğundan girişimciler toplumumuzun kültür yapısının girişimciliği teşvik ettiği konusunda kararsız değildirler.

Tablo 7'den de görülebileceği üzere "kararsızım" ile "katılıyorum" arasında bir ortalama çıkmıştır. Yani girişimciler toplumumuzun kültür yapısının girişimciliği teşvik ettiği konusunda "kararsız" olma ile bu ifadeye "katılma" arasında yer almaktadırlar (A.O.=3,49). Diğer bir ifadeyle bu hipoteze düşük düzeyde katılım söz konusudur.

Tablo 7: Tanımlayıcı İstatistik ve Tek Örneklem T Testi Sonuçları ($\mu=3$)

	N	A.Ort.	Std. S.	t	P
H1:Toplumumuzun kültür yapısı girişimciliği teşvik eder	68	3,49	1,07	3,733	,000
H2:Türkiye’de devlet politikaları girişimciliği teşvik eder	68	2,87	1,22	-,894	,374
H3:Türkiye’deki eğitim bireylerin girişimci olmasına uygundur	68	2,24	1,15	-5,495	,000
H4:Türkiye’deki bürokratik yapı girişimciliği teşvik eder	67	2,36	1,01	-5,198	,000
H5:Türkiye’deki ekonomik yapı girişimciliği teşvik eder	67	2,93	,91	-,671	,504
H6:Türkiye’deki siyasi yapı girişimciliği teşvik eder	67	3,09	,99	,748	,457
H7:Girişimciler İş hayatında daha güçlü olabilmek için girişimcilerin herhangi bir kulüp, dernek veya topluluk üyesi olması gerekir	67	3,61	,99	29,585	,000
H8:Girişimciler için mecliste tanındık birilerinin olması önemlidir	67	3,06	1,13	,539	,591
H9:Girişimciler için devlet bürokrasisinde tanındık birilerinin olması önemlidir	67	3,28	1,18	1,970	,053
H10:Ülkelerde iktidarlar sermaye güçleri tarafından belirlenir	67	3,73	1,14	5,270	,000

Mülakatlarda ise girişimciler, girişimcilik kültüründe önemli olanın para kazanmak değil kazanılan parayı elinde tutabilmek ve doğru yerde değerlendirebilmek olduğunu ifade etmişlerdir. Kayseri kültüründe tasarruf etmenin önemli bir yere sahip olduğunu belirtmişlerdir. Yine işle ilgili olup bitenlerin eve taşınmayıp işletmede kalması gerektiğini, aile ortamında kâr-zarardan bahsedilmeyip aile ile ilgili konulara önem verilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

H2:Türkiye’de devlet politikaları girişimciliği teşvik eder.

$Sig=,374>0,01$ olduğundan $\mu=3$ (kararsız) biçimindeki hipotez kabul edilmiştir. Diğer bir ifadeyle girişimciler Türkiye’deki devlet politikalarının girişimciliği teşvik ettiği konusunda kararsız gözükümlerdir (A.O.=2,8). Bu kararsızlığın giderilmesinde genel krediler içinde kobilere ayrılan kredi miktarının artırılması, kaynak temininde kolaylıklar sağlanması, yatırım kredilerinin yükseltilmesi, vergi muafiyeti gibi bir takım uygulamaların etkili olacağı düşünülmektedir. İrmış ve diğerlerinin yapmış olduğu çalışmada da işletmelerin

büyümesinin önündeki en önemli üç engelden ilk sırayı finansman yetersizliği almaktadır (İrmiş ve diğ.2010:104). Dolayısıyla kobilere ucuz ve daha yüksek miktarlarda kredi sağlayacak mekanizmaların oluşturulması kobilerin finansman sorunun giderilmesine büyük oranda katkı sağlayacaktır.

H3:Türkiye’deki eğitim bireylerin girişimci olmasına uygundur.

