

T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
DR. H. İBRAHİM BODUR GİRİŞİMCİLİK UYGULAMA VE
ARAŞTIRMA MERKEZİ

GİRİŞİMCİLİK VE KALKINMA DERGİSİ

JOURNAL OF ENTREPRENEURSHIP AND DEVELOPMENT

Cilt 7 - Sayı 2 - Kış 2012
Volume 7 - Number 2 - Winter 2012

**Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi,
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Dr. H. İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma
Merkezi Tarafından Yayımlanmaktadır**

Baskı:
Pozitif Matbaa
Çamlıca Mah. 145. Sk. No: 10/16 Yenimahalle / Ankara
Tel: 0312 397 00 31 - pozitif@pozitifmatbaa.com

GİRİŞİMCİLİK VE KALKINMA DERGİSİ

Journal of Entrepreneurship and Development

Cilt 7 · Sayı 2 · Kış 2012 · Volume 7 · Number 2 · Winter 2012

SAHİBİ (Publisher)

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Dr. H. İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi

EDİTÖRLER (Editors)

Serkan BAYRAKTAROĞLU (Süleyman Şah Üniversitesi)
Halit KESKİN (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü)

Ali Şahin ÖRNEK (Yönetici Editör - Managerial Editor)

YAZI İŞLERİ (Assisting Editors)

Güngör HACIOĞLU & Hale ÇELİKKAN & Esra ATAALKIN

YAYIN KURULU (Editorial Board)

Alfabetik Sıra İle (In Alphepetical Order)
AKKUŞ Hakan (Doç. Dr., İnönü Üniversitesi)
ALPKAN Lütfihak (Prof. Dr., G.Y.T.E.)
BULUT Çağrı (Doç. Dr., Yaşar Üniversitesi)
ÇAKAR DEMİRCAN Nigar (Prof.Dr.,Düzce Ü.)
ÇATI Kahraman (Doç. Dr., Düzce Ü.)
ERDİL Sabri (Prof. Dr., Marmara Ü.)
EROL İsmail (Prof. Dr., Yıldırım Beyazıt Ü.)
GERNİ Cevat (Prof. Dr., Beykent Ü.)
GÖKALP Faysal (Prof. Dr., Uşak Ü.)
İMAMOĞLU Salih Zeki (Doç. Dr., G.Y.T.E.)
KANIBİR Hüseyin (Doç. Dr., Bursa Orhangazi Ü.)
KILIÇ İzzet (Doç. Dr., Düzce Üniversitesi)
ÖZDEMİR Süleyman (Prof. Dr., İstanbul Ü.)
ÖZTÜRK Nurettin (Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Ü.)
YILMAZ Abdullah (Doç. Dr., Dumlupınar Ü.)
TÜRKSOY Adnan (Doç. Dr., Ege Üniversitesi)
TÜYLÜOĞLU Şevket (Doç. Dr., A. İ. Baysal Ü.)
YÜCEL Rahmi (Yrd. Doç. Dr., A. İ. Baysal Ü.)
ZEHRİ Cemal (Doç. Dr., G.Y.T.E.)

DANIŞMA KURULU (Consultative Committee)

Alfabetik Sıra İle (In Alphepetical Order)

ADIGÜZEL Orhan (S.Demirel Ü.)
AKGÜN Aliakber (Gebze Y.T.E.)
AYDIN Kenan (Yıldız T.Ü.)
BAYRAK KÖK Sabahat (Pamukkale Ü.)
BODUR H. İbrahim (Dr.)
BOZKURT Veysel (İstanbul Ü.)
ÇABUK Adem (Yalova Ü.)
ÇARIKÇI İlker (S.Demirel Ü.)
ÇETİN Ayşe Tansel (Yalova Ü.)
DAMGACIOĞLU Hulusi (Kale Holding A.Ş.)
DEMİR Mehmet (Cumhuriyet Ü.)
ERDİL Oya (Gebze Y.T.E.)
EROĞLU Feyzullah (Pamukkale Ü.)
FIŞ A. Murat (Özyeğin Ü.)
GAVCAR Erdoğan (Muğla Ü.)
GIRAY Caner (Bahçeşehir Ü.)
GULA Remzi (Çanakkale Seramik A.Ş.)
GÜLOĞLU Tuncay (Yalova Ü.)
HATİPOĞLU İbrahim (Yalova Ü.)
İNCE Hüseyin (Gebze Y.T.E.)
İNCEKARA Ahmet (İstanbul Ü.)
İRMIŞ Ayşe (Pamukkale Ü.)
KARAGÖZ Yalçın (Abant İzzet Baysal Ü.)
KISAKÜREK Mustafa (Cumhuriyet Ü.)
KOÇEL Tamer (İstanbul Kültür Ü.)
KÖSE Seyit (Abant İzzet Baysal Ü.)
MÜFTÜOĞLU Tamer (Başkent Ü.)
ÖMÜRBEK Nuri (Süleyman Demirel Ü.)
ÖNCÜ Mehmet Akif (Düzce Ü.)
ÖZBEK Ferhat (Gümüşhane Üniversitesi)
ÖZCAN Murat (Abant İzzet Baysal Ü.)
ÖZCAN Selami (Yalova Ü.)
PIRNAR İge (Yaşar Ü.)
SAPANCALI Faruk (Dokuz Eylül Ü.)
ŞENKAL Abdulkadir (Kocaeli Ü.)
TINAR Mustafa Yaşar (Dokuz Eylül Ü.)
ÜNAL Ömer Faruk (S.Demirel Ü.)
YANIKKAYA Halit (Gebze Y.T.E.)
YILDIRIM Halil (Zonguldak Karaelmas Ü.)
YILDIZ M. Selami (Düzce Ü.)

HAKEM KURULU (Referees)

(Alfabetik Sıra İle (In Alphabetical Order))

- AKATAY Ayten (Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
AKÇAKAYA Murat (Gazi Üniversitesi)
AKKAYA Göktuğ Cenk (Dokuz Eylül Üniversitesi)
ARSLAN Hasan (ÇOMÜ)
ATMACA Metin (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
AYDIN Erdal (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
AYDIN Murat (Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
AYDOĞAN Kürşat (Prof. Dr., Bilkent Ü.)
AYTAÇ Serpil (Prof. Dr., Uludağ Ü.)
BABA Gürol (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
BACAK Bünyamin (Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
BALTAÇIOĞLU Tunçdan (Prof. Dr., İ. E. Ü.)
BAYRAKTAROĞLU Serkan (Prof. Dr., S.Ş. Ü.)
ERKAN Gülgün (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
EROĞLU Umut (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
EROL Mikail (Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
FEDAİ Cemal (Kırıkkale Üniversitesi)
FURNHAM Adrian (Prof. Dr., U.Coll. London)
GAVCAR Erdoğan (Prof. Dr., Muğla Ü.)
GÜLER Ruhi (ÇOMÜ)
GÜMÜŞ Mahir (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
GÜNEY Semra (Prof. Dr., Hacettepe Ü.)
GÜNEŞ Şahabettin (Abant İzzet Baysal Üni.)
GÜRSAKAL Necmi (Prof. Dr., Uludağ Ü.)
İNCE YENİLMEZ Meltem (Yaşar Üniversitesi)
İRİZ Rifat (Selçuk Üniversitesi)
İRİMİŞ Ayşe (Pamukkale Üniversitesi)
KALMIŞ Halis (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
KARAGÜL Soner (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
KASIMOĞLU Murat (Prof. Dr., ÇOMÜ)
KAYA Bayram (Prof. Dr., Ankara Ü.)
KILIÇ Cüneyt (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
KOÇEL Tamer (Prof. Dr., Kültür Ü.)
KÖK Recep (Prof. Dr., D. E. Ü.)
KUTLUTÜRK Murat (Yrd. Doç. Dr., Çankırı K.Ü.)
LAÇİNER Vedat (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
MARANGOZ Mehmet (Doç. Dr., Muğla Ü.)
MAYA İknur (ÇOMÜ)
MUTLU Esen Can (Prof. Dr., Yıldız Teknik Ü.) MÜFTÜOĞLU
Tamer (Prof. Dr., Başkent Ü.)
ONAY Meltem (Prof. Dr., Celal Bayar Ü.)
ÖĞÜT Adem (Prof. Dr., Selçuk Ü.)
ÖNCE Günel (Prof. Dr., D.E.Ü.)
ÖRNEK Ali Şahin (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
ÖZDEMİR Yasemin (Sakarya Üniversitesi)
- BERKMAN Ümit (Prof. Dr., Bilkent Ü.)
BİLGİÇ B. Sadi (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
BOZKURT Veynel (Prof. Dr., Uludağ Ü.)
BULUT Çağrı (Yaşar Üniversitesi)
ÇETİNDAMAR Dilek (Prof. Dr., Sabancı Ü.)
ÇITAK Levent (Erciyes Üniversitesi)
DAVES Glenn (Prof. Dr., James Cook U.)
DOĞAN Özlem İ. (Doç. Dr., D.E.Ü.)
ELAGÖZ İsmail (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
ERDEM Ferda (Prof. Dr., Akdeniz Ü.)
EREN Erol (Prof. Dr., Arel Ü.)
EREN Müfide Şule (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
ERGIN Hüseyin (Prof. Dr., Dumlupınar Ü.)
ÖZER Mehmet Akif (Gazi Üniversitesi)
ÖZGENOĞLU Abdurrahim (Prof. Dr., Atılım Ü.)
ÖZLER Cenk (Dokuz Eylül Üniversitesi)
ÖZŞAHİN Mehtap (Dr., Gebze Y.T.E.)
ÖZTURAN Meltem (Prof. Dr., Boğaziçi Ü.)
PAKSOY H. Mustafa (Doç. Dr., Harran Ü.)
PAZARCIK Yener (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
POLAT DÖNMEZ Dilek (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
POLOUCEK Stanislav (Prof. Dr., Silesian U.)
SABUNCUOĞLU Zeyyat (Prof. Dr., Uludağ Ü.)
SAKARYA Sema (Prof. Dr., Boğaziçi Ü.)
SEÇKİN HALAÇ Duygu (Yaşar Üniversitesi)
SEKİN Seval (Prof. Dr., Ege Ü.)
SEVİM Şerafettin (Prof. Dr., Dumlupınar Ü.)
ŞAHİN Mehmet (Prof. Dr., Anadolu Ü.)
ŞEHİRLİOĞLU Ali Kemal (Dokuz Eylül Üni.)
ŞENER Sefer (Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
TAN Sabri Sami (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
TEKİN Mahmut (Prof. Dr., Selçuk Ü.)
TEKKOYUN Mehmet (Prof. Dr., ÇOMÜ)
TINAR Yaşar (Prof. Dr., D.E.Ü.)
TÜKELTÜRK AYDIN Şule (Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
UĞUR Suat (Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
YAGANOĞLU Nazmi (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
YAMAN Ramazan (Prof. Dr., Balıkesir Ü.)
YAVAS Hikmet (Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
YAZICI Erdinç (Gazi Üniversitesi)
YILDIRIM Yavuz (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
YELKİKALAN Nazan (Doç. Dr., ÇOMÜ)
YERELİ Ahmet Burçin (Prof. Dr., Hacettepe Ü.)
YİĞİT Yusuf (Yrd. Doç. Dr., Ç.O.M.Ü.)
YÜCEL Rahmi (Abant İzzet Baysal Üni.)

Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi / Journal of Entrepreneurship and Development
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi hakemli bir dergidir. Gönderilen yazılar ilk olarak editörler ve yazı kurulunca bilimsel anlatım ve yazım kuralları yönünden incelenir. Daha sonra uygun bulunan yazılar alanında bilimsel çalışmalar ile tanınmış üç ayrı hakeme gönderilir. Hakemlerin kararları doğrultusunda yazı yayınlanır veya yayınlanmaz. Hakemlerin gizli tutulan raporları dergi arşivlerinde beş yıl süreyle tutulur. Dergi politikaları ve yazım kuralları ile ilgili detaylar dergi başında bulunabilir. Belirtilmemiş hususlar için dergi sekreteryası aranabilir.

Journal of Entrepreneurship and Development is a referee journal. Articles submitted for consideration of publication are subject to peer review. The editorial board and editors takes consideration whether submitted manuscript follows the rules of scientific writing. The appropriate articles are then sent to three referees known for their academic reputation in their respective areas. Upon their decision, the articles will be published in the journal, or rejected for publication. The referee reports are kept confidential and stored in the archives for five years. For the full details about the journal see notes for contributors section or feel free to contact with the editors.

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Terzioğlu Kampüsü Rektörlük Binası Çanakkale - TURKEY
Tel: +90 286 335 87 38-40 Fax: +90 286 335 87 36

Web: <http://girisim.comu.edu.tr/dergi.htm>

e-mail: gkd@comu.edu.tr

Aksi belirtilmediği sürece Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi'nde yayınlanan yazılarda belirtilen fikirler yalnızca yazıya aittir. Bu konuda dergi sahibi veya editörler sorumlu değildir.

Tüm hakları saklıdır. Önceden yazılı izni alınmaksızın hiçbir iletişim, kopyalama sistemi kullanılarak yeniden başlanamaz. Akademik ve haber amaçlı kısa alıntılar bu kuralın dışındadır.

All Rights Reserved. No part of this publication may be reproduced, stored or introduced into a retrieval system, or transmitted in any form, or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without prior written permission of the JED editors.

ISSN: 1306-8946

GİRİŞİMCİLİK VE KALKINMA DERGİSİ

Journal of Entrepreneurship and Development

Cilt 7 · Sayı 2 · Kış 2012 · Volume 7 · Number 2 · Winter 2012

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Melahat ÖNEREN

İç Anadolu Bölgesindeki Genç Nüfusun Girişimcilik Eğilimleri
Üzerine Bir Araştırma 7

Sebahattin YILDIZ & Salih ALP

Girişimcilik Teorisi Çerçevesinde Kobilerin Ekonomiye Etkileri
Ve Rekabet Koşullarını Etkileyen Faktörler 29

Ahmet KAYAN

Temel Bileşenler Bakımından GAP'ın Tamamlanma Oranı ve
Üretim Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma 51

Gonca ASLAN & Aylin ARAZA & Çağrı BULUT

Sosyal Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi 69

Esin Cumhur PİRİNÇCİLER

Sıra İstatistikleri ve Uygulama Alanlarından Bir Örneğin
Değerlendirmesi 89

Selim Said EREN

Stratejik Esneklik ve Pazar Dinamizminin Girişimsel Pazarlama
Odaklılığına Etkisi 101

Sabahat Bayrak KÖK & Betül ÖZCAN

Örgüt Kültürünün Oluşumunda Etkili Olan Faktörler ve Örgütsel
Bağlılık İlişkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma 113

Yılmaz BAYAR

Girişimcilik Finansmanında Risk Sermayesi ve Melek
Finansmanı 133

İsmail ERMAĞAN

Avrupa Birliği Entegrasyonunda Şüphecilik 145

İÇ ANADOLU BÖLGESİNDEKİ GENÇ NÜFUSUN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA



Melahat ÖNEREN

Yard. Doç.Dr., Kırıkkale Üniversitesi

İ.İ.B.F. İşletme Bölümü

melahatoneren@mynet.com

ÖZET

İçinde bulunduğumuz yüzyılda girişimciliğin değeri her geçen gün artmaktadır. Girişimci cesur ve yaratıcı bir kişidir. İnsanlık tarihi kadar eski olan girişimcilik ise piyasadaki risk ve belirsizliklere rağmen öncelikle varlığını sürdürmek, daha sonra kar elde etmek ve büyümek amacıyla yaratıcı ve yenilikçi bir işletme faaliyetinin yürütülmesidir. Bir ülkenin kalkınması ve gelişmesi için ekonomik değer yaratacak, büyümeye ivme kazandıracak hızla değişen koşullara uyum sağlayabilme dinamizmine sahip girişimciler yaratabilmesi son derece önemlidir. Bu çalışma İç Anadolu Bölgesi genç nüfusunun girişimciliğe bakışını, girişimcilik algısını ve genel olarak kendi işini kurmasının önündeki engelleri ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yenilik, Yaratıcılık, Cesaret, Girişimcilik

ABSTRACT

The century that we live in marks the ever increasing importance of entrepreneurship. An entrepreneur is a bold and creative person. Entrepreneurship, as ancient as human history, is a creative and innovative activity which is carried out for the purpose of first setting up and pursuing a business and then making profit and growing the business. The objective of this paper is to reveal the general views and perceptions of youngsters in Central Anatolia on entrepreneurship and to determine the barriers blocking setting up their own businesses. It is very important for a country to create entrepreneurs, who have the dynamism to create economic value for the country's progress and development and to adapt to the changing conditions for increasing the growing trend.

Keywords: Innovation, Creativity, Bravery, Entrepreneurship

GİRİŞ

Dünya ekonomisindeki dalgalanmaların ve artan işsizlik oranlarının çözümü, ülke kalkınması, ekonomi dinamiklerinin işleyişini güçlendirmek gibi ekonomik, sosyal, psikolojik ve teknoloji yaşama olumlu etkileri nedeni ile “girişimcilik” özellikle son dönemde çok popüler ve sıkça anılan bir kavram olmuştur.

Girişimcilik ruhu ile kurulan küçük ve orta ölçekli işletmeler modern ekonomilerin bel kemiğini oluşturmaktadır. Ölçek ekonomisi nedeniyle sermaye yoğun sektörlerde girişin zor olması, kredi olanaklarının yetersizliği ve yüksek risk, büyük yatırımlar ile büyük işletmeler kurulmasını daha da zor hale getirmiştir. Bununla birlikte 21. yüzyıl; bilginin ve sermayenin hızla küreselleştiği ve özellikle bilgi dolaşımının önündeki tüm engellerin kalktığı bir dönemdir. Teknik bilgilere rahat ulaşım, gelişmiş ar-ge ve know-how olanakları, artan devlet destekleri ve KOBİ kredileri girişimcilere kendi işlerini kurma yolunda büyük imkanlar sağlamaktadır. Dünya ekonomisindeki genel eğilimleri incelediğimizde, pek çok ülkede devletin üretimden çekildiğini, ekonomide daha çok düzenleyici rol oynamaya çalıştığını görmekteyiz.

1. TARİHÇE

Girişimcilik alanında yapılan çalışmalar ve araştırmalar genellikle şu tür sorulara yanıt aramıştır. “Neden bazı insanlar fırsat görme ve bunları hayata geçirme konusunda daha ön plana çıkmaktadır?”, “Neden bazı insanlar hayal ettikleri fikirleri hayata geçirmede daha başarılı olurlar?”, “Bazı girişimcilerin başarılı, bazılarının ise başarısız olmasının temeli nedir?”, “Girişimcilik insanı ve insanın içinde yer aldığı sosyal yapı ve toplumu nasıl etkilemektedir?” (Arıkan, 2004: 45).

Günümüze kadar girişimcilik konusunda çok çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. 18. yüzyıl başlarında Fransız ekonomist Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır. Cantillon bu kavramı “belirsizlik ortamında fırsatların farkına vararak bunları hayata geçirmek üzere risk almaya hazır olan kişi”nin tarifinde kullanmıştır. Ona göre girişimci birey, gelir elde etmek için yeterli kaynağı olan ancak fırsatları değerlendirme gücü ve eğilimi olmayan sermayedar ile fırsatlar arasında bir köprü vazifesi görmektedir (Coulter, 2003: 6).

19. yüzyılda ve 20. yüzyılın başlarında girişimci ve yönetici kavramları birbirinden ayrı olarak tanımlanmıyordu. Girişimciler kendi kurdukları işletmeleri yönetiyorlar, organizasyon, denetim, planlama

gibi yönetim fonksiyonlarını yerine getiriyorlardı. 20. yüzyılın ortalamalarından itibaren girişimci kavramı, yenilikçi kavramı ile beraber kullanılmaya başlandı. Girişimci yeni bir icadı kullanan, ya da daha genel olarak yeni bir ürün üreten kişidir (Yurtseven, 2007: 55).

Girişimcilik kelimesi 1980'lerden sonra ise tüm dünya genelinde yoğun olarak kullanılır olmuştur. Sovyetler Birliği'nin dağılması, Çin ve Vietnam gibi ülkelerin sosyalist rejimlerini yumuşatmaları, dünya ekonomisindeki dalgalanmalar ve artan işsizlik oranları girişimciliğin önemini artırmıştır. Pek çok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede girişimciliği artırmak için teşvik araçları kullanılmaktadır (Dilsiz ve Kölük, 2008: 3).

Max Weber 1905 yılında yayınlanan ve ekonomik sistemlerden kapitalizmi çok farklı boyutları ile derinlemesine ele alan "Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhunu" adlı eserinde kapitalist sistem içerisinde girişimcilik ile ilgili çok çeşitli ipuçları vermiştir.

"Elde etme refleksi" ve "kazanç sağlama güdüsü"nü kapitalist sistemde girişimciliğin itici gücü olarak ele alan Weber, bu unsurlardan doğan "sınırsız kazanma açlığı"nın kapitalizmin temeli olmadığını söyler. Dolayısı ile girişimciliği ekonomik bir sistemin parçası olarak ele alan Weber, kapitalizmin salt kazanç elde etme değil, kazancı sürekli ve verimli kılma olduğunu, girişimciliğin ise sahip olduğu güdülerle bu amaca hizmet ettiğini savunur (Tunç, 2007: 31).

2. GİRİŞİM VE GİRİŞİMCİLİK

Günümüze kadar girişimcilik konusunda çok çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Girişimcilik ekonomik gelişmenin temel dinamiği olarak kabul edilmektedir. Girişimciliğin günümüzde herkes tarafından yaygın olarak bilinen ve kabul görmüş tanımı ilk olarak 1755 yılında Fransız asıllı İrlandalı ekonomist Richard Cantillon tarafından yapılmıştır (Döm, 2008: 1). Cantillon'a göre girişimci malını belirli fiyattan alan, belirsiz bir fiyattan satan, kar elde etmekten arbitraja kadar bir dizi imkanların arayışı içinde olan ve bu bağlamda risk olan bir spekülatördür. Cantillon'un tanımında girişimci ile risk unsuru ilişkilendirilmektedir. Risk, istenmeyen bir durumun meydana gelme olasılığıdır (Sciascia ve De Vita, 2004: 4).

Bir ekonomiste göre, girişimci, hammadde, işgücü ve diğer kaynakları başlangıçta olduğundan daha değerli kılmak için bir araya getiren kişidir. Girişimci aynı zamanda yeni buluşları, değişiklikleri ve düzenlemeleri başlatır. Bir psikoloğa göre; girişimci, sahip olma, bir işi başarma ve deneme ya da başkalarının otoritesinden kaçma isteğinde olan kişidir. Kapitalistlere göre girişimci, başkaları için

zenginlik yaratan, kaynakları kullanmanın daha iyi bir yolunu bulan, verimsizliği azaltan ve başkaları için istihdam yaratan kişidir (Yurtseven, 2007: 60). Girişimcilik öncelikle insan iradesinin bir sonucu olarak ortaya çıkan ve bireylerin geçmiş bilgi birikimlerine göre oluşturdukları gönüllü bir insan davranışının neticesinde meydana gelmektedir (Minniti ve Bygrave, 2000: 25).

Son dönemlerde girişimcilik konusunun çok popüler olması ve topluma yeni bir keşif gibi algılanarak sunulmasının en belirgin ve asıl nedeni, girişimciliğin ekonomik, sosyal, psikolojik ve teknolojik değişim ve gelişimin ortaya çıkardığı gerçek bir dinamizm olması ile değişim ve yeniliğin gerçek özü ve temel dinamiği olduğunun yeni fark edilmiş olmasıdır (Schumpeter, 1991: 409).

Fransız ekonomist Baudeau, girişimciyi çeşitli yenilikler yaparak maliyetlerini azaltmaya, karlarını artırmaya çalışan bir yenilikçi (innovator) olarak tanımlamıştır (Sciascia ve De Vita, 2004: 4).

Yenilik kavramını geniş kapsamlı olarak ele alan kişi ise Schumpeter olmuştur. Schumpeter'a göre girişimcilik tanımının özünü yenilik kavramı oluşturmaktadır. Schumpeter'a göre girişimci;

- Yeni ürünler
- Yeni süreçler geliştirme
- Yeni ihracat pazarları ve mamül arz kaynakları bulma
- Yeni bir organizasyon yapısı oluşturma gibi, işletme açısından yeni kombinasyonlar yaratarak mevcut ekonomik düzeni yıkan kişidir (Schumpeter, 1947: 64).

Yukarıdaki girişimci tanımına bakıldığında "girişimcilik olayı", "girişimcilik süreci" ve "girişimci" olmak üzere 3 tür kavram ortaya çıkmaktadır. Bu kavramlar Bygrave ve Hofer 1991'e göre;

- Girişimcilik olayı; bir fırsatı değerlendirmek ve hayata geçirmek üzere yeni bir organizasyonun yaratılmasını ifade eder,
- Girişimcilik süreci; bir fırsatın görülüp algılanması veya farkına varılması ve bu fırsatı hayata geçirmek üzere bir organizasyon yaratılması için gerekli olan her türlü fonksiyonlar, aktiviteler ve aksiyonları kapsar,
- Girişimci; bir fırsatı gören ve onu hayata geçirmek üzere bir organizasyon yaratan kişiyi tanımlar (Bygrave ve Hofer, 1991: 13-14).

Girişimcilik özetle, girişimcinin ortaya koyduğu eylemin, hareketin, organizasyonun ve yarattığı yeni sonuçların genel adıdır. Aynı zamanda yapılan işe ve yaşama değer katma, yargı, umut ve beklentilerle diğer insanlar arasında öznel bir fark yaratmaktır (Top, 2006: 7).

3. GİRİŞİMCİLERİN TEMEL ÖZELLİKLERİ

Edward Bono'ya göre girişimci ile bir yazar yada sanatkarın ortak tutkusu daha önce bulunmayan bir şeyi yaratmak düşüncesinin eyleme geçmesidir (Titiz, 1994: 6). Girişimcilerin temel özellikleri ise, maddeler halinde şu şekilde sıralanabilir (Yeniçeri ve İnce, 2005: 447-448).

- Örgütsel büyümeye ilişkin hızı doğru ayarlamak
- Hayal kurmak ve kurdurmak
- Strateji uygulamayı bilmek
- Fırsatları yakalamak ve değerlendirmek
- Kişisel sorumluluk alma duygusu
- Düşünceyi gerçekleştirme arzusu
- Vizyon ve misyon sahibi olma
- Yenilik oluşturma çabası
- Proaktif kişilik sergileme

Coulter (2003)'e göre başarılı girişimci özellikleri olarak "ısrarcı olma", "kaynak zenginliği", "yüksek enerji", "kendini yönetme konusunda isteklilik", "yetenek" ve "yüksek bağımsızlık isteği" olarak görülür (Coulter, 2003: 19).

Girişimcilerin farklı olmalarını sağlayan bazı demografik özellikleri onları tamamlayıcı niteliktedir Coulter 2003'e göre bireyin aile içinde doğum sırası, (Araştırmalar ilk çocukların girişimciliğe daha yatkın olduğunu göstermektedir). Cinsiyet, (Erkeklerin kadınlardan daha çok iş kurmaya yatkın oldukları), iş tecrübesi, Eğitim, (eğitim seviyesi yükseldikçe bilinçli girişimci olma olasılığı artar). Girişimci aile yapısı, (Anne ve babaları girişimci olan çocuklar girişimciliğe daha eğilimli olduğu görülür) gibi özellikler sıralanabilir (Coulter, 2003: 18).

Hisrich ve Peters (1998) ise girişimcinin temel yeteneklerini sınıflandırarak 3 başlık altında toplamıştır (Hisrich ve Peters 1998: 9-10);

- Teknik Konuları İlişkilendiren Yetenekler,
- Yönetim Yetenekleri,
- Bireysel Girişimcilik Yetenekleri

Girişimcilerde özellikle başarılı adım atan girişimcilerde bulunan ortak özellikleri Lambing ve Kuehl (2000) şu başlıklar altında toplamışlardır.

-Bir işi başarmaya ve onun için bir oluşum gerçekleştirmeye istek duyma,

-Olası başarısızlık ve hayal kırıklıklarına karşı güçlü olma ve amaçtan vazgeçmeme (motivasyon),
 -Belirli bir kararlılık içerisinde sürekli güven duygusu taşıma,
 -Risk belirleme ve üstelenme becerisi,
 -Yaratıcılık ve yaratıcılığı hayata uyarlama,
 -Değişimleri yeni ve önemli birer fırsat olarak görebilme,
 -Belirsizlik durumlarında soğukkanlı olma,
 -Başarı odaklı olma ve başarıyı ihtiyaç olarak görme,
 -Detaylara önem verme ve en iyisini gerçekleştirmeye çalışma
 (Lambing ve Kuehl, 2000: 15-21).

4. GİRİŞİMCİLİĞİN TEMEL FONKSİYONLARI

Entelektüel girişimcilerin yerine getirmesi gereken fonksiyonları şu şekilde sıralayabiliriz (Çelik ve Akgemci, 1998: 19).

Yeni Ürün ve Hizmet Üretimi: Girişimciler mevcut ürün ve hizmetler ile yetinmeyip, sürekli olarak farklı ve şaşırtıcı ürün ve hizmetlerin toplumsal ihtiyaçların karşılanmasında önemli görevleri yerine getirirler, aynı zamanda mevcut ürünlerin kalite ve niteliksel olarak yükseltilmesi neticesinde girişimciler bu yapıdan önemli kazanç elde ederler.

Yeni Üretim Yöntemlerinin Geliştirilmesi: Girişimciler sadece yeni ürün ve hizmetlerin üretilmesi ile değil, aynı zamanda ürün ve hizmetlerin üretilmesinde kullanılan üretim yöntemleri, pazarlama şekilleri, rekabet politikaları ve pazara sunum teknolojilerinin geliştirilmesini sağlarlar.

Hammaddelerin ve Benzeri Maddelerin Sağlanabileceği Yeni Kaynaklar Bulmak: Girişimciler gerek iç, gerek dış piyasada üretim koşullarını değiştirecek hammadde kaynaklarının bulunması ve denetlenmesi görevini de yerine getirirler. Hammadde kaynaklarını denetimleri altına alan girişimciler rakipleri karşısında önemli rekabet avantajı elde ederek, karlarını yükseltirler.

Yeni Pazarlara Ulaşmak: Yeni pazarlar bularak ülke içi ve dışında mal ve hizmet satışlarının artışını sağlamak girişimcilerin önemli fonksiyonlarından birini oluşturur. Bu manada modern iş yaşamında tüketicilerin satın alma güçlerini yükseltici çabaların desteklenmesi, ekonomik kalkınmaya ve büyümeye katkı sağlamak, gelir dağılımı adaletsizliklerini önleme ve daha dengeli dağılımların sağlanmasına katkı sağlamak gibi dolaylı bazı uygulamaların içinde yer almak girişimciler için yeni pazarların yaratılmasını sağlar.

5. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ VE GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

Günümüzde girişimcilik, ekonomik kalkınmanın lokomotifi olarak hizmet vermektedir. Gelişmemiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerinin kalkınmasında, gelişmiş ekonomilerde ise refah ve zenginliğin korunmasının temel yol girişimcilikten geçmektedir. Bu nedenle dünyadaki tüm ülkeler girişimcilik konusunun önemini kavramışlardır ve bu doğrultuda vatandaşlarının girişimci ruhunu harekete geçirmek ve canlandırmak için çalışmalar yapmaktadırlar.

Büyük firmaların önündeki en büyük sıkıntılardan biri, girişimcilik ruhlarının sönmüş olmasıdır. Belli bir büyüklüğe ve pazar hakimiyetine ulaşan firmalar, kendilerini büyük yapan değerleri ve atımları unutup ataletle kapılabilir ve hantallaşabilir. Bunun olmaması için hem çalışanların hem de işletme sahibinin girişimciliğe bakışı pozitif olmalıdır ve işletme daima yeni yatırımlara ve değişimlere hazır olmalıdır.

Ülkedeki yeraltı ve yerüstü kaynakların değerlendirilmesi, istihdamın artırılması, kamunun istihdam yükünün azaltılması ve ekonomik verimliliğin artırılması hususunda da girişimcilere büyük görevler düşmektedir. Girişimciliğin yetersiz olduğu ülkelerde kamu, yüksek işsizlik oranlarını dengelemek için kendisi çok sayıda personel istihdam etmek durumunda kalabilir. Bu da kaynak israfına sebep olur ve vatandaşların girişimcilik ruhunun daha da fazla körelmesine neden olabilir. Yeni teknolojilerin geliştirilmesi ve kullanılması, Pazar boşluklarının yakalanması ve doldurulması hususlarında da girişimcilerin önemi büyüktür. Zira girişimci, toplumun gereksinim duyduğu, dolayısıyla talep edilebilir bir mal veya hizmeti bulup, üretmeye girişen ve yaratıcılığı ile buna ön ayak olan kişidir (Tutar ve Küçük, 2003: 162).

Girişimcilik davranışı üzerinde çalışmalar yapan araştırmacılar değişik türlerde girişimciler olduğunu öne sürmektedirler. Bu türleri kısaca özetlemek gerekirse (Tunç,2007:81);

- **Başlatan Girişimci;** Yeni bir oluşum yaratmak üzere girişimciliğin harekete geçirilmesidir.
- **Toy Girişimci;** Daha önce bir girişim başlatmamış, ilk kez bir girişimcilik sürecinde yer alan girişimcidir.
- **Alışmış Girişimci;** Daha önce girişimler başlatmış ve sürekli olarak yeni hamleler yapan girişimcidir.

- **Seri - Dizi Girişimci;** Sürekli olarak ve ard arda yeni bir girişimcilik sürecini başlatan girişimcidir, değişik alanlarda girişimler başlatır.
- **Yatırımcı Girişimci;** Bir fikre veya oluşuma sermaye olarak destek veren ve bu fikrin veya fırsatın hayata geçmesini sağlayan girişimcidir. Melek yatırımcılar (angel investor) ve risk sermayesi grupları bu kapsamda düşünülebilir.

6. TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİK

Türklerin Orta Asya'dan gelip Anadolu'ya yerleşmeye başlamalarından itibaren sanatkarlık tarzındaki girişimcilik Anadolu'da yaygın olarak görülmektedir. Selçuklu Devleti ve Osmanlı Devletinde bir esnaf ve sanatkar teşkilatı olan Ahilik Teşkilatı girişimcilik konusunda etkin ve başarılı olmuştur. Ahilik teşkilatı kendi içerisinde bir kalite ve fiyat standardı oluşturarak düzenleme ve denetlemeler yapmıştır. Daha sonra Osmanlı İmparatorluğu döneminde ticaret şeklindeki yaygın girişimcilik Türk olmayan Osmanlı vatandaşlarının eline geçmiş ve Türk toplumu uzun yıllar boyunca ticaret hayatının dışarısında kalmıştır. Osmanlı devletinin son yıllarında kurulan işletmelerin ise büyük kısmı "milli" ve anonim Türk şirketlerdi (Tekin, 2004: 25).

Cumhuriyet döneminde girişimciliğin başlangıcı, Atatürk'ün önderliğinde İzmir'de 1. İktisat Kongresinin toplanması sonucu, Türkiye'de ekonomik gelişme ve kalkınmanın ancak girişimcilikle sağlanacağı kararıyla olmuştur (Tekin, 2004: 25). Cumhuriyetin ilk yıllarında emeklemeye başlayan Türk girişimcilik hareketi 1929 ekonomik bunalımından olumsuz etkilenmiştir. 1923 ten beri uygulanan iktisadi siyasetin çok fazla başarılı olamaması ve özel sektörün kendisinden beklenen girişimleri yerine getirememesi nedeniyle bu tarihten sonra devletçilik olarak adlandırılan, devletin yatırım ve girişimde daha fazla ön planda olduğu bir iktisadi politika benimsenmiştir. (Sunar, 2011: 69) Cumhuriyetin ilk yıllarında ülkemizde girişimcilik hareketleri sermaye yetersizlikleri nedeniyle daha çok devlet tarafından gerçekleştirilmiştir. Bölgesel kalkınma ve istihdamın artırılması, ülkesel kalkınmaya liderlik edilmesi ve özel girişimlerin cesaretlendirilmesi amacıyla kurulan pek çok kamu iktisadi teşebbüsü Cumhuriyet'in ilk yıllarındaki girişimciliğin örnekleridir.

Ülkemiz, 70 milyonun üzerindeki nüfusu ve dinamik nüfus yapısı ile iyi bir tüketim toplumu özelliği göstermektedir. Son yıllarda ekonomideki nisbi iyileşmeler ile beraber, kişi başına düşen gelirden önemli bir iyileşme gözlenmiş ve bu tüketim rakamlarına yansımıştır.

Bu da yeni girişimler için önemli bir pazar anlamına gelmektedir. Genç ve dinamik bir nüfus, sağlık, eğitim, gıda, hizmetler, ulaşım, turizm, iletişim ve bilişim alanlarında büyük bir talep anlamına gelmektedir (Tekin, 2004: 348).

Ülkemizde girişimciliğin önündeki en büyük engellerden biri kamu teşviklerinin yetersizliği ve düzensizliğidir. Tarım, sanayi ve ticaret alanlarında pek çok devlet desteği olmasına rağmen, bu desteklerin farklı kurumlar tarafından verilmesi ve duyurumun yeterince iyi yapılamaması girişimciliğin önündeki bir engeldir. Bu tarz teşviklerin planlanması ve koordinasyonunu tek elden yürütebilecek bir kamu örgütünün kurulması yerinde olacaktır. Bu örgüt aynı zamanda milli bir girişimcilik politikasının tesisini, üniversitelerin ve sivil toplum örgütlerinin desteğiyle gerçekleştirebilecek ve uzun vadeli bir yol haritası çizebilecektir.

Bununla birlikte ülkemizde girişimcilik hususunda yaşanan sorunları şu şekilde sıralayabiliriz (Tekin, 2004: 348).

- Girişimcilerin eğitim düzeylerinin düşük olması,
- Girişimcilik eğitimlerinin yetersiz olması,
- Sermaye yetersizlikleri,
- Girişimcilerin yetenek ve sorumluluk eksiklikleri,
- Söze dayalı iş yapma kültürü ve yazılı anlaşma yapılmaması,
- İş fikrini geliştirme uygulamadaki yetersizlikler
- Girişimcinin aile ve çevre desteğinden yoksun olması,
- Girişimcinin profesyonel davranmaması

7. İÇ ANADOLU BÖLGESİNDEKİ GENÇ NÜFUSUN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA

7.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, İç Anadolu Bölgesinde yaşayan genç nüfusun girişimcilik kavramına bakışı hakkında bilgi edinmek ve girişimcilik eğilimlerini ölçmektir. Araştırma ile beraber gençlerin girişimcilik kavramını nasıl algıladıkları da incelenmeye çalışılmıştır.

7.2. Yöntem

İç Anadolu Bölgesindeki gençlerin girişimcilik kavramına bakışını ve girişimcilik eğilimlerini ölçmeye çalışan bu çalışmada veri ve bilgilerin toplanmasında internet yolu ile anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu hazırlanırken, forma temel teşkil etmek için gerekli literatür taraması yapılarak girişimcilik kavramı, teşvikler ve iş

fırsatları, ailesel eğilimleri ve girişimciliğin önündeki potansiyel engeller gibi özellikleri temsil eden değişkenleri ortaya koyacak ifadeler ankete dahil edilmiştir. Anket için hazırlanmış özel web sitesi ve anket linki katılımcılar ile paylaşılmış ve kendilerinden web ortamında anketi doldurmaları rica edilmiştir. Anket soruları iki bölümden oluşmuştur. Birinci bölüm katılımcıların yaş, eğitim durumu, ailelerinin geliri ve meslekleri gibi demografik bilgiler üzerinde dururken, ikinci bölümde katılımcıların girişimciliğe olan bakış ve girişimciliği algılama şekilleri 5 seçenekli likert ölçeği ile değerlendirilmeye çalışılmıştır.

7.3. Verilerin Toplanması

İç Anadolu Bölgesinin coğrafi genişliği, zaman kısıtlılığı ve ekonomik kısıtlar göz önüne alınarak anketin web ortamında katılımcılara ulaştırılmasına karar verilmiştir. İç Anadolu Bölgesindeki üniversitelere, öğrenci birliklerine ve öğrenci mesaj panolarına anket linki ulaştırılmış ve katılımcılardan anketi anonim olarak doldurmaları istenmiştir. Yarım bırakılan 160 anket çıkartıldıktan sonra uygulama sonucunda web sitesi veri tabanında 434 anket toplanmıştır. Araştırma sonuçları bu 434 anketin analizini içermektedir.

7.4. Hipotezler

Araştırma hipotezi İç Anadolu Bölgesindeki gençlerin girişimcilik eğilimlerinin gelişmemiş olduğu yönündedir.

H₀: İç Anadolu Bölgesindeki 18-35 yaş arası nüfusun girişimcilik eğilimleri gelişmemiştir ve bireyler ağırlıklı olarak girişimciliği bir kişilik sahibi değillerdir.

7.5. Verilerin analizi ve Değerlendirilmesi

Araştırma hipotezlerinin test edilmesi sürecinde, anketle elde edilen veriler SPSS 17.0 paket programı kullanılarak frekans analizine ve ki-kare analizine başvurulmuştur. Frekans analizi ile bireylerin girişimcilik kavramına olan bakışları, kavramı algılayış biçimi ve girişimciliğin önündeki engelleri ile ilgili verilere ulaşılmıştır. Daha önce yaşanmış aile deneyimlerinin, eğitim farklılıklarının ve kişisel tecrübelerin girişimciliğe bakış açısı ile ilişkili olup olmadığının tespiti için ise ki-kare analizi uygulanmıştır.

Ki-Kare analizi yapılan çeşitli değişkenler ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkilerin test edildiği hipotezler şunlardır:

H₀: Yaş ile girişimci bir kişilik sahibi olma arasında ilişki yoktur.

H₁: Yaş ile girişimci bir kişilik sahibi olma arasında ilişki vardır.

H_0 : Cinsiyet ile girişimci bir kişilik sahibi olma arasında ilişki yoktur.

H_1 : Cinsiyet ile girişimci bir kişilik sahibi olma arasında ilişki vardır.

H_0 : Öğrenim Düzeyi ile girişimci bir kişilik sahibi olma arasında ilişki yoktur.

H_1 : Öğrenim Düzeyi ile girişimci bir kişilik sahibi olma arasında ilişki vardır.

7.6. Araştırmanın Sonuçları

Araştırma sonuçlarına ulaşılrken toplanan veriler önce frekans analiziyle sınıflandırılmış ve yorumlanmış, daha sonra ise ki-kare analizi ile çapraz tablolar oluşturulmuştur ve bu tablolar değerlendirilmiştir.

TABLO: A
Güvenlik analizi

Uygulamaya ilişkin gerçekleştirilen güvenilirlik analizi sonucunda elde edilen Cronbach Alpha değerleri aşağıdaki gibidir.

Güvenilirlik İstatistikleri

Cronbach's Alpha	Değişken Sayısı
,569	36

Tablo: 1
Yaş Dağılımı

	Frekans	Yüzde
18-23	152	35,0
24-28	192	44,2
29-35	90	20,7
Toplam	434	100,

Ankete katılanların % 35'i 18-23 yaş aralığında, % 44,2'si ise 24-28 yaş aralığındadır. Katılımcıların kalan % 20,7'lik kısmı 29 yaş üzerindeki genç nüfusu kapsamaktadır.

Tablo: 2
Cinsiyete göre dağılım

	Frekans	Yüzde
Bay	320	73,7
Bayan	114	26,3
Toplam	434	100,0

Tablo 2'den görüleceği üzere katılımcıların büyük kısmı erkektir. Erkekler ankete katılanların % 73'7'sini oluşturmuşlardır.

Ankete katılanların % 60,8'i üniversite mezunu yada üniversite öğrencisidir. Bunda en önemli etken anket tanıtımının üniversitelerde yoğun olarak gerçekleştirilmiş olmasıdır. Bununla birlikte katılımcıların % 16,6'sı lisansüstü eğitim almış eğitimli kesimi temsil etmektedir. Katılımcıların genel olarak yükseköğrenim görmüş kişilerden oluştuğu söylenebilir.

Tablo: 3
Öğrenim Düzeyine Göre Dağılım

	Frekans	Yüzde
Lise	42	9,7
Ön Lisans	56	12,9
Lisans	264	60,8
Lisansüstü	72	16,6
Toplam	434	100,0

Tablo: 4
Kişisel İş Deneyimine Göre Dağılım

	Frekans	Yüzde
1 Yıdan az	204	47,0
1-5 Yıl	122	28,1
6-10 Yıl	74	17,1
11-20 Yıl	32	7,4
20 Yıdan fazla	2	,5
Toplam	434	100,0

Ankete katılanların büyük kısmı 1 yıldan az iş deneyimine sahiptir. bu kesimi genellikle öğrenimi devam eden öğrencilerin oluşturduğu düşünülebilir. 1 ile 5 yıl arasında iş deneyimi olanlar tüm katılımcıların % 28,1'ini oluşturmuşlardır. Bu rakamlar değerlendirildiğinde uygulamanın iş deneyimine sahip çalışanları da içerdiği ve onların girişimciliğe bakışını da yansıtmakta olduğu söylenebilir.

Tablo: 5
Ailenin aylık gelirine göre dağılımı

	Frekans	Yüzde
Asgari Ücret	2	,5
580-800 TL	12	2,8
801-1200 TL	66	15,2
1201-1600 TL	82	18,9
1601-2600 TL	110	25,3
2600 TL ve üzeri	162	37,3
Toplam	434	100,0

Ankete katılan kesimin içerisinde, ailesi asgari ücret ile geçinenlerin temsil edilmedikleri gözlenmiştir. Bu çalışmanın bir eksikliği olarak nitelendirilebilir. Geliri 2600 TL'nin üzerinde olan ve yaşam standartları nispeten yüksek olan ailelerin üyeleri, ankette % 37,3 gibi yüksek bir oran ile temsil edilmektedir.

Anket katılımcıların % 16,6'sı devlet memurluğu hayalleri kurmaktadır. Özel sektörde ücret karşılığı çalışmak isteyenlerin oranı % 26,3 iken, kendi işini kurmak isteyenlerin oranı % 16,6'da kalmıştır. Aile mesleğini devam ettirmek isteyenlerin oranının oldukça düşük kalması dikkat çekicidir.

Tablo 6
Mesleki ideallere göre dağılım

	Frekans	Yüzde
Devlet Memurluğu	72	16,6
Özel Sektör	114	26,3
Akademisyen	58	13,4
Aile mesleği	2	,5
Bankacılık ve finans	22	5,1
Kendi işini kurma	72	16,6
Cevap Yok	94	21,7
Toplam	434	100,0

Tablo 7 göstermektedir ki, katılımcıların % 43,3'ünün anne ya da babası hiçbir zaman kendi işinin sahibi olamamıştır. Bu da katılımcıların büyük kısmının ücretli çalışan ailelerden geldiğini göstermektedir.

Tablo 7:
Anne ve babanın çalışma durumuna göre dağılım

	Frekans	Yüzde
Her ikisinde kendi işlerinin sahibi olarak çalıştılar	38	8,8
Yalnızca biri kendi işinin sahibi olarak çalıştı	138	31,8
Hayatlarının bir bölümünde ikisinden biri kendi işinin sahibi	70	16,1
Her ikisi de hiçbir zaman kendi işinin sahibi olmadı	188	43,3
Toplam	434	100,0

Katılımcıların % 10,6'sına göre girişimciliğin önündeki en önemli engel nitelikli eleman eksikliğidir. % 31,1'lik ve en büyük kesim ise sermaye sorunlarının ve kredi yetersizliklerini en önemli engel olarak belirtmişlerdir. Eğitim eksikliğinin önemine dikkat çekenler % 16,1, bürokrasiden şikâyet edenler ise % 12,4 oranındadır.

Tablo: 8
Türkiye'de girişimciliğin önündeki engellerin yorumlanması

	Frekans	Yüzde
Uzman / Nitelikli Eleman Eksiği		
Kredi ve Finansman Sorunları	46	10,6
Teknolojik Altyapı ve Donanım Eksikliği	136	31,3
Siyasi İradesinin Yetersizliği	30	6,9
Girdi Maliyetleri	38	8,8
Eğitim Eksikliği	46	10,6
Bürokrasi	70	16,1
Diğer	54	12,4
Toplam	14	3,2
	434	100,0

Tablo: 9
Girişimcilik kavramı hakkında yeterince bilgiye sahip olma durumu

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	84	19,4
Katılıyorum	202	46,5
Cevap Yok	40	9,2
Katılmıyorum	100	23,0
Kesinlikle Katılmıyorum	8	1,8
Toplam	434	100,0

Katılımcıların % 46,5'i girişimcilik kavramı hakkında bilgi sahibi olduklarını belirtmişlerdir. Görüşe kesin olarak katılanları da eklersek toplamda katılımcıların % 65,9'u girişimcilik kavramı hakkında bilgi sahibidir. % 24,8'lik kesim ise girişimcilik kavramı hakkındaki bilgilerini yetersiz olarak değerlendirmektedir.

Katılımcıların sadece % 18,4'ü bölgelerindeki girişimcilik eğitimlerini yeterli bulmaktadır. Bu durumda, bu tarz eğitim programlarının artırılması ya da mevcut eğitimlerin duyurumunun daha iyi yapılması gereklidir önerisi getirilebilir.

Tablo: 10
Bulduğum bölgedeki girişimcilik eğitimleri (İş-Kur, Kos-Geb), yeterlidir

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	16	3,7
Katılıyorum	64	14,7
Cevap Yok	118	27,2
Katılmıyorum	166	38,2
Kesinlikle Katılmıyorum	70	16,1
Toplam	434	100,0

Katılımcıların yaklaşık % 32,7'lik kısmı, devletin girişimcilere yönelik teşvik ve desteklerinden haberdardır. % 45'in üzerindeki bir diğer kesim katılımcı ise bu teşviklerden yeterince haberi olmadığını düşünmektedir. Bu tarz teşvik ve destek programlarından gençlerin yeterince haberdar edilmesi son derece önemlidir. Duyurum ve ilan çalışmalarının daha iyi yapılması düşünülebilir.

Tablo: 11
Devletin, girişimcilere yönelik teşvik, eğitim vb. desteklerinden haberdarım

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	24	5,5
Katılıyorum	118	27,2
Cevap Yok	90	20,7
Katılmıyorum	138	31,8
Kesinlikle Katılmıyorum	64	14,7
Toplam	434	100,0

Ankete cevap verenlerin % 43,8'i bankacılık sektörünün iş kurma olanaklarından ve kredilerinden haberdar olduklarını belirtmişlerdir. Bu yargıya kesinlikle katılanların oranı ise % 9,2'dir. Toplamda, katılımcıların % 29,1'i ise bu fırsatlardan ve kredi olanaklarından haberdar değildirler.

Tablo: 12
Bankacılık sektörünün iş kurma kredileri ile ilgili bilgilere göre dağılım

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	40	9,2
Katılıyorum	190	43,8
Cevap Yok	78	18,0
Katılmıyorum	94	21,7
Kesinlikle Katılmıyorum	32	7,4
Toplam	434	100,0

Tablo: 13
Aldığım eğitim, kendi işimi kurmama yetecek düzeydedir

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	84	19,4
Katılıyorum	146	33,6
Cevap Yok	44	10,1
Katılmıyorum	112	25,8
Kesinlikle Katılmıyorum	48	11,1
Toplam	434	100,0

Katılımcıların % 36,9'u aldıkları eğitim ile girişimci olabileceklerine inanmamaktadır. Bu bağlamda, ilköğretimden itibaren girişimcilik, iş ve iş kurma üzerine eğitimler verilerek kişiler ücretli çalışmaya olan isteklerinden ve bağılılıklarından kurtarılabilirler. İş ve yöneticilik ile ilgili eğitimler bu hususta önem kazanmaktadır.

Tablo: 14
Finansal açıdan kendi işimi kurabilecek durumdayım

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	26	6,0
Katılıyorum	62	14,3
Cevap Yok	50	11,5
Katılmıyorum	138	31,8
Kesinlikle Katılmıyorum	158	36,4
Toplam	434	100,0

Anketimize cevap veren katılımcıların % 68,2'si finansal olarak kendi işlerini kurabileceklerine inanmamaktadırlar. Bu da gençlerin akıllarındaki iş fikirlerini uygulamaya geçirecek finansal varlıktan yoksun olduklarını göstermesi açısından önemlidir. Gençlerin sadece % 20,3'ü finansal açıdan kendi işlerini kurabilecek durumdadır

Tablo: 15
Banka kredisi ile kendi işimin sahibi olmaya sıcak bakıyorum

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	22	5,1
Katılıyorum	124	28,6
Cevap Yok	62	14,3
Katılmıyorum	124	28,6
Kesinlikle Katılmıyorum	102	23,5
Toplam	434	100,0

Gençlerin % 33,7'si banka kredisi ile kendi işinin sahibi olmaya sıcak bakmaktadırlar. % 52,1'lik kesim ise banka kredisine mesafeli yaklaşmaktadır. Bu yanlış algının düzeltilmesi için öncelikle

bankalara önemli görevler düşmektedir. Gençlere yönelik iş kredileri için esnek ödeme koşulları geliştirilmeli, hukuksal ve finansal yaptırımların esnekliği hakkında girişimciler bilgilendirilmelidir. Kısaca, toplumda bankalara ve banka kredilerine karşı gelişmiş olan yanlış izlenim yok edilmelidir.

Gençlerin yaklaşık % 70'i yeni bir işyeri açılırken gerekli olan yasal prosedürleri fazla bulmaktadırlar. Bu yargıya katılmayanların oranı ise % 12,6'dır.

Tablo: 16
Yeni bir işyeri açılırken gerekli yasal prosedürleri fazla buluyorum

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	174	40,0
Katılıyorum	134	30,8
Cevap Yok	72	16,6
Katılmıyorum	42	9,8
Kesinlikle Katılmıyorum	12	2,8
Toplam	434	100,0

Tablo: 17
Ekonomik başarısızlık, siyasal istikrarsızlık, eğitimsizlik, Pazar sorunları vb. nedenlerle kendi işimi kurmaktan korkuyorum

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	152	35,0
Katılıyorum	160	36,8
Cevap Yok	54	12,4
Katılmıyorum	48	11
Kesinlikle Katılmıyorum	20	4,6
Toplam	434	100,0

Katılımcıların yaklaşık % 72'si siyasal istikrarsızlık, başarısızlık ve pazar sorunları nedeniyle kendi işini kurmaktan çekindiklerini belirtmişlerdir. Bu tarz sorunların aşılması için siyasal açıdan güvenilir bir ortam oluşturulmalı, yerli ve yabancı girişimcilerin önerilerini görmeleri sağlanmalı, ekonomik piyasaların düzenlenmesi ve denetimine daha fazla özen gösterilmelidir.

Katılımcıların % 91,7'si genç girişimcileri devletin desteklemesi gerektiği görüşünü savunmaktadır. Bu oran oldukça yüksektir. Devlet genç girişimcilere uzun dönem geri ödemesiz krediler ve hibeler vererek onların yeni iş fikirlerini desteklemelidir.

Tablo: 18
Devlet, genç girişimcilere destek olmalıdır

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	278	64,0
Katılıyorum	120	27,6
Cevap Yok	22	5,0
Katılmıyorum	10	2,4
Kesinlikle Katılmıyorum	4	1
Toplam	434	100,0

Katılımcıların % 84,3'ü başarılı bir girişimin yolunun yeni bir iş fikrinden geçtiğini düşünmektedir. Bu oran yeniliklerin önemini farkedilmesi açısından önemlidir. Gençler yenilikçiliğin önemini kavramışlardır diyebiliriz.

Tablo: 19
Başarılı bir girişim için yenilikçi bir iş fikrinin şart olduğunu düşünüyorum

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	218	50,2
Katılıyorum	148	34,1
Cevap Yok	26	6,0
Katılmıyorum	26	6,0
Kesinlikle Katılmıyorum	16	3,7
Toplam	434	100,0

Katılımcıların % 61,8'i ülkemizdeki marka, telif ve patent süreçlerini karışık olarak nitelmişlerdir. Bu tarz problemler girişimcilerin iş yapma ruhunu zedeler. Zira yeni buluş ya da ürünün patentini elde etmekte zorlanan girişimci ürünü piyasaya çıkarmakta isteksiz davranacak ve patenti elde edene kadar onu korumak isteyecektir. Markalaşmakta modern işletmecilikte son derece önemlidir. Bu nedenle marka onay süreçlerinin kısaltılması ve kolaylaştırılması şarttır.

Tablo: 20
Ülkemizde telif hakları, marka tescili ve patent süreçlerini karmaşık buluyorum

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	114	26,3
Katılıyorum	154	35,5
Cevap Yok	116	26,7
Katılmıyorum	42	9,7
Kesinlikle Katılmıyorum	8	1,8
Toplam	434	100,0

Sorulara cevap veren gençlerin % 53,9'u genel işletmecilik, iş planları ve iş kurma gibi konularda temel bilgilere sahip olduğunu belirtmiştir. Bu oran gençlerin işletme dünyasına bakışları açısından önemlidir. Bununla birlikte katılımcıların yaklaşık % 30'unun bu hususlarda herhangi bir bilgisi yoktur.

Tablo: 21
Genel işletmecilik, iş planları, iş kurma aşamaları gibi konularda bilgim var

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	88	20,3
Katılıyorum	146	33,6
Cevap Yok	68	15,7
Katılmıyorum	102	23,5
Kesinlikle Katılmıyorum	30	6,9
Toplam	434	100,0

Katılımcıların % 43,3'ü kendi işini kurarak iş hayatına atılmayı riskli olarak değerlendirmektedir. Genç nesildeki bu risk algısının değiştirilmesi ancak eğitim ile mümkündür. Eğitim ile risk ve belirsizlik kavramları ile yüksek risk içeren işlerdeki kazanç oranı genç nesillere anlatılmalı ve uzun vadeli politikaların temeli atılmalıdır.

Tablo: 22
Kendi işimi kurarak iş hayatına atılmayı riskli buluyorum

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	52	12,0
Katılıyorum	136	31,3
Cevap Yok	94	21,7
Katılmıyorum	106	24,4
Kesinlikle Katılmıyorum	46	10,6
Toplam	434	100,0

Katılımcıların % 45,6'sının kafalarında bir iş fikri vardır ve bunu hayata geçirmek için çalışmalar yapmaktadır. Her 4 katılımcıdan 1'i bu soruyu yanıtsız bırakırken, katılımcıların yaklaşık % 30'unun herhangi birinin iş fikri yoktur ve/veya hayata geçirmek için herhangi bir çalışma içerisinde değildir.

Tablo: 23
Kafamda bir iş fikri var ve bunu hayata geçirmek için çalışmalar yapmaktayım

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	60	13,8
Katılıyorum	138	31,8
Cevap Yok	110	25,3
Katılmıyorum	98	22,6
Kesinlikle Katılmıyorum	28	6,5
Toplam	434	100,0

Anketimize katılan genç nüfusun aileleri, kamu sektöründe maaşlı bir işte çalışmaları için onlara telkinlerde bulunmaktadır. Katılımcıların % 54,8'i bu durumu yaşamışlardır ya da yaşamaktadırlar. % 35,9'luk kesim ise ailelerinden bu konuda herhangi bir telkin görmediklerini belirtmişlerdir.

Tablo: 24
Ailem bana kamu sektöründe maaşlı bir işte çalışmam için sözlü telkinlerde bulunmaktadır

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	126	29,0
Katılıyorum	112	25,8
Cevap Yok	40	9,2
Katılmıyorum	60	13,8
Kesinlikle Katılmıyorum	96	22,1
Toplam	434	100,0

Katılımcıların % 58,5'i devlet kadrosunda çalışmanın rahat ve garantili olduğunu düşünmektedir. Bu oran, ülkemizde KPSS sınavına başvuru rakamlarını açıklaması ve devlet memurluğu zihniyetini özetlemesi bakımından önemlidir. Bu görüşe katılmayanlar, tüm katılımcıların % 29,9'unu oluşturmuşlardır.

Tablo: 25
Devlet kadrosunda çalışmanın rahat ve garantili olduğunu düşünüyorum

	Frekans	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	120	27,6
Katılıyorum	134	30,9
Cevap Yok	50	11,5
Katılmıyorum	60	13,8
Kesinlikle Katılmıyorum	70	16,1
Toplam	434	100,0

SONUÇ

Çalışma sonuçları İç Anadolu bölgesindeki gençlerin girişimcilik eğilimlerinin zayıf olduğunu göstermiştir. Bunda, Türk toplumuna geçmişten miras kalan ticaret kültürü eksikliğinin de payı vardır. Osmanlılar döneminde uzun yıllar tarım ile ilgilenen Türkler, ticaret ve sanat hayatının uzağında kalmışlardır. Cumhuriyet döneminde ülkede girişimcileri destekleyecek uzun dönemli bir devlet politikasının geliştirilmemesi de, girişimcilik kültürünün gelişmesini engellemiştir.

Eğitim, girişimcilik sorununun temelindeki bir diğer etkidir. Ülkemizdeki ilköğretim kurumlarında girişimcilik ve iş kurma üzerine seçmeli dersler ya da eğitimlerin verilmesi yerinde olacaktır. Bununla birlikte bu derslerde aile iktisadı, temel işletmecilik, iş kurma, iş geliştirme gibi hususlara da değinilerek gençlerin küçük yaştan itibaren bu konularda bilgi sahibi olması ve istek geliştirmesi sağlanabilir. Bankacılık sektörünün ve özellikle kamu bankalarının da genç girişimcileri desteklemesi sağlanmalıdır. Genç girişimcilerin desteklenmesi ekonomimiz için lokomotif görevi görebilir ve istihdam sorununun çözümünde rol oynayabilir. Bununla birlikte ABD’de sıkça görülen girişim sermayesi şirketlerinin yaygınlaşması ve bu tarz şirketlere vergi kolaylıkları getirilmesi de önemlidir. Ülkemizde de bu iş kültürünün yerleştirilmesi önemlidir.

Çalışmaya göre, gençlerin kendi işlerini kurmalarının önündeki en büyük engel sermaye sorunlarıdır. Bu nedenle, girişimcilik ruhuna sahip gençler işletmecilik ve girişimcilik konularında eğitildikten sonra gereken devlet desteği verilerek iş kurmaları sağlanmalıdır. Modern ekonomilerde küçük ve orta ölçekli işletmelere büyük önem verilmekte ve kamu tarafından bu işletmelere aktarılan kaynaklar “israf” olarak görülmektedir. Ülkemiz büyük istihdam sorunu çeken bir ülkedir ve bu sorun ancak girişimcilik ile çözülebilir. Özellikle hizmet işletmeleri ve bilişim işletmeleri, hammaddeye uzaklık sorunu yaşamadıklarından ülkenin her coğrafyasında kurulabilir ve bölgesel kalkınma adaletsizliklerinin giderilmesinde de rol oynayabilirler. Bununla birlikte, günümüzde teknolojik gelişmelerinde etkisiyle giderek artan bir hızda yaşanan değişim yaratıcı, yenilikçi ve girişimci yaklaşımları zorunlu kılmaktadır. Değişimi başlatmak ve değişime ayak uydurabilmek için sorunlara yaratıcı fikirlerle çözümler bulunmalı, bu çözümler yenilikçilik ile geliştirilmeli ve girişimcilik ile hayata geçirilmelidir. Girişimcilerin önünü açmalı, yasalar dahilinde rekabete izin verilmeli, yenilik ve farklılık içeren her türlü girişim fikrine sahip çıkılmalıdır. Bölgesel ve ulusal kalkınma ancak başarılı girişimler ile mümkün olabilecektir.

KAYNAKÇA

- ARIKAN, Semra (2004), Girişimcilik-Temel Kavramlar ve Bazı güncel Konular, Sayasal Kitapevi.
- BYGRAVE William ve HOFER, Charles (1991), *"Theorizing About Entrepreneurship"*, Entrepreneurship Theory and Practice Winter, ss. 13-14.
- COULTER, Mary (2008), Entrepreneurship in Action, Prentice Hall-Pearson Education Inc. Nex Jersey.
- ÇELİK, Adnan ve AKGEMCİ, Tahir (1998), Girişimcilik Kültürü ve Kobiler, Nobel Yayınları, Ankara.
- DİLSİZ, İrfan ve KÖLÜK, Nihat (2008), Meslek Yüksekokulları İçin girişimcilik, Detay Yayıncılık, Ankara.
- DÖM, Serpil (2008), Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği, Detay Yayıncılık, 2. Baskı, Ankara.
- LAMBLING, Peggy ve KUCHL, R. Charles (2000), Entrepreneurship, Second Edition, Prentice Hall.
- MİNNİTİ, Maria ve BYGRAVE, William (2000), *"The Social Dynamics of Entrepreneurship"*, Entrepreneurship Theory and Practice, Spring.
- SCHUMPETER, A. Joseph (1991), The Economics and Sociology of Capitalism, Editör: Richard Swedberg, Princeton University Press, New Jersey.
- SCHUMPETER, Joseph (1947), Economic Theory and Entrepreneurship History, Cilt: 7, ss. 63-84.
- SCIASCIA Salvatore ve De Vita Ricardo (2004), The Development of Entrepreneurship Research, Working Paper.
- SUNAR, Lütfi (2011), Türkiye'de İş Ortakları Durum Çözüm Önerileri, İTO, İGİAD, İstanbul
- TEKİN, Mahmut (2004), Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi, Ankara.
- TİTİZ, Tınaz (1994), Girişimcilik, İnkılâp Kitabevi, İstanbul.
- TOP, Seyfi (2006), Girişimcilik - Keşif Süreci, Beta Yayınları, İstanbul.
- TUNÇ, Barbaros (2007), İşletmelerde Yaratıcılık, Yenilikçilik, Girişimcilik Yönetimi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- TUTAR, Hasan ve KÜÇÜK, Orhan (2003), Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi, Seçkin Yayınları, Ankara.
- YENİÇERİ, Özcan ve İNCE, Mehmet (2005), Bilgi Yönetim Stratejileri ve Girişimcilik, 19. Kültür ve Sanat Yayıncılık, İstanbul.
- YURTSEVEN, Rıdvan (2007), Girişimcilik Küçük Bir İşletme Kurmak ve Yönetmek, Detay Yayıncılık, Ankara.

GİRİŞİMCİLİK TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE KOBİLERİN EKONOMİYE ETKİLERİ VE REKABET KOŞULLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER



Sebahattin YILDIZ

Yrd. Doç. Dr., Kafkas Üniversitesi
İİBF İşletme Bölümü
yildizs@marmara.edu.tr

Salih ALP

İktisat - Bilim Uzmanı
skamci@hotmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, iktisat teorisi içinde girişimciliğın önemine tarihsel açıdan bakmak ve bu bağlamda girişimciliğın olağın ve önemli bir sonucu olarak ortaya çıkan KOBİ'lerin ülke ekonomilerine potansiyel katkılarını ve rekabet koşullarını etkileyen potansiyel faktörleri ortaya çıkarmaktır. Araştırmanın yöntemi, derleme şekilde tasarlanmıştır. Buna göre, girişimcilerin temel özellikleri ve üstlenmiş oldukları roller ortaya çıkarılmıştır. Yine, KOBİ'lerin, tüm işletmeler içerisindeki, istihdamdaki, yatırımındaki, katma değerdeki, ihracattaki ve kredilerdeki payı gibi kriterler yoluyla ekonomiye etkileri belirtilmiştir. Ayrıca, KOBİ'lerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamasına aracılık eden faktörler olarak rekabet stratejileri, profesyonel yönetim anlayışları, işbirlikleri, küme ekonomisi ve kamu politikaları gibi faktörler incelenmiştir.

Sonuç olarak, girişimcinin risk üstlenici, karar verici, kaynak tahsis edici, arbitrajcı, yenilikçi, endüstriyel lider, üretim faktörlerinin patronu ve bir işletme sahibi gibi roller üstlendiğı ortaya çıkmıştır. Yine, KOBİ'lerin tüm işletmeler içerisinde en önemli ve yüksek bir orana sahip olduğu ve toplam istihdamın da yarısından fazlasını oluşturduğu görölmüştür. Ayrıca, KOBİ'lerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamak için bir stratejisinin olması, sektördeki rekabet güçleri ile başa çıkabilmesi, profesyonel yöneticilerin danışmanlık yaptığı bir yönetim yapısı oluşturması, katma değer yaratan işletmelerle işbirlikleri sağlaması, dışsal ekonomik yarar sağlayacak küme ekonomilerinden faydalanması ve ülkedeki kamu politikalarının etkinleştirilmesi gerektiğı söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: KOBİ'ler, Girişimcilik, Rekabet Stratejisi, Küme Ekonomisi, İşbirlikleri

THE EFFECTS OF SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES ON THE ECONOMY AND THE FACTORS AFFECTING THEIR COMPETITION CONDITIONS IN ACCORDANCE WITH ENTREPRENEURSHIP THEORY

ABSTRACT

The purpose of this paper is historically to examine the import of entrepreneurship in economic theory and to reveal the potential effects of Small and Medium Sized Enterprises (SMEs), a regular result of entrepreneurship, on the national economies and the factors effecting competition conditions. The paper is designed as review. Accordingly, the characteristics and roles undertaken of entrepreneurs are revealed. Also, it is specified the effects of SMEs on the economy are via the ratio in the total enterprise, employment, investment, value added, exportation and credits. Besides, the factors intervening sustainable competitive advantage of SMEs, such as competitive strategy, professional management views, alliances, clusters and public policy, are examined.

Consequently, it is appeared that entrepreneurs undertake roles such as the taker risk, maker decision, allocator resources, arbitrager, innovative, industrial leader, patron of production factors and owner a business. Also, it is revealed that SMEs have the most important and high rate in all business and consist of more than half of total employment. Besides, it could be said that for sustainable competitive advantage, SMEs need to have a strategy, to challenge with five forces, to form a managerial structure with professional managers, to make alliances with business creating value added, to benefit from cluster economies and the public policies need to be effective in the country.

Keywords: SMEs, Entrepreneurship, Competition Strategy, Cluster Economy, Alliances

GİRİŞ

18. yüzyıl'dan itibaren iktisat teorisinin gündeminde bulunan girişimcilik faktörü piyasa ekonomileri içerisinde her zaman önemli bir yere sahip olmuştur. Dar anlamı ile "kar karşılığı risk ve inisiyatifi kabul eden kişi" olarak tanımlanabilen girişimci, piyasa ekonomisinin temel dinamiği ve ilerlemenin yapı taşı olarak nitelenmiştir. Girişimci, genel olarak, ekonomik gelişmenin güç kaynağı olarak görülmüş ve onun fonksiyonunun; yaratıcı bir çerçevede yenilikler yaparak yeni mallar, yeni teknolojiler, arza yönelik yeni kaynaklar ve yeni tip organizasyonlar üretmek olduğu ifade edilmiştir.

Girişimciliğin bir sonucu olarak ortaya çıkan, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ) ise özellikle 1970'lerin ortalarından itibaren piyasa ekonomisi içerisinde önemsenen bir yapıya bürünmüş,

son yıllarda artan küresel rekabet ortamında hızla gelişerek piyasaların en önemli unsurları haline gelmişlerdir. Böylece ulusal ekonomiler için oldukça büyük önem arz eder olmuşlar ve bu anlamda ekonomik büyüme ve kalkınma konusunda önemli roller almaya başlamışlardır. Girişimcinin bir firma ve girişimcilerin bir firmalar bütünü olması dolayısıyla ekonomiye etkileri yadsınamazdır.

Bu çalışmanın temel amacı, girişimci ve onun temel özelliklerini iktisat teorisi kapsamında kısaca irdeleyerek, girişimsel bir yapı olarak ön plana çıkan KOBİ'lerin genel yapısı ve rekabet şartları hakkında değerlendirmeler yapmaktır. Bu anlamda çalışmanın ilk bölümünde girişimci ile ilgili tanımlamalar ve girişimcinin temel özellikleri hakkında bir değerlendirme yapılarak, özellikle iktisat teorisi tarihinde girişimciye atfedilen roller tartışılmıştır. İkinci bölümde ise KOBİ'lerin genel yapısı ve rekabet piyasası içerisindeki durumu tahlil edilerek, bu teşebbüslerin ekonominin temel dinamiklerine etkisi ve rekabet koşullarını etkileyen faktörler hakkında fikir verilmeye çalışılmıştır.