$Sig=,000<0,01$ olduğundan $\mu=3$ biçimindeki hipotez reddedilmiştir. Diğer bir ifadeyle girişimciler bu konuda kararsız değillerdir. Girişimciler ülkemizdeki eğitim yapısının girişimciliğe uygunluğu konusuna katılmadıklarını belirtmişlerdir (A.O.=2,2). Bu ortalama aynı zamanda en düşük ortalama temsil etmektedir Özellikle ülkemizdeki eğitim sisteminde teorik eğitimle uygulamanın paralel olmadığı bilinmektedir. Dolayısıyla eğitim yapımızın özgüveni yüksek, farklı düşünebilen, yenilikçi ve yaratıcı dinamik bireylerin ortaya çıkmasını kolaylaştırıcı bir biçimde gözden geçirilmesi gerekmektedir. İrmiş ve diğerlerinin yapmış oldukları çalışmada da işletmelerin büyümesinin önündeki en önemli üç engelden üçüncü sırayı kalifiye eleman yetersizliği oluşturmaktadır (İrmiş ve diğ.2010:104). Ülkemizde bir taraftan lise ve üniversite mezunlarının iş araması, diğer taraftan ise girişimcilerin kalifiye eleman bulmakta sıkıntı çekmesi eğitim sistemimiz üzerinde yeniden düşünmemizi ve gerekli yenilikleri yapmamızı zorunlu hale getirmektedir.

H4:Türkiye’deki bürokratik yapı girişimciliği teşvik eder.

$Sig=,000<0,01$ olduğundan $\mu=3$ biçimindeki hipotez de reddedilmiştir. Girişimciler Türkiye’deki bürokratik yapının girişimciliği teşvik ettiğine katılmadıklarını belirtmişlerdir (A.O.=2,3). Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde bürokratik uygulamalar önemli bir yer tutmaktadır. Girişimciler gerek iş kurma, işi genişletme ve ihracat yapma gibi konularda yoğun bürokratik engellerle karşılaşmaktadır. Bu durum ise en başta girişimcilerin girişimcilik motivasyonunu olumsuz etkilemektedir. Bürokratik işlemlerinin sayısının azaltılması, katılımcı, şeffaf ve demokratik örgüt ve yönetim yapılarına öncelik verilmesi girişimcilerin motivasyonunu ve etkinliğini artıracaktır.

H5:Türkiye’deki ekonomik yapı girişimciliği teşvik eder.

$Sig=,504>0,01$ olduğundan $\mu=3$ biçimindeki hipotez kabul edilmiştir. Girişimciler ekonomik yapının girişimciliği teşvik ettiği konusunda kararsız gözükmedirler (A.O.=2,9). Ülkemizde yaşanan ekonomik krizler, faiz oranlarının yüksek olması, sermaye piyasasına giriş engellerinin olması, eksik rekabet koşulları gibi bir takım olumsuzluklar, girişimcilerin ülkemizdeki ekonomik yapının girişimciliği teşvik ettiği konusunda kararsız olmalarını desteklemektedir. İrmiş ve diğerlerinin yapmış oldukları çalışmada elde edilen bulgularda bunu destekler niteliktedir. Zira işletmenin büyümesinin önündeki en önemli üç engelden ikincisini devlet politikaları oluşturmaktadır (İrmiş ve diğ.2010,s.104).

H6:Türkiye’deki siyasi yapı girişimciliği teşvik eder.

$Sig=,457>0,01$ olduğundan $\mu=3$ biçimindeki hipotez de kabul edilmiştir. Girişimciler ülkemizdeki siyasi yapının girişimciliği teşvik ettiği konusunda kararsızdırlar (A.O.=3,0). Girişimcilerin siyasi yapının girişimciliği teşvik ettiği konusunda kararsız olmalarının nedenlerinden birisinin, siyasilere ülke gerçeklerini ve talebi dikkate alarak yatırımları yönlendirmek yerine popülist yaklaşımlarla karar alıp uygulama yapmalarının etkili olduğu düşünülmektedir.

H7: Girişimciler İş hayatında daha güçlü olabilmek için girişimcilerin herhangi bir kulüp, dernek veya topluluk üyesi olması gerekir.

$Sig=,000 < 0,01$ olduğundan $\mu=3$ biçimindeki hipotez reddedilmiştir. Girişimciler iş hayatında güçlü olabilmek için bir kulüp, dernek veya topluluk üyesi olma konusunda “kararsızla” bu fikre “katılıyorum” arasında yer almaktadırlar (A.O.=3,6). Diğer bir ifadeyle düşük düzeyde katılım vardır. Son zamanlarda sivil toplum örgütlerinin önem kazanması girişimcilerin daha örgütlü olmalarına ve birlikte kararlar alıp uygulamalarına önemli katkıda bulunmaktadır. Dolayısıyla günümüzde örgütlü girişimcilerin daha başarılı oldukları söylenebilir.

H8: Girişimciler için mecliste tanıdık birilerinin olması önemlidir.

$Sig=,591 > 0,01$ olduğundan $\mu=3$ biçimindeki hipotez kabul edilir. Diğer bir ifadeyle girişimciler, mecliste tanıdık birilerinin olması gerektiği konusunda kararsız gözükmemektedirler (A.O.=3,0). Girişimciler mecliste tanıdık birilerinin olması gerektiği konusuna pek önem vermemektedirler.

H9: Girişimciler için devlet bürokrasisinde tanıdık birilerinin olması önemlidir.

$Sig=,053 > 0,01$ olduğundan $\mu=3$ biçimindeki hipotez de kabul edilmiştir. Girişimciler girişimcilik için devlet bürokrasisinde tanıdık birilerinin olmasının önemliliği konusunda kararsız gözükmemektedirler (A.O.=3,2). Kendisiyle mülakat yapılan girişimciler “güçlü bir ekonomi için devletin milletiyle barışık olması” gerektiğini ifade etmiştir.

H10: Ülkelerde iktidarlar sermaye güçleri tarafından belirlenir.

$Sig=,000 < 0,01$ olduğundan $\mu=3$ biçimindeki hipotez reddedilir. Ülkelerde iktidarlar sermaye güçleri tarafından belirlenir ifadesine girişimciler katıldıklarını belirtmişlerdir (A.O.=3,7). Bu ortalama araştırmadan elde edilen en yüksek ortalama temsil etmektedir. Yapılan mülakatlarda girişimciler bu durumun ülkemizin de bir gerçeği olduğunu ifade etmiştir. Girişimciler ekonomik güçle siyasi gücün paralelliği hususuna katıldıklarını ifade etmişlerdir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Girişimcilik serbest piyasa şartlarının dünya geneline yayılması ve sanayinin gelişmesiyle beraber nüvesi olan “risk” kavramının kapsamında da genişleme yaşamıştır. Sanayileşmenin ilk dönemlerinde girişimcilik, atak olma, sermaye koyup yatırımda bulunma ve bir işletmeyi faaliyete geçirme çerçevesinde risk almayı ifade ederken, gelişen teknoloji, iletişim ve bilişim sistemleriyle girişimcilik, dünyayı bir pazar olarak görme, üretimleri başka ülkelerin işletmelerine yaptırarak küresel fabrikalar oluşturma, finans kaynaklarında çeşitlilik yaratma ve benzeri faaliyetlerle her alanda yenilikçi ve yaratıcı olmayı kapsamaktadır. Dünyanın farklı ülkelerinin farklı alanlarında üretim yapan, finans kaynakları temin eden, pazarlama faaliyetlerini gerçekleştiren pek çok işletme ve bu işletmelerin girişimcileri kendi aralarında şebeke organizasyonlar kurmakta ve pek çok stratejik iş birliğini gerçekleştirmektedirler. Artık, ülkelerin zenginlikleri, teknolojik gelişmişlikleri ve üretim güçlerinden daha fazla, şirketlerin zenginliklerinden, teknolojik gelişmişliklerinden ve üretim güçlerinden bahsedilmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulmasının hemen ardından ekonomik gelişmeyi sağlayabilmek için İzmir İktisat Kongresi düzenlenmiştir. Türkiye’deki ilk girişimci