1. GİRİŞİMCİLİK TEORİSİ

Girişimci, piyasa ekonomisi içinde en önemli aktörlerden biri olmasına rağmen girişimcilik teorisi tam anlamıyla çözümlenebilmiş değildir. Bu konudaki literatür oldukça geniş ve yoğun olmasına rağmen, girişimci konusunda iktisatçılar tarafından henüz tam olarak bir fikir birliğine varıldığını söylemek zordur. Hatta girişimciliğin uluslararası kabul gören bir tanımı dahi bulunmamaktadır. Oxford İngilizce sözlüğünün tanımına göre girişimci, “kar karşılığı risk ve inisiyatifi kabul eden kişi” olarak değerlendirilir. Bu tanım ile girişimcinin yüksek derecede risk ve inisiyatif almaya istekli olduğunu vurgulanmaktadır (Burns, 2006, s.9).

Girişimciliğin *risk alma yönüne* Cantillon'dan beri hep dikkat çekilmiş ve yazında girişimci çoğu zaman bir risk üstlenici olarak tanımlanmıştır. Özellikle işletmecilik faaliyetlerinde profesyonel yöneticilerle girişimcileri birbirinden ayırt ederken ilk vurgulanan, girişimcilerin yöneticilerden farklı olarak kar/zarar riskini bizzat üstlenmesidir. Ancak ekonomik riskler, girişimciler için sadece bir boyuttur. Belirsiz bir çevrede kariyer riski, sosyal riskler, psikolojik ve fiziksel riskler, çoğu zaman ekonomik risklerle bir aradadır. Üstlenilen bu risklerin sonucunda girişimcinin beklediği şey başarıdır veya başlangıçta hedeflediği sonuçlara ulaşmaktır. Ancak, başarısızlık da muhtemeldir ve bu durumda riskler, girişimciliğin karanlık yüzüne dönüşebilir. Dolayısıyla, bu konudaki belirsizliğe katlanma, girişimcinin önemli özelliklerinden biridir (Erdem, 2001, s.46). Bununla beraber

girişimci, temel anlamda birçok karakteristik özelliğe sahiptir. Tablo 1’de bu özellikler gösterilmektedir.

Cantillon’dan (1755) itibaren başlayan modern girişimcilik teorisi çerçevesinde¹, her dönem çok çeşitli görüşler olmasına rağmen, girişimcinin bir ekonomik aktör olarak önemine vurgu yapılmaktadır. Örneğin, *The Theory of Economic Development* adlı kitabıyla, girişimcilik teorisine en önemli katkıyı yaptığı ifade edilen Schumpeter (Rıpsas, 1998, s.105), girişimciyi ekonomik gelişmenin güç kaynağı olarak görmüş ve onun fonksiyonunun; yaratıcı bir çerçevede yenilikler yaparak, yeni mallar, yeni teknolojiler, arza yönelik yeni kaynaklar, yeni tip organizasyonlar üretmek olduğunu ifade etmiştir. F.H. Knight ise girişimcinin, gelecek tahmini yapması yönündeki yeteneklerini işaret ederek, belirsizliğe karşı kar amacı ile ileri görüşlü hareket etmesine vurgu yapmıştır. F.A. Hayek’in düşüncesinde ise girişimci kar güdüsü ile piyasada dağıntık yerlerde bulunan bilgiyi (knowledge) rekabet ve fiyatlar mekanizması yardımıyla keşfeden, böylece piyasaların dengeye doğru hareket etmesini sağlayan süreci hızlandıran faktördür (Wood, 2005).

Tablo: 1
Girişimciliğin Karakteristik Özellikleri

<p>Kişisel Özellikleri</p> <ul style="list-style-type: none"> - Yüksek başarı isteği - Otonomi ve nüfuz - Uyumluluk - Belirsizliğe karşı tolerans - Yüksek risk alma eğilimi - Uyum ve esneklik - Kendine saygı - Özgüven - Fırsatçılık (alertness) 	<p>Zamanla Kazandığı Özellikleri</p> <ul style="list-style-type: none"> - İletişim kabiliyeti - Kişisel ilişki - Çözüm bulma yeteneği
<p>Müteşebbis Yöntemi</p> <ul style="list-style-type: none"> -Yaratıcı bir vizyon ve yönetim - İşletme finansmanı - Planlı genişleme ve büyüme - Piyasa içinde planlı rekabet - Gerekli kaynakları sağlamak - İletişim ağını inşa etmek (sosyal, etnik ve uluslararası alanda) 	<p>Müteşebbis Davranışları</p> <ul style="list-style-type: none"> - Taahhüt etme - İleriye dönük çalışma ve planlama - Gözlemleme
	<p>Müteşebbis Oryantasyonu</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uluslararası yönelim ve global düşünme
	<p>Girişimsel Sonuçlar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bölgesel büyüme ve kalkınma - Zenginlik yaratma - İstihdam - Sosyo-ekonomik dinamizm

Kaynak: Etemad (2004)’ten faydalanılarak derlenmiştir.

¹ Modern girişimcilik teorisinin tarihsel analizinin detayları için Bkz. (Etemad, 2004: 11-17; Burns, 2006: 12).

Bu olgular göz önünde bulundurulduğunda girişimciliğın çok yönlü unsurlarını kapsayan bir tanıımı söyle yapılabilir. Girişimcilik, pratikte olmayan bir şeyden bir vizyon yaratma ve oluşturma kabiliyetidir. Bu vizyon, risk alma istekliliğini ve başarısızlık olasılığını azaltmak için mümkün olan her şeyi yapmayı içerir. Yaratıcı bir faaliyet olan girişimcilik, kişisel enerjinin bir girişim veya organizasyon başlatmaya harcanmasıdır. Girişimcilik, girişimcinin kendi beceri ve yeteneğini tamamlamak için girişimci bir takım oluşturma kabiliyetini de kapsar. Girişimcilik, kaos ve çelişki ortamında fırsat yaratma becerisi, diğervalerinin sahip olduğu kaynakları bulma, bir araya getirme ve kontrol etme duygusudur. Bu anlamda girişimcilik, işletme oluşturmaktan daha fazla bir şeydir. Yeni işletme kurma, girişimciliğın en önemli özelliği olsa bile girişimcilik olgusunu bütünüyle ortaya koymaz. Fırsat arama, risk alma ve yenilik gibi kavramlarda girişimcilik kapsamı içerisinde yer alır (Timmons ve Spinelli, 2004: 47-50).

Aynı zamanda girişimci, piyasa sürecine katkıda bulunan ve piyasayı aktif, canlı, geçişken yapan ve sürekli (çoğu zaman sağlanamasa bile) dengeye doğru yönelterek istikrar tahsis eden bir özelliğe kavuşturur. Keşif, belirsizlik ve risk gibi içerikleri üzerinde toplayarak ekonomik koordinasyonu sağlar ve piyasa dinamizminin temelini oluşturur. Bu dinamizm çerçevesinde bölgesel, ulusal ve uluslararası gelişime önyak olur. İstihdam ve zenginlik yaratma, yenilikler yapma, sosyo-ekonomik ilişkileri geliştirme gibi önemli faaliyetler yürüterek toplumsal faydayı maksimum kılmaya katkıda bulunur. Özetlemek gerekirse, iktisat teorisi tarihi içerisindeki girişimciye atfedilen özellikler Tablo 2’de yansıtılmaktadır.

W. Baumol’un ifadesi ile girişimciler her zaman iyiliği düşünlen ve toplumsal refahı arttırmayı hedefleyen bireyler değillerdir. Toplumdaki diğervaler gibi kendi çıkarları yönünde hareket ederler. Amaçları kazanç sağlamak ve toplumda diğervalerine göre daha iyi konumda olmaktır. Girişimsel faaliyetlerin sosyal refahı artırıcı etkisi girişimcilerin karar vermelerinde belirleyici bir faktör değildir. Aksine kar motivasyonu girişimsel davranışı şekillendirmektedir. Nerede kar fırsatları varsa girişimciler o alana yönelmektedir (Aktaran, Oğuz, 2005, s.150). Ama bu durum geleneksel liberal iktisatçılardan da ifade ettiği gibi, piyasaya giren her girişimciyi yalnızca kendi çıkarlarına hizmet ederken aynı zamanda “görünmeyen bir el” sayesinde toplumun çıkarlarında gerçeleştirilmesini yönlendirir. Bu aynı zamanda refah maksimizasyonunu da sağlamaktadır. Piyasalar böylece kişisel özgürlüğu, insanların çıkarlarını toplumsal refahın optimizasyonu yönünde maksimize ederler (Pierson, 2006, s.8-9).

Tablo: 2
İktisat Teorisi Tarihi İçerisinde Girişimcinin Rolü

1. Girişimci belirsizlikle ilgili riski üstlenen kişidir. (Cantillon, Thünen, Mill, Hawley, Knight, Mises, Cole, Shackle)	2. Girişimci finansal sermayeyi arz eden kişidir. (Smith, Turgot, Böhm-Bawerk, Pigou, Mises)
3. Girişimci bir yenilikçidir. (Baudeau, Bentham, Thünen, Schmoller, Sombart, Weber, Schumpeter)	4. Girişimci bir karar vericidir. (Cantillon, Menger, Marshall, Wieser, Amasa Walker, Francis Walker, Keynes, Mises, Shackle, Cole, Schultz)
5. Girişimci endüstriyel bir liderdir. (Say, Saint-Simon, Amasa Walker, Francis Walker, Weber, Clark, Davenport, Schumpeter, Coase)	6. Girişimci bir yönetici veya idarecidir. (Say, Mill, Marshall, Menger)
7. Girişimci ekonomik kaynakların düzenleyicisi ve koordinatörüdür. (Say, Walras, Wieser, Schmoller, Weber, Clark, Davenport, Schumpeter, Coase)	8. Girişimci bir işletme sahibidir. (Quesnay, Wieser, Pigou, Hawley)
9. Girişimci üretim faktörlerinin patronudur. (Amasa Walker, Francis Walker, Wieser, Keynes)	10. Girişimci bir müteahhittir. (Bentham)
11. Girişimci bir arbitrajcıdır. (Cantillon, Walras, Kirzner)	12. Girişimci alternatif kullanımlar arasında kaynakların bir tahsisçisidir. (Cantillon, Kirzner, Schultz)

Kaynak: Ripsas, Sven; (1998), "Towards An Interdisciplinary Theory Of Entrepreneurship", *Small Business Economics*, Vol: 10, s. 106.

2. GİRİŞİMCİLİK ÇERÇEVESİNDE KOBİ'LER VE REKABET ŞARTLARI

Girişimcilik; rekabet gücü, istihdam yaratma, pazarda varlığını sürdürerek yarattığı istihdamı sürekli kılma ve nitelikli mal üretimiyle ekonomik gelişmeye katkıda bulunma becerisini gerektirmektedir. Bununla birlikte, rekabet artışı ile verimlilik artışı, birbirini etkileyen bir döngü yaratmakta; rekabet nedeniyle işletmeler, tüketicinin istemine yanıt verecek daha nitelikli mal üretimi için işgücünün ve üretimin verimliliğini artırırken, verimlilik artışı, pazarda rekabetin daha fazla ivme kazanmasına etki etmektedir. Bu süreç, daha nitelikli, ucuz ve çeşitli mal üretimi ile tüketiciye fayda sağlamakta ve ekonomide canlılığı korumaktadır. Temel hedefi ekonomik üretim sürecine girmek ve bu süreçte varlığını sürdürerek kâr elde etmek ve ekonomideki etkinliğiyle birlikte toplumda etkin bir rol üstlenmek olan girişimci, pazara girme konusundaki kararlılığı ile rekabet gücü - verimlilik artışı

döngüsü içinde önemli bir ateşleyici olmaktadır (Etemad, 2004). Başka bir deyişle; pazara giren her girişimci, gerek öteki işletmelerle aynı malı üreterek pazara yönelik arzı artırması ve fiyatları düşürmesi, gerekse öteki işletmelerden farklı olarak yeni bir mal üretimiyle tüketici istemini kendi malına çekmesi nedeniyle, rekabeti yoğunlaştırmakta; bu ortamda yok olmak istemeyen işletmeler, yeni girişimlerde bulunarak, yenilikçi faaliyetlere yönelmekte ve verimlilik artışı sağlamaktadırlar (Tanrısever, 2004, s.12; Etemad, 2004).

Her geçen gün artan uluslararası ekonomik ilişkiler, bir ülkedeki küçük bir girişimin bile, rekabet gücünün ve değişen pazar koşullarına uyum yeteneğinin olması durumunda, dünyanın öteki ucunda kendine yatırım ortağı ya da pazar bulmasına olanak yaratırken, girişimciyi aynı koşullarla üretim yapan yerel işletmeler yanında, üçüncü dünya ülke işletmeleri ile de rekabet etme durumunda bırakmaktadır. Bununla birlikte, böylesi değişken ekonomik koşullar karşısında, küçük yapılanmaları ve esnek yapıları ile değişime kolaylıkla uyum sağlayabilen KOBİ'ler, girişimciliğin artırılmasında ve desteklenmesinde, temel uygulama aracı olarak ön plana çıkmaktadır (Burns, 2006, Tanrısever, 2004, s.12-13).

2.1. KOBİ'lerin Tanımı ve Genel Özellikleri

Daha çok emeğe dayalı olarak çalışan, hızlı karar verme yeteneğine sahip, düşük düzeyde yönetim giderleri olan ve çoğu zaman düşük fiyatlı üretim gerçekleştiren aynı zamanda bağımsız bir yönetime sahip, bulunduğu pazarı (ne fiyat ne de arz miktarı açısından) hakimiyeti altına alamayan lokal teşebbüsler (Burns, 2006: 14-16) olarak bilinen bu firmaların neredeyse tüm ülkelerde oldukça etkin olmalarına karşın bugün dünya literatüründe üzerinde görüş birliği sağlanmış bir tanımı bulunmamaktadır. Kullanılan tanımlar ülkeler arasında, ekonomik gelişme aşamasına, ülkenin büyüklüğüne ve yürürlükteki sosyal koşullara bağlı olarak değişmektedir. KOBİ'leri tanımlamada; çalışan sayısı, yatırım sermayesi, varlıklar, satış hacmi ve üretim kapasitesi gibi kriterler kullanılmakla birlikte, en yaygın kullanılanı istihdamdır. Bu noktada KOBİ terimi genellikle belirli bir sayıya kadar işçi çalıştıran ya da belirli bir yıllık kazancı olan şirketleri ifade etmek için kullanılmaktadır (Kuwayama, 2001, s.11-12).

Bu tanım çerçevesinde KOBİ'lere ilişkin ekonomi literatüründe çok çeşitli ölçütlere dayanan (nitel veya nicel) teknik kriterler mevcuttur. Ancak belki de en çok tercih edileni AB komisyonu tarafından kullanılan tanımlamadır. Bu tanımlama temel olarak işletmelerde istihdam edilen işçi sayısı ve yıllık satış cirosuna dayanmaktadır. Bu kriterler çerçevesinde KOBİ'ler mikro, küçük ve

orta ölçekli olmak üzere 3 sınıfa ayrılmaktadır. Nicel olarak geliştirilen bu yaklaşıma göre; yıllık satış cirosu 50 milyon Euro'dan az ve 250'nin altında işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli, cirosu 10 milyon Euro'dan az ve 50'nin altında işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli ve cirosu 2 milyon Euro'dan az ve 10 kişinin altında işçi çalıştıran işletmeler mikro ölçekli olarak tanımlanmış ve bu kriterler Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo: 3
1 Ocak 2005 Tarihinden İtibaren Geçerli AB KOBİ Tanımlaması

İşletme Kategorisi	İşçi Sayısı	Satış Cirosu	Bilanço Değeri
ORTA	< 250	≤50 Milyon Euro (1996'da: 40 mil.)	≤50 Milyon Euro (1996'da: 27 mil.)
KÜÇÜK	< 50	≤10 Milyon Euro (1996'da: 2 mil.)	≤10 Milyon Euro (1996'da: 5 mil.)
MİKRO	< 10	≤ 2 Milyon Euro (1996'da tanımsız)	≤2 Milyon Euro (1996'da tanımsız)

Kaynak: EU Commission Recomm., Reference:IP/03/652 Brussels, 8 May 2003, <http://europa.eu>.

İktisatçıların mesleki tarihleri boyunca dikkate değer anlamda çok fazla zaman ayırmadığı çalışmalardan biri olan KOBİ'lerde değişim, son 30-40 yıllık dönemde başlamıştır. 1970'li yıllarda yaşanan kriz beklenmedik bir biçimde Küçük ve Orta Ölçekli girişimleri yeniden literatüre sokmuş ve açıkça bilinmemesine rağmen ekonomik büyümede sağladığı önemli rol önemli bulunmuştur. Özellikle 1970'li yılların başlarındaki kriz, gelişmiş ülkelerdeki önemli şirket ve endüstrilerdeki üreticileri zor duruma sokmuş ve bu dönemde KOBİ'ler onlara göre daha iyi sonuçlar almışlardır. Bu durum özellikle 1982-1992 yılları arasında bu teşebbüslerin hızla gelişmesine ve özellikle ABD ekonomisi içinde önemli bir paya sahip olmasına neden olmuştur (Acs, 1999, s.5-13). Bu gelişmelerin bir benzeri Almanya ve İtalya gibi ülkelerde de görülmeye başlamış hem üretim hem de hizmet alanlarında neredeyse tüm Avrupa ülkelerinde bu yeni işletmeler güçlenmiştir (Keeble ve Wever, 1986). Özellikle son yıllarda neredeyse tüm gelişmiş ve azgelişmiş ülkelerde hızla gelişerek, sağlıklı bir ekonominin en dinamik unsurları haline gelmişlerdir (Hillary, 2000, s.11). Bu teşebbüslerin bu kadar hızlı bir biçimde gelişerek, ekonomik anlamda kalkınmalarını sağlayan faktörler şu şekilde sıralanabilir (Storey, 1988, s.145);

- Teknik değişimler
- Hizmet sektörünün büyümesi ve artan talebin karşılanması gerekliliği

- Üçüncü dünyadaki rekabetin artması
- Dünyadaki talep büyümesinin yavaşlaması ve enerji fiyatlarındaki artış
- Politik faktörler, girişimcilik kültürünün yükselmesi, anti-devletçi yaklaşım
- Zevklerdeki değişimler ve moda faktörü

Bu noktada, KOBİ'lerin genel karakteristik özellikleri Tablo 4'de gösterildiği gibi ifade edilebilir.

Tablo 4:
Mikro - Küçük ve Orta Ölçekteki İşletmelerin Karakteristik Özellikleri

Karakteristik	Mikro	Küçük	Orta
Vergi Mükellefleri	Çok sayıda	Bir hayli çok	Orta ölçekte
Mükellef Tipi	Bireysel; aileye ait işletme	Aileye ait iş ve bazı işçiler; serbest meslek	Tüzel kişilik ve çeşitli işçiler; ortaklık
Mülkiyet Yapısı	Girişimci, İşçi(ler) (Yöneticidir)	Girişimci (ler) (Genellikle yöneticidir)	Girişimciler (Sıklıkla yönetici değildir)
Ticaret Tipi	Çoğunlukla nakit Gayri-resmiyet yüksek	Nakit-Banka Gayri-resmiyet az	Banka Çoğunlukla yasal
İşletmenin Yeri	Çoğunlukla sabit değil	Sabit (geçici olabilir)	Sabit
İşletme Yönetimi	Profesyonel değil	Bazen profesyonel destek alınır	Sürekli profesyonel danışman
Muhasebe Ölçütleri	Hiç ya da az kayıt	Sınırlı kayıt	Yeterince iyi kayıt ve arşivleme
Piyasaya Ulaşım	Lokal	Lokal; Bölgesel	Ulusal; Uluslar arası
İşletmenin Ömrü	Çok dinamik; Hızlı oluşum ve Dağılıma	Dinamik; İş riski var (Büyür ya da küçük kalır)	Oldukça istikrarlı; Dayanıklı iş aktivitesi

Kaynak: IMF Staff, (2007), *Taxation of Small and Medium Enterprise*, International Tax Dialogue Conference, Buenos Aires, www.itdweb.org.

2.2. KOBİ'lerin Ekonomiye Katkıları

Küçük olmaları ve yönetimde hızlı mobilite sağlamaları nedeniyle pazara ve yeniliklere uyum sağlamada oldukça esnek bir yapıya sahip olan KOBİ'ler ülke ekonomisinde oluşan değişikliklere kolay uyum sağlarlar. Böylece ekonomide ve sosyal yaşamda istikrar unsuru olarak istihdama katkı sağlayıp, sanayi ve kalkınmada önemli

rol oynarlar. Kalkınma politikaları açısından bakıldığında özellikle Asya-pasifik ülkeleri, Japonya, İngiltere, Kanada, Yeni Zelanda, Singapur, Tayvan, Güney Kore, Tayland, ABD, Malezya, Filipinler, Çin, Pakistan ve Hindistan gibi yerlerde, diğer ülkelere göre bunun etkileri daha açık görünmektedir. Ayrıca bu işletmeler esnek yapılarının sayesinde, büyük üstünlüğe sahiptirler. Bu açıdan değişik yönlerden ekonomilere stratejik önemde katkıda bulunurlar (Abdallah ve Bakar, 2000, s.2-6). Bu katkılar şöyle ifade edilebilir (Alpugan, 1995, s.64).

• Küçük işletmeler gelir yelpazesinin içinde dengeyi sağlamaktadırlar. Bu denge yalnız sosyal yönden değil, aynı zamanda ekonomik açıdan da önem taşımaktadır.

• Küçük işletmeler yeni fikirlerin ve buluşların kaynağı olup, endüstride gereken esnekliğin sağlanmasına katkıda bulunurlar.

• Çabuk karar verme olanaklarına sahip oldukları gibi, daha az yönetim ve işletme giderleri ile çalıştırıldıklarından bu konuda çabuk ve ucuz üretim işlevinde bulunurlar.

• Küçük işletmeler, kişisel inisiyatiflerin ortaya çıkmasında büyük rol oynadıkları gibi, istihdam ve eğitimde büyük paya sahiptirler. Birçok kalifiye eleman teknik eğitimlerini önce bu işletmelerde yapar.

• Üretim ve sanayileşmeyi ülke düzeyine yaymada bu tür işletmeler araç olarak kullanılabilirler.

• Uzun dönemli olarak bakıldığında büyük endüstri işletmelerine girdi ve ara malı üretirler.

• Sosyal ve politik bakımdan kullanılmayan işgücü, hammadde, finansman kaynaklarının daha küçük yatırımlarla işletilmesi olanaklarını sağlayarak yaşam düzeyinin yükseltilmesinde etkili olurlar.

• Küçük birikimlerinin doğrudan yatırımlara yansıtılmasında yararlı işlevler sağlarlar.

• Bu tür işletmelerde işçi-işveren ilişkilerinin daha yakın ve olumlu bir ortam içinde geliştiği gözlemlenmektedir. Bu durum, bu kesimdeki sosyal patlamaların ortaya çıkmasını önleyici niteliktedir.

• Savaş ekonomisinde büyük endüstrilerin zedelenmesi durumunda, küçük işletmeler yararlı bir işlevi yerine getirirler. Bu tür işletmeler küçük çapta da olsa, üretime devam ederek belirli bir gereksinmeyi karşılayabilirler.

Bu ve benzeri nitelikleri nedeniyle bahsedildiği üzere hızla gelişen KOBİ'ler birçok ülke açısından bakıldığında ekonomik alanda büyük oranda etkili olmuşlar ve ulusal ekonomiler içinde önemli yer edinmişlerdir. Tablo 5'de konunun detaylarına ilişkin veriler sunulmuştur.²

Tablo 5'de görüldüğü gibi KOBİ'lerin bir ülke ekonomisine potansiyel katkısı; o ülkedeki tüm işletmeler içindeki yeri, toplam istihdam içerisindeki payı, toplam yatırımlar içerisindeki yeri, katma değer içerisindeki yeri, toplam ihracat içerisindeki payı ve toplam kredilerden aldıkları pay şeklinde olabilmektedir. Özellikle Türkiye'deki KOBİ'lerin tüm işletmeler içerisindeki payı %99,5, toplam istihdamdaki payı %61,1, toplam yatırımlar içerisindeki payı %56,5, katma değer içindeki yeri %37,7, toplam ihracattaki payı %8,0 ve toplam kredilerden aldıkları pay %4,0'dır.

Tablo: 5
Seçilmiş Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ'ler (2004)

Ülke Adı	KOBİ'lerin Tüm İşletmeler İçindeki Yeri (%)	Toplam İstihdam İçindeki Yeri (%)	Toplam Yatırımlar İçindeki Yeri (%)	Katma Değer İçindeki Yeri (%)	Toplam İhracat İçindeki Payı (%)	Toplam Kredilerden Aldıkları Pay (%)
A.B.D.	97.2	50.4	38.0	36.2	32.0	42.7
Almanya	99.8	64.0	44.0	49.0	31.1	35
Japonya	99.4	81.4	40.0	52.0	38.0	50.0
İngiltere	96.0	36.0	29.5	25.1	22.2	27.2
Hindistan	98.6	63.2	27.8	50.0	40.0	15.3
G.Kore	97.8	61.9	35.7	34.5	20.2	46.8
Türkiye	99.5	61.1	56.5	37.7	8.0	4.0

Kaynak: Beytullah Yılmaz; (2004), "Küçük Ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Toplumda Üstlendikleri Roller Bakımından Analizi". *Dış Ticaret Dergisi*, Yıl:9, Sayı: 30, s.144.

2.3. KOBİ'lerin Rekabet Koşullarını Etkileyen Faktörler

KOBİ'ler için rekabetçi piyasada başarılı olmasının en önemli unsurları olarak; piyasa etkisi, konumu, sahibinin kişisel özellikleri, yenilikçiliği, esnekliği ve bağımsız olarak davranabilmesi gibi kıstaslar gösterilmekle birlikte (Levy ve Powell, 2005, s.33) temel olarak bu teşebbüsleri piyasa içerisinde cazip kılan en önemli faktör "düşük

² Bu veriler 2010 yılı için revize edildiğinde de çok fazla bir değişiklik arz etmemektedir. Detayları için *EIB Information Bulletin - 2010* verilerinin derlendiği açıklayıcı bir KOBİ çalışması için bkz. (Bayülken ve Kütük, 2012: 9-18).

fiyatlı” ürünleridir. Birinci planda onlar mümkün olan en düşük maliyetle üretebildikleri için, ürün veya hizmet anlamında en düşük fiyatı verebilecek konumdadırlar. Bu nedenle uzun dönemde düşük fiyat politikası onlar için en büyük avantajdır (Stokes ve Wilson, 2006, s.127).

Ancak bu avantajları yanında, küçük ölçekli üretim gerçekleştirmeleri nedeniyle rekabet şartları açısından bir takım olumsuzlukları da bünyelerinde barındırırlar. Bu olumsuzluklar onların gelişen ekonomiler içerisinde bilhassa büyük ölçekli işletmeler karşısında rekabet edebilirliğini oldukça zorlaştırmaktadır. Bu zorluklar neticesinde istenilen seviyede girişimsel başarılar elde edilememekte, birçoğu ekonomik süreç içerisinde ciddi sıkıntılar çekmektedirler.

Bu teşebbüslerin temel sorunları birkaç noktada değerlendirilebilir. Genellikle bu problemler diğer ülkeler açısından da değerlendirildiğinde pek fazla farklılık arz etmemektedir. Bu problemler nedeniyle, KOBİ'lerin toplam kapasiteleri oldukça kısıtlanmış olur. Örneğin, bazı KOBİ'ler hala geleneksel tipte, ailesel çevre tarafından organize edilmiş, geleneksel ve eski bir teknoloji ile üretim yapan, ucuz ve düşük kalitede ürüne sahip ve kısıtlı piyasalara çalışır durumdadırlar. Bunların çoğu üretim sisteminin modernizasyonuna ilişkin teşebbüs problemleri nedeniyle, hızla gelişen global ekonomi içerisinde çok sayıda problemle karşılaşmaktadırlar. Ayrıca tümünde, ortak tecrübe edilmiş en büyük problemler birbirine oldukça benzer biçimde görülmektedir. Bunları şöyle özetleyebiliriz (Abdallah ve Bakar, 2000, s.6-10; Stokes ve Wilson, 2006, s.127);

- Kredi olanaklarına erişebilme konusunda yetersizlik
- Güçsüz yönetim ve danışmanlık problemi
- Teknolojik yetersizlikler
- Kalifiye işçi yetersizlikleri
- Piyasalara ve ihracata girme konusunda ki yetersizlikler
- Uygun konum ve yerleşime ilişkin problemler
- Büyük endüstrilerle bağlantı yetersizlikleri

Bu itibarla KOBİ'lerin rekabet koşullarını etkileyen ve birbirleriyle ilişkili olan potansiyel faktörleri genel olarak rekabet stratejisi, profesyonel yönetim anlayışı, stratejik işbirlikleri, kümeleşme ve kamu politikaları çerçevesinde sınırlayabiliriz.

Rekabet Stratejisi

KOBİ'lerin problemlerini giderebilmesi ve ekonomiye istenilen dinamizmi kazandırabilmesi için rasyonel bir şekilde büyümeleri gerekir. Bu anlamda küçük işletmelerin büyüebilme yolunda bir "rekabet stratejilerinin" olması gerekmektedir. Porter'a (2000, s.7-43) göre "bir sektörde rekabet avantajı sağlayabilmek ve başarılı bir konum elde etmek" için işletmenin; sektöre yeni girecek firmalar, sektördeki mevcut rakipler, ikame ürünler, alıcılar ve tedarikçilerden oluşan beş rekabet gücü ile başa çıkabilmesi gerekir. Bu bağlamda Porter (2003)'in jeneri stratejilerden olan maliyet liderliği, farklılaşma ve odaklanma stratejileri tercih edilebilir. Ya da Mintzberg'in rekabet avantajı sağlayan farklılaşma stratejilerinden fiyat farklılaşma, imaj farklılaşma, destek farklılaşma, kalite farklılaşma, tasarım farklılaşma ve farklılaşmama stratejileri tercih edilebilir. Bir örnek olarak Yıldız (2011, s.160)'ın Kars ilindeki kaşar işletmelerinin rekabet stratejileri üzerine yapmış olduğu çalışmada kalite farklılaşma stratejisi ilk sırada yeralan ve rekabet avantajı sağlayan bir strateji olarak ortaya çıkmıştır.

Profesyonel Yönetim Anlayışı

Geleneksel yönetim anlayışının ön planda olduğu KOBİ'lerde patron yöneticilerce yerine getirilen yönetim işlevleri sözkonusu olduğundan dolayı profesyonellikten ve kurumsallaşmadan uzak ailesel bir yapılanma sözkonusudur. Özellikle rekabet avantajı sağlayabilmek için yeterli düzeyde eğitim ve danışmanlık hizmeti ile ulusal ve uluslararası piyasalar hakkında bilgi sahibi olan, ekip çalışması ile yeni projelere imza atabilen bir yönetim anlayışı gerekmektedir. Başarılı bir işletme gelişimi için Drucker'ın teşebbüslere "yönetimsel" anlamda önerdiği bazı fikirler öne çıkarılabilir. Bunlar (Stokes ve Wilson, 2006, s.143):

- Piyasa üzerinde odaklanmak
- Finansal öngöründe bulunmak, özellikle büyümenin ilerlemesi için nakit akışının planlanması
- Başarılı bir yönetim takımı oluşturmak
- Teşebbüsün kuruluş misyonunu dikkatli tanımlamaktır.

Stratejik İşbirlikleri

İşbölümü ve uzmanlaşmanın önem kazanması ile birlikte içsel (yönetim) temelli, yani işletme bazındaki yaklaşımlar rekabet avantajı yaratmak için yeterli bir çerçeve ifade etmeyebilmektedir. Özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak işletmeler arasındaki

etkileşim ve dayanışma gittikçe artmakta ve bu durum var olan rekabet politikalarına yeni bir ivme kazandırmaktadır. Bu itibarla dünyadaki rekabet sisteminde köklü bir değişime yol açmakta ve böylece rekabette üstünlük sağlamak için yeni ve kapsamlı işbirliği sistemleri benimsenmektedir (Porter, 2000, s.345). Bilgi çağında rekabet kavramı, tasarımdan üretime, tedarikten kullanıma kadar, işletme fonksiyonlarında bilginin rekabet amaçlı ortak kullanımı anlamına gelmiştir (Pollalis, 2003, s.469-470).

Kümeleşme

Günümüzde firmalar girdilerini üreten ve çıktılarını kullanan veya satan firmalarla kurduğu piyasa dışı veya piyasa ötesi ilişkileri genişletmiştir. Dikey işbirliği adı verilen bu yöntemde; girdi emniyetini veya pazar emniyetini sağlama, alışveriş maliyetlerini düşürme, maddi olmayan aktifleri koruma, malın kullanıcılara sağladığı net faydaları artırma, bu konularda rakiplerine göre ayrıcalıklı bir durum elde etme amaçları ile bir birliktelik oluşmaktadır. Bu anlamda göze çarpan en önemli dikey işbirliği faaliyeti, tanımlaması daha Alfred Marshall'a kadar uzanan, “(belli bir coğrafyada bulunan) endüstriyel bölgelerdeki lokal dışsal ekonomileri” ifade eden kümeleşme faaliyetleridir. Coğrafi yerleşme, işletmelere ekonomik yararlar sağlamakta ve bu yararlar sebebi ile ortaya çıkan yapı “küme ekonomileri” (cluster economies) olarak adlandırılmaktadır³. Endüstriyel bölgeyi oluşturan etmenler şu şekilde ifade edilebilir (Porter, 1998, s.206; Schmitz, 1999, s.1630).

- Çoğunlukla küçük ve orta ölçekli firmaların bir kümesinin sektörel ve coğrafi olarak yoğunlaşması
- İşletme düzeyinde dikey uzmanlaşmanın gerçekleşmesi
- Ekonomik birimler arasında ileri ve geri bağlantılar ağının varlığı
- Üretimde coğrafi uzmanlaşma ve işletmelerin uzmanlaşmayı geliştirmesi
- Bilginin kısa zamanda dolaşımını sağlayan işlevsel bir ağın varlığı
- İşletmeler arasında fiyat ve ücretlere dayalı rekabetten ürün ve üretim süreçlerindeki yeniliklerle sürdürülen

³ Çalışmanın içeriği nedeniyle yeterince ayrıntı verilemeyen bölgesel küme oluşumlarını, İtalyan ayakkabı-moda kümesi ile Kaliforniya'da ki şarap kümesinin çalışma modelini şekil yardımıyla detaylı bir biçimde açıklayan yararlı bir çalışma için Bkz. (Porter, 1998, s.199-206). Yine özellikle kümeleşmenin en kayda değer bulunduğu İtalya'da ki oluşumların detaylı bir analizi için Bkz. (Sforzi, 1989, s.153-165).

dayanışmacı rekabete geçebilecek bir kurumsal yapının oluşturulması

- Nitelikli ve uzman işgücü
- Ekonomik birimlerde karşılıklı güveni sağlamlaştıran bir sosyo-kültürel arka planın varlığı
- Kümeleşmeyi destekleyici kamusal ve özel yerel kurumların varlığı

Endüstriyel bölgede yer alan firmalar sürekli değişen piyasaların ihtiyaçlarına uyan geniş bir ürün yelpazesi üretebilen olanaklarına kavuşacaklardır. Üstelik endüstriyel bölgede yer alan firmaların üretim sürecinde, yenilik yaratmada ve pazarlamada işbirliği yapımlarıyla yalnızca firma düzeyinde değil, firmalar arasında da esnek uzmanlaşmanın koşulları yaratılmış olacaktır (Aslanoğlu, 1997, s.186). Krugman'a (1999) göre ise ekonomik etkinliklerin lokal bölgeler de dağılımı, pratikte oldukça önemli olan, merkezci (centripetal) kuvvetleri, diğer bir taraftan da merkezkaç (centrifugal) kuvvetleri içinde barındırır. Bu aynı zamanda endüstriyel bölgelerdeki avantaj ve dezavantajları göstermesi açısından ilginçtir. Bu durum Tablo 6'de iki farklı kolon içerisinde gösterilmektedir;

Tablo: 6
Coğrafi Yoğunlaşmayı Etkileyen Kuvvetler

Merkezci Kuvvetler	Merkezkaç Kuvvetler
- Piyasa Ölçeği Etkisi (Bağlantılar)	- Hareketsiz Üretim Faktörleri
- Yoğun İşgücü Piyasası	- Arazi Rantları
- Saf Dışsal Ekonomiler	- Saf Negatif Dışsal Ekonomiler

Kaynak: Paul Krugman; (1999), "The Role of Geography in Development" *Annual World Bank Conference on Development Economies-1998*, IBRD, The World Bank.