faaliyetleri bizzat devlet eliyle gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Devlet bir taraftan Türkiye'nin değişik yerlerinde fabrikalar kurup geleneksel üretim konularını sanayi düzeyine taşımaya çalışırken, diğer taraftan da kendi eliyle yeni girişimcilerin ortaya çıkmasını sağlamış ve onları desteklemiştir. Ancak, bir müddet sonra dünya genelinde yaşanan savaşlar ve krizlerden dolayı ulus ekonomisinin geçerliliği ve devletçi yapılanmalar, Türkiye'de uzun bir müddet sanayileşmenin devlet eliyle gerçekleşmesine ve girişimcilerin ortaya çıkması için gerekli zeminin zayıflamasına sebep olmuştur. 1950'li yıllardan sonra tekrar özel teşebbüsün gelişmesi için ülkede yeni fırsatlar yaratılmaya çalışılmıştır. Daha ziyade Ankara, İstanbul, İzmir ve Adana gibi dört büyük ilde sanayileşme faaliyetleri gelişme göstermiştir. Dünyadaki serbest piyasa ekonomisi bağlamındaki gelişmeye paralel olarak 1980'li yıllarda Türkiye'de de özel teşebbüs hız kazanmıştır. Devlet teşvikleriyle de beraber, merkez illerden ziyade Anadolu kentleri diye bilinen Konya, Kayseri, Denizli, Gaziantep, Malatya ve Kahramanmaraş gibi illerde yatırımlar teşvik edilmiş ve girişimcilik geliştirilerek, sanayide kalkınma gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Buna karşılık Kayseri'de devlet kredilerinden yararlanma oranı oldukça düşüktür (%2,9) (İrmiş ve diğ.,2010,s.90). Anadolu kentlerindeki bu illerde sanayideki gelişmenin ilk aşamaları daha ziyade geleneksel üretim konularının sanayiye aktarılması ve merkezdeki büyük işletmelere ve yurt dışı firmalara fason üretim şeklinde olurken, daha sonra kısmen kendi ürünlerinde farklılaşma ve markalaşmaya yönelik olmaya başlamıştır.

Girişimcilik yaklaşımlarının açıklanmasında bireysel, çevresel ve firma yaklaşımı gibi çeşitli yaklaşımlar kullanılmaktadır. Araştırmada girişimcilerin demografik özelliklerinin tespit edilmesinin yanı sıra eğitim, kültür, politika, sosyo-ekonomik yapı vb. gibi çevresel faktörlerin girişimciliği nasıl etkilediği ve girişimcilerin bu çevresel faktörlerle ilgili ne düşündükleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Kayserili girişimcilerin genel profiline bakıldığında yaklaşık %65'i il doğumludur. Girişimcilerin yaşlarına bakıldığında ise, yaklaşık %84'ü 31 ve daha üzeri yaştan oluşmaktadır. Yine girişimcilerin yaklaşık %82'si ortanca ve büyük kardeşlerdir. Annelerinin yaklaşık %98'inin mesleği ev hanımlığı ve baba mesleği ise %60'lık oranla tüccar ve sanayicidir. Eğitim durumları ise yaklaşık %65 lise, fakülte ve lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir. İşletmelerin yaklaşık %26'sı 10-19 yıldır faaliyet göstermektedir. %21'i ise 20-29 yıl, %36'sı ise 30 ve daha fazla yıldır faaliyet göstermektedir.

Araştırmada $\mu=3$, "kararsız" biçiminde kullanılan hipotezlerin sonuçlarıyla ilgili aşağıdaki bulgular elde edilmiştir:

Toplumumuzun kültür yapısının girişimciliği teşvik ettiği konusunda girişimciler kararsız değildirler. Kayserili girişimciler toplumumuzun kültür yapısının girişimciliği teşvik ettiği düşüncesine kısmen katıldıklarını ifade etmişlerdir.

Girişimciler devlet politikalarının girişimciliği teşvik ettiği konusunda kararsız bir tavır sergilememektedirler. Bu konuda kararsız olmalarında kobilerin finansman problemlerinin, teminat güçlüğü yaşamalarının, ucuz ve uzun vadeli kredi olanaklarının sınırlı olmasının ve vergi muafiyeti olmaması vb faktörlerin etkili olduğu söylenebilir.