Burada bahsedilen merkezci kuvvetler aslında klasik Marshall'cı dışsal ekonomilerin kaynaklarıdır. Pazarın büyüklüğü bir yandan "geriye doğru bağlantı" etkileri yaratır. Çünkü ölçek ekonomilerinin geçerli olduğu üretim süreçlerinde pazara yakınlık, yer seçiminde etkin bir ölçüttür. Bununla beraber pazarın büyüklüğü "ileri doğru bağlantı" etkisi yaratacaktır. Böylece ara malları sektörünün gelişmesini destekleyerek, bunları girdi olarak kullanan nihai malların maliyetlerinin azalmasına neden olur. Endüstriyel yoğunlaşma ve kümelenme aynı zamanda işgücü piyasasının yoğunlaşmasına ve derinleşmesine yol açar. Bu durum uzmanlaşmış işgücünün yer aldığı yerlerde hem araştırma hem de iş bulma sürelerini kısaltarak büyük oranlı tasarrufların sağlanmasına yol açar. Bu bölgeler aynı zamanda

büyük bir bilgi yayılması sağlayarak, büyüme açısından saf dışsal ekonomilerin sağlanmasında etkili olurlar (Krugman, 1999).

Ancak endüstriyel bölgeler sadece KOBİ'lerin içerisinde bulunduğu bir alanı ifade etmez. Buna karşılık son dönemde, özellikle Porter'ın *The Competitive Advantage of Nations* (1990) adlı çalışması ile birlikte küçük ölçekli işletmelerin içinde bulunduğu bir özellik olarak tanımlanır olmuştur. KOBİ'lere dayalı gelişmenin ortaya çıktığı özellikle üçüncü İtalya olarak literatüre giren bölgeler gibi ekonomik gelişme açısından başarı gösteren yerler, endüstriyel bölgeler yaklaşımına olan ilgiyi arttırmıştır. Sözü edilen bölgeler, geleneksel üretime dayalı girişimcilik, girişimciler arasında yoğun ilişkiler, bölgesel yapıya uygun ekonomik çözümler açısından başarılı gelişmeler sağlamışlardır (Ferri ve White, 1999, s.99-100). Bu anlamda bölgesel kümeleşmelerin KOBİ'lerin günümüzde rekabet edebilirliklerini etkileyen en önemli "dışsal" faktörlerden birisi olduğunu ifade etmek yanlış olmayacaktır.⁴

Bölgesel kalkınma projelerinin en yaygın şekli olan kümelenme ile ilgili olarak Porter'ın Elmas modeli (Porter, 2003) çalışması vardır. Buna göre sektörlerin rekabet gücünün belirleyicileri 6 ana faktörde toplanmıştır. Bunlar: Girdi koşulları, Talep koşulları, İlgili ve destekleyici aktörler, Firma stratejisi, yapı ve rekabet, Devlet ve Şans faktörleridir.

Kamu Politikaları

KOBİ'lerin rekabet şartlarını direkt ya da indirekt olarak etkileyen bir diğer faktör ise kamu politikalarıdır. Bu politikalar neredeyse tüm ulusal ekonomilerde hükümetlerce sıklıkla başvuru bir durumu ifade eder duruma gelmiştir. Hatta birçok ülkede sadece bu teşebbüslere yönelik çalışmalar yürüten kurumlar (Türkiye'de KOSGEB ve Kalkınma Ajansları örnekleri gibi) oluşturulmuştur. Bu politika uygulamaları dünyada farklı işlemekle birlikte genel anlamda ele alındığında (iktisat politikaları açısından) altı anahtar alanda yoğunlaştığı ifade edilebilmektedir. Bunlar şöyle özetlenebilir (Reinecke ve White, 2003, s.75).

- Spesifik olarak küçük işletmeleri güçlendirme politikaları
- İş hukuku ve regülasyonlar
- Vergi politikaları
- İşgücü politikaları
- Ticari politikalar
- Finans ve kredi politikaları

⁴ KOBİ'lerin artan global rekabet ile mücadele edebilmeleri için detaylandırılmış strateji ve politika önerilerinin yapıldığı yararlı bir çalışma için Bkz. (OECD, 1997a: 29-132)

Bu politikalar çerçevesinde KOBİ'lere destek niteliğinde teknik açıdan uygulamaya yönelik faaliyetler yürütülmektedir. Özellikle mikro ve küçük ölçekli işletmelerin ülke mevzuatlarına hâkim olmaması nedeniyle yararlanamadığı ya da kısmen yararlanabildiği bu uygulamalar hususunda (dünyada) hemen hemen benzeri özellikler gözlemlenmektedir.⁵ Bu konudaki "AB destekleme programları", bu uygulamaları göstermesi açısından başarılı bir örnek olarak kabul edilebilir. Bu programları şöyle sıralayabilmek mümkündür (Çetin, 2000, s.9-10);

- Finansman programları
- Pazara erişim programları
- Eğitim ve danışmanlık programları
- Çevre programı
- İşletmeler arası sınır ötesi işbirliği programları
- KOBİ bilgilendirme programı
- Bölgesel politikalara yönelik teşvik programları
- KOBİ'lerde insan kaynaklarının geliştirilmesine yönelik programlar
- KOBİ bilgilendirme programı
- Teknolojiye erişim, teknoloji transferi ve teknoloji geliştirme programları.

Bu iş-kamu koordinasyonu ve iktisat politikaları hedefine ulaşabildiği takdirde, KOBİ'ler açısından işletme finansmanını kuvvetlendirme, nitelikli işgücü istihdam etme, dış ticari bağlantılar kurma, teknolojiyi yenileme ve özellikle bu teşebbüsler için ciddi bir finansal risk olan yeni ürün geliştirme gibi faaliyetler açısından oldukça önemli ve doğrudan rekabet şartlarını artıran bir etkide bulunacaktır.

SONUÇ

Girişimcilik, uygulamada olmayan bir şeyi ortaya çıkarma, bir vizyon yaratma ve oluşturma kabiliyeti olması nedeniyle, yaratıcılık yoluyla risk alma istekliliğini artırıp, başarısızlık olasılığını azaltmak için mümkün olan her şeyi yapmayı, mümkünse bir girişim başlatmayı içermektedir. Aynı zamanda girişimcilik; rekabet gücünü artırma, istihdam yaratma, pazarda varlığını sürdürme yoluyla nitelikli mal me hizmet üreterek iktisadi kalkınmaya katkıda bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, yenilikçi ve esnek yapıları ile değişime kolaylıkla uyum

⁵ Özellikle AB ile ABD ve Latin Amerika ve Uzakdoğu ülkelerinden örnek devlet politikaları konusunda ayrıntılı bir analiz için Bkz. (OECD 1997b)

sağlayabilen KOBİ'ler, girişimciliğin artırılmasında ve desteklenmesinde, temel bir uygulama aracı olmaktadır. KOBİ'ler günümüzde ekonomik büyüme ve kalkınmanın temel sürücüleri, ateşleyici gücü ve yapı taşları konumuna gelmişlerdir.

Bu bağlamda KOBİ'lerin ülke ekonomilerine katkılarını ve rekabet koşullarını etkileyen potansiyel faktörleri ortaya çıkarmak önem arz etmektedir. Buna göre KOBİ'lerin; ülke ekonomilerine etkileri bazı kriterler yoluyla daha gerçekçi bir biçimde açıklanabilir. Bu kriterler, tüm işletmeler içerisindeki, istihdamdaki, yatırımdaki, katma değerdeki, ihracattaki ve kredilerdeki payı gibi kriterler olabilir. Örneğin, ABD, Almanya, Japonya, İngiltere, Hindistan, G.Kore ve Türkiye gibi ülkelerde KOBİ'lerin *tüm işletmeler* içerisindeki payının %96-99 arasında olduğu gözlenmiştir. Özellikle Almanya'da bu oran %99,8 iken Türkiye'de %99,5'dir. Yine bu ülkeler örneği dikkate alındığında KOBİ'lerin *toplam istihdam* içerisindeki yeri %50-81 arasındadır. Özellikle Japonya'da bu oran %81,4 iken Türkiye'de %61,1'dir. Yine KOBİ'lerin *toplam yatırımlar* içerisindeki yerine bakıldığında Türkiye'de bu oran %56,5'dir. Özellikle Türkiye'deki KOBİ'lerin *toplam ihracattaki* yeri ve *toplam kredilerden* aldıkları paylar oldukça düşüktür. Örneğin Hindistan'daki KOBİ'lerin ihracattaki payı %40 iken Türkiye'de bu oran %8 civarlarındadır. Yine Japonya'daki KOBİ'lerin toplam kredilerden aldıkları pay %50 iken Türkiye'de bu oran %4 gibi çok düşük bir orandadır (Beytullah, 2004; Bayülken ve Kütük, 2012). Dolayısıyla ülkemizdeki KOBİ'leri ihracata yönlendirecek ve kredilerden aldıkları payları yükseltmeyi sağlayacak potansiyel faktörler tartışılmalıdır.

KOBİ'lerin rekabet koşullarını arttıran ve etkileyen bu potansiyel faktörler; rekabet stratejisi, profesyonel yönetim anlayışı, işbirlikleri, küme ekonomisi ve kamu politikaları olabilmektedir. Özellikle KOBİ'lerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayacak bir *stratejisi* olmalıdır. Bu strateji her bir KOBİ için farklı olabilmektedir. Özellikle belirli bir sektörde rekabet avantajı sağlayabilmek ve başarılı bir konum elde etmek için KOBİ'lerin sektöre yeni girecek firmalar, sektördeki mevcut rakipler, ikame ürünler, alıcılar ve tedarikçilerden oluşan beş rekabet gücü ile başa çıkabilmesi gerekir. Yine geleneksel ailesel yönetim biçimi yerine profesyonel yöneticilerin danışmanlık yaptığı bir *yönetim* yapısı oluşturulmalıdır. Ayrıca ürünün tedarik aşamasından satış sonrası hizmet aşamasına kadarki her bir süreçte katma değer yaratan işletmelerle *işbirlikleri* sağlanmalıdır. Yine endüstriyel bölgelerin oluşturularak dışsal ekonomik yarar sağlayacak *küme* ekonomilerinden faydalanılmalıdır. Son olarak da ülkelerdeki *kamu politikalarının* etkinleştirilmesi yoluyla KOBİ'ler için rekabet avantajı sağlanacaktır.

KAYNAKÇA

- ABDALLAH, M. A. and Bakar, M. İ. (Ed.) (2000), *Small and Medium Enterprises in Asian Pacific Countries: V. 1: Roles and Issues*, Nova Biomedical, Malaysia.
- ACS, Z. J, Carlsson, B. and Karlsson, C. (1999), "The Linkages Among Entrepreneurship, SMEs and the Macroeconomy", (Ed. Zoltan J Acs, Bo Carlsson, Charlie Karlsson), *Entrepreneurship Small & Medium-Sized Enterprises and the Macroeconomy*, Cambridge University Press, Cambridge, pp.3-45
- ALPUGAN, O., Demir, M., Hulusi, M. ve Üner, N. (1995), *İşletme Ekonomisi ve Yönetimi*, 4 Baskı, Beta Basım Yayın, İstanbul.
- ASLANOĞLU, M. (1997), "Esnek Uzmanlaşma Yaklaşımı Açısından Denizli Havlu Dokuma Sanayinin Analizi", *21. Yüzyıla Doğru Denizli Sanayii Sempozyumu 17-18-19 Ekim 1997*, TMMOB Makina Mühendisleri Odası, ss.185-190.
- BAYÜLKEN, Y, ve Kütükoğlu, C. (2012), *Küçük Ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri (Kobi'ler)*, 4. Baskı, TMMOB Makina Mühendisleri Odası Yayın No: MMO/583, Ankara.
- BURNS, P. (2006), *Small Business and Entrepreneurship*, 2nd Edition, Plagrave Macmillan, London.
- ÇETİN, M. (2000), "Avrupa Birliği'nde KOBİ'lere Yönelik Teknoloji Politikaları", *Dış Ticaret Dergisi*, Yıl.5, Sayı.19, ss.1-15.
- ERDEM, F. (2001), "Girişimcilerde Risk Alma Eğilimleri ve Belirsizliğe Tolerans İlişisine Kültürel Bir Yaklaşım", *Akdeniz Ün. İİBF Dergisi*, Sayı: 2, ss.43-61.
- ETEMAD, H. (2004), "International Entrepreneurship as a Dynamic Adaptive System: Towards a Grounded Theory", *Journal of International Entrepreneurship*, Vol: 2 (1-2), pp.5-59
- EU Commission Recomm., Reference:IP/03/652 Brussels, 8 May 2003, <http://europa.eu>
- FERRI, M. and White, T. J. (1999), "Regionalism, Cooperation and Economic Prosperity: Effective Autonomy in Emilia-Romagna", *Mediterranean Quarterly*, Volume: 10, No:3, pp.89-106.
- HILLARY, R. (Ed), (2000), *Small and Medium-sized Enterprises and the Environment: Business Imperative*, Greenleaf Publishing.
- IMF Stuff, (2007), *Taxation of Small and Medium Enterprise*, International Tax Dialogue Conference, Buenos Aires, www.itdweb.org.
- KEEBLE D., and Wever, E (Ed.), (1986), *Firms and Regional Development in Europe*, Routledge, England.
- KRUGMAN, P. (1999), "The Role of Geography in Development" *Annual World Bank Conference on Development Economies-1998*, IBRD, The World Bank.

- KUWAYAMA, M. (2001), *E-Commerce and Export Promotion Policies for Small and Medium-Sized Enterprises: East Asian and Latin American Experiences*, CEPAL/ECLAC, Santiago.
- LEVI, M., and Power, P. (2005), *Strategies for Growth in SMEs: The Role of Information and Information Systems*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.
- OECD (1997a), *Globalisation and Small and Medium Enterprises*, OECD Publishing.
- OECD (1997b), *Best Practice Policies for Small and Medium-sized Enterprises 1997*, OECD Publishing.
- OĞUZ, F. (2005), "Schumpeter'den Baumol'a Girişimcilik Anlayışı Üzerine", *Piyasa*, C 4, Sayı: 13.
- PIERSON, C. (2006), *Beyond the Welfare State? The New Political Economy of Welfare*, Third Edition., Polity Press.
- PORTER, M. E. (1998), *On Competition*, Harvard Business School Publishing, Boston.
- PORTER, M. E. (2000), *Rekabet Stratejisi: Sektör ve Rakip Analizi Teknikleri*. (Çev. Gülen Ulubilgen), Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- PORTER, Michael (2003), *Rekabet Stratejisi*, 2. Baskı. Sistem Yayıncılık: İstanbul.
- POLLALIS, Y. A. (2003), "Pattern of Co-Alignment in Information-Intensive Organizations: Business Performance through Integration Strategies", *International Journal of Information Management*, Vol: 23, Iss.6, December, pp.469-492.
- REINECKE, G. and White, S. (2003), *Enabling Environments for Jobs and Entrepreneurship: The Role of Policy and Law in Small Enterprise Employment*, Brookings Institution, U.S.
- RIPSAS, S. (1998), "Towards an Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship", *Small Business Economics*, Vol:10: pp.103-115.
- SCHMITZ, H. (1999), "Global Competition and Local Cooperation: Success and Failure in the Sinos Valley, Brazil", *World Development*, Vol. 27, No. 9, pp.1627-1650.
- SFORZI, F. (1989), "The Geography of Industrial Districts in Italy", (Ed: Edward Goodman, etc.), *Small Firms and Industrial Developments in Italy*, Routledge, England. pp.153-165.
- STOKES, D. and Wilson, N. (2006), *Small Business Management and Entrepreneurship*, 5th Edition, Thomson, England.
- STOREY, D. J. (1988), "The Role of Small and Medium-Sized Enterprises in European Job Creation: Key Issues for Policy and Research", (Ed. M. Giaoutzi, P. Nijkamp, D. J. Storey), *Small and Medium Size Enterprises and Regional Development*, Routledge, England, pp. 140-160
- TANRISEVER, N. H. (2004), *Avrupa Birliği'nde Girişimciliğin Teşvik Edilmesi İçin İzlenen Politikalar ve Türkiye'deki Politikaların Avrupa Birliği*

Uygulamalarına Uyumu, (Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi), Ankara:
Avrupa Birliği Genel Sekreterliği.

- TIMMONS, J. and Spinelli, S. (2004), *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21 st Century*, McGraw Hill Inc., Boston.
- WOOD, J. S. (2005), "The Development and Present State of The Theory of Entrepreneurship in Product and Asset Markets by Knight, Hayek, Schumpeter, Mises, Krizner, Shackle, and Lachmann", *Austrian Scholars Conference 2005*.
- YILDIZ, S. ve B. Yıldırım (2011), "Kars İlinde Kaşar Ticareti Yapan Firmaların Uyguladıkları Rekabet Stratejilerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma", *KAÜ, SBE Dergisi*, 7, s.147-166.
- YILMAZ, B. (2004), "Küçük Ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Toplumda Üstlendikleri Roller Bakımından Analizi". *Dış Ticaret Dergisi*, Yıl:9, Sayı: 30,. 141-180.

TEMEL BİLEŞENLER BAKIMINDAN GAP'IN TAMAMLANMA ORANI VE ÜRETİM POTANSİYELİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA



Ahmet KAYAN

Dr., Harran Üniversitesi
İİBF Kamu Yönetimi Bölümü
akay6363@yahoo.com

ÖZET

GAP (Güneydoğu Anadolu Projesi) Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Kilis, Mardin, Siirt, Şanlıurfa ve Şırnak illerinin tamamını kapsayan Türkiye topraklarının yaklaşık % 10'nuna sahip, çok sektörlü, çok amaçlı, çok bileşenli bir bölge kalkınma projesidir. Düşünsel temelleri 1960'lı yıllara dayanan, temeli 1980'li yıllarda atılan, GAP'ın yapılmaya başlamasının üzerinden 30 yıl geçmiştir. Proje kapsamında 1.822 bin hektar arazinin sulanması, Fırat ve Dicle nehirleri üzerinde 22 baraj, 19 hidroelektrik santralinin yapımı öngörülmektedir. Aradan geçen 30 yıllık sürede, 2010 yılı verilerine göre, GAP bölgesinde sulanması öngörülen 1.822 bin hektar araziden 300 bin hektar arazi sulanmaya açılmıştır ki bu arazi proje kapsamında sulanması gereken toplam arazinin sadece % 16.5'dir. Ayrıca Projenin temelini oluşturan Fırat ve Dicle nehirleri üzerinde yapımı öngörülen 22 barajdan 15'i, 19 hidroelektrik santralden sadece 8'i tamamlanmıştır. Dolayısıyla 30 yıllık mazisine rağmen GAP'ın önemli bir kısmı hala bitirilememiştir.

GAP sadece bir sulama ve elektrik üretim projesi değildir; aynı zamanda Güneydoğu Anadolu Bölgesini bütünüyle kalkındırmak amacıyla yapıldığı için tarım, sanayi, kentsel ve kırsal altyapı, eğitim, sağlık ve çevre gibi birçok bileşenden oluşmaktadır. Bu çalışmada son bilgiler ışığında temel bileşenler bakımından GAP'ın tamamlanma oranı, eksik kalan kısmı ve üretim potansiyeli konuları araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: GAP, GAP Master Planı, GAP'ın temel bileşenleri, Tarım, Sanayi, Altyapı, Çevre, Kültür, Sağlık

ABSTRACT

GAP (Southeastern Anatolia Project) is a multi-sectorial, multi-purpose and multi-component regional development project which involves 10% of Turkey's land mass with Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Kilis, Mardin, Siirt, Şanlıurfa and Şırnak. 30 years have passed since GAP,

whose intellectual basis goes back to 1960's and whose foundations were laid in 1980's, was started. In the extent of this project, the irrigation of 1.822 hectares of land, 22 dams over Fırat and Dicle rivers and 19 hydro-electric power plants are being stipulated. During the 30 years passed, according to 2010 data, of the 1.822 thousand hectares of land which was expected to be irrigated, 300 hectares of it was prepared for irrigation, which is only 16,5% of the total land supposed to have been irrigated. Moreover, of the 22 dams over Fırat and Dicle, which provides basis for the project, 15, and of the 19 hydro-electric power plants only 8 have been completed. As it is seen, despite its history of 30 years, a great deal of GAP hasn't been accomplished yet.

GAP is not just an irrigation and power production project, it also consists of many components such as agriculture, industry, urban and rural infrastructure, education, health and environment, in that it was set off with a view to develop Southeastern Anatolia Region entirely. In this study, the completion progress, missing parts and output potential of GAP were studied in the light of recent data.

Keywords: GAP, GAP Master Plan, Basic Components of GAP, Agriculture, Industry, Infrastructure, Environment, Culture, Health

GİRİŞ

Güney Doğu Anadolu Bölgesi ekonomik ve sosyal yönlerden diğer bölgelerimizden daha az gelişmiştir. Kuruluş kararnamesinde GAP'ın amacı, diğer bölgelere göre geri kalmış olan Güney Doğu Anadolu Bölgesinin su ve toprak kaynaklarını geliştirerek bu bölge ile diğer bölgeler arasındaki gelişmişlik farkını gidermek, kırsal ve kentsel alanda istihdamı artırarak bölge halkının refah seviyesini yükseltmek, hem bölge hem de ülke ekonomisine olumlu katkılar sağlamak şeklinde belirtilmiştir. GAP, Güney Doğu Anadolu bölgesinin tarım, sanayi, sağlık, eğitim, kültür, çevre, kentsel ve kırsal altyapıyı geliştirmek için çok geniş kapsamlı olarak tasarlanmıştır. GAP'ın uygulama rehberi niteliğindeki "GAP Master Planı"nda bu proje ile bölgenin tarıma dayalı ihracat merkezi haline getirilmek istendiği belirtilmiştir (Öğüt, 2001: 71). Dolayısıyla GAP'ın tarım, sanayi, sağlık, eğitim, kültür, çevre, kentsel ve kırsal alt yapıyı geliştirme gibi birçok bileşeni vardır. Bu çalışmada temel bileşenleri bakımından GAP'ın tamamlanma oranı ve eksik kalan kısmı üzerinde durulmuştur.

GAP'ın temel bileşenleri GAP Toprak ve Su Kaynakları Geliştirme Programı, GAP ve Tarım, GAP ve Sanayi, GAP ve Altyapı, GAP'ın Sosyal Yönü, GAP ve Sağlık, GAP Çevre ve Kültür, GAP ve Uluslararası İşbirliği, Uluslararası Su Kuruluşları İle İlişkiler ve GAP'ın Finansmanı şeklinde belirtilmiştir. GAP ve Uluslararası İşbirliği ile

Uluslararası Su Kuruluşları İle İlişkiler konuları hariç diğer konular bu çalışmanın asıl konusunu oluşturmaktadır. Uluslararası ilişkiler ve uluslar arası su kuruluşlarıyla ilişkiler her ne kadar GAP'ın temel bileşenleri arasında yer almakta ise de GAP'ın tamamlanmasında doğrudan etkisi olmadığı için burada üzerinde durulmamıştır. GAP iç kaynaklarla finanse edildiği için uluslar arası kuruluşların GAP'ın tamamlanmasında direkt etkisi yoktur.

Çalışmada GAP hakkında kısaca genel bilgi verildikten sonra, GAP'ın temel bileşenlerinden Toprak ve Su Kaynaklarını Geliştirme Programı konusu anlatılmıştır. GAP'ın en önemli bileşeni toprak ve su kaynaklarıdır. Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Türkiye'de sulanabilir toplam arazinin % 22'si, akarsu kaynaklarının % 28'i (Fırat %16, Dicle % 12) bulunmaktadır. Su kaynaklarından sonra GAP'ın en önemli bileşeni hiç kuşkusuz tarımdır. Tarımdan elde edilen fazla ürünün sanayiye aktarılması ile hem bölgenin sanayisi canlanacak hem de bölgede istihdam artacaktır. Bölgede 1.822 bin hektar sulanabilen birinci sınıf tarım arazisi bulunmaktadır. GAP'ın yapılmaya başlamasının üzerinden 30 yıl geçmesine rağmen proje kapsamında sulanması gereken araziden sadece 300 bin hektar alanının sulanması (bölgede sulanması gereken toplam arazinin sadece % 16.5'i) tarım alanında önemli bir gelişmenin olmadığını göstermektedir. Bu çalışmada bu konuya dikkat çekilmiştir. GAP Bölgesi sanayileşme bakımından Türkiye'nin diğer bölgelerine göre çok geride kalmış durumda. GAP ile sanayileşme arasındaki konu irdelenerek bölge illerinde bulunan Organize Sanayi Bölgeleri (OSB) ile Küçük Sanayi Siteleri (KSS) tek tek anlatılmış ve bu sanayi kuruluşlarında istihdam edilen kişi sayısı belirtilmiştir. 1980'li yıllardan itibaren hem güvenlik nedeniyle hem de ekonomik ve sosyal nedenlerden dolayı bölgede kırsal alandan kentlere yoğun göç yaşanmıştır. Bölgenin kötü olan ekonomik ve sosyal şartlarından dolayı zaten kötü olan kentlerin altyapısı bu göçlerle daha da kötüleşmiştir. Bölgenin altyapısı anlatıldıktan sonra GAP'ın sosyal yönü üzerinde durulmuştur. GAP'ın uygulanmasıyla toplumun ekonomik ve sosyal yapısında önemli değişiklikler olacaktır. Binlerce yıldır yapılan kuru tarımdan sulu tarım geçmekle, bölge çiftçisinin geliri beş kat artış gösterecek, bu da ekonomide önemli ve olumlu gelişmelere yol açacaktır. Tarım ürünlerindeki artış sanayiye aktarılacağı için bölgede tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş olacak, böylece bölgenin geleneksel toplum yapısı modern sanayi toplum yapısına dönüşecektir. GAP'ın sosyal yönü anlatıldıktan sonra GAP ve sağlık konusu anlatılmıştır. GAP Bölgesi sağlık hizmetleri bakımından diğer bölgelerimize göre daha geridedir. GAP Bölgesinde sağlık hizmetlerinin niceliği, niteliği ve sağlık hizmetlerindeki sıkıntılar

anlatıldıktan sonra GAP'ın çevre ve kültür bileşeni konusu üzerinde durulmuştur. Fırat ve Dicle nehirlerinin boylarında yaşayan kuş, balık ve hayvan türleri ile yarı kurak ve çöl ikliminin endemik (belli bölgelere has tabiatta az bulunan bitki türleri) bitki türlerinin, Türkiye'nin diğer bölgelerinde bulunmayan doğal yaşam alanları vardır. Asırlardır sürdürülen kuru tarımdan sulu tarıma geçmekle söz konusu hayvanların ve bitkilerin doğal yaşam alanı yok olmaktadır. Bu durumun çevre sorunlarına yol açmaması için GAP Bölge Kalkınma İdaresinin yaptığı çalışmalar anlatılmıştır. GAP'ın tüm bileşenleriyle birlikte tamamlanması için öngörülen yatırım tutarı 32 milyar ABD Doları olarak hesaplanmıştır. Uluslararası kuruluşlardan destek bulunmadığı için proje iç kaynaklarla finanse edilmeye çalışılmıştır. 30 yıllık mazesine rağmen GAP'ın tamamlanması için öngörülen 32 milyar dolar para harcanmadığı gibi söz konusu proje de tamamlanmamıştır. Bu çalışmada son bilgiler ışığında GAP'ın finansman durumu, projede gelinen son nokta ve GAP'ın eksik kalan kısmı anlatılmıştır. GAP'ın eksiklikleri ya da henüz tamamlanmayan kısmı anlatıldıktan sonra GAP'ın üretim potansiyeli değerlendirilerek çalışma sonuç kısmı ile bitirilmiştir.

1.GENEL OLARAK GAP

GAP Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Kilis, Mardin, Siirt, Şanlıurfa ve Şırnak illerinin tamamını kapsayan Türkiye topraklarının yaklaşık % 10'nuna sahip, çok sektörlü, çok amaçlı bir bölge kalkınma projesidir (Gümgüm, 1997; 13). GAP belirtilen illerin hem kırsal alan hem de ketsel alandaki ekonomik ve sosyal düzenlemeleri kapsamaktadır. Bu nedenle GAP Güneydoğu Anadolu Bölgesinin tamamına hitap eden son derece geniş kapsamlı bir proje olarak tasarlanmıştır.

GAP ile ilgili araştırma yapma, bilgi ve belge toplama, koordinasyonu sağlama ve plan yapma görevi 1986 yılında Devlet Planlama Teşkilatına (DPT) verilmiş, DPT bu görevi aldıktan sonra bünyesinde bir Müsteşarlık Araştırma Grubu (MAG) oluşturmuştur (Özer, 1998: 78). Söz konusu MAG 1989 yılının sonlarına doğru GAP'ın planlanmasıyla ilgili yürüttüğü çalışmalarını "GAP Master Planı" adıyla bitirmiş ve başbakanlığa sunmuştur (Erol, 1999: 16). Bu çalışmaların neticesinde 6 Kasım 1989'da "GAP Bölge Kalkınma İdaresi Teşkilatı" 388 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile Merkezi Ankara'da, şubesi Şanlıurfa'da olacak şekilde kurulmuştur (Erol, 1999: 16).

Toplam alanı yaklaşık 75.000 kilometrekare olan, su kaynakları 22 baraj ve 19 hidroelektrik santrali kurmaya uygun olan GAP, Türkiye Cumhuriyeti Devletinin en büyük entegre bölgesel kalkınma projelerinden birisidir (GAP, 1993-1997: 10). Çukurova bölgesinin 4.5 kat büyüklüğünde olan GAP (Fidancı, 1999: 18) tamamlandığında yılda 53 milyar metre küp su akıtan Fırat ve Dicle nehirlerinin suyu denetim altına alınacak, bu nehirler üzerinde kurulu gücü ve kapasitesi 7476 megavat olan hidroelektrik santrallerinde yılda 27 milyar kilovat saat elektrik enerjisi üretilecektir (Çadırcı, 1999: 19). GAP bölgesinde hidroelektrik üretiminin önemli bir kısmı Karakaya, Atatürk, Dicle, Kralkızı, Birecik, Karkamış ve Batman barajlarında gerçekleşmektedir (Dağlı, 1999: 26). Bu barajlardaki hidroelektrik tesislerin açılışından 2005 yılı sonuna kadar 253 milyar kilovat saat elektrik enerjisi üretilmiş olup bu enerjinin parasal değeri 15 milyar (ABD) Dolardır (1 kwh=6 cent olarak hesaplanmıştır) (www.gap.gov.tr/faaliyetraporu/2005/10.12.2012). Projenin tamamlanmasıyla Türkiye'de sulanabilir 8.5 milyon hektar arazinin % 22'si (1.822 bin hektar) sulu tarıma açılacak ve 3.500 binden fazla insana istihdam imkanı sağlanmış olacaktır (Dağlı, 1999: 26).

TÜİK'in (Türkiye İstatistik Kurumu) 2010 ADNKS (Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi) verilerine göre GAP Bölgesinde 7.592.772 kişi yaşayarak (TÜİK, Tür.İst.Yıllığı, 2010: 47) Türkiye toplam nüfusunun % 10'nundan bir az fazlasını oluşturmaktadır.

2.GAP'IN TEMEL BİLEŞENLERİ

GAP, Güney Doğu Anadolu Bölgesini bütünüyle kaldırmak amacıyla yapıldığı için ekonomik, sosyal ve kültürel gibi değişik bileşenlerden oluşmaktadır. GAP'ın tam anlamıyla bitmesi, faaliyete geçmesi ve kendisinden beklenen faydayı sağlaması bileşenleriyle birlikte tamamlanmasına bağlıdır. GAP'ın bileşenleri bölgedeki hem kırsal alan hem de kentsel alandaki yatırım, istihdam, sanayi, altyapı, kültür, çevre, sağlık gibi ekonomik ve sosyal gelişmelerle ilgilidir.

2.1. GAP'ın Toprak ve Su kaynaklarını Geliştirme Programı

GAP Bölgesinde yaklaşık 7.500 bin hektar arazi bulunmaktadır. Bu arazinin yaklaşık yarısı tarıma elverişli, diğeri dağlık, çayır-mera, bozkır ve ormanlık gibi tarıma elverişli olmayan alanlardan oluşmaktadır. Tarım arazisinin 1.822 bini sulu tarıma elverişli durumda iken diğeri kuru tarıma uygun koşullardadır (Atalay ve diğerleri, 1997: 29).

GAP'ın su potansiyeli 22 baraj ve 19 hidroelektrik santrali kurmaya yetecek, bu santrallerde günlük 7476 megavat enerji gücüyle yılda 27 milyar kilovat saatlik elektrik enerjisi üretebilecek kapasitededir. Fırat (Türkiye'deki akarsuların % 16'sı) ve Dicle (Türkiye'deki akarsuların % 12'si) nehirleri Türkiye'nin akarsu gücünün % 28'ni oluşturmaktadır (Taraklı, 2001: 65). GAP'ın tamamlanmasıyla yılda 53 milyar metre küp su akıtan söz konusu nehirlerin suyu denetim altına alınacağı gibi 1.822 bin hektar arazi de sulanmış olacaktır. GAP Bölgesinde planlanan elektrik enerjisi üretim potansiyeli Türkiye'de üretilen toplam elektrik enerjisinin % 22'ne eşittir (www.gap.gov.tr/gap-toprak-ve-su-kaynaklari-gelistirme-programi/4.12.2012).

2.2. GAP ve Tarım

GAP Bölgesinde Tarımdan beklenen ürünün elde edilmesi ve tarımın beklenen değişimi sağlaması için kuru tarımdan sulu tarıma geçmek şarttır. Tarım GAP'ın lokomotif, değişimin ana unsuru ve bu projenin yapılmasının temel bileşenlerinden en önemlisidir. Tarımdan elde edilen ürün sanayiye aktararak hem bölgede kurulmakta olan sanayinin ham maddesi elde edilebilir hem de GAP Bölgesindeki değişim sağlanabilir.

Sulanabilir ve sulanmayan arazisiyle GAP toplam 75.358 kilometre karelik bir alana sahiptir (GAP-GİDEM ve ABİGM, 2005: 21). Yaklaşık 7.5 milyon hektar araziye denk gelen bu toprakların 3.2 milyonu ekilip biçilebilir durumdadır. Söz konusu arazinin 1.822 bin hektarı sulanabilecek durumda iken 1.2 milyon hektarı teknik olarak sulama imkanı olmayan, kuru tarımın yapılabileceği arazi niteliğindedir. (www.gap.gov.tr/gap-toprak-ve-su-kaynaklari-gelistirme-programi/4.12.2012).

Tarım işletmelerinin ekonomik olması için belli bir büyüklükte olması gerekir. GAP Bölgesindeki tarım işletmelerinin geneli küçük işletmeler niteliğindedir. Tarım işletmelerinin verimli hale gelmesi, ekonomik olması ve su israfının önlenmesi için GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı Tarım Reformu, DSİ, Tapu ve Kadastro, Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğü ile işbirliği yaparak Ceylanpınar Ovasında 22 bin, Şanlıurfa'da 20 bin hektar olmak üzere toplam 42 bin hektar arazi toplulaştırması yapılmıştır. Bu çalışmaların devamında Tarım Reformu Genel Müdürlüğü Harran Ovasında 80 bin hektar araziye daha toplulaştırmıştır (www.gap.gov.tr/gap-ve-tarim/4.12.2012) Ancak tarım işletmelerinin ekonomik olması için toplulaştırma işlemlerinin GAP Bölgesinde sulanabilir arazinin tümünde yapılması gerekir. GAP Bölgesinde tarım işletmelerinin % 53.3'ü 1-4.9 hektar

büyükliğünde iken, % 33.3'ü 5 - 19.9 hektar büyüklüğündedir (GAP-Harran Üni., 2010: 10). Dolayısıyla bölgedeki tarım işletmelerin % 80'ninden fazlası küçük işletme niteliğindedir.

GAP kapsamında Güneydoğu Anadolu Bölgesinde sulu tarıma açılacak arazi, Türkiye'de sulanabilir toplam arazinin % 22'sine eşittir. 2000 yılında 277.332 hektar arazi kamu kurumları tarafından sulu tarıma açılmıştır. Bunun 213.924 hektarını Devlet Su İşleri, 63.408 hektarını Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğü işletmeye açmıştır. 2009 sonu itibariyle GAP Bölgesinde 300.397 hektar arazi kamu kurumları tarafından sulu tarıma açılmıştır. GAP Bölgesinde sulu tarıma geçiş için halk da bu konuda çalışmalar yapmakta, bu çalışmaların neticesinde halk tarafından 71.049 hektar arazi aynı tarihlerde sulu tarıma açılmıştır (GAP-Harran Üni., 2010: 9). Bölgede sulanabilecek araziden 72.093 hektarlık alanda sulama şebeke inşaatı devam etmekte, 1.448.556 hektarlık alan ise planlama faaliyetleri yürütülmektedir (GAP, 2010: 9). Bu verilerden de anlaşıldığı gibi bölgede sulu tarıma geçmek için daha kat edilmesi gereken çok yol bulunmaktadır.

2.3. GAP ve Sanayi

GAP'ın uygulama programı niteliğinde olan "GAP Master Planı"nda bölgeyi tarıma dayalı ihracat merkezi haline getirilmek istendiği belirtilmiştir (Öğüt, 2001: 71). Sulu tarımla birlikte artan ürünün sanayiye akması, sanayi kuruluşlarına yer sağlanması, kamu kurumları ile birlikte özel sektörün de yatırım için bölgeye çekilmesi amacıyla GAP Bölge Kalkınma İdaresi tarafından çalışmalar yapılmaktadır. 1992'de GAP Bölge Kalkınma İdaresi tarafından "GAP Bölgesel Ulaşım ve Altyapı Geliştirme Çalışması" yapılarak bölgede gelişmesi muhtemel olan 9 yörenin çevre düzeni planı yapılmıştır (www.gap.gov.tr/gap-ve-sanayi/1.12.2012). Sulu tarıma geçmekle birlikte bölgede meydana gelen iş ve yatırım ortamına katılacak yerli ve yabancı yatırımcılara bilgi ve danışmanlık hizmeti vermek için "GAP Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi" Adıyaman, Diyarbakır, Mardin ve Şanlıurfa il merkezinde kurulmuştur (Özgül, 2005: 13). Kısaca GAP-GİDEM olarak isimlendirilen GAP Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi yerli ve yabancı girişimcilere bölgede yatırım ve yatırım alanları ve bölgenin pazarlama imkanları hakkında bilgi vermektedir.

Sanayileşmenin önemli göstergelerinden birisi ilgili yerde organize sanayi bölgelerinin bulunmasına/kurulmasına bağlıdır. İller itibariyle GAP Bölgesindeki organize sanayi bölgelerinin varlığı şöyle belirtilebilir (GAP-GİDEM, 2005: 47-89): Adıyaman'da bir adet

organize sanayi bölgesi bulunmakta, söz konusu organize sanayi bölgesinde bulunan 80 adet parselden 76'sı kullanılmış 4'ü boş beklemektedir. Batman organize sanayi bölgesinde bulunan 76 parselden 30 parseli kullanılmış, 46 parseli boş beklemektedir. Diyarbakır organize sanayi bölgesinde bulunan 186 parselden 93 parseli kullanılmış, 93 parseli boş beklemektedir. Gaziantep'te 4 organize sanayi bölgesi bulunmakta, bu organize sanayi bölgelerinde bulunan 757 parselden 581 kullanılmış, 176 parcel boş beklemektedir. Kilis'te organize sanayi bölgesinde bulunan 50 adet parcel kullanılmış, boş bekleyen parcel yoktur. Mardin'de organize bölgesinde bulunan 160 parselden 90 parseli kullanılmış, 70 parseli boş beklemektedir. Siirt organize sanayi bölgesinde bulunan 181 parcel boş beklemektedir. Şanlıurfa organize sanayi bölgesinde bulunan 295 parselin tamamı kullanılmış, organize sanayi bölgesinde boş bekleyen parcel bulunmamaktadır. Şanlıurfa'da ikinci organize sanayi bölgesinin kurulması çalışmaları devam etmektedir. Şırnak'ta organize sanayi bölgesi henüz yapım aşamasındadır. GAP Bölgesinde bulunan organize sanayi bölgelerinde 544 fabrika üretime geçmiş, bu fabrikalarda toplam 43.500 kişi çalışmaktadır (www.gap.gov.tr/gap-ve-sanayi/3.12.2012).

Bölgede küçük sanayi siteleri de önemli istihdam imkanları sunmaktadır. Son bilgilere göre Batman'da 1, Diyarbakır'da 6, Gaziantep'te 6, Mardin'de 1, Şanlıurfa'da 3 olmak üzere bölgede 18 küçük sanayi sitesi tamamlanmış, bu iş yerlerinde 33 bin kişi istihdam edilmiştir (www.gap.gov.tr/gap-ve-sanayi/3.12.2012). Bu verilerden de anlaşıldığı gibi GAP Bölgesinde sanayileşmenin geliştiği söylenemez. TÜİK'in 2010 ADNKS (Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi) verilerine göre bölgede merkez ilçelerle (9 il) birlikte 80 ilçe bulunmaktadır (TÜİK, 2010: 21-47). Bu ilçelerin çoğunda daha küçük sanayi siteleri bile bulunmamaktadır. Kaldı ki bu ilçelerden 20'sinin nüfusu 100 binin üzerindedir (TÜİK, 2010: 21-48) ve bu ilçelerde organize sanayi bölgesine ihtiyaç vardır.

2.4. GAP ve Altyapı

GAP Bölgesinde hızlı nüfus artışı ve kırsal alandan kentlere göç kentlerde altyapı sorunlarını ağırlaştırmakta, ulaşım, yağmur ve atık suyu uzaklaştırmada ve içme suyu sağlamada birçok sorunlara yol açmaktadır. Bölgedeki küçük ilçe belediyeleri ve gün geçtikçe sayısı artan belde belediyeleri kendi imkanlarıyla alt yapı hizmetlerini yapamadıkları için söz konusu sorunlar birikmekte ve gün geçtikçe ağırlaşmaktadır. Büyük kentlerin etrafındaki gecekondu türü yerleşmeler gittikçe artmakta, merkezden uzak olduğu için

belediyelerin hizmet götüremediği bu tür yerleşim yerlerindeki alt yapı sorunları daha da artmaktadır. Gelişmiş bölgelere göre altyapı hizmetleri bakımından çok geride olan GAP Bölgesindeki kentlerde altyapı sorunları; içme suyu, kanalizasyon, atık su arıtma tesisi ve katı atık yönetiminin bulunmaması şeklinde belirtilebilir (www.gap.gov.tr/gap-ve-altyapi/1.12.2012).

GAP'ın uygulamasıyla birlikte bölgede ilçe ve belediye sayısında sürekli artış olmuştur. 1980'de bölgede 58 olan ilçe sayısı (illerin merkez ilçeleri dahil) (DİE, 1980: 4) 1990'da 75 (Adıyaman 9, Batman 6, Diyarbakır 14, Gaziantep 11, Mardin 10, Siirt 7, Şanlıurfa 11, Şırnak 7) olmuştur (DİE, 1990: 24-36). 1990'da 75 olan ilçe sayısı 2000 yılında 78 (DİE, 2000: 59-66), 2010 yılında söz konusu bölgede ilçe sayısı 80 olmuştur (TÜİK, 2010: 21-47). Görüldüğü gibi 1980'li yıllardan itibaren bölgede ilçe sayısında önemli artış olmuştur. Bölgede belediye sayısında da sürekli artış olmuştur. 1992'de 161 olan belediye sayısı, 2007 yılında 114'e, 2008 yılında 180'e, 2009-2010 yılları arasında 195'e çıkmıştır (<http://www.gap.gov.tr/yonetimler/belediye-sayisi> 1.12.2012).

Bölgede kırsal alanın % 64'ü içme suyuna kavuşmuş, % 23'ü susuz, % 13'nün suyu yetersizdir. Köy yollarının % 26.7'si asfalt, % 49.2'si stabilize, % 20.7'si tesviye durumundadır (www.gap.gov.tr/gap/gap-in-bilesenleri/gap-ve-altyapi/1.12.2012).

Bölgede metropol nitelikteki büyük kentlerin altyapıları, kent nüfusunun ancak üçte birine yetecek durumda olduğu belirtilmektedir. 2000'li yıllarda Diyarbakır'da yapılan bir araştırmaya göre kentin mevcut altyapısı kent nüfusunun üçte birinin ihtiyacını karşılamakta, kentte geri kalan diğer yerleşim yerlerinin altyapısı (özellikle gecekondu semtlerinin) bulunmamaktadır (Bağlı, Binici, 2005: 129). Altyapı bakımından bölgenin metropol kentleri olan Gaziantep ve Şanlıurfa, Diyarbakır'dan çok farklı değildir.

2.5. GAP ve Sağlık

GAP Bölgesinde sulu tarıma geçişle birlikte hem bitki desesinde hem de iklim koşullarında değişiklik olacaktır. Bu tür değişiklikleri göz önünde bulunduran GAP Bölge Kalkınma İdaresi ilk sağlık projesini 1995'te Yale (ABD), Hebrew (İsrail), İzmir ve bölge üniversitelerinin işbirliği ile Şanlıurfa'da "Şark Çıbanı Projesi" olarak yapmıştır. Bu projenin sonunda bölgede hastalığa neden olan parazitin türü belirlenmiş, hastalıktan korunma ve tedavisine ilişkin bilgi ilgili kurum ve kişilere sunulmuştur. Bölgede sağlık alanında yürütülen çalışmaların ikincisi 1998'de Sağlık Bakanlığı ve Dünya

Sağlık Örgütü (WHO) Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) işbirliği ile “Türkiye’de Sıtma Birimlerinin Kapasitesinin Güçlendirilmesi” çalışması olmuştur (www.gap.gov.tr/gap-saglik/5.12.2012).

GAP Bölgesinde sağlık hizmetlerinde altyapı, yönetim ve sağlık insan gücü gibi konularda sorun yaşanmaktadır. Sağlık konusundaki önemli sorunlardan birisi de bazı grupların mevcut sağlık hizmetlerini kullanmamasıdır. Bölgenin toplumsal koşullarında dezavantajlı grup olarak gösterilen kadınlar ve çocukların sağlık hizmetlerine ulaşma ve kullanma oranı çok düşüktür. GAP Bölge Kalkınma İdaresi bu dezavantajı gidermek için “Sağlık Gönüllüleri” projesini yürütmektedir. Sağlık Bakanlığı ile yürütülen “Sağlık Gönüllüleri” çalışması bölgedeki ÇATOM (Çok Amaçlı Toplum Merkezi) merkezlerinde kadınlar ve genç kızlar sağlık gönüllüsü olarak yetiştirilmektedir. Bu şekilde yetiştirilen genç kız ve kadınlara kendi sağlıkları hakkında bilgi sahibi olmaları, kendilerinin ve ailelerinin sağlığını koruması ve yörelerindeki sağlık hizmetlerini kullanması konusunda bilgi ve beceri kazandırılmaktadır (www.gap.gov.tr/gap-saglik/5.12.2012).

GAP Bölgesi sağlık hizmetleri bakımından özellikle hastane ve yatak sayısı bakımından diğer bölgelerimize göre daha çok geridedir. Bölge illerinde bulunan hastane ve yatak sayısı şöyledir (GAP-GİDEM, 2005: 47-89): Adıyaman’da 6 Devlet Hastanesi, 1 SSK Hastanesinde toplam 780 yatak bulunmakta, Batman’da 3 Devlet Hastanesi, 1 SSK Hastanesi, toplam 294 yatak bulunmakta, Diyarbakır’da 1 Üniversite Hastanesi, 7 Devlet Hastanesi, 1 SSK Hastanesi, 294 yatak bulunmakta, Gaziantep’te 1 Üniversite Hastanesi, 5 Devlet Hastanesi, 1 SSK Hastanesi, 2320 yatak bulunmakta, Kilis’te 1 Devlet Hastanesi, 340 yatak bulunmakta, Mardin’de 5 Devlet Hastanesi, 1 SSK Hastanesi, 555 yatak bulunmakta, Siirt’te 6 Devlet Hastanesi, 1 SSK Hastanesi, 270 yatak bulunmakta, Şanlıurfa’da 1 Üniversite Hastanesi, 13 Devlet Hastanesi, 1 SSK Hastanesi, 1414 yatak bulunmakta, Şırnak’ta 5 Devlet Hastanesi, 240 yatak bulunmaktadır. Bu verilere göre bölgede toplam 61 hastane (Devlet + SSK + Üniversite), 6507 yatak sayısı bulunmaktadır. 2010 TÜİK’in nüfus verilerine göre bölgede ortalama 7 milyon insanın yaşadığı göz önünde bulundurulursa her bin kişiye bir yatak bile düşmemektedir. Dolayısıyla GAP Bölgesi sağlık hizmetlerinin gelişimi bakımından diğer bölgelerimizde göre hala çok geridedir.

2.6. GAP, Çevre ve Kültür

GAP hem ülke düzeyinde hem de bölge düzeyinde ekonomik ve sosyal sektörlerde önemli değişikliklere neden olacağı için kaçınılmaz olarak bölgedeki çevre ve kültür varlıkları üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri olacaktır. Sulu tarımla birlikte olumlu gelişmelerden yararlanmak, olumsuz gelişmelerin önüne geçmek, bölgedeki çevresel değerlerin ve kültürel varlıkların korunması için gereklidir (Ünlü ve diğerleri, 1997: 79).

GAP Bölgesi Ortadoğu'ya has bozkır ve yarı çöl canlılarının Türkiye'ye giriş yaptıkları sınır kapısı olma özelliğine sahiptir. Bu nedenle Türkiye'nin diğer bölgelerinde bulunmayan canlı türlerinin yaşadığı doğal yaşama ortamı bu bölgede bulunmaktadır. Fırat ve Dicle nehirlerinin boylarındaki sulak alanlarda ve bölgenin güneyinde bulunan bozkır ve yarı-çöl alanlara özgü pek çok endemik bitki, hayvan, kuş ve balık türü bulunmaktadır. Projenin hayata geçmesiyle binlerce yıllık susuz tarımdan sulu tarıma, akarsu yatakları baraj göllerine dönüşmektedir. Bu dönüşüm bir yandan bölgede fazla ürün, bolluk ve refah getirirken diğer yandan canlıların doğal yaşam alanlarını yok ederek çevre sorunlarına yol açmaktadır (Ünlü ve diğerleri, 1997 : 79). Bölgedeki endemik bitkilerin, kuş, balık ve hayvan türlerinin doğal yaşam alanlarının yok olmaması ve çevre sorunlarının tehlikeli boyutlara ulaşmaması için GAP Bölge Kalkınma İdaresi bölgenin biyolojik envanterini çıkarmak için 2004 yılında "Biyolojik Çeşitlilik Araştırma Projesini" gerçekleştirmiştir. Bölgedeki yaban hayatın korunması amacıyla 2002'den bu yana "Yaban Hayatı Projesi" yürütülmektedir (www.gap.gov.tr/gap-cevre-ve-kultur/8.12.2012).

1992'de Rio'da toplanan Dünya Çevre Zirvesinde gelecek yüzyılın çevreye yaklaşımını belirten "Gündem 21" ilkelerinin (çevresel değerlerle kalkınmayı uzlaştıran sürdürülebilir kalkınma, katılımçılık, kadın ve çocuklar gibi toplumun zayıf gruplarının korunması, yoksullukla mücadele, herkese konut hakkı gibi) (Keleş, Hamamcı, 2002: 195), GAP Bölge Kalkınma İdaresinin bazı uygulamaları (projenin uygulanmasıyla dolaylı olarak yoksullukla mücadele, ÇATOM'lar aracılığıyla toplumun zayıf kesimlerinin korunmak istenmesi gibi) Gündem 21 ilkelerinin uygulandığını göstermektedir.

Farklı dinlerin bıraktığı değişik uygarlıklara ait kültür varlıkları hem bölgedeki kültürel zenginliği ortaya koyması bakımından hem de turizm açısından önem arz etmektedir. Şanlıurfa, Mardin, Siirt ve Şırnak illeri üç büyük semavi dinin (Musevilik, Hıristiyanlık,

Müslümanlık) çok sayıda kalıntılarına sahiptir. Bu kentler adeta ilahi dinler mozaiği niteliğindedir. Bölgedeki kültürel varlıkların korunması amacıyla Birecik, Halfeti, Suruç ilçelerinin taşınmaz kültürel varlıklarının envanterinin yapılması, “Hasankeyf’in Tarihi ve Arkeolojik Sit Alanı Araştırması, Kazı ve Kurtarma Projesi”, Mardin’in Midyat ilçesindeki “Acırlı Sit Alanı Çevre Düzenlemesi Projesi”, “Zeugma Acil Kazı ve Kurtarma Projesi” çalışmaları yapılmıştır (www.gap.gov.tr/gap-cevre-ve-kultur/8.12.2012). Ancak kalkınma uğruna bölgenin iki önemli kültür varlığı olan Antik Zeugma kenti (Nizip) ile Hasankeyf’in (Batman) yok olma tehlikesi ile karşı karşıya olduğunu da belirtmek gerekir.

2.7. GAP’ın Sosyal Yönü

GAP kapsamındaki yatırımların amacı insanı merkez alan, sürdürülebilir insani gelişmenin sağlanmasıdır. GAP’a yapılan yatırımlar sadece bugünkü nesillerin hayatını kolaylaştırmak, refah ve zenginliğini sağlamak için değil aynı zamanda gelecek nesillerin de kendilerini geliştirebilmeleri, hayatını daha iyi imkanlarda sürdürmeleri ve daha iyi çevrede yaşamalarını sağlaması için yapılmaktadır. Nesiller arası geçişi sağlamak ve gelecek nesillerin de GAP’tan istifade edebilmesini sağlamak için bazı sosyal etkinlik yapılmaktadır. İnsani gelişme uygulamalarına genel çerçeve oluşturmak için 1994’te “GAP Sosyal Eylem Planı” hazırlanmıştır. Bölgede dez avantajlı gruplar arasında görülen ve bölge nüfusunun yarısını oluşturan kadınların statülerinin yükseltilmesi, kadınlara yönelik sosyo-ekonomik gelişme göstergelerinin yükseltilmesi amacıyla değişik alanlarda eğitim, gelir getirici faaliyetlerin yapıldığı, partime poliklinik hizmetlerinin verildiği, çeşitli sosyo-kültürel faaliyetlerin yapıldığı ÇATOM (Çok Amaçlı Toplum Merkezleri) kuruluşları 1995’ten itibaren kurulmaya başlanmıştır (www.gap.gov.tr/gap/gap-in-bilesenleri/gap-in-sosyal-yonu/7.12.2012).

Uluslar arası Çalışma Örgütü (İLO), Diyarbakır Valiliği ve Sosyal Hizmetler Çocuk Esirgeme Kurumunun işbirliği ile “Diyarbakır Kentinde Sokakta Çalışan Çocukların Rehabilitasyonu Projesi” hayata geçirilmiştir. Buna benzer bir çalışma Adıyaman’da yapılmış, bu kapsamda “Adıyaman Kentinde Sokakta Çalışan Çocukların Rehabilitasyonu Projesi” 2002 yılında uygulamaya başlanmıştır(www.gap.gov.tr/gap-in-sosyal-yonu/7.12.2012).

Gençler arasında iletişim ve etkileşimi geliştirmek için UNDP (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı) işbirliği ile geliştirilen, İsviçre Hükümetinden sağlanan fonla yürütülen “Gençlik İçin Sosyal Gelişim Projesi” tamamlanmış ve 2001 yılı içinde uygulamaya konulmuştur.

“Habitat ve Yerel Gündem 21 Gençlik Derneği” öncülüğünde uygulanan proje, bölgedeki illerde gençlik merkezlerinin açılmasını, gençler arasında iletişim ağlarının kurulmasını, sosyal, kültürel ve sportif faaliyetlerinin örgütlenmesini, gençlere yönelik farklı alanlarda mesleki beceri kazandırma programlarının geliştirilmesini ve hayata geçirilmesini öngörmektedir (www.gap.gov.tr/gap-in-sosyal-yonu 7.12.2012).

GAP'ın sosyal yönü kapsamında bölgenin eğitim durumunu da belirtmek gerekir. 2010 eğitim verilerine göre bölgede okuma yazma bilmeyenlerin oranı % 15.1'dir. Türkiye genelinde bu oran % 7.7'dir. 2008 yılı eğitim verilerine göre bölgede okuma yazma bilmeyen erkeklerin oranı % 6.8, kadınların oranı % 23.5'tir. Bu oranlar Türkiye ortalaması için erkeklerde % 3.1, kadınlarda % 12.3'tür (GAP-Harran Üni., 2010: 7). Bu verilerden de anlaşıldığı gibi GAP Bölgesinde okuma yazma bilmeyenlerin oranı Türkiye'de okuma yazma bilmeyenlerin oranının iki katıdır. Dolayısıyla bölgede hala okuma yazma bilmeyenlerin oranı yüksektir ve bölgenin genel eğitim düzeyi düşüktür.

2.8. GAP'ın Finansmanı

GAP'ın finansmanı konusunda GAP'ın resmi internet sitelerinde değişik bilgiler yer almaktadır. Böyle bir yaklaşım GAP'ın bitmesi konusunda kafa karışıklığına yol açtığı gibi projenin bütün bileşenleriyle bitmesi konusunda insanlarda kuşku uyandırmaktadır. GAP'ın uygulama programı niteliğinde olan “GAP Master Planı” ön görüşlerine göre GAP'ın tüm bileşenleriyle tamamlanması için kamu yatırımlarının finansman ihtiyacı 32 milyar ABD Doları olarak hesaplanmıştır (<http://www.gap.gov.tr/gap-nedir/4.12.2012>). 2005 yılında TL'den 6 sıfırın atılmasıyla GAP'ın finansman ihtiyacı yeniden hesaplanmıştır. GAP'ın tüm bileşenleriyle tamamlanması için 2010 yılı cari fiyatlarıyla 42.1 milyar TL paraya ihtiyaç olduğu belirtilmiştir. Aynı kaynaktan verilen bilgiye göre 2009 yılı sonu itibarıyla GAP'ın tamamlanması için yapılan harcamalar 30.6 milyar TL olmuş ve nakdi gerçekleşme oranı % 72.6 düzeyine ulaştığı belirtilmiştir (<http://includes.gap.gov.tr/gap-son-durum/1.12.2012>).

GAP'ın finansmanı konusunda GAP'ın resmi internet sitesinin başka bir sayfasında ise nakdi gerçekleşme oranının % 56.4 düzeyinde olduğu, bu oranın tarım projeleri için % 24.5 olduğu, enerji projeleri için % 83 oranında olduğu belirtilmektedir (<http://www.gap.gov.tr/gap-ta-ulasilan-son-nokta/1.12.2012>).

GAP Bölge Kalkınma İdaresinin böyle birbiriyle uyuşmayan bilgiler vermesi GAP'ın finansmanı ve bitmesi konusunda insanların

kuruma olan güvenini sarsmaktadır. Ama şu bir gerçek ki GAP'ın tüm bileşenleriyle birlikte bitmesi için daha çok finansmana ihtiyaç vardır. Zira proje kapsamında 1.822 bin hektar arazinin sulu tarıma geçmesinin öngörüldüğü ve bu araziden yaklaşık 1.500 bin hektar arazinin henüz planlanma aşamasında olduğu gözönünde bulundurulursa GAP'ın tüm bileşenleriyle birlikte bitmesi için daha çok finansmana ihtiyaç olduğu ortaya çıkmaktadır.

GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

GAP'ın yapılmaya başlamasının üzerinden ortalama 30 yıl geçmiştir, ama temel bileşenlerinden henüz hiç biri bitmemiştir. Yukarıda izah edildiği gibi projenin bitmesi için nakdi gerçekleşme oranı bakımından GAP Bölge Kalkınması İdaresi Başkanlığı tarafından yapılan açıklamalar birbiriyle uyumsuzdur. Böyle bir yaklaşım projenin ne zaman biteceği konusunda insanlarda şüphe uyandırmaktadır.

2008 verilerine göre proje kapsamında yapımı ön görülen 22 barajdan 15 baraj yapılmış (GAP, GAP Eylem Planı, 2008-2012: 5), geri kalan 7 baraj hala yapılmamış, sulu tarıma açılması gereken 1.822 bin hektar araziden sadece 300 bin hektar arazi sulu tarıma açılmış, henüz 1.500 bin hektar civarında arazi sulu tarıma kavuşmamıştır. GAP Bölgesindeki tarım işletmeleri genelde küçük işletmelerdir ve bunların ekonomik ve verimli olması için toplulaştırmanın yapılması gerekir. Bölgede sadece 120 bin hektar alanda toplulaştırma yapılmış, 1.700 bin hektar civarında arazinin toplulaştırılması ise henüz yapılmamıştır.

Proje kapsamında yapımı öngörülen 19 hidroelektrik santralden 2005 sonu itibarıyla 8 hidroelektrik santrali işletmeye açılmıştır. Yukarıda belirtildiği gibi bu hidroelektrik santrallerinin kurulu güçleri bölgedeki hidroelektrik santral gücünün % 74'ünü oluşturmaktadır. Proje kapsamında yapımı öngörülen 19 hidroelektrik santralden 11'i henüz yapılmamıştır. Bu nedenle bölgede su kaynaklarından elde edilmesi gereken hidroelektrik enerjinin tamamı elde edilememektedir.

Sanayileşme bakımından GAP Bölgesi hala Türkiye'nin en geri kalmış bölgelerin başında gelmektedir. Son verilere göre bölgede 13 organize sanayi bölgesi, 18 küçük sanayi sitesi bulunmakta ve bu sanayi kuruluşlarında 80 bin civarında insan çalışmaktadır. Bölgede yaşayan 7.5 milyon insana göre 80 bin insanın sanayide istihdam edilmiş olması işgücünün sektörler arasında dağılımı bakımından çok düşük bir orandır. TÜİK'in 2010 nüfus verilerine göre bölgede nüfusu

100 bini geçen ilçe sayısı (illerin merkez ilçeleri dahil) 20'ye ulaşmıştır. Nüfusu 100 bini geçen ilçelerde organize sanayi bölgesinin kurulması sanayileşmek bakımından gereklidir. Oysa bölgede bu nitelikteki ilçelerde organize sanayi bölgesinin kurulmasıyla ilgili çalışma yoktur.

GAP Bölgesinde kentsel altyapı diğer bölgelerimize göre kötü durumdadır. Özellikle büyük kentlerin altyapısı 1980'li yıllardan itibaren aldıkları göçlerle daha da kötüleşmiştir. Diyarbakır, Gaziantep ve Şanlıurfa'da kent merkezinde birçok cadde tek araçlık gidiş gelişi kadar daracaktır. Kent imar planları yetersiz olduğu ya da plansız yapılaşma arttığı için özellikle büyük kentlerin altyapı sorunları gün geçtikçe ağırlaşmaktadır.

GAP Bölgesi hekim, hemşire ve diğer sağlık çalışanı ile hastane ve yatak sayısı bakımından hala diğer bölgelerimize göre kötü durumdadır. Bölgede küçük ilçe ve beldelerde sağlık hizmetleri konusunda ciddi sıkıntılar bulunmaktadır. Son verilere göre bölgede il merkezleri dahil 80 ilçe bulunmaktadır. Oysa bölgede SSK ve Üniversite hastaneleri dahil kamu kurumlarına ait toplam 61 hastane bulunmaktadır. Bu durum bazı ilçelerde hala devlet hastanesinin bulunmadığını, bu ilçelerin sağlık ihtiyaçlarını sağlık ocağıyla giderdiğini göstermektedir.

Bölgede eğitim seviyesi ve okuryazarlık oranı Türkiye ortalamasının çok altındadır. Bölgede okuryazar olmayanların oranı Türkiye ortalamasının iki katından daha fazladır. Böyle devasa bir projenin kendisinden beklenen faydayı sağlaması, kalıcı hale gelmesi ve toprakların sulama dolayısıyla kısa sürede ölmemesi (çoraklaşma) için çiftçilerin eğitilmesi gerekir. Okuryazar olmayanların önemli bir kısmı çiftçilerdir. Dolayısıyla bölgede okuryazar olmayanların okuryazar hale gelmesi ve eğitilmesi için hala çok büyük çabaya ihtiyaç vardır.

Kalkınma uğruna bölgedeki önemli tarihi, turistik ve kültürel varlıklar yok edilmektedir. Tarihi Antik Zeugma kenti ile Hasankeyf'in durumu bu konuya iyi birer örnektir. Oysa bu tür tarihi ve turistik yerler de gelir getiren kültürel varlıklardır.

Bölgede ÇATOM (Çok Amaçlı Toplum Merkezi) kuruluşları aracılığıyla yapılan çalışmalar toplumsal gelişme bakımından önemli gelişmelerdir. Ancak ÇATOM kuruluşların kapasitesi ve ulaştığı kişi sayısı göz önünde bulundurulduğunda toplumsal gelişme için bunların yetersiz kaldığı, sosyal gelişmeyi gerçekleştirmek için daha çok insana ulaşmak gerektiği ortaya çıkmaktadır.

GAP gerçekten çok büyük bir üretim potansiyeline sahiptir. Eğer GAP tüm bileşenleriyle faaliyete girerse yılda 27 milyar kilovat saat hidroelektrik enerjisi üretilcektir ki minimum fiyatla (1 kilovatsaat = 0,6 sent) bile değeri bir milyar dolardan fazladır. Eğer bölgede sulu tarıma açılacak arazinin tamamı buğday olarak değerlendirilirse yılda 13 milyon ton buğday elde edilebilir ki bu buğday yaklaşık olarak Türkiye'nin yıllık buğday tüketimine denk gelmektedir. Eğer bölgede sulu tarıma açılacak arazinin tamamı pamuk olarak değerlendirilirse yılda 9 milyon ton civarında pamuk üretimi elde edilebilir ki bu üretim Türkiye'yi dünyanın dev pamuk üreticisi olan ABD, Çin, Rusya ve Hindistan gibi sayılı ilk beş altı ülkesi arasına koyar. GAP'ın üretim potansiyelinden tam istifade edebilmek ve özlenen refah seviyesine ulaşabilmek için GAP'ın tüm bileşenleriyle birlikte bir an evvel bitmesine bağlıdır.

KAYNAKÇA

- ATALAY, Durmuş Ali ve diğerleri: "GAP'ın Tarımsal Yapı Üzerine Etkileri", GAP'ın Ekolojiye ve Tarıma Etkileri, TÇV Yay. Ank., 1997
- BAĞLI, Mazhar, BİNİCİ, Abdulkadir: Kentleşme Tarihi ve Diyarbakır Kentsel Gelişimi, Bilim Adamı Yay., Ankara, 2005
- ÇADIRCI, Ali: " GAP Enerji ve Sosyal Sektörler", GAP İşletme, İktisat, Finans Dergisi, Yıl 1, Sayı 1, Şanlıurfa, 1999
- DAĞLI Bekir:"GAP'ın Getirecekleri", GAP İşletme, İktisat, Finans Dergisi, Yıl 1, Sayı 1, Şanlıurfa, 1999
- DİE: 1980 Genel Nüfus Sayımı, DİE Yay., Ank., 1980
- DİE: 1990 Genel Nüfus Sayımı, DİE Yay., Ank., 1990
- DİE: 2000 Genel Nüfus Sayımı, DİE Yay., Ank., 2000
- EROL, Mehmet: " GAP Nedir?, Nerededir? Amaçları Nedir?", GAP İşletme, İktisat, Finans Dergisi, Yıl 1, Sayı 1, Şanlıurfa, 1999
- FİDANCI Yasin: "GAP Altyapı, Ulaşım, Tarım", GAP İşletme, İktisat, Finans Dergisi, Yıl 1, Sayı 1, Şanlıurfa, 1999
- GAP: GAP Hareket Planı 1993-1997, GAP Yay., Ank., 1993
- GAP: Her Yönüyle GAP, GAP Yay., Ank., 2001
- GAP: GAP Kırsal Kalkınma Projesi, GAP Yay., Ank., 2004
- GAP-Harran Üniversitesi: "GAP Eğitim-Yayın Projesi Fizibilite Raporu", Şanlıurfa, 2010
- GAP-GİDEM: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Yatırım Rehberi, GAP Yay., Ank., 2005
- GAP: 2006 Yılı Faaliyet Raporu, GAP Yay., Ank., 2007
- GAP: 2007 Yılı Faaliyet Raporu, GAP Yay., Ank., 2008
- GAP: GAP Stratejik Plan (2008-2012), GAP Yay., Ank., 2008

- GAP: GAP Eylem Planı (2008-2012), GAP Yay., Ank., 2008
- GAP: GAP İl İstatistikleri, GAP Yay., Ank., 2008
- GAP: 2008 Yılı Faaliyet Raporu, GAP Yay., Ank., 2009
- GAP: 2009 Yılı Faaliyet Raporu, GAP Yay., Ank., 2010
- GAP: 2010 Yılı Faaliyet Raporu, GAP Yay., Ank., 2010
- GAP: 2011 Yılı Faaliyet Raporu, GAP Yay., Ank., 2012
- GAP-GİDEM ve ABİGM : Güneydoğu Anadolu Bölgesi Yatırım Rehberi, Nuro Mat., Ankara, 2005
- GÜMGÜM, Bahattin: "GAP İle Oluşabilecek Çevre Sorunları ve Çözüm Önerileri", GAP'ın Ekolojiye ve Tarıma Etkileri, TÇV Yay. Ank., 1997
- <http://www.gap.gov.tr/proje-ve-faaliyetler/cevre--fiziksel-gelisme-ve-yerel-yonetimler/altyapi/altyapi/belediye-sayisi/Erişim> : 1.12.2012
- <http://www.gap.gov.tr/gap/gap-in-bilesenleri/gap-ta-ulasilan-son-nokta/Erişim> : 1.12.2012
- KELEŞ, Ruşen, HAMAMCI, Can : Çevrebilim, İmge Kitabevi, Ankara, 2002
- ÖĞÜT, Haşim: Her Yönüyle GAP-Sempozyum, GAP-TMMOB (Ziraat Mühendisleri Odası, Ankara, 2001
- ÖZER, Ahmet: Modernleşme ve Güneydoğu, İmge Kitabevi, Ankara, 1998
- ÖZGÜL YAŞAR, Muammer, Güneydoğu Anadolu Yatırım Rehberi, Nuro Matbaası, Ankara, 2005
- ÜNLÜ ve Diğerleri : "GAP'ın Faunaya Etkileri" GAP'ın Ekolojiye ve Tarıma Etkileri, TÇV Yay. Ank., 1997
- TARAKLI Duran: Her Yönüyle GAP-Sempozyum, GAP-TMMOB (Ziraat Mühendisleri Odası, Ankara, 2001
- TÜİK: Türkiye İstatistik Yıllığı, TÜİK Yay., Ank., 2010
- www.gap.gov.tr/gap/gap-in-bilesenleri/gap-toprak-ve-su-kaynaklari-gelistirme-programi/Erişim : 2.12.2012
- www.gap.gov.tr/gap/gap-nedir/Erişim : 4.11.2012
- www.gap.gov.tr/gap/gap-in-bilesenleri/gap-ve-tarim/Erişim : 4.12.2012
- www.gap.gov.tr/gap/gap-in-bilesenleri-/gave-sanayi/Erişim : 3.12.2012
- www.gap.gov.tr/gap/gap-in-bilesenleri/gap-saglik/Erişim : 5.12.2012
- www.gap.gov.tr/gap/gap-in-bilesenleri/gap-in-sosyal-yonu/Erişim : 7.12.2012
- www.gap.gov.tr/gap/gap-in-bilesenleri/gap-cevre-ve-kultur/Erişim : 8.12.2012

SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ



Gonca ASLAN

Doktora Öğrencisi, Yaşar Üniversitesi
SBE İşletme Anabilim Dalı
gncylmz@yahoo.com

Aylin ARAZA

Doktora Öğrencisi, Yaşar Üniversitesi
SBE İşletme Anabilim Dalı
aylinaraza@yahoo.com

Çağn BULUT

Doç. Dr., Yaşar Üniversitesi
İİBF İşletme Bölümü
cagri.bulut@yasar.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, son zamanlarda yoğun bir biçimde irdelenen sosyal girişimcilik literatüründeki güncel gelişmeleri ve sosyal girişimcilik kavramı çerçevesinde tartışılan yeni bakış açılarını incelemektir. Bu bağlamda, Weerawardena ve Mort'un (2006) hazırladıkları ve 2002 yılına kadar inceledikleri sosyal girişimcilik literatürü özet tablosu geliştirilerek, 2012 yılına kadar getirilmiştir. Konuyla ilgili tablo çerçevesinde incelenen dört ana hat (*çalışmaların amacı, alanları, anahtar boyutları ve tanımları*) çerçevesinde, araştırmacılara ihtiyaç duydukları temel bilgilerin kompakt bir biçimde sunulması ile araştırmacılara kolaylık sağlanması hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Girişimcilik, Tanım, Kavramsal Çerçeve

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine current developments and new perspectives at issue, with the scope of social entrepreneurship concept. In this regard, the summary table which was prepared by Weerawardena and Mort (2006), concerning social entrepreneurship literature, has been developed until 2012. In compliance with the subject, the four outline has been examined in order to offer a compact information source to the researchers that could be needed to provide convenience for the future studies.