Türkiye'deki eğitimin bireylerin girişimciliğine uygunluğu fikrine girişimciler katılmadıklarını belirtmişlerdir. Eğitim sistemimizin ezberci ve teorik

olması, hızla değişen çevre şartlarına uyum sağlama konusunda yetersiz kalması, girişimcinin ihtiyacı olan özelliklerde kalifiye eleman yetişmesi imkânının sınırlı olması vb. faktörlerin bu durumun nedenlerinden olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla eğitim sistemimizin küresel rekabet ortamında başarılı olabilecek, özgün ve yenilikçi düşünebilen, özgüveni ve başarı güdüsü yüksek bireyler yetiştirebilecek biçimde yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir. Girişimcilerle yapılan mülakatlarda girişimciler Kayseri’de baba mesleğini devam ettirme geleneğinin yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca sanayicinin önemli bir kısmının baba mesleğini devraldığını ifade etmişlerdir.

Türkiye’deki bürokratik yapının girişimciliği teşvik ettiği fikrine, girişimciler katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Gerek yeni iş kurmada gerekse iş genişletme veya ihracat yapma gibi faaliyetlerde girişimciler çok sayıda bürokratik engellerle karşılaşmaktadırlar. Bu durum ise, en başta işlerin karmaşıklaşmasına, gecikmesine, girişimcilerin moral ve motivasyonlarının düşmesine neden olmaktadır. Arıkan’a göre, bir ülkedeki siyasi, idari ve hukuki yapının girişimcilerin ortaya çıkmaları, yaşamaları ve büyümeleri üzerinde çok önemli etkileri vardır. Osmanlı İmparatorluğu’ndaki merkezi ve bürokratik yönetim geleneği, devlet mekanizmasının yavaş işlemesi ve sıkı yasal düzenlemeler girişimcilerin ortaya çıkmasını olumsuz etkilemiştir (Arıkan,2004,s.264).

Girişimciler ülkemizdeki ekonomik yapının girişimciliği teşvik ettiği konusunda kararsızdırlar. Ülkemizde faiz oranlarının yüksek olması, ekonomik krizlerin yaşanması dolayısıyla ekonomik ve siyasi istikrarın bozulması, kobilerin finansman problemleri gibi bir takım olumsuzlukların girişimcilerin bu konuda kararsız olmalarında etkili olduğu söylenebilir.

Ülkemizdeki siyasi yapının girişimciliği teşvik ettiği konusunda girişimciler kararsız gözükmektedirler. Ülke gündeminde sık sık siyasi çekişmelerin ve belirsizliklerin olması, toplumsal ve siyasal alanlarda yaşanan çok yoğun karışıklıklar, yine sıklıkla yaşanan ekonomik krizler belirsizliği artırarak girişimcilerin yeni yatırımlara yönelmelerine ve geleceği isabetli tahmin etmelerine engel olmaktadır. Yapılan mülakatlarda girişimciler, Türkiye’nin gelişmiş bir ülke olabilmesi için öncelikle “demokrasi ve istikrarın” şart olduğunu belirtmişlerdir.

Girişimcilerin iş hayatında daha güçlü ve başarılı olabilmek için herhangi bir kulüp, dernek veya topluluk üyesi olması gerektiği fikrine girişimcilerin kısmen katılımlı söz konusudur. Herhangi bir kulüp, dernek veya topluluk üyesi olmak girişimcilere gerek halkla ilişkiler kapsamında gerekse birlikte hareket ederek sinerji oluşturma vb. bir takım yararlar sağlayacaktır. Günümüzde biçimsel ve merkezi yapıların karşısında yerel ve sivil toplum örgütlerinin önemi artmaktadır.

Girişimciler için mecliste tanıdık birilerinin olmasının önemliliği konusunda girişimciler kararsız gözükmektedirler. Araştırmanın kobiler üzerinde yapılmış olmasının bu kararsız olmada etkili olduğu düşünülmektedir. Zira daha çok büyük işletmelerin siyasetle ve meclisle daha yakın ilişkiler içerisinde olduğu düşünülmektedir. Yapılan mülakatlarda girişimciler mecliste ve bürokraside tanıdık birilerinin olmasının “ülke gerçeği” olduğunu ifade etmişlerdir.

Benzer şekilde, devlet bürokrasisinde tanıdık birilerinin olmasının önemliliği konusunda da girişimciler kararsız gözükmektedir.

Girişimciler, ülkelerde iktidarlar sermaye güçleri tarafından belirlenir ifadesine katıldıklarını belirtmişlerdir. Gerçekte bir ülkedeki ekonomik gücün az veya çok siyaset üzerindeki etkisi bilinmektedir. Özellikle küresel şirketler son yıllarda olağan üstü boyutlara ulaşan güçlerini farklı alanlara yönelterek politik alana kadar güçlerini uzatmışlardır. Politik alanı etkilemek ve kendi lehlerine siyasal sonuçlar sağlamak için sık sık olağan üstü lobi güçlerini kullanmakta ve politik ağırlıklarını ön plana çıkarmaktadırlar. Bu durumda ev sahibi devletler üzerinde büyük çapta nüfuz uygulayarak doğrudan veya yasadışı bir biçimde siyasal sürece etki etmektedirler (Kök, 2001,s.38). Bu konuda klasik örneklerden birisi, ITT firmasının Şili’de Marksist lider Salvador Allende’nin seçilmesini önlemek için çeşitli entrikalar çevirmesi ve Şili’nin işlerine müdahale etmesidir. CIA ile birlikte hareket eden ve gizli düzenlemeler yapan ITT, Şili içinde ekonomik kaos yaratarak böylece askeri darbeye zemin hazırlamış ve Allende’nin iktidara gelmesini önlemek için Beyaz Saray’a, çok yüksek bir tutarda para teklif etmiştir (Morgan,1998,s.372). Buna benzer durumun, demokrasinin henüz kurumsallaşmadığı ve hukukun üstünlüğünün tam olarak yer almadığı diğer az gelişmiş ülkelerde de olma olasılığı yüksektir.

Sonuç olarak ülkemizdeki eğitim sistemimizin, ekonomik yapımızın ve devlet politikalarımızın girişimciliği destekleyecek biçimde önlemler alması, girişimcilerimizin daha başarılı olmasına önemli katkılar sağlayacaktır. Yine ülkemizde ekonomik ve siyasi istikrarı güçlendirici politikaların geliştirilmesi girişimcilerimizin faaliyetlerini olumlu yönde etkileyecektir. Bürokratik ve hantal yönetim yapıları yerine dışa açık, esnek ve şeffaf yönetim biçimlerine öncelik verilmesi küresel rekabet ortamında girişimcilerimizin rekabet gücünü artıracaktır. Özellikle gelişmiş ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de hukukun üstünlüğü ve demokrasinin kurumsallaşmasına yönelik faaliyetlere gerekli önemin verilmesi, Türkiye’nin gerek kendi bölgesinde gerekse dünya ülkeleri arasında hak ettiği yeri almasında son derece önemlidir. Türkiye’nin daha güçlü bir ülke olmasında girişimcilerimize çok önemli görevler düşmektedir.

Çağımız düşünürlerinden Alfred F.Whitehead’ın belirttiği gibi “büyük toplumlar, girişimcinin kendi rolünün büyüklüğünü anlamış olduğu toplumlardır”. Zira girişimcilik, bütün bir dünya, bölgeler ve ülkeler için sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasal pek çok fonksiyonun belirleyicilerinden birisidir (Özgener, 2004,s.163).