Keywords: Social Entrepreneurship, Definition, Coceptual Framework

GİRİŞ

Sosyal girişimcilik literatürü incelendiğinde, kavramı tanımlamakta belli unsurlardan yararlandığı anlaşılmaktadır. **Sosyal misyon** (Neck ve diğ., 2009; Marshall, 2011), **sosyal değer** (Austin ve diğ., 2006; Dacin ve diğ., 2010; Chell, 2007; Peredo ve McLean, 2006; Weerawardena ve Mort, 2006; Wilson ve Post, 2011), **sosyal girişimcinin kişilik özellikleri** (Noruzi ve diğ., 2010; Bloom ve Chatterji, 2009; Nga ve Shamuganathan, 2010), **sosyal değişim** (Alvord ve diğ., 2004, Mair ve Marti, 2006; Light, 2005), **sosyal sorun** (Murphy ve Coombes, 2009;), **sosyal ekonomi** (Cece ve diğ., 2011; Masetti, 2008), **sosyal inovasyon** (Maclean ve diğ., 2012) söz konusu unsurlar arasında göze çarpmaktadırlar. Görüldüğü üzere, sosyal anlamda getirisi olan pek çok başlık, sosyal girişimcilik kavramının altında irdelenmektedir. Peki gerçekten başına sosyal kelimesi eklenen her ifade sosyal girişimcilik kapsamında bir anlam ifade etmekte midir?

Trivedi ve Stokols (2011:7) çalışmalarında sosyal girişimcilik tanımının literatürde; sosyal girişimcinin özellikleri, sosyal girişimciliğin süreçleri ve sosyal girişimciliğin meydana getirdiği sonuçlar bağlamında tartışıldığını ifade etmektedirler. Yazarların, söz konusu tanımsal gayretlerini, dört ortak tema üzerinde temellendirdikleri görülmektedir. Sosyal girişimleri, kurumsal girişimlerden ayırmada kullanışlı olduğu görülen söz konusu dört tema; 1) ekonomik kazanımların aksine, sosyal amaçlara vurgu yapılması, 2) sosyal girişimcinin oynadığı sosyal eylemci rol, 3) girişimcilik ve inovasyon elementleri (en azından çoğu örnekte), 4) ekonomik anlamda yaratılan ve kullanılan karın sosyal bir problemi çözmek için amaçtan ziyade araç olarak kullanılması şeklinde ifade edilmektedir.

Sosyal girişimciliğin yaşam döngüsü ile ilgili olarak çok kritik bir noktada bulunulduğunu iddia eden Cace ve diğ. (2011:54), yeni kavramların her zaman öne sürüldüğünü, ilerleme kaydetmediği görülen bir kısmının yanında diğer bir kısmının çok popüler olduktan sonra modasının geçmeye başladığını ve az bir kısmının ise kararlı bir güce ve de sürekli etkiye sahip olduğunu belirtmektedirler. Yeni bir kavramın nadiren, uygulama ve bilgiye dair bambaşka bir faaliyet alanı yarattığını ifade eden yazarlar, sosyal girişimciliğin de böyle bir potansiyeli olduğunu savunmaktadırlar.

1. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI VE KAPSAMI

Sosyal girişimcilik kavramının, özellikle son yıllarda hem uygulayıcıların hem de akademik çevre olmak üzere pek çok paydaşın odak noktası olduğu ve her geçen gün daha fazla tartışıldığı

dikkat çekmektedir. Kavrama dair yapılan tanımların birbirleriyle gelişmesi ve hala üzerinde konsensus sağlanan tatminkar bir tanımın oluşturulamamasının bazı temel nedenlerinden bahsetmek mümkündür.

Arthur ve diğ.'nin (2006:1) belirttiği üzere, bundan on yıl öncesine kadar “sosyal” ve “girişim” kelimelerinin birleştirilmesinin oksimoron olarak değerlendirildiği görülmektedir. Diğer bir ifadeyle; etimolojik bakımdan “sosyal” kavramının, geniş tabanı ilgilendiren, tabana yayılmış ve ekonomik olmayı çağrıştırmasının yanında, “girişimci” kavramının da daha bireysel, ekonomik ve finansal yapıya odaklı bir anlamı içerdiği anlaşılmaktadır. Yazarlar, “sosyal” ve “girişim” kelimelerinin karşılıklı olarak birbirini içerdiklerini varsayarak çıkarım yapmayı bir sorun olarak görmektedirler. Bull da (2008:271), iki kelimenin birleştirilmesini, hem teorik çerçevenin geliştirilmesi hem de sosyal girişimcilik alanında faaliyet gösteren örgütlerle ilgili ampirik çalışma yapılmasını engellediği gerekçesiyle problemlilik olarak değerlendirmekte ve “sosyal” ve “girişim” kelimelerinin birleşmesiyle oluşturulan sinerjinin, pratikte düştüğü kadar uzlaşma içinde olmadığı yönünde eleştiride bulunmaktadır.

Benzer şekilde Johnson da (2003:6) sosyal girişimsel çabaların iş jargonuna bağlanarak, hizmet edilen amaçların “gelir akışı” ve “yatırım getirisi” gibi terimlerle ifade edilmesinin, toplumsal koşulları geliştirmeye kendilerini adanmış pek çok sosyal girişimci için ideolojik açıdan rahatsız edici olduğunu ifade etmektedir. Bu rahatsızlığın bir nedenini, alışılmadık terimlerin kullanılmasına bağlayarak, iş jargonuna dair akıcılığın artması ile söz konusu rahatsızlığın azalacağını ileri sürerek, bunun nispeten basit bir rahatsızlık olduğunu da ifade etmektedir. Bir diğer boyutta ise, temeldeki ideolojik farklılıklardan kaynaklanan çok derin bir rahatsızlığın olduğunu savunmaktadır. Temel insan ihtiyaçlarının yerine getirilmesi çerçevesinde şekillenmiş olan bir gayretin, iş jargonuyla ifade ediliyor olmasının yarattığı rahatsızlığın altının çizildiği görülmektedir.

Sosyal girişimciliğin etimolojik kökeninin yarattığı paradoks, beraberinde kavramın içerdiği alanı tanımlamayı da zorlaştırmaktadır. Bu bağlamda hangi kurum ya da kuruluşlar tarafından yürütülen sosyal değer yaratma faaliyetlerinin, sosyal girişimcilik olarak adlandırılacağı sorunu, alanda belirsizliği arttıran diğer bir unsur olarak gözükmektedir. Sosyal girişimcilik kar amacı gütmeyen kuruluşların faaliyetlerini açıklayan bir kavram mıdır, kar amacı güden işletmelerin de sürdürülebilir sosyal değer yaratma faaliyetleri sosyal girişimcilik

olarak adlandırılabilir mi, melez formların (*hybrid forms*) sosyal girişimcilik kapsamında tartışılması ne derece gerçekçidir?

Sosyal girişimciliğin alanının tanımlanmasına ilişkin farklı ekoller görüşlerini belirtmektedirler. Literatürün gelişmeye başladığı ilk zamanlarda sosyal girişimcilik kavramının, kar amacı gütmeyen örgütlerin yürüttüğü faaliyetlere atfedildiği görülmektedir (Prahbu, 1998; Thompson, 2002; Mort ve diğ., 2003; Spear, 2006). Kuruluşundaki temel varsayımın kar amacı gütmemesine dayanması gerekçesiyle, sosyal değer yaratılması ve sosyal dönüşümün gerçekleşmesinde ancak kar amacı gütmeyen örgütlerin katkı sağlayabileceği görüşü baskın bir biçimde öne sürülmektedir. Kar amacı güden örgütler kapsamında bakıldığında, sosyal girişimcilik kavramının, kurumsal sosyal yenilikçilik ve sosyal sorumluluk gibi stratejilerle ilintili olduğu ve bu nedenle kar amacı güden örgütleri de ilgilendirdiği ifade edilmektedir (Thompson 2000; Tan ve diğ., 2005; Marshall 2011). Kurumsallaşma teorisi çerçevesinde, örgütlerin tüm paydaşlarca yasal olarak algılanabilmek adına mimetik, normatif ve zorlayıcı mekanizmaların etkisiyle eşbiçimli davrandıkları görülmektedir. Bu bağlamda, sosyal sorumluluk ve sosyal yenilikçilik stratejileri, firmaların meşruiyetleri için bir zorunluluk haline gelirken, bu zorunluluğun neticesinde, elde edilen gelirlerin bir kısmının sosyal sorunların çözümü için aktarılması, kar amacı güden örgütlerin faaliyetlerinin de sosyal girişimcilik kavramının içinde yer alabileceği görüşünü öne çıkarmaktadır. İşte tam da bu noktada, sosyal girişimcilik literatüründe alan tartışmalarının yoğunlaştığı görülmektedir. Sosyal girişimcilik faaliyetlerini belirli bir kuruma atfetmeksizin, sosyal değer yaratan her bireyin, kesimin, grubun ve oluşumun sosyal girişimcilikle ilgili bir çalışma yürüttüğünü ve asıl önemli noktanın da bu olduğunu ifade eden ekol, (Light, 2005; Mair ve Marti, 2006; Zahra ve diğ., 2008), sosyal girişimciliği, sosyal sorunları hafifleten ve toplumsal dönüşümü kolaylaştıran aktiviteler olarak nitelendirmektedirler (Alvord ve diğ., 2004).

Doğası gereği kompleks olan sosyal girişimcilik kavramının; kapsamı, alanı, boyutları gibi unsurlarının yanı sıra, söz konusu kavramla eş anlamlı olarak kullanılan ya da kavramın bir türü olarak değerlendirilen çeşitli oluşumlar, sınırlar ve tanımların karmaşıklığı derinleştirdiği anlaşılmaktadır. Örneğin; sosyal amaçlı girişim (*social purpose venture*), halk sağlığı girişimi (*community wealth venture*), hayırsever girişim (*venture philanthropy*), yardımsever kapitalizm (*caring capitalism*), sosyal ticari kuruluşlar (*social enterprises*), kentsel girişimcilik (*civic entrepreneurship*) gibi kavramların üzerinde sosyal girişimciliğe benzer bir biçimde durulmasıyla, söz konusu kavramının

tanımlanması ve kavramsallaştırılması çabalarının karmaşıklaştığı görülmektedir (Trivedi 2010:66). Hatta bazı yazarların, sosyal girişimcilik ile teknolojik inovasyonun kesiştiği bölgede yer aldığını ileri sürdükleri teknolojik sosyal girişimi (*technology social venture*), sosyal girişimciliğin yeni bir türü olarak nitelendirdikleri anlaşılmaktadır (Ismaila ve diğ., 2012:429). Bir başka örnekte (Diaz-Foncea ve Marcuello 2012:80), hem sosyal hem de ekonomik olanı eş zamanlı birleştirebilen kapitalist model başlığı altındaki girişimleri sorumlu girişimler (*responsible enterprise*), hem sosyal hem de ekonomik olanı eş zamanlı birleştirebilen olarak adlandırmaktadırlar.

Kamu kaynak kullanımının pek çok sosyal alanda azaldığı ve gitgide sosyal konuların pazar fonksiyonları tarafından devralındığı günümüzde, sosyal girişimciliğin, gelecek vaat eden ve her geçen gün önemi artan bir etkinlik olarak öne çıktığı görülmektedir (Koorsgaard, 2011:267). Sosyal girişimcilik yazınının, geleneksel girişimcilik yazınına yoğun bir biçimde öykündüğü anlaşılmaktadır. Bazı yazarlar, sosyal girişimcilik tanımlamalarının, sosyal bakış açısıyla birleştirilmiş genel girişimcilik konseptinden türetildiğini ifade etmektedirler (Ruvio ve Shoham, 2011:562). Benzer şekilde Dees, sosyal girişimciliği, girişimciliğin bir türü olarak tanımlamaktadır. Genel girişimcilik literatürüne büyük katkı sağlayan Say, Schumpeter, Drucker ve Stevenson gibi yazarlara gösterilen ilginin nedeni olarak; söz konusu yazarların fikirlerinin, iş sektörüne olduğu kadar sosyal sektöre de uygulanabilmesi ve tanımladıkları anlayışın ve davranışların her yerde ortaya konabilmesinden ileri geldiği belirtilmektedir (2001:2). Lumpkin ve diğ. (2011), sosyal girişimcilik sürecini, **sosyal girişimciliğin öncülleri** (sosyal misyon, fırsat tanımlama, sermayeye giriş ve çoklu paydaşlar), **girişimsel oryantasyon** (yenilikçilik, proaktiflik, risk alma, şiddetli rekabet, otonomi) ve **çıkıtları** (sosyal değer yaratma, çözümlerin sürdürülebilirliği, çoklu paydaşların tatmini) olmak üzere konuyu üç başlıkla çerçevelemektedirler (Lumpkin ve diğ., 2011:4).

Neck ve diğ. (2009), girişimcilik tipolojilerini geliştirirken, misyon ve çıkıtlar olmak üzere iki temel boyut üzerinden hareket etmektedirler. Bu iki temel boyutun ekonomik ya da sosyal olup olmamasına göre, dört tip girişimsel kuruluş ve bir de melez form şeklinde toplam beş özgün kuruluştan (sosyal amaçlı girişimler, geleneksel girişimler, sosyal sonuçları olan girişimler, kar amacı gütmeyen girişimler ve melez formlar) bahsetmektedirler. Sosyal amaçlı girişim (*social purpose venture*), sosyal problemin çözülmesi öncülünün üzerine kurulurken, kuruluşun kar amaçlı olduğu ve piyasadaki etkisinin ekonomik olarak algılandığı belirtilmektedir. Odak

noktaları ekonomik misyon ve ekonomik etki olan geleneksel girişimlerin (*traditional ventures*) ilk ölçütü, finansal performans olarak kabul edilmektedir. Piyasa temelli fırsatları değerlendirerek, iyi ve karlı bir işin yürütülmesinin ardında açıkça ifade edilmiş sosyal bir misyonları bulunmamaktadır. Sosyal sonuçları olan girişimler (*social consequence venture*), geleneksel girişimlere benzemektedirler ancak ayırım şu şekilde yapılmaktadır; sosyal sonuçları olan girişimlerin varoluş amaçlarının sosyal çıktı yaratmak olmamasına rağmen, uygulamalarının çoğunun sosyal çıktıyla sonuçlanmasıdır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının daha çok bu tip girişimlerle uyduğu görülmektedir. Büyümeye ve ekonomik sürdürülebilirliğe odaklanmış olan kar amacı gütmeyen girişimlerin (*enterprising nonprofits*), hayırsever girişimciler tarafından kurulabildikleri ve melez formların ise (*hybrid forms*), hem davranış hem de özellik bakımından birkaç tipin özelliklerini taşıdıkları anlaşılmaktadır. Yazarlar, “sosyal” kelimesinin dört tip girişimin üçünde yer almasına karşın, sosyal girişimciliğin niyet edilen misyon tarafından belirlenebileceğini ileri sürmektedirler. Bu bağlamda, sosyal amaçlı girişimler ile kar amacı gütmeyen girişimlerin, sosyal girişimciliğe özgü alanlar oldukları ifade edilmektedir (Neck ve diğ., 2009:15-16).

Masetti'nin (2008), sosyal girişimcilikle ilgili faktörlerin birbirleriyle nasıl etkileşebileceklerini, Sosyal Girişimcilik Matriksi oluşturarak açıkladığı görülmektedir. Matrikste sosyal girişim, misyona yönelme süreci ve kar gereksinimi sürecinin birleştirilmesiyle anlaşılmaktadır. Matrikste dört kadrandan bahsedildiği anlaşılmaktadır. Geleneksel kar amacı gütmeyen örgütler (*the traditional non-for-profit quadrant*) olarak ifade edilen I. Kadran'da, sosyal misyonlar doğrultusunda hareket eden ve kar elde etmeye gerek duymayan, sadece giderlerini karşılayan, bağış, hibe, üyelik aidatlarına güvenerek varlığını devam ettiren örgütlerin konumlandırıldığı belirtilmektedir (örn: dernekler, hayır kuruluşları, müzeler, kiliseler). Taşma noktası kadranı olarak adlandırılan II. Kadran'ın, (*tipping point quadrant*), yalnızca sosyal misyonla hareket etmeyen, aynı zamanda yaşamlarını devam ettirebilmek adına kar elde etmek zorunda olan örgütleri kapsadığı ifade edilmektedir. Söz konusu örgütlerin, ekonomik sistemin hem kar odaklı hem de kar odaklı olmayan tarafından kaynaklanan temel problemleri düzeltmeye kendilerini adadıkları belirtilmektedir. Geçici örgütler kadranı olan III. Kadran (*transient organization quadrant*) ise, pazar ihtiyaçlarına cevap veren, ancak kar elde etme odaklı olmayan örgütlerin yer aldığı kadrán şeklinde belirlenmektedir. Geçici örgütler, sadece belirli bir süre boyunca fonksiyonda bulunabilmektedirler. Çabalarının hem özel

hem de kamu tarafından desteklenmesine ihtiyaç duyulmaktadır (örn. Live Aid, Drug Free America). VI. Kadran olan geleneksel işletme kadranda (*traditional business quadrant*), piyasa odaklı misyona sahip olan ve kar yapması beklenen klasik işletmeler konumlandırılmaktadırlar. Tedariğini geliştirmekte olan ülkelerden yaparak adil ticareti destekleyen, yeşil tesisler kuran, gelirin belirli bir kısmını hayır işlerine aktaran işletmelerin bu bölüme dahil edildikleri görülmektedir (örn: Starbucks). Sosyal girişimcinin, matrikste oluşturulan dört kadrandan herhangi birinde yer alabileceği öne sürülmektedir (2008:4-5-6).

Sosyal girişimciliğin, özgeci ya da hayırsever bağışların ötesine geçerek, sosyal problemleri; daha sürdürülebilir ve birbirine geçmiş çözümlerle desteklediği anlaşılmaktadır (Nga ve Shamuganathan, 2010:263). Sosyal girişimciler için açık ve merkezi konumda olan sosyal misyonun, fırsatların algılanması ve değerlendirilmesi üzerine etkisinin belirgin olduğu belirtilmektedir (Dees, 1998:3). Sosyal girişimcilik fırsatlarının, kar amaçlı girişimcilik fırsatlarından farklılaşmasının, sosyal girişimciliğin kısmen farklı bir bağlamda meydana gelmesinden ve tamamen farklı bir çıktıya yönelmesinden kaynaklandığı ileri sürülmektedir. Sosyal girişimcilikle ilgili araştırmalarda, sosyal girişimcilerin, genellikle sosyal değer yaratmak için çabaladıkları ve bunun yanında, sürdürülebilir ekonomik gelir sağlamayı da hedefledikleri görülmektedir. Ancak, bugüne kadar rapor edilen vaka çalışmalarında, sosyal misyonun daha baskın olduğu ifade edilmektedir (Lehner ve Kansikas, 2012:26).

Tablo 1’de görüleceği üzere, Weerawardena ve Mort’un (2006) hazırlayarak 2002 yılına kadar inceledikleri sosyal girişimcilik literatürü özet tablosu geliştirilerek, 2012 yılına kadar getirilmiştir. Konuyla ilgili tablo, dört ana hat (*çalışmaların amacı, alanları, anahtar boyutları ve tanımları*) çerçevesinde oluşturulmuştur.

Tablo 1:
Sosyal Girişimcilik Literatür Taraması Özeti

Yazar (lar)	Çalışmanın Amacı	Alan	Kavramsal Yapı (Anahtar Boyutlar)	Sosyal Girişimciliğin Tanımı
King ve Roberts (1987)	Kamu sektör girişimcilerinin, devlet politikalarına olan etkisini tanımlar	Kamu Sektörü	Yok	SG, yenilik ve liderlik özellikleri ile tanımlanmış
Waddock ve Post (1991)	Sosyal girişimcilerin kim olduklarını ve ne yaptıklarını açıklar	Kamu Sektörü Kuruluşları / Sosyal eylem	1)Problemlerin karmaşıklığı ile baş etme becerisi 2)Güvenilirlik 3)Ortak amaca bağlılık	Bir kamu kuruluşu yaratarak veya mevcut bir kuruluşu düzenleyerek, kıt kamu kaynaklarını tahsis etmek
Campbell (1997)	Yeni gelişmekte olan sosyal amaçlı iş girişimleri için reçete (sağlık sektörü odaklı)	Sosyal Teşebbüsler	Yok	Sosyal amaçlı girişimler, topluluklara ihtiyaç duydukları ürün ve hizmetleri kar amacı gütmeksizin sağlar
Henton ve diğ. (1997)	Sivil girişimciliğin, toplumsal gelişime sağladığı katkının altını çizer	Kar amacı güden veya gütmeyen örgütlerde çalışan bireyler	Yok	Sivil girişimcilerin fırsatları tanıyarak, bunları kolektif iyilik için harekete geçirmeleri
Leadbeater (1997)	Birleşik Krallık'ın, SG'lerle sağlanan hizmetlerin katkısıyla refah devleti olup olamayacağını araştırır	Kar amacı gütmeyen örgütler/ Sivil Toplum Kuruluşları	1)Hırslı Liderlik 2)Asgari kaynakların en yaratıcı biçimde kullanılması 3)Müşterilerle uzun dönem ilişkiler geliştiren kapsamlı örgütlerin oluşturulması	Karşılanamayan sosyal ihtiyaçların giderilmesi için atıl kaynakları belirlenerek, bunların kullanımının sağlanması
Cornwall (1998)	Düşük geliri topluluklarda, girişimcilerin yarattığı sosyal etkinin tanımlanması	Kar amacı gütmeyen örgütler / Kalkınma Ajansları	Yok	Girişimciler, faaliyet gösterdikleri toplumu geliştirmek için sosyal sorumluluğa sahiptirler
Dees (1998a)	Sosyal girişimciliğin tanımı	Kamu Kuruluşları/ Kar amacı gütmeyen örgütler	Beş önemli boyut; 1)Sosyal Misyon 2) Yeni fırsatların peşinde olmak 3)Sürekli yenilik 4)Cesaretle hareket etmek 5)Sorumluluk duygusu	Yok

Dees (1998b)	Kar amacı gütmeyen örgütlerin fon elde etmek için strateji geliştirmeleri	Kar amacı gütmeyen örgütler	Yok	Kar amacı gütmeyen örgütlerin, yeni fon kaynakları ve strateji keşfetmeleri
Prabhu (1998)	Sosyal girişimsel liderlik kavramının araştırılması	Kar amacı gütmeyen örgütler /Sosyal eylem	Yok	Girişimci örgütlerin, birincil görevi sosyal değişimi ve kendi müşteri grubunu gelişimini sağlamaktır
Ryan (1999)	Kar amacı güden büyük firmaların, kar amacı gütmeyen örgütlerin operasyonları üzerindeki etkisine bakar	Kar amacı gütmeyen örgütler	Yok	Tam anlamıyla tanımlanmamış
Wallace (1999)	Sosyal amaçlı işletmelerin, toplumun kalkınmasını kolaylaştırmadaki rolünü inceler	Kar amacı gütmeyen topluluklar, kalkınma ajansları	Yok	Girişimciler, toplumlarını geliştirmek için sosyal sorumluluğa sahiptirler-toplumdaki sosyal ve politik uyumdan ileri gelir
Borins (2000)	Çalışmalar girişimci halk liderlerinin niteliklerini iki kategoride değerlendirir: onlar olumlu liderler midir yoksa kural bozanlar mıdır?	Kamu Kuruluşları	1) Yenilik Kaynakları 2) Yenilik Türü 3) Yeniliğe yol açan koşullar 4) Yeniliğin Destekçileri 5) Yeniliğin Önündeki Engeller	Kamu kuruluşlarında yenilik yapan liderler
Thompson ve diğ. (2000)	Özel sektördeki SG'liğin incelenmesi	Kar amacı güden örgütler	Yok	Sosyal sermaye yaratmak amacıyla farklı ve yeni bir şey ekleme süreci - özel sektör aktörleri tarafından yapılan eylemlere odaklanır
Canadian Centre for Social Entrepreneurship (2001)	SG genel olarak incelenir. Özellikle küreselleşmenin ve ikili kar hanesi raporlarının etkilerine bakar	Kar amacı gütmeyen örgütler ve kuruluşlar	1) Sosyal odaklı özel sektör faaliyetleri 2) Kar amacı gütmeyen işletmelerde girişimci eylemler	Yenilikçi ikili sonuç girişimlerinin özel, kamu ya da gönüllü sektörlerde yükselişe geçmesi. "İkili Sonuç" yatırımının hem ekonomik hem de sosyal anlamda geri dönüşü olduğunu ifade eder

Hibbert ve diğerleri (2001)	Tüketicilerin sosyal girişimsel inisiyatiflerine yönelik tutumlarını ölçmektedir. (The Big Issue - Evsizleri destekleyen bir dergi)	Kar amacı gütmeyen örgütler/ Sosyal eylem	Yok	Girişimci davranışın kar sonuçlu değil sosyal sonuçlar sağlayacak şekilde kullanılması ya da kar elde eden bir şirketin, karını dezavantajlı gruplara aktarması
Smallbone ve diğerleri (2001)	Birleşik Krallık'taki sosyal kuruluşları inceler ve SG'liğin gelişmesini sağlayacak politika tanımlarını tasarlar	Kar amacı güden ve gütmeyen örgütler	SG katkıları; iş yaratma, eğitim sağlama, devletin sağlayamadığı hizmetleri sağlama, finansal kaynak, sosyal sermaye faydasının oluşturulması, fiziki kaynak sağlamak, mahrumiyetle savaşmak	Sosyal işletmeler, sosyal amaç için sahip olunan ve ticaret yapan rekabetçi kuruluşlar olarak tanımlanır. (Sendikalar, kar amacı gütmeyen örgütler, çalışanların sahip olduğu kuruluşlar, vb.)
Cook, Dodds, and Mitchell (2002)	Sosyal Girişimciliğin, yanlış yönlendirilen ve tehlikeli refah devleti inisiyatiflerinin yerini alabileceği düşüncesine saldırır.	Sosyal Girişimler	Yok	Kamu, sosyal ve ticari sektörler arasında; piyasa gücünü kamu yararına kullanmak için geliştirilen sosyal ortaklıklar
Shaw ve diğ. (2002)	SG'in kapsamlı bir biçimde incelenmesi - sosyal girişimcileri cesaretlendirecek özelliklere, amaçlara, eylemlere ve tanımlara odaklanır	Kar amacı gütmeyen örgütler	SG birincil özellikleri; 1) Yaratıcılık 2) Girişimcilik 3) Gündem belirleme 4) Etik olma	Ticari girişimlerin refah yaratmada ortaya koydukları işletme ve hayal gücünün aynısının sosyal sorunlara getirilmesi
Thompson (2002)	SG kapsamının ana hatlarını çizer - SG kimdir, ne yapar, ne tür bir destek onlar için mevcuttur	Kar amacı gütmeyen örgütler	Vaka analizleri sonucu dört ana tema; 1) İstihdam yaratma 2) Binaların etkin kullanımı 3) Gönüllü desteklerin geliştirilmesi 4) Yardıma ihtiyacı olan insanlara odaklanmak	Sosyal sermaye oluşturmak için, yeni bir şey katma veya farklı bir şey yaratma sürecidir

Sullivan Mort ve diğ. (2003)	SG kavramını, çok boyutlu bir yapı biçiminde geliştirmek	Kar amacı gütmeyen örgütler	1) Sosyal misyon odaklıdır 2) Dengeli bir yargı göstermektedir 3) Müşterileri için daha iyi bir sosyal değer yaratmak adına, fırsatları tanırlar ve keşfeder 4) Yenilikçi, proaktif ve risk alandır	Yeni sosyal örgütlerin kurulmasına ve mevcutlarda yenilikçiliğin devamlı olmasına önderlik edecek fırsatları arama ve tanıma
Alvord ve diğ. (2004)	Sosyal dönüşümü gerçekleştiren başlıca sosyal girişimcilik faktörlerini araştırmak	Yok	1) Liderlik 2) Yenilikçilik 3) Büyüme 4) Dönüşümü gerçekleştirebilme	Sıradan işletme kriterlerinin dışında çıkararak, odak noktası yenilikle beraber sosyal sorunlara eğilmek. Sosyal etki için yenilik getirmek.
Tan ve diğ. (2005)	Sosyal girişimciliğin, genel olarak kabul gören girişimcilik tanımı üzerinden, girişimciliğin özgeci bir formu olup olmadığını tartışmak	Tüzel Kişiler (Kurumlar, Dernekler, Kulüpler, Topluluklar)	1) Risk 2) Yenilikçilik 3) Sosyal misyon 4) Direkt (hizmet, burs, hediye, bina, yardım) veya endirekt (istihdam, gönüllülük) fayda	Özgeci motivasyonu ile, toplumun belirli bir kesimi yaranna kar sağlama süreci
Light (2005)	SG'nin var olup olmadığından çok, SG alanının herkese açık olup olmadığını tartışır	Tüm sektörlerde faaliyet gösteren bireyler, gruplar, örgütler veya birlikler	1) Sosyal amaca hizmet etme çabası 2) Sosyal sorunlara eğilmek 3) Yaratıcılık 4) Sürdürülebilirlik 5) Geniş çaplı değişim	SG; önemli sosyal sorunlara işaret eden, ezberleri büyük çaplı değişimlerle bozan, sürdürülebilir bir biçimde uygulamaya çalışan birey, grup, örgüt veya birliklerdir
Weerawardena ve Mort (2006)	Çalışmanın amacı, SG ile ilgili kuram oluşturma metodundan yola çıkıp, 9 tane vaka çalışmasını inceleyerek çok boyutlu bir model oluşturmaktır	Kar amacı gütmeyen örgütler	1) Sosyal Misyon 2) Sürdürülebilirlik 3) Çevresel Dinamikler 4) Risk Yönetimi 5) Proaktiflik 6) Yenilikçilik	SG; kar amacı gütmeyen örgütler bağlamında algılanan fırsatları kullanarak, sosyal bir değer yaratmayı hedefleyen davranışsal bir olgudur
Mair ve Marti (2006)	Çalışmanın amacı sosyal girişimcilikle ilgili akademik merak uyandırmak. Sosyal girişimciliğin bileşenleri olan sosyal ve girişimci olgularını oluşturan elementleri incelemek	Tüm Örgütler	1) Fırsatları değerlendirmek 2) Yenilikçilik 3) Sosyal Misyon 4) Sosyal değişimi etki etmek	Sosyal ihtiyaçların giderilmesi için farklı kaynakları bir araya getirmekle beraber, fırsatları yenilikçi bir biçimde değerlendirerek sosyal değişim yaratmak

Peredo ve McLean (2006)	Çalışmanın amacı, sosyal ve girişimcilik elementlerini konseptin içinde eriterek, analitik ve eleştirel bir yaklaşımla SG kavramını açıklamak	Sosyal misyonu olan tüm kurum ve kuruluşlar	<ol style="list-style-type: none"> 1) Değer yaratacak fırsatları görmek (öngörü) 2) Sosyal değer yaratacak yeni bir buluş yapmak veya varolan bir fikri geliştirerek adapte etmek 3) Sosyal değer yaratmak için ortalamının üzerinde risk almak 4) Sosyal teşebbüsler için kaynak yaratmada, yılmadan sınırlı varlıkları devam ettirmek 	SG, tamamen veya en azından belirgin bir biçimde sosyal değer yaratmaktadır
Martin ve Osberg (2007)	Girişimciliğin karakteristik özelliklerini ortaya koyarak, girişimcilik ve sosyal girişimcilik arasındaki farklılıkları ortaya koymak. Sosyal girişimcilik vakalarının incelenmesi	Yok	<ol style="list-style-type: none"> 1) Sosyal adaletsizlik 2) Dengesizlik 3) Dengesizlik içinde fırsatların belirlenmesi 4) Cesaret 5) Metanet 6) Meydan okuma 	<p>SG üç bileşenle açıklanır;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Adaletsiz düzen yüzünden finansal veya politik güce sahip olamayan ve dönüştürücü faydalardan yararlanamayan, dışlanan, acı çeken ve marjinalleşen kimseleri belirlemek 2) Bu adaletsiz düzen içinde sosyal değer yaratacak metanet, yaratıcılık, cesaret ve eylemi oluşturarak koşullara meydan okumak 3) Hedef grubun sıkıntılarını azaltmak için grubun potansiyelini ortaya çıkartmak ve kalıcı, dengeli bir ekosistem oluşturmak

Chell (2007)	Çalışmanın amacı, girişim ve girişimciliğin doğası ile ilgili daha önce yapılan söylemlerin ve bakış açılarının izini sürerek sosyal ve ekonomik girişimciliği anlamaktır	Kamu ve özel sektör		Sosyal girişim; Halihazırda aktanlabilen kaynakların kontrolüne bakmaksızın, sürdürülebilirliği garantilemek için yaratılan refah ve sosyal değeri işe yeniden yatırım yaparak, fırsatları durmaksızın yaratmak ve peşinden koşmaktır.
Zahra ve diğ. (2008)	Sosyal girişimciliğin oluşumuna ve globalleşmesine katkıda bulunan güçlerin açıklanması	Tüm sektörler	1) Nüfuz edebilme 2) Uygunluk 3) Sosyal Önem 4) Diğerlerine ulaşabilme 5)Çözüm isteğindeki radikallik	SG; yeni girişimler yaratarak ya da var olan örgütleri yöneterek sosyal refahı arttırmak adına keşfetmeyi, tanımlamayı ve fırsatları görmeyi üstlenen tüm aktivite ve süreçlerin bütünüdür
Smith - Hunter (2008)	Çalışmada, SG kavramı, genel girişimciliğin üç ana ölçme aracı ile ilişkilendirilerek tanımlanmaya çalışılmıştır. SG'liğin mevcut durumu da incelenmiş ve özetlenmiştir.	Tüm sektörler	1) İnsan sermayesi 2) Ağ Yapısı 3) Finansal Sermaye Boyutları üzerinden model kurulmuştur.	SG, girişimcilik dünyası içinde, geleneksel girişimcilik ile birlikte yer alır
Neck, Brush ve Allen (2009)	Girişimci teşebbüslerin tipolojilerini tanımlayarak, sosyal girişimciliğin görünümünü açıklamak	Sosyal amaçlı girişimler ve Kar amacı gütmeyen örgütler	SG Boyutları; misyon ve çıktılar SG etkileyen faktörler; 1) Fırsatların kaynakları (insanlar ve gezegen) 2)Paydaşların belirginliği 3) Performans metrikleri	Sosyal girişimcilik, kararlaştırılmış misyon tarafından belirlenir.