KAYNAKÇA

- Ağca, Veyssel (2005). “Girişimcilik, Girişimcilik Yaklaşımları ve Girişimsel Süreç: Kavramsal Bir Çerçeve”, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi, 7,1, 149-167.
- Akgül Aziz, Osman Çevik (2003). İstatistiksel Analiz Teknikleri, SPSS’te İşletme Yönetimi Uygulamaları, Emek Ofset Ltd. Şti., Ankara.
- Allen, Kathleen R. (2006), *Launching New Ventures, An Entrepreneurial Approach*, Fourth Edition, Houghton Mifflin Company, Boston.
- Arıkan, Semra (2004). *Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Genişletilmiş 2. Baskı, Siyasal Kitabevi, Ankara
- Aytaç, Ömer(2006). *Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif*, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:15.
- Bruyat, Christian and Pierre-Andre Julian (2000). “Defining the Field of Research in Entrepreneurship”, *Journal of Business Venturing*, 16,2, 165-180.
- Buğra, Ayşe (1995). *Devlet ve İşadamları*, (Çev: Fikret Adaman), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Cox, Charles and Reg Jennigs (1995). “The Foundations of Success: The Development and Characteristics of British Entrepreneurs and Intrapreneurs”, *Leadership & Organization Development Journal*, 16,7.
- Çelik Adnan,Tahir Akgemici(2007). *Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’LER*, Genişletilmiş 2.B.,Gazi Kitabevi, Ankara
- Ecer, Ahmet V. (2001). “Ahmed Yesevi Dervişiahi Evren ve Kayseri’de Ahilik”, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, Bahar.
- Eroğlu,Feyzullah(2010).*Davranış Bilimleri*, Beta Yayın Dağıtım,10.B., İstanbul
- Gartner, William B. (1989). “ ‘Who Is an Entrepreneur?’ Is the Wrong Question”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13,4, 47-68.
- http://www.kayserito.org.tr/web3/medya/ISO___ILK_500-KAYSERI.pdf, 05.03.2010
- İrmiş, Ayşe ve Ö. S. Emsen (2002). *İktisadi Gelişmede Girişimcilik*, Denizli ve Erzurum Örneği, Beta, İstanbul.
- İrmiş, Ayşe, İbrahim Durak, Lütfiye Özdemir (2010). *Girişimcilik Kültürü Anadolu Girişimciliğinden Örnekler*, Ekin Kitabevi,1.B., Bursa
- Kao, John (1989), *Entrepreneurship, Creativity & Organization*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Kayseri Güneş Gazetesi, http://www.kayserigunes.com/list/list.asp?ktgr_id=354, 05.03.2010
- Kök, Sabahat (2001). *İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk*, Beta Yayınları, 1.B., İstanbul

- Kök, Sabahat B. (2007). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler ve Kadın Girişimciliği, Denizli Ticaret Odası Ekonomik Araştırma Serisi Yayın No:1.
- Lee, Sang M. and Suzanne J. Peterson (2000). “Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness”, *Journal of World Business*, 35,4, 401-416.
- Littunen, Hannu (2000). “Entrepreneurship and Characteristics of the Entrepreneurial Personality”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 6,6, 295-309.
- Morgan,Gareth(1998).Yönetim ve Örgüt Teorilerinde Metafor,Çev.Gündüz Bulut,MESS Yayınları ,İstanbul
- Morris, Michael H (1998). *Entrepreneurial Intensity: Sustaintable Advantages for Individuals, Organizations and Societies*, Greenwood Publishing Group.
- MPM, (1999). *Kayseri Verimliliği Artırma Projesi*, Ankara,
- Naktiyok, Atılhan (2004). *İç Girişimcilik*, Beta, İstanbul.
- Özdevecioğlu, Mahmut (2004), “Kayseri’nin Rekabet Gücünün Geliştirilmesi Projesi” Kayseri Ekonomisi Sempozyumu-2 Bildiri Kitabı, Kayseri Ticaret Odası Yayınları,147-153.
- Özgener, Şevki (2004). *İş Ahlâkının Temelleri, Yönetsel Bir Yaklaşım*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Thornberry, Neal (2001). “Corporate Entrepreneurship: Antidote or Oxymoron?”, *European Management Journal*, 19, 5, 526-533.
- Türkoğlu, Faruk (2007). *Milletin Efendisi Girişimci*, Kayseri Ticaret Odası Yayınları:60, Kayseri. www.kayso.org.tr, 21.07.2010
- Ural, Ayhan, İbrahim Kılıç(2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*, Detay Yayıncılık, Ankara
- Zhao, Fang (2005). “Exploring the Synergy Between Entrepreneurship and Innovation”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol:11, No.1, 25-41.