Craig V. VanSandt ve diğ. (2009)	Çalışmada, sosyal girişimcilerin, sosyal ilerlemeyi gerçekleştirmelerine izin veren potansiyel katalizörler ve birbirini takip eden genişleme, ölçme ve yenileme metotları incelenmiştir.	Yok	1)Fırsatları tanıma (Etkili mantık, Fırsatları tanımlama) 2) Canlılık Yaratma (Stratejik partnerler ekleme, Paydaş tabanını genişletme) 3) Uygulama (Etkiyi maksimize etme)	Etkili SG gelişmesinde katalizör görevi gören güçler; 1) Etkili mantık 2) Uygun raporlama metrikleri sayesinde geliştirilmiş meşruiyet 3) Bilgi teknolojileri
Bloom ve Chatterji (2009)	Liderliğin, misyona bağlılığın, destekleyici kültür yaratmanın, bağış toplamanın, replikasyon politikaları ve süreçlerinin yaratılmasının önemini vurgular. Ek olarak sosyal etki ölçüğü geliştirilmiştir.	Yok	Sosyal Etki Ölçeği; 1) Personel Alımı 2) İletişim 3) Birlik Kurma 4) Lobi Oluşturma 5) Kazanç Elde Etme 6) Aynısını Yapma (Replikasyon) 7) Pazar Güçlerini Harekete Geçirme	SG; sosyal sorunlara işaret eden geçmişteki stratejilerden farklı olarak değişim stratejilerini konuşlandıran, sosyal problemleri elimine etmek veya azaltmak için yeni örgüt ya da programlar başlatılan kişi
P. J. Murphy ve S. M. Coombes, 2009	Sosyal girişimsel keşfin, kurumsal sosyal sorumluluğun sosyal girişimcilik kapsamında genişletilerek kavramsallaştırılması	Kar odaklı girişimler, kar amacı gütmeyen operasyonlar, hibrid girişim formları	1)Seferberlik 2) Zamanlama	Sosyal girişimcilik, belirli bir sosyal amaç veya sorunu, seferberlik bağlamında teşvik etme niyetinde olan bir oluşum ve girişimin üstlenilmesidir.
Noruzi, Westover ve Rahimi (2010)	Çalışmanın amacı, günümüzde önemli bir fenomen haline gelen sosyal girişimcilikle ilgili yeni gelişmeleri araştırmaktır	Kar amacı güden ve gütmeyen örgütler, kamu sektörleri, tüm örgütler ve bireyler	1) Pazardaki başarısızlıklara cevap vermesi 2) Dönüştürücü yenilik 3) Finansal sürdürülebilirlik	Sosyal girişimci; ezber bozan fikirler aracılığıyla belirgin sosyal sorunlara, sürdürülebilir, geniş çaplı çözümler üreten birey, grup, ağ, birlik ya da örgüttür

Lundqvist ve Middleton (2010)	Çalışmanın amacı; İsveç ve ötesindeki sosyal, sivil, toplumsal ve diğer girişimcilik tiplerini ilişkilendirerek, sosyal girişimciliğe dair daha birleştirilmiş bir tanım oluşturmak	Yok	1) Amaç (Sosyal, Ekolojik) 2) Aktör (Kolektif veya Bireysel)	İsveç'te SG ile ilgili araştırmacı ve danışmanların tanımlamalarında n alıntı yapılmış ve sonuçta biri dışında, diğer hepsinin girişimciliğin farklı yönlerini ele alan ve entegre olmuş daha birleştirici bir tanıma sıcak bakmışlar
Dacin, Dacin ve Matear (2010)	Sosyal girişimcilik kavramının literatürdeki güncel durumunu incelemek ve bazı girişimcilik formlarını (geleneysel, kurumsal, kültürel) sosyal girişimcilik bağlamına entegre etmek	Yok	1) Bireysel Farklılıklar 2) Faaliyette bulunulan sektör 3) Süreç ve Kaynaklar 4) Birincil misyon	SG, sonuçları pozitif ya da negatife olsa da sosyal değer yaratma misyonuna odaklanmış girişimlerdir
Marshall (2011)	Çalışmada, kar amacı güden ve uluslararası platformda faaliyet gösteren firmalar incelenmiş. Kar amacı güden örgütlerin SG boyutları ele alınmış.	Kar amacı güden örgütler	1)Zihniyet (Risk almanın ötesinde) 2) Fırsatları Tanıma 3) Sosyal Ağ (Ortaklık, Bilgi) 4) Sonuçlar (Performans)	SG, kaynak ülkede sosyal misyonun başanılmasına yardımcı olacak hizmet veya ürün oluşturup, bu hizmet veya ürünü alıcı ülkeye ulaştırarak finansal fayda sağlayan kişi(ler)
Lepoutre ve diğ. (2011)	Çalışmanın amacı, nüfus temelli sosyal girişimcilik aktivitesini ölçmek için metodoloji geliştirmek ve 49 ülkede test etmek.	Kar amacı güden örgütler, hibridler ve sivil toplum kuruluşları	1)Sosyal misyon 2)Yenilikçilik 3)Gelir Modeli	Sosyal girişimcilikle ilgili yapılan standart tanımların her ülkenin uygulamalarına göre farklılık gösterebileceğinin altı çizilmektedir

G. T. Lumpkin, T. D. Moss, D. M. Grass, S. Kato, A.S., Amezcuca, 2011	Çalışmanın amacı, sosyal girişimciliği, girişimsel süreçlerde, öncüllerinin ve çıktılarının ne ölçüde eşsiz yaptığı sorusu sorulmaktadır	Kar amacı gütmeyen örgütler, sosyal misyona sahip geleneksel kar amacı güden örgütler ve hibrid örgütler	Sosyal Girişimciliğin öncülleri; 1)Sosyal motivasyon /misyon 2)Fırsat tanımlama 3)Sermayeye ulaşma 4)Çoklu paydaşlar Çıktıları; 1)Sosyal değer yaratma 2) Sürdürülebilir çözümler 3)Çoklu paydaşların tatmini	Yok
---	--	--	---	-----

SONUÇ

Sosyal girişimcilikle ilgili bugüne kadar yapılan araştırmalar ve sonuçları şüphesiz, kavramla ilgili kuram oluşturma çabalarının bir yansıması olarak görülmektedir. Bu bağlamda, sosyal girişimciliğin kuramsallaşabilmesi adına yapılan çalışmaların vaka analizlerinin üzerinden gittiği ve konu ile ilgili gözlemlerin karşılaştırılması ile teori oluşturma yolunda ilerlendiği anlaşılmaktadır.

Örneğin, Weerawardena ve Mort'un (2006) çalışmasında, Avustralya'da faaliyet gösteren dokuz firmayla yapılan detaylı görüşmeler sonucunda elde edilen verilerin yorumlanmasıyla çok boyutlu sosyal girişimcilik modelinin kurulduğu görülmektedir. Marshall'ın (2011) ise sosyal girişimcilikle ilgili önerdiği modelini, uluslararası ve kar amacı güden örgütler üzerinden geliştirdiği ve önerdiği model üzerinden üç farklı firma ile vaka analizi çalışması yaptığı anlaşılmaktadır. Vaka analizleri sonucunda, önceden belirtilen sosyal girişimcilik boyutlarının (zihniyet, fırsatları tanıma, sosyal ağ, performans) etrafıca irdelendiği anlaşılmaktadır.

Benzer şekilde Bloom ve Chatterji'nin (2009), sosyal girişimciliği anlamak için SCALERS (sosyal etkiyi ölçen yedi etmenin baş harflerinden türetilmiştir) ismini verdikleri bir sosyal etkiyi ölçme aracı geliştirdikleri ve söz konusu araç üzerinden oluşturdukları kavramsal modeli, altı tane vaka analizi çalışması ile inceledikleri görülmektedir. Lundqvist ve Middleton'ın (2010) ise, sosyal girişimciliğin kavramsal haritasını, girişimcilik söylemleri ile ilişkilendirerek oluşturdukları saptanmaktadır. Çalışmalarında, 176 aktörden 59'uyla yaptıkları görüşmeleri izleyen atölye çalışması ile İsveç'teki sosyal amaç güden girişimcilik faaliyetlerini

kavramsallaştırmaya odaklandıkları ifade edilmektedir. Lepoutre ve diğ.'nin (2011), 49 ülkede yaptıkları çalışmanın sonucunda, geleneksel anlamda girişimsel aktivitelerde bulunan ülkelerin, daha fazla sosyal girişimsel aktivite yapma eğiliminde oldukları ortaya konmaktadır.

Nicholls'un (2010) Kuhncu gelenekle sosyal girişimcilik literatürünü değerlendirdiği önemli çalışmasında, sosyal girişimciliğin paradigma öncesi evrede olduğuna işaret edilerek, yeni çalışma alanına uygunluğu bakımından problemlerin, meşru yöntemlerin ve çözümlerinin kalitesinin, yararlarının derin bir biçimde tartışıldığı öne sürülmektedir (Nicholls, 2010:613). Sosyal girişimcilik metodolojisinin de yeni veri setleri oluşturmak yerine, genellikle mevcut datalar üzerinde (betimsel vaka çalışmaları forumunda) yoğunlaşmasından dolayı, Kuhncu anlayışla paradigma öncesi evrede olduğu belirtilmektedir. Toplumsal düzeyde alanın net bir epistemolojiden yoksun olmasının, farklı metodolojik problemleri beraberinde getirdiği ortaya konulmaktadır.

Sosyal girişimcilikle ilgili yeterince ampirik çalışma yapılamıyor olmasının nedeni, kavramın, hangi sektörün aktörlerini kapsadığı ile ilgili süregelen çatışmanın dışında, hangi kültürde nasıl değer yarattığı ile ilgili farklılaşmanın olmasında yatmakta olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle, sosyal girişimciliği oluşturduğu varsayılan boyutların, her araştırmacı ve kültür kapsamında farklı biçimlerde ele alındığı anlaşılmaktadır. Sosyal girişimcilik literatürünün, öncelikle kavramın tanımı ve kapsadığı alana dair netlik kazanması gerekliliğine inanılmaktadır. Bu sayede metodolojiyle ilgili problemlerin çözüleceği görüşü savunulmaktadır.

KAYNAKÇA

- ALVORD, S. H., Brown, L. D., Letts, C. W. (2004), "*Social Entrepreneurship and Social Transformation*", Journal of Applied Behavioral Science, 40 (3), ss. 260-282.
- ARTHUR, L., Keenoy, T. and Scott-Cato, M. (2006), "*Where is the 'social' in social enterprise?*", paper presented at the 3rd Annual Social Enterprise Conference, London South Bank University, London, 22-23 June.
- AUSTIN, J., Stevenson, H., Wei-Skillern, J. (2006), "*Social Entrepreneurship and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?*", Entrepreneurship Theory and Practise, 30:1, ss. 1-22.
- BLOOM, N. P., Chatterji, K. A. (2009), "*Scaling Social Entrepreneurship Impact*", California Management Review, Spring, Vol.51, No.3.

- BORINS, S. (2000), *“Loose Cannons and Rule Breakers, or Enterprising Leaders? Some Evidence About Innovative Public Managers”*, Public Administration Review, 60: 498-507.
- BULL, M. (2008), *“Challenging tensions: critical, theoretical and empirical perspectives on social enterprise”*, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Vol. 14 Iss: 5 pp. 268 - 275.
- CACE, S., Arpinte, D., Cace, C., Cojocaru, Ş. (2011), *“The Social Economy. An Integrating Approach”*, Transylvanian Review of Administrative Sciences, No. 33 E/2011, pp. 49-66.
- CHELL, E. (2007), *“Social Enterprise and Entrepreneurship: Towards a Convergent Theory of the Entrepreneurial Process”*, International Small Business Journal, 25:5.
- DACIN, P. A., Dacin, M. T., Matear, M. (2010), *“Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here”*, Academy of Management Perspectives, August, 37-57.
- DEES, J.G. (1998 January-February), *“Enterprising Nonprofits”*, Harvard Business Review, 76: 55-67.
- DEES, J.G. (2001), *“The Meaning of Social Entrepreneurship”*, Entrepreneur in Residence Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership Ewing Marion Kauffman Foundation Miriam and Peter Haas Centennial Professor in Public Service Graduate School of Business Stanford University
- DIAZ-FONCEA, M., Marcuello, C., (2012), *“Social enterprises and social markets: models and new trends”*, Serv Bus, 6:61-83.
- ISMAILA K., Sohela M., H., Ayunizaa, U. N. (2012), *“Technology social venture: A new genre of social entrepreneurship?”*, Procedia - Social and Behavioral Sciences, 40, 429 - 434.
- KORSGAARD, S. (2011), *“Opportunity formation in social entrepreneurship”*, Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, Vol. 5 Iss: 4 pp. 265 - 285.
- LEHNER, O., M., Kansikas, J. (2012), *“Opportunity Recognition in Social Entrepreneurship : A Thematic Meta Analysis”*, Journal of Entrepreneurship, 21: 25.
- LIGHT, P. (2005), *“Serching for Social Entrepreneurship: Who might they be, where they might be found, what they do? Paper presented at the Association for Research on Nonprofit and Voluntary Associations.*
- LUMPKIN, G. T., Moss T. W., Gras, D. M., Kato, S., Amezcua, A. S. (2011), *“Entrepreneurial processes in social contexts: how are they different, if at all?”*, Small Business Economics, pp. 1-23
- LUNDQVIST, A. M., Middleton, W. L. K. (2010), *“Promises of Societal Entrepreneurship: Sweden and Beyond”*, Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, Vol.4, No.1: 24-36

- MACLEAN, M., Harvey, C., Gordon, J. (2012), "*Social innovation, social entrepreneurship and the practice of contemporary entrepreneurial philanthropy*", *International Small Business Journal*, 0(0) 1-17
- MAIR, J., Marti I. (2006), "*Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and Delight*", *Journal of World Business*, 41: 36-44.
- MARSHALL, R.S. (2011), "*Conceptualizing the International For-Profit Social Entrepreneur*", *Journal of Business Ethics*, 98:183-198.
- MARTIN, R.L., Osberg, S. (2007), "*Social Entrepreneurship: The Case for Definition*", *Standford Social Innovation Review*, Spring, 28-39.
- MASETTI, B. L. (2008), "*The Social Entrepreneurship Matrix as a "Tipping Point" for Economic Change*", *E:CO*, Issue Vol. 10 No. 3, pp. 1-8.
- MURPHY, P. J., Coombes S. M. (2009), "*A Model of Social Entrepreneurial Discovery*", *Journal of Business Ethics* , 87:325-336
- NECK, H., Brush, C., Allen, E. (2009), "*The Landscape of Social Entrepreneurship*", *Business Horizons*, 52:13-19.
- NICHOLLS, A. (2010), "*The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field*", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Volume 34, Issue 4, 611-633.
- NGA, J. K. H., Shamuganathan, G. (2010), "*The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions*", *Journal of Business Ethics*, 95:259-282.
- NORUZI, R. M., Westover, H. J., Rahimi, R. G. (2010), "*An Exploration of Social Entrepreneurship in the Entrepreneurship Era*", *Asian Social Science*, June, Vol.6, No.6.
- PEREDO, A. M., Mclean, M. (2006), "*Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept*", *Journal of World Business*, 4: 56-65.
- GANESH N. Prabhu, (1999), "*Social entrepreneurial leadership*", *Career Development International*, Vol. 4, Iss: 3 pp. 140 - 145.
- RUVIO, A., A., Shoham, A. (2011), "*A multilevel study of nascent social ventures*", *International Small Business Journal*, 29:562.
- SAGAWA, S., Segal, E. (2000), "*Common Interest, Common Good: Creating Value Through Business and Social Sector Partnership*", *California Management Review*, 42(2), ss. 105-122.
- SMALLBONE, D., Evans, M., Ekanem, I., &Butters, S. (2001). *Researching social enterprise: Final report to the small business service*. Centre for Enterprise and Economic Development Research, Middlesex University Business School, Middlesex University, UK.
- SMITH, E. A., Hunter (2008), "*Toward A Multidimensional Model of Social Entrepreneurship: Definitions, Clarifications and Theoretical Perspectives*", *Journal of Business & Economics Research*, June, Volume 6, Number 6.
- SPEAR, R. (2006), "*Social entrepreneurship: a different model?*", *International Journal of Social Economics*, Vol. 33 Iss: 5 pp. 399 - 410.

- SULLIVAN MORT, G., Weerawardena, J., Carnegie, K. (2003), "*Social Entrepreneurship: Towards Conceptualization*", International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 8(1): 76-88.
- TAN, W. L., Williams, J., Tan, T. M. (2005), "*Defining the 'Social' in 'Social Entrepreneurship': Altruism and Entrepreneurship*", International Entrepreneurship and Management Journal, 1 : 353-365.
- THOMPSON, J. L. (2002), "*The World of the Social Entrepreneur*", The International Journal of Public Sector Management, 15: 412-431.
- TRIVEDI, C. (2010), "*Towards a Social Ecological Framework for Social Entrepreneurship*", Journal of Entrepreneurship, 19: 63.
- TRIVEDI, C., Stokols, D., (2011), "*Social Enterprises and Corporate Enterprises : Fundamental Differences and Defining Features*", Journal of Entrepreneurship, 20: 1.
- WEERAWARDENA J., Mort G. S. (2006), "*Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model*", Journal of World Business, 41: 21-35.
- WILSON, F., Post, J. E. (2011). "*Business models for people, planet (&profits): exploring the phenomena of social business, a market-based approach to social value creation*", Small Business Economics, DOI 10.1007/s11187-011-9401-0.
- VANSANDT, V. C., Sud, M., Marmé, C. (2009), "*Enabling the Original Intent: Catalysts for Social Entrepreneurship*", Journal of Business Ethics, 90:419-428.
- ZAHRA, S., Rawhouser, H.N., Bhawe, N., Neubaum, D.O., Hayton, J.C., (2008). "*Globalization of social entrepreneurship*", Strategic Entrepreneurship Journal, 2 (2),117-131.

SIRA İSTATİSTİKLERİ VE UYGULAMA ALANLARINDAN BİR ÖRNEĞİN DEĞERLENDİRMESİ



Esin Cumhuri PİRİNÇİLER

Araş. Gör. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Biga İİBF, Ekonometri Bölümü
esin.pirinciler@gmail.com

ÖZET

Sıra istatistikleri dağılımdan bağımsız olma özelliği, yoğunluk fonksiyonu ve momentlerinin elde edilebilmesi özellikleri, örneklem hakkındaki tüm bilgiyi içermesi sayesinde istatistiksel çalışmalarda çok önemli bir yere sahiptir. Sıra istatistikleri pek çok mühendislik tasarımında ve dağılım teorisi çalışmalarında şans değişkenin olasılık yoğunluk fonksiyonunun kantil değerlerinin elde edilmesinde kullanılan önemli araçlardır. Bu çalışmada sıra istatistiklerinin temel kavramları ve sıra istatistiğinin dağılım özellikleri incelenerek uygulama alanlarına ilişkin örnek verilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sıra İstatistikleri, Maksimumun Dağılımı, Minimumun Dağılımı, Sıra İstatistiklerinin Dağılımı

ABSTRACT

Because order statistics contains all the information about the sample, characteristics of independent distribution, having density functions and moments has a very important place in statistical studies. Order statistics are very important tools for obtaining quantiles of random variable probability density function in distributional theory and at some engineering design. In this study is examined fundamental concepts of order statistics and distributional property of order statistic and gave example about application areas.

Keywords: Order Statistics, Distribution of Maximum, Distribution of Minimum, Distribution of Order Statistics

GİRİŞ

Sıra istatistikleri, istatistik teorisinde önemli bir yer tutmakta ve istatistiksel tahminleme yöntemlerinde oldukça yaygın kullanılan bir

kavramdır. Aynı zamanda sigortacılık, deprem ölçümleri ve analizi, doğal afetlerin tahminlenmesi, en zayıf halka prensibi gibi çalışmalarda da sıra istatistiklerinden yararlanılmaktadır.

Matematiksel istatistiğin temel problemlerinden birisi, her zaman şans değişkeninin dağılım fonksiyonunun elde edilememesi ve bunun yerine deneysel değerlerin kullanılarak dağılımın tahminlenmesidir. Sıra istatistikleri yeterli istatistikler oldukları için örneklem hakkında tüm bilgiyi içerirler. Sıra istatistiklerine dayalı birçok istatistik, dağılımdan bağımsız özelliği taşıdığı için parametrik olmayan istatistiksel yöntemlerde kullanılan en temel yaklaşımdır.

Bu çalışmada sıra istatistiklerine ait tanımlar, maksimum ve minimumun dağılımı, bazı sıra istatistiklerinin ortak dağılımı, sıra istatistiğinin koşullu dağılımı, sıra istatistiğinin farkının dağılımı ve yağış verileri ile yapılan uygulama incelenecektir.

1. SIRA İSTATİSTİKLERİ İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

(X_1, X_2, \dots, X_n) verilen bir populasyondan alınan bir örnek ve ardışık X_1, X_2, \dots, X_n değerleri büyüklüklerine göre sıraya konulduğunda $X_{1:n} \leq X_{2:n} \leq \dots \leq X_{n:n}$ oluşan yeni sıralamanın r-inci üyesi örneğin r-inci sıra istatistiğidir. Notasyon olarak sıra istatistiği $X_{r:n}$ yerine $X_{(r)}$ veya X_r şeklinde de gösterilebilir. İki önemli terim olan $X_{1:n} = \text{Min}(X_1, X_2, \dots, X_n)$ ve $X_{n:n} = \text{Max}(X_1, X_2, \dots, X_n)$ uç değerler olarak adlandırılır ve uygulamalarda önemli rol oynarlar.

$m_n(x)$, $X_j \leq x$ değerleri ile örnekteki eleman sayısıdır ve binomial tipin rassal bir değişkenidir, $B(n, F(x))$, çünkü n bağımsız Bernolli denemesi tekrarlandığında gerçekleşme (başarı) sayısı ile aynı zamanda meydana gelir. Bir Bernolli deneyi üst populasyondan rastgele bir değer çekilmesiyle oluşur. Bu değer x'e (başarı) eşit ya da küçük olabilir, olasılığı $p = F(x)$ ya da x(hata)' dan daha büyük olduğunda olasılığı $1 - p$ dir. Sonuç olarak $m_n(x)$ in kümülatif dağılım fonksiyonu binomial dağılıma sahiptir.

$$F_{m_n(x)}(r) = \text{Prob}[m_n(x) \leq r]$$

$$= \sum_{k=0}^r \binom{n}{k} F^k(x) [1 - F(x)]^{n-k} \quad (1)$$

Fakat $\{X_{r:n} \leq x\}$ olayı yani r-inci sıra istatistiği x' e eşit ya da küçük bir değer olduğunda, $\{m_n(x) \geq r\}$ olur. (1) denkleminde;

$$\begin{aligned} F_{X_{r:n}}(x) &= P[X_{r:n} \leq x] = 1 - F_{m_n(x)}(r-1) \\ &= \sum_{k=0}^r \binom{n}{k} F^k(x) [1 - F(x)]^{n-k} \\ &= r \binom{n}{r} \int_0^{F(x)} u^{r-1} (1-u)^{n-r} du \\ &= I_{F(x)}(r, n-r+1) \end{aligned} \quad (2)$$

elde edilir. $F_{X_{r:n}}(x)$, $X_{r:n}$ ' nin kümülatif dağılım fonksiyonudur ve $I_p(a, b)$ tamamlanmamış beta fonksiyonudur.

Eğer üst populasyon tamamen sürekli ise (2) denkleminin x' e göre birinci türevi alınarak $X_{r:n}$ ' nin olasılık yoğunluk fonksiyonu

$$\begin{aligned} f_{X_{r:n}}(x) &= r \binom{n}{r} F^{r-1}(x) [1 - F(x)]^{n-r} f(x) \\ &= F^{r-1}(x) [1 - F(x)]^{n-r} \frac{f(x)}{B(r, n-r+1)} \end{aligned} \quad (3)$$

belirlenir. $B(a, b)$ beta fonksiyonudur (David, 1970).

1.1 Maksimum'un Dağılımı

Maksimum son sıra istatistiği olduğu için denklem (2) ve (3)'deki $r=n$ durumunu sağlamaktadır. Maksimum kümülatif dağılım fonksiyonu ve olasılık yoğunluk fonksiyonu

$$\begin{aligned} F_{X_{n:n}}(x) &= F^n(x) \\ f_{X_{n:n}}(x) &= nF^{n-1}(x)f(x) \end{aligned}$$

olarak elde edilir.

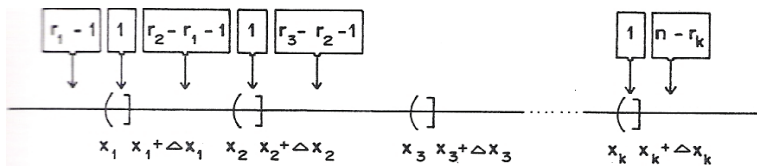
1.2 Minimum'un Dağılımı

Bir rassal örneğin minimumunun dağılımı denklem (2) ve (3)'de $r=1$ yerine konularak elde edilir.

$$\begin{aligned} F_{X_{1:n}}(x) &= 1 - [1 - F(x)]^n \\ f_{X_{1:n}}(x) &= n[1 - F(x)]^{n-1} f(x) \end{aligned}$$

1.3 Bazı Sıra İstatistiklerinin Ortak Dağılımı

Olasılık yoğunluk fonksiyonu $f(x)$ ve kümülatif dağılım fonksiyonu $F(x)$ olan, bir populasyondan alınan n hacimlik bir şans örneğinin $X_{r_{1:n}}, X_{r_{2:n}}, \dots, X_{r_{k:n}}$ k sıra istatistikleri $r_1 < r_2 < \dots < r_k$, dir. Sıra istatistiklerinin bu kümesinin ortak olasılık yoğunluk fonksiyonunu elde etmek için $\Delta x_j, 1 \leq j \leq k$ için $\{x_j \leq X_{r_{j:n}} < x_j + \Delta x_j; 1 \leq j \leq k\}$ örnekteki k eleman $(x_j, x_j + \Delta x_j)$ aralığında ve $r_j - r_{j-1} - 1$ ise $(x_{j-1} + \Delta x_{j-1}, x_j)$ aralığında yayılmaktadır. $\Delta x_0 = 0, r_0 = 0, r_{k+n} = n + 1, x_0 = -\infty$ ve $x_{k+1} = \infty$, dur.



$2k+1$ mümkün sonuç ile çok terimli deneyi düşündüğünde: verilen populasyondan rassal olarak n eleman ve $2k+1$ aralıkları belirtilmiştir. Bağımsızlık ve tekrarlamalı varsayımı altında her bir aralığın eleman sayısı multinomial şans değişkenidir.

$$M\{n; f(x_1)\Delta x_1, f(x_2)\Delta x_2, \dots, f(x_k)\Delta x_k, [F(x_1) - F(x_0)], [F(x_2) - F(x_1)], \dots, [F(x_{k+1}) - F(x_k)]\}$$

Parametreler n (örnek hacmi) ile ve olasılıklar $2k+1$ aralıkları ile ilişkilidir. Sonuç olarak multinomial şans değişkenlerinin özellikleri kullanılabilir ve istatistik kümesinin ortak olasılık yoğunluk fonksiyonu;

$$f_{r_1, r_2, \dots, r_k; n}(x_1, x_2, \dots, x_k) = n! \prod_{i=1}^k f(x_i) \prod_{j=1}^{k+1} \left(\frac{[F(x_j) - F(x_{j-1})]^{r_j - r_{j-1} - 1}}{(r_j - r_{j-1} - 1)!} \right) \quad (4)$$

$$x_1 < x_2 \leq \dots \leq x_k$$

şeklinde elde edilir. (4) denklemdeki $k=2$, ve olarak verildiğinde n hacimlik örneğin maksimumu ve minimumunun ortak olasılık yoğunluk fonksiyonu;

$$f_{1,m:n}(x_1, x_2) = n(n-1)f(x_1)f(x_2)[F(x_1) - F(x_2)]^{n-2}; \quad x_1 \leq x_2 \quad (5)$$

olarak belirlenir ve (4) denklemdeki $k=2$, r ve $r^2 = i + 1$ olarak verildiğinde iki ardışık sıra istatistiğinin ortak olasılık yoğunluk fonksiyonu;

$$f_{i,i+1:m}(x_1, x_2) = \frac{n! f(x_1) f(x_2) F^{i-1}(x_1) [1 - F(x_2)]^{n-i-1}}{(i-1)! (n-i-1)!}; \quad x_1 \leq x_2 \quad (6)$$

elde edilir ve herhangi iki sıra istatistiği $X_{r:n}$ ve $X_{s:n}$ ($r < s$)'nin ortak olasılık yoğunluk fonksiyonu; denklem (4)'e göre

$$f_{r,s:m}(x_1, x_2) = n! f(x_1) f(x_2) \frac{F^{r-1}(x_1) [F(x_2) - F(x_1)]^{s-r-1} [1 - F(x_2)]^{n-s}}{(r-1)! (s-r-1)! (n-s)!}; \quad x_1 \leq x_2 \quad (7)$$

olarak elde edilir.

1.4 İki Sıra İstatistiğinin Koşullu Dağılımı

İki sıra istatistiğinin koşullu dağılımında ilgilenilen ana konularından biri simülasyon çalışmalarıdır. Verilen $X_{s:n} = x_2$ ($r < s$) ile $X_{r:n}$ 'nin olasılık yoğunluk fonksiyonu denklem (7) ve (3)'de yerine konulduğunda;

$$f_{X_{r:n}/X_{s:n}}(x_1/x_2) = \frac{f_{r,s:m}(x_1, x_2)}{f_{s:m}(x_2)} = \frac{(s-1)! f(x_1) F^{r-1}(x_1) [F(x_2) - F(x_1)]^{s-r-1} F^{1-s}(x_2)}{(r-1)! (s-r-1)!}; \quad x_1 \leq x_2 \quad (8)$$

elde edilir. Bu ifade (3) denklemi ile karşılaştırıldığında, $X_{s:n} = x_2$ parent popülasyonundan $s-1$ hacimlik örneğindeki r 'inci sıra

istatistiğinin dağılımıdır ve $x_{r:n}$ 'nin dağılımı x_2 'nin sağ tarafında kesilmiştir.

$x_{r:n} = x_1$ iken $x_{s:n}$ 'nin olasılık yoğunluk fonksiyonu;

$$\begin{aligned} f_{X_{s:n}, X_{r:n}}(x_2/x_1) &= \frac{f_{r,s:n}(x_1, x_2)}{f_{s:n}(x_1)} \\ &= \frac{(n-1)! f(x_2) [1-F(x_2)]^{n-s} [F(x_2-F(x_1))]^{s-r-1} [1-F(x_1)]^{r-n}}{(n-s)!(s-r-1)!} \end{aligned} \quad (9)$$

şekindedir. Benzer olarak bu ifade (3) denklemi ile karşılaştırıldığında parent popülasyonundan alınan $(n-r)$ hacimlik örnekte $(s-r)$ 'inci sıra istatistiğinin dağılımı $x_{s:n}$ 'nin dağılımıdır ve x_1 'in solunda kesilmiştir.

1.5 İki Ardışık Sıra İstatistiğinin Koşullu Dağılımı

İki ardışık sıra istatistiği için $x_{i+1:n} = x_2$ koşulu altında $x_{i:n}$ 'nin olasılık yoğunluk fonksiyonu denklem (8)'de yerine konularak;

$$\begin{aligned} f_{X_{i:n}, X_{i+1:n}}(x_1/x_2) &= \frac{f_{i,i+1:n}(x_1, x_2)}{f_{i+1:n}(x_2)} \\ &= \frac{if(x_1)F^{i-1}(x_1)}{F^i(x_2)} \end{aligned} \quad (10)$$

Ve kümülatif dağılım fonksiyonu;

$$\begin{aligned} F_{X_{i:n}, X_{i+1:n}}(x_1/x_2) \\ &= \left(\frac{F(x_1)}{F(x_2)} \right)^i \end{aligned} \quad (11)$$

$x_{i:n} = x_1$ koşulu ile $x_{i+1:n}$ 'nin olasılık yoğunluk fonksiyonu ve kümülatif dağılım fonksiyonu;

$$\begin{aligned} f_{X_{i+1:n}, X_{i:n}}(x_2/x_1) &= \frac{f_{i,i+1:n}(x_1, x_2)}{f_{i:n}(x_1)} \\ &= \frac{(n-i)! f(x_2) [1-F(x_2)]^{n-i-1}}{[1-F(x_1)]^{n-i}} \end{aligned} \quad (12)$$

ve

$$F_{X_{i+1:n}, X_{i:n}}(x_2/x_1) = 1 - \left(\frac{1 - F(x_2)}{1 - F(x_1)} \right)^{n-1} ; x_1 \leq x_2 \quad (13)$$

1.6 İki Sıra İstatistiğinin Farkının Dağılımı

İki sıra istatistiği $X_{s:n}$ ve $X_{r:n}$ ($r < s$) arasındaki farkın dağılımını türetmek için (6)'de verilen ortak olasılık yoğunluk fonksiyonu dönüşümü uygulamalıyız.

$$\left. \begin{array}{l} U = X_{r:n} \\ V = X_{s:n} - X_{r:n} \end{array} \right\} \quad (14)$$

Tersi alınırsa;

$$\left. \begin{array}{l} X_{r:n} = U \\ X_{s:n} = U + V \end{array} \right\} \quad (15)$$

Jakobien ile;

$$J = \begin{vmatrix} 1 & 0 \\ 1 & 1 \end{vmatrix} = 1 \quad (16)$$

Böylece (U,V)'nin ortak olasılık yoğunluk fonksiyonu;

$$g(u, v) = \frac{n!}{(r-1)!(s-r-1)!(n-s)!} f(u)f(u+v)F^{r-1}(u) \cdot [F(u+v) - F(u)]^{s-r-1} [1 - F(u+v)]^{n-s} \quad 0 \leq v \quad (17)$$

olarak elde edilir ve aşağıda gösterilen V marjinal olasılık yoğunluk fonksiyonuna sahiptir.

$$h(v) = \frac{n!}{(r-1)!(s-r-1)!(n-s)!} \int_{-\infty}^{\infty} f(u)f(u+v)F^{r-1}(u) \cdot [F(u+v) - F(u)]^{s-r-1} [1 - F(u+v)]^{n-s} du \quad 0 \leq v \quad (18)$$

2. BİR UYGULAMA ÖRNEĞİ

Eğer X_1, X_2, \dots, X_n birbirini izleyen günlerde bir nehrin su seviyeleri ise alt sıra istatistiğinin özellikleri $X_{1:m}, X_{2:m}, \dots, X_{k:m}$ ktlığın modellenmesi için ve $X_{n-k:m}, X_{n-k+1:m}, \dots, X_{n:m}$ üst sıra istatistiğinin özellikleri ya da maksimum $X_{n:n}$ su baskını riski ve selden korunma tasarımları için kullanılır.

Bir nehirde son 60 yıl boyunca metre küp başına yıllık maksimum su baskınları Tablo 1' de gösterilmiştir. Gelecek 20 yılda aşanların ortalama değeri 4 olması için bir su baskını tasarım değerinin seçileceği varsayalım (Castillo, 1988:334).

Eğer geçmiş n denemede m .inci en büyük gözlemi aşma olasılığı p_m ise gelecek N denemede r aşanların olasılığı;

$$w\left(n, m, N, \frac{r}{p_m}\right) = \binom{N}{r} p_m^r [1 - p_m]^{N-r}$$

şekindedir. Aşanların ortalaması, $\bar{r}(n, m, N)$, binomial değişkenin ortalaması Np_m ' dir, toplam olasılık kuralı ve $U_{m:n}$ m.inci sıra istatistiğinin ortalaması $m/(n+1)$ ' dir.

$$\bar{r}(n, m, N) = \int_0^1 N p_m f(p_m) dp_m = N \mu_{U_{m:n}} = \frac{Nm}{n+1}$$

$$\bar{r}(60, m, 20) = \frac{20m}{61} \approx 4 \rightarrow m \approx 12$$

Tablo 1:
Yağış Verileri

24.21	26.46	29.48	30.32	31.60
32.88	33.03	33.63	35.14	35.23
35.59	35.89	35.95	36.7	36.49
36.50	37.13	37.48	38.01	38.21
38.53	38.91	39.26	39.45	40.32
40.36	40.49	40.69	41.03	41.05
41.54	42.62	42.82	42.91	43.05
43.31	43.34	43.42	43.65	43.87
44.71	45.04	45.58	46.00	48.29
48.76	49.28	49.43	50.17	50.45
50.73	51.90	52.54	52.94	54.01
57.84	60.10	61.95	67.76	75.70

Seçilmesi gereken değer serideki 12.inci en büyük sıra istatistiğidir. Metreküp başına 50.17 olarak bulunur.

Yıllık olarak maksimum akışın kümülatif dağılım fonksiyonu metre küp başına;

$$F(x) = \exp \left[-\exp \left(-\frac{x - 38.5}{7.8} \right) \right]$$

Yıllık maksimum 60 ve 70 metreküp akışın geri dönüş periodu;

$$\tau_{60} = \frac{1}{1 - F(60)} = 16.25 \text{ yıl}$$

$$\tau_{70} = \frac{1}{1 - F(70)} = 57.24 \text{ yıl}$$

Bunun anlamı 60 ve 70 metreküp akış gerçekleşmesi her 16.25 ve 57.24 yılda bir kez olmaktadır.

Periyottaki karakteristik en büyük değeri aşma olasılığı;

$$1 - F^n(u_n) = 1 - \left(1 - \frac{1}{n} \right)^n$$

Büyük örnek için $1 - \exp(-1) = 0.6321$ ' dir.

Yıllık olarak bir nehrin maksimum su akışının kümülatif dağılım fonksiyonu metreküp başına aşağıdaki şekilde verildiğinde;

$$F(x) = \exp \left[-\exp \left(-\frac{x - 38.5}{7.8} \right) \right]$$

Eğer birim periyotta belirli bir değeri aşanların sayısının beklenen değeri 1 ise X şans değişkeninin belirli bir değeri x , n birim period zamanı için karakteristik en büyük değerdir. Değer n ' e bağlı olduğu için karakteristik en büyük değer u_n olarak gösterilir.

Aynı bakış açısıyla karakteristik en küçük değer de v_n olarak gösterilir.

Karakteristik en büyük değer aşağıdaki eşitliği sağlar:

$$n[1 - F(u_n)] = 1 \rightarrow F(u_n) = 1 - \frac{1}{n}$$

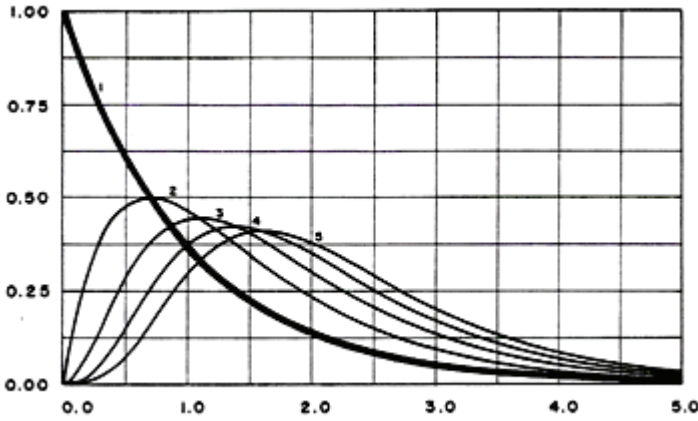
beş yıllık dönem için su akışının karakteristik en büyük değeri;

$$F(u_5) = 1 - \frac{1}{5} = 0.8$$

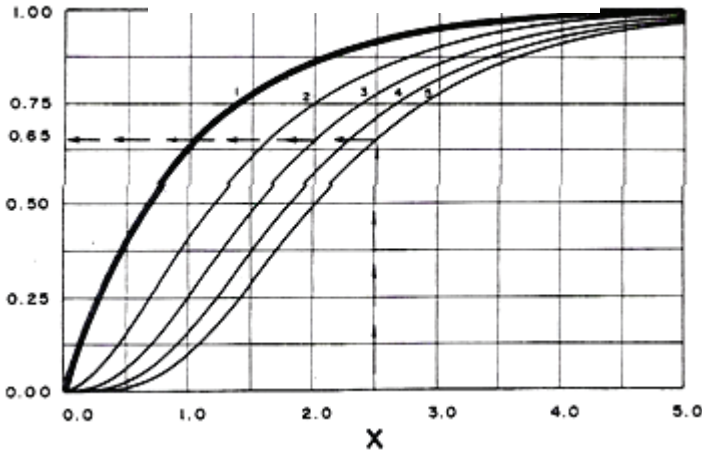
$u_5 = 50.2$ metre küptür.

Şekil 1.

E(1) Parent Populasyonundan 1'den 5'e Kadar Alınan Örneklerin Maksimumunun Olasılık Yoğunluk Fonksiyonu Ve Kümülatif Dağılım Fonksiyonu



Olasılık Yoğunluk Fonksiyonu



Kümülatif Dağılım Fonksiyonu

Bir kuraklık I_0 'dan daha fazla yağış olmayan t_0 süreci için tanımlanmıştır. Eğer yağış yoğunluğu I_0 'dan büyük olduğu varsayılırsa, ortalama μ yağmur/yıl 'nın poisson süreci olarak davrandığını varsayılmaktadır. Üstel bir parent popülasyonu $E(\mu)$, den alınan n hacimlik rasal örneğin maksimumunun olasılığı ile aynı zamanda kuraklığın olmama olasılığı t_0 'dan daha küçük olacaktır. Çünkü ardışık yağışla arasındaki tüm süre t_0 'dan daha küçük olursa kuraklık olmaz. (Birbirini izleyen yağışlar arası periyotlar üstel şans değişkenleridir. $E(\mu)$ Şekil 1' de E(1) parent popülasyonundan 1'den 5'e kadar alınan örneklerin maksimumunun olasılık yoğunluk fonksiyonu ve kümülatif dağılım fonksiyonu gösterilmiştir. Eğer $t_0 = 3$ ay ve $\mu = 10$ olursa I_0 'dan daha fazla 5 yağış gerçekleşmesinden sonra kuraklığın olmama olasılığı 0.65'dir.

SONUÇ

Sıra istatistikleri sigortacılık, deprem ölçümleri ve analizi, doğal afetlerin tahminlenmesi, en zayıf halka prensibi, mühendislik tasarımı çalışmaları gibi çalışmalarda da kullanılmakta ve bu alanlarda da pek çok uygulamalar bulunmaktadır. Bu çalışmada sıra istatistiklerinin temel kavramları ve sıra istatistiğinin dağılım özellikleri, maksimum ve minimumun dağılımı, bazı sıra istatistiklerinin ortak dağılımı, sıra istatistiğinin koşullu dağılımı, sıra istatistiğinin farkının dağılımı incelenerek uygulama alanlarına ilişkin bir yağış verisi örneği değerlendirilmiştir.

KAYNAKÇA

- BALAKRISHNAN, N. and CHEN, W. W. S.(1999), *Handbook of Tables for Order Statistics from Lognormal Distributions with Applications*. Amsterdam, Netherlands: Kluwer.
- BALAKRISHNAN, N. and COHEN, A. C.(1991), *Order Statistics and Inference*. New York: Academic Press.
- BALAKRISHNAN, N. and RAO, C. R. (Eds.)(1998), *Handbook of Statistics, Vol. 16: Order Statistics: Theory and Methods*. Amsterdam, Netherlands: Elsevier.
- BALAKRISHNAN, N. and RAO, C. R. (Eds.)(1998) *Order Statistics: Applications*. Amsterdam, Netherlands: Elsevier.

CASTILLO E., (1988), *Extreme Value Theory in Engineering*, London: Academic Press Inc.

DAVID, H. A.(1981), *Order Statistics, 2nd ed.*, New York: Wiley.

STRATEJİK ESNEKLİK VE PAZAR DİNAMİZMİNİN GİRİŞİMSEL PAZARLAMA ODAKLILIĞA ETKİSİ



Selim Said EREN

Yard. Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Biga İİBF, İşletme Bölümü
sselimeren@gmail.com

ÖZET

Girişimsel pazarlamanın özellikle küçük ölçekli işletmeler için uygun olduğu fikrinden hareketle, bu çalışmanın amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli üretim işletmelerindeki stratejik esnekliğin ve içinde buldukları pazarın dinamizminin girişimsel pazarlama ile ilişkilerinin araştırılmasıdır. Bu amaca yönelik olarak stratejik esneklik ve pazar dinamizmi ile girişimsel pazarlamanın boyutları arasındaki ilişkilere yönelik hipotezler oluşturulmuştur. Öne sürülen hipotezlerin test edilmesi için literatürden elde edilen ölçüm araçları kullanılarak oluşturulan yapılandırılmış anket ile verilerin toplandığı saha çalışması yapılmıştır. Verilerin toplaması için Türkiye’de faaliyet gösteren KOBİ yöneticileriyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır ve bu yolla 537 KOBİ yöneticisinden toplanan veri analiz edilmiştir. Firmalarda stratejik esneklik seviyesi arttıkça firmaların girişimsel pazarlama yönelimlerinin arttığı, fakat firmanın içinde bulunduğu pazarın dinamizminin bu ilişkiyi güçlendirmedeği bulgulanmaktadır. Çalışmanın sonunda araştırmamanın sınırlılıkları ve gelecek çalışmalar için öneriler sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Girişimsel pazarlama, Stratejik esneklik, Pazar dinamizmi, KOBİ

ABSTRACT

The aim of the study is to explore the relationship between entrepreneurial marketing and strategic flexibility and market dynamism in Turkish small and medium sized enterprises based on the idea of that it is especially suitable for SMEs. Hypothesis relating with relationships between strategic flexibility and market dynamism and entrepreneurial marketing are developed. To test hypothesized relationships, data are collected through structured questionnaires administered face-to-face to managers of 537 SMEs at the manufacturing industry. Analyses results show that strategic flexibility is positively related with entrepreneurial marketing, however market dynamism does not moderate this relationship. Finally, the limitations of the study and the suggestions for future research will be presented.

Keywords: Entrepreneurial marketing, Strategic flexibility, Market dynamism

GİRİŞ

Birbirinden farklı iki alanı bir araya getiren girişimsel pazarlama kavramı, sınırlı kaynaklarla belirsiz pazar ortamlarında fırsatları kovalayan firmaların pazarlama süreçlerini tanımlamak için kullanılmaktadır (Becherer vd., 2006). Bazı araştırmacılara göre de, girişimsel pazarlama girişimcilik ile büyüyen küçük firmaların pazarlaması olarak görülmektedir.

Girişimsel pazarlamanın özellikle küçük ölçekli işletmeler için uygun olduğu fikrinden hareketle, bu çalışmanın amacı, Türkiye'de faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli üretim işletmelerindeki stratejik esnekliğin ve içinde buldukları pazarın dinamizminin girişimsel pazarlama yönelimleri ile ilişkisinin araştırılmasıdır. Girişimcilik ve pazar odaklılık konuları ayrı ayrı çok uzun süredir birçok araştırmacı tarafından ele alınmıştır. Ancak bu iki kavramı birleştiren girişimsel pazarlama olgusuna yönelik araştırmalar son yıllarda artmış olmakla birlikte, bu alanda yapılan çalışmaların sayısının az olduğu ve konunun yeterince irdelenmediği görülmektedir. Bu bağlamda firmanın esnekliği ve pazarın dinamizminin girişimsel pazarlama yönelimine etkisi araştırılarak, içsel ve çevresel öncüller hakkında bilgi sahibi olunacaktır.

1. GİRİŞİMSEL PAZARLAMA

Birbirinden tamamen ayrı iki disiplini içinde barındıran girişimsel pazarlama, daha çok kısıtlı kaynağa sahip ve belirsizliğin var olduğu piyasa koşullarında, firmaların pazarlama süreçlerinde fırsat kovalaması olarak kullanılmaktadır. Beverland ve Lockshin (2004) ise girişimsel pazarlamayı, küçük firmaların belirli ihtiyaçlarının pazarlama teorisine adapte edilmesi veya etkili olacak şekilde harekete geçirilmesi olarak tanımlamaktadır (Becherer, Haynes ve Helms, 2008).

Girişimsel pazarlama ile ilgili yapılan araştırmaların birçoğu küçük firmaların geleneksel pazarlama kitaplarındaki teorilerinin veya büyük organizasyonlarda yürütülen pazarlama prensiplerinin dışına çıktıklarını göstermiştir. Küçük firmaların sahip oldukları özellikler bazen kalıcı girişim etkisinden, bazen pazarın konum ve büyüklüğünden ve bazen de geleneksel endüstri denemelerinden etkilenecek ortaya çıkabilmektedirler. Bu yüzden küçük firmalarda girişimsel pazarlama reaktif, resmi olmayan, doğal, gelişigüzel ve plansız olmaya dayanarak varlığını sürdürmektedir (Gilmore, Carson, 1999).

Morris vd. (2002:5) girişimsel pazarlamanın yedi temel boyutu olduğu öne sürmüştür: proaktiflik, fırsat odaklılık, hesaplanmış risk alma, yenilikçilik, müşteri yoğunluğu, kaynak kaldırıcı ve değer yaratma. Bu boyutlar girişimsel pazarlamayı geleneksel pazarlamadan ayırmaktadır (Hills vd., 2008: 106). İlk beş boyut girişimcilik odaklılık boyutları ve son iki boyut ise pazar odaklılık boyutlarıdır.

1.1 Proaktiflik

Proaktiflik boyutu üst yönetimin rekabetçiliği artırma arayışında olma eğilimini yansıtır ve öncü olma ve risk alma ve rekabetçi agresiflik ve cesareti içerir. Proaktif olan bir firma yaptığı deneyler yoluyla risk almaya eğilim göstermektedir. Böyle bir firma fırsatları takip ederken öncü olmakta, cesur ve atak davranmaktadır (Antoncic and Hisrich, 2001: 499). Proaktiflik firma performansını arttırmada önemli bir unsurdur (Lumpkin ve Dess, 2001:445). Proaktiflik, pazarda rakiplerden önce yeni ürün, hizmet ve süreçlerin ortaya konmasını sağlayan tutum ve yetenekleri kapsamaktadır (Liu et al., 2002: 370).

1.2 Fırsat Odaklılık

Fırsatlar, sürdürülebilir kar potansiyelinin kaynağı olan fark edilemeyen pazar durumlarını yansıtmaktadır (Morris vd., 2002:6). Fırsatın farkında ve peşinde olmak girişimciliğin temel unsurudur ve girişimsel pazarlamanın da ana boyutudur. Fırsatları, stabil potansiyel kar etmek için alınan daha önceden fark edilmemiş pazar pozisyonları olarak tanımlamak yanlış olmayacaktır. Fırsatların elde edilmesi ve bulunması çevresel değişimin hızıyla ve firmadaki pazarlama çalışanlarının hem aktif araştırma hem de buluşların geliştirilmesi ihtiyacı ile doğru orantılıdır. Bununla birlikte, fırsatı devam ettirme, inovatif konsepti uygulama öncesinde, uygulama süresince ve sonrasında sürekli öğrenme ve süregelen adaptasyonu gerektirir. Çevresel fırsatı arama çabaları trend ve gelişimleri belirlemede önemli rol oynarken, fark edilmemiş pazar pozisyonları veya pazar kusurlarını anlamak yaratıcı bir görüş gerektirir (Morris vd., 2002:6).

1.3 Hesaplanmış Risk Alma

Risk, bir organizasyon tarafından çeşitli kaynakların yönetilmesi, önemli ürün, servis ve pazarların seçimi konularında önemli rol oynar. Girişimsel pazarlama, firmanın risk profili yönetimini sağlamada etkilidir. Bu yüzden pazarlamacıların, ortam belirsizliğini azaltması, firmanın bağımlı oluşunu minimize etmesi için dışsal ortamın unsurlarını yeniden tanımlamaları gerekmektedir. Bunlara

örnek olarak, diğer firmalarla birlikte pazarlama programları yapma gibi ortaklaşa geliştirme projelerinde yer alınabilir, pazarı sistematik şekilde test edebilir, öncü konumdaki müşterilerle çalışabilir, stratejik ortaklıklar kurabilir ve önemli pazarlama aktivitelerini başka firmalar aracılığıyla yapabilirler (Morris vd., 2002:7).

Girişimcilik risk faktörlerini belirleme ve azaltma anlamına gelen hesaplanmış risk alma ile ilişkilidir. Girişimsel pazarlama, pazarlamanın firmanın risk profilini yönetmedeki aheni rolünü ortaya koymaktadır (Srivastava vd., 1998; Morris vd., 2002:7).

1.4 Yenilikçilik

Yenilikçilik, özellikle kaynakları sınırlı küçük girişimci firmalar için büyük önem taşımaktadır ve işletme performansının da önemli bir göstergesidir (Cooper, 2000:17).

İnovatif oryantasyonlu pazarlama davranışı firmanın yeni pazar, ürün ve proseslere odaklanmasına olanak sağlar. Firmaların ortaya çıkardıkları inovasyonu pazar davranışlarına dönüştürebilme düzeyindeki başarısı ki bu eğer çok yüksek inovasyonsa firmayı pazar yaratan ya da adım adım yaratan konumuna getirebilir. Pazar yaratan hale geldiğinde ise firma müşteriyi yönlendirebilir, böylece eskiden ortaya konmuş hizmetlerin yerine radikal farklı bir değer yaratılmış olunur. Adım adım inovasyon yapanlardaki durum ise kurulmuş olunan müşteri ilişkilerinin ve pazar bilgisinin üzerine bu yenilikleri yapıyor olmalarıdır. Yani ürünün tamamen farklı bir yapıya dönüştürülmesi değil ona katılacak küçük değişiklikler söz konusu olmaktadır. KOBİ'lerin kısıtlı kaynakları göz önüne alındığında, yenilikçi yaklaşımlarını pazarlama alanında yoğunlaştırmaları ve kullanmaları onlar açısından daha iyi olacaktır (Becherer vd, 2008).

1.5 Müşteriye Yoğunlaşma

Girişimsel pazarlama, pazar odaklılık ve girişimsel odaklılığın kesişimidir. Bu iki stratejik oryantasyon birbirini etkilediği içindir ki, araştırmacılar bu iki oryantasyonun birleşiminin tek başına organizasyonun temel görüşüne etkisinin yok sayılamayacak olduğunu savunurlar. Pazar odaklılık ve müşteri odaklılık konusundaki geleneksel bakış açılarının aksine, girişimsel pazarlama müşteri değeri, içten ilişki ve firmaların pazarlama çabalarının duygusal boyutuna önem verir. Girişimsel pazarlama ve ilişki pazarlaması birbirleriyle alakalı iki kavramdır. Her ikisi de pazarlamayla ilgilidir. Yalnız, ilişki pazarlaması her zaman girişimsel olmak zorunda değildir ve girişimsel pazarlama işlemsel bağlamda da uygulanabilir. Aralarında benzerliklerin olmasıyla birlikte farklılıklar da mevcuttur. En

önemli farklılık ise ilişkiyel pazarlamanın mevcut ilişkileri yönetmek üstüne kurulmasıyken, girişimsel pazarlamanın yeni ilişkiler yaratmak ya da mevcut ilişkileri kullanarak yeni pazarlar yaratmak için yenilikçi yaklaşımlar geliştirmesidir. Müşteri yoğunluğunun önemli bir diğery özelliğı de firma ve müşteri arasında samimi bir bağıın kurulmasıdır (Morris vd., 2002:7).

1.6 Kaynak Kaldırıcı

Girişimci pazarlamacılar kaynak kaldırıcı için yaratıcı yollar bulurlar. Uygun şekilde kullanılmayan bir kaynağın farkına varılarak bu kaynağın geleneksel yollar dışında nasıl kullanılabilieceğı belirlenmeli ve kaynağı elinde tutan kişiler bu kaynağın pazarlamacılar tarafından kullanılması için ikna edilmelidir (Morris et al., 2002:8). Kaynak kaldırıcı boyutu yaratıcı bir süreçtir hatta kimi durumlarda başkaları tarafından fark edilmeyen bir kaynak olarak da düşünülebilir. KOBİ'lerin kısıtlı kaynaklarından dolayı sınırlanması söz konusu olduğı için yenilikçi pazarlama davranışına yönelmeleri uygun olacaktır. Bu durumda, firma kaynakların daha aزیyla daha çok yapabilir hale gelecektir.

1.7 Değery Yaratma

Dinamik pazarlarda değery denklemi sürekli yeniden tanımlanmaktadır. Bu yüzden pazarlamacılar müşteri değerynin yeni kaynakları belirlemek için pazarlama karması elemanlarını sürekli gözden geçirmelidirler. Çünkü bu pazarlama faaliyetlerinin değerylendirilmesinde önemli bir göstergedir (Morris et al., 2002:8).

2. STRATEJİK ESNEKLİK

Stratejik esneklik; bir işletmenin hedeflerini, sahip olduğı bilgi ve yeteneklerinin desteğı ile düzenleyerek ya da ayarlayarak belirsizliklere cevap verebilme yeteneğidir. Stratejik esneklik; üretim stratejilerinin gelişimini destekleyerek değeryşen dış koşullara işletmenin hızlı cevap vermesini sağlar. Esneklik; kalite, maliyet ve yenilikle beraber rekabetçi üstünlüklerden biri olarak kabul edilir. Yüksek kalite ve düşük maliyet pazara girmek için bir zorunluluk olurken esneklik; bir işletmenin rekabetçi kabiliyetini artırma açısından anahtar konumdadır. Belirsizlik esnek olmayan işletmeler için tehdit olabilirken, yüksek düzeyde esnek işletmeler için fırsatlar sağlayabilir (Sackett vd.; 1997). Başarılı üreticilerin değeryşen talep modelleri ve üretim hacimlerinden ziyade, belirsizliklerle başa çıkmak için stratejik esneklik sağlamaları gereklidir. Stratejik esneklik, sadece bir esneklik gücünü tarif etmez, müşteri taleplerini tahmin etmek için ileri düzeyde süreç ve bilgi teknolojisine sahip çalışanların istihdamının artışını da

ifade eder (Lau, 1996). Yüksek oranda esnek olan işletmeler aynı zamanda pazar talebini de (rakiplerin karşılaşmasının mümkün olmadığı müşteri beklentilerini karşılama yoluyla) etkileyebilir. Başarılı işletmeler esnekliğin özel bir boyutu üzerine odaklanma yerine, yeni iş şartlarını karşılayabilmek için rekabetçi hedeflerini hızlı bir şekilde ayarlama kabiliyeti veren stratejik bir esneklik anlayışına ihtiyaç duyarlar (Sackett vd.; 1997).

Stratejik esneklik bir iyileştirme programı değildir, aksine uyum sağlayabilme yeteneği ve değişime hazır olabilmelidir. Stratejik esnekliğin amacı, daha fazla tercih imkanı sağlamaktır. Doğru stratejik esneklik, yalnızca nihayetinde tam bir organizasyonel değişimi sağlayan yetenek ve üretim kabiliyetinin gelişimi ile başarılabilir (Lau, 1996). KOBİ'lerin büyük işletmelere göre daha esnek olmalarının önemli bir nedeni, müşteri ihtiyaçlarına hızlı bir biçimde cevap verebilmeleridir. KOBİ'lerde esnekliğin diğer nedenleri şunlardır: Birinci olarak KOBİ sahipleri işletmelerinin kabiliyetleri hakkında çok önemli bilgilere sahiptirler. İkinci olarak, bu tür işletmelerin yönetim yapıları basit ve küçüktür. Yönetim takımlarının küçük olması ve yöneticilerin her gün çok yakın olarak birbirleriyle çalışması bürokrasiyi ortadan kaldırır. Üçüncüsü ise, yönetimin faaliyetlere ve çalışanlara yakınlığı nedeniyle üretim sistemlerinde sıkı bir kontrolün olmasıdır. Son olarak, KOBİ'lerin üretim sistemleri küçük ölçekte üretim yapmaya yönelik olduğu için, talepteki değişimlere daha hızlı cevap verebilirler (Levy ve Powell, 1998).

3. PAZAR DİNAMİZMİ

Endüstriyel yapı ile ilgili önemli kavramlardan birisi pazar dinamizmidir. Pazar dinamizmine ilişkin ilk araştırmalar örgüt teorisinde endüstriyel dinamizm üzerine yapılmıştır. Endüstriyel dinamizm, çevredeki birçok faktörün ürünüdür (Simerly ve Li, 2000). Pazar dinamizmi, firmanın faaliyet gösterdiği pazarlardaki algılanan kararsızlık durumunu ve bu pazarlarda sürekli değişikliklerin olmasını ifade etmektedir. Artan dinamizm, firmanın pazarlarında fırsatlar oluşturma eğilimi gösterdiğinden şirket girişimciliğini uygulama isteğine yardım eden bir faktör olarak görülebilir (Antoncic and Hisrich, 2001, p. 503; Zahra, 1991, pp. 259- 285).

Li ve Simerly (1998), pazar dinamizminin olduğu endüstrilerdeki yöneticilerin hızlı karar vermek zorunda olduklarını belirtmektedir. Bu bağlamda pazar dinamizminin düzeyi, firma performansı açısından son derece önemli bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır (Homburg vd., 1999). Stratejik yönetimde pazar dinamizmi endüstrideki dominant rekabet şeklini ifade etmek için

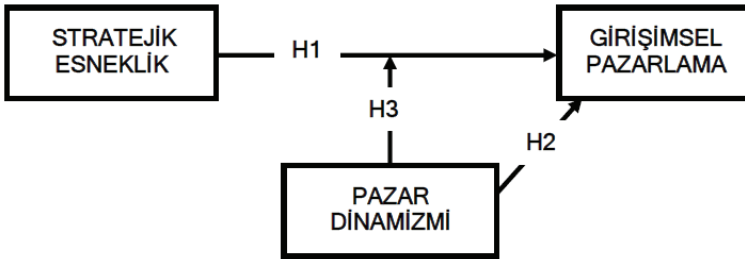
kullanılmaktadır (Audretsch, Baumol ve Burke,2001). Endüstrideki rekabet, yeni ürün ve teknoloji geliştirme veya müşteri tercihlerindeki değişime cevap verme üzerine kurulu ise bu endüstrinin yapısı dinamiktir (Burke, Görg ve Hanley, 2008). Özellikle, pazar dinamizmi yüksek olan endüstrilerde çok fazla sayıda yeni ürün tanıtılmasına rağmen, bunların çok azı tüketiciler tarafından kabul görmektedir (Millson ve Wilemon, 2006). Bu çalışmada da pazar dinamizmi, “hızla değişen pazar yapısı, müşteri ihtiyacı, ürün ve teknoloji gerekleri” olarak tanımlanmaktadır.

4. YÖNTEM

4.1 Araştırma Modeli ve Hipotezler

Bu çalışmanın amacına yönelik olarak stratejik esneklik ve pazar dinamizmi ile girişimsel pazarlamanın boyutları arasındaki ilişkilere yönelik olarak bir model oluşturulmuş (Şekil 1) ve hipotezler geliştirilmiştir. Buna göre stratejik esneklik seviyesi yüksek olan ve dinamizmi yüksek olan piyasalarda iş yapan firmaların girişimsel pazarlama odaklılık seviyelerinin de yüksek olacağı öngörülmektedir. Ayrıca pazar dinamizminin yüksek olduğu durumlarda stratejik esnekliğin girişimsel pazarlama odaklılık üzerindeki etkisinin artacağı öngörülmektedir.

Şekil 1:
Araştırma Modeli



Çalışmanın hipotezleri şu şekilde sıralanabilir;

Hipotez 1: Stratejik esneklik ile girişimsel pazarlama odaklılık arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 2: Pazar dinamizmi ile girişimsel pazarlama odaklılık arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 3: Pazar dinamizmi, stratejik esneklik ile girişimsel pazarlama odaklılık arasındaki ilişkiyi güçlendirmektedir.

4.2 Örneklem ve Veri Toplama

Öne sürülen hipotezlerin test edilmesi için literatürden elde edilen ölçüm araçları kullanılarak oluşturulan yapılandırılmış anket ile verilerin toplandığı saha çalışması yapılmıştır. Verilerin toplaması için Türkiye’de faaliyet gösteren KOBİ yöneticileriyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Bu yolla 560 KOBİ yöneticisinden veri toplanmıştır. Bu anketler içinde analize uygun olmayan 23 tanesi çıkartılarak 537 anketten elde edilen veriler analize tabi tutulmuştur.

4.3 Anket Formu ve Ölçekler

Verileri toplamak için yapılandırılmış anket formu kullanılmıştır. Anket formunda anketi cevaplayan kişiye ve çalıştığı firmaya ait özelliklere ilişkin sorular ve çalışma değişkenlerini ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır. Çalışmada var olan değişkenleri ölçmek için konu ile ilgili literatürden elde edilen ölçüm araçları kullanılmıştır. Tüm ölçümler 1’in kesinlikle katılmıyorum ve 5’in kesinlikle katılıyorum anlamına geldiği beşli Likert ölçeği kullanılarak yapılmıştır. Girişimsel pazarlama ölçeği için Becherer vd. (2008) tarafından oluşturulan ölçek kullanılmıştır. Stratejik esneklik seviyesini belirlemek için Karri (2001) tarafından oluşturulan ölçek, pazar dinamizmini ölçmek için ise Eren (2006) tarafından literatürdeki çeşitli çalışmalardan derlenen sorularla oluşturulan ölçek kullanılmıştır.

5. VERİLERİN ANALİZİ

Kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini belirlemek için içsel tutarlılık katsayıları kullanılmaktadır. Güvenilirlik katsayıları (α) girişimsel pazarlama ölçeği için 0.78, stratejik esneklik ölçeği için 0.80 ve pazar dinamizmi ölçeği için ise 0,73 arasında olduğu görülmektedir. Tüm değerler 0.70’in üzerinde olduğu için ölçekler güvenilir kabul edilmektedir. Girişimsel pazarlama odaklılık, stratejik esneklik ve pazar dinamizmi değişkenlerine ait ortalama ve standart sapma değerleri ve bu değişkenler arasındaki ilişki katsayıları Tablo 1’de gösterilmektedir. Buna göre hem stratejik esnekliğin hem de pazar dinamizminin girişimsel pazarlama ile pozitif ilişkili olduğu görülmektedir (sırasıyla, $r=0.466$, $p<0.01$ ve $r=0.268$, $p<0.01$).

Tablo 1.
Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyonlar

Değişkenler	Ort.	S	α	1	2
1 Girişimsel Pazarlama	3,94	,34	0,787	1	
2 Stratejik Esneklik	3,88	,45	0,808	0,466**	1
3 Pazar Dinamizmi	3,73	,96	0,731	0,268**	0,230**

** p<,01 * p<,05

Bu çalışmada hipotezlerin test edilmesi için hiyerarşik regresyon analizi yapılmaktadır. Tablo 2'de görüldüğü üzere regresyon analizi iki aşamalı olarak yapılmıştır. İlk aşamada bağımsız değişkenler olan stratejik esneklik ve pazar dinamizmi modele dahil edilmiştir. R^2 değeri 0,241 olarak bulunmuş ve her iki değişkenin birlikte girişimsel pazarlamadaki varyansın yüzde 24'ünü açıkladığı görülmektedir. Bunun yanı sıra stratejik esnekliğin ve pazar dinamizminin girişimsel pazarlama üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir (sırasıyla, $\beta=0,426$; $p=,000$ ve $\beta=,0170$; $p=,000$). Bu sonuçlara göre H1 ve H2 hipotezleri kabul edilmiştir. İkinci aşamada iki bağımsız değişkenin çarpılmasıyla elde edilen değer modele dahil edilmiştir. Yeni modelde elde edilen R^2 değerindeki değişimin sadece 0,002 olduğu ve istatistiki olarak anlamlı bir değişiklik olmadığı gözlenmemiştir. Bundan dolayı H3 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 2.
Hiyerarşik Regresyon Analizi

Değişkenler	1. Adım		2. Adım	
	b	t	b	t
Stratejik Esneklik (1)	,426*	11,007	,596*	3,935
Pazar Dinamizmi (2)	,170*	4,386	,561	1,653
1 x 2			-,463	-1,160
R^2	,241*		,241*	
F	85,831			
R^2 değişimi	,241		,002	
F değişim	85,831*		1,346	

* p<0.000

Bağımlı değişken: Girişimsel Pazarlama

SONUÇ VE ÖNERİLER

Girişimsel pazarlama, özellikle küçük işletmeler için uygun olduğu düşünülen bir stratejik yönelimdir. Bundan dolayı üretim sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'ler üzerinde yapılan bu çalışmada, girişimsel pazarlama ile stratejik esneklik ve pazar dinamizmi arasındaki ilişkiler araştırılmaktadır. KOBİ yöneticilerinden yapılandırılmış anket ile toplanan verilerin analiz edilerek hipotezler test edilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre, firmalarda stratejik esneklik seviyesi arttıkça firmaların girişimsel pazarlama yönelimlerinin arttığı görülmektedir. Firmalardaki esnekliğin, firmaları daha proaktif hale getirdiği, bu sayede piyasalardaki gelişmelere diğer firmalardan önce tepki verebilir, piyasalardaki olumsuz gelişmeler için önceden tedbir alabilir hale getirdiği düşünülebilir. Stratejik esnekliğin firmaların fırsatlara odaklanmasını sağladığı ve risk alarak daha yenilikçi bir firma olmasına katkıda bulunduğu söylenebilir. Diğer taraftan firmanın dinamik bir pazarda faaliyet gösteriyor olmasının da girişimsel pazarlama odaklılık seviyesini artırıcı etki yaptığı görülmektedir. Bu da müşteri ihtiyaçlarının ve beklentilerinin, pazar yapısının, ürün ve teknolojilerin hızla değiştiği bir piyasada faaliyet gösteren bir firmanın daha proaktif, fırsatlara daha fazla odaklanmış, daha fazla risk alan ve sürekli yeni ürün geliştirme çabası içinde olmasının kaçınılmaz bir durum olduğunu göstermektedir.

Çalışmada stratejik esnekliğin girişimsel pazarlama üzerindeki etkisinin pazarın daha dinamik olması durumunda daha da artacağı öngörülmüş ancak yapılan analiz sonucunda böyle bir bulguya rastlanmamıştır. Pazarın dinamik olmasının bu ilişkiyi güçlendirici ve zayıflatıcı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Bu araştırma küçük ve orta büyüklükteki işletmeler ile yapıldığından elde edilen sonuçları tüm işletmelere genelleştirmek zor olabilir. Büyük ölçekli işletmelerle de çalışmalar yapılması daha genel sonuçlar elde etmeyi sağlayacaktır. Ayrıca girişimsel pazarlama yönelimini etkileyen diğer öncüller de araştırılarak, girişimsel pazarlama kavramını etkileyen sebepler daha iyi ortaya konulabilir.

KAYNAKÇA

ANTONCIC, B. and HISRICH, R. D. (2001), "Intrapreneurship Construct Refinement and Cross- Cultural Validation", *Journal of Business Venturing*, 16 (5), September, pp. 495- 527.

- BECHERER, R.C., P.J. HAYNES and L.P. FLETCHER (2006), "Paths to Profitability in Owner-Operated Firms: The Role of Entrepreneurial", *Journal of Business and Entrepreneurship*, Vol. 18, No. 1, s. 17-31.
- BECHERER, R.C., P.J. HAYNES and M.M. HELMS (2008), "An Exploratory Investigation of Entrepreneurial Marketing", *Journal of Business and Entrepreneurship*, Vol. 20, s. 44-64.
- BEVERLAND, M. and LOCKSHIN, L.S. (2004). "Crafting a competitive advantage: Tempering entrepreneurial action with positioning-based values", *Qualitative Market Research*, 7(3), 172- 182.
- COOPER, R.G. ve E.J. KLEİNSCHMİDT, (2000), "New product performance: what distinguishes the star products", *Australian Journal of Management*, Vol. 25 No. 1, 17-45.
- EREN, M. Ş. (2006), "Şirket Girişimciliğine Etki Eden Faktörler ve Şirket Girişimciliği ile İşletme Performansı İlişkisi Üzerine Bir Saha Araştırması", Basılmamış Doktora Tezi, Gebze İleri teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- GİLMORE, A. and D. CARSON, (1991), "Entrepreneurial Marketing by Networking", *New England Journal of Entrepreneurship*, Vol. 12 No. 2, 31-38.
- HILLS, G. E., C.M. HULTMAN and M.P. MILES, (2008), "The Evolution and Development of Entrepreneurial Marketing", *Journal of Small Business Management*, Vol. 46 No. 1, 99-112.
- KARRI, R.V.N. (2001), "Strategic flexibility and Firm performance" Unpublished Dissertation, Washington State University, College of Business and Economics.
- LAU, R.S.M. (1996). "Strategic Flexibility: A New Realty for World-Class Manufacturing", *S.A.M. Advanced Management Journal*, Spring.
- LIU, S.S., X. LUO, and Y. SHI, (2002), "Integrating Customer Orientation, Corporate Entrepreneurship, and Learning Orientation in Organizations-in-Transition: An Empirical Study", *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 19, 367- 382.
- LUMPKİN, G.T. and DESS G.G. (2001), "Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle", *Journal of Business Venturing*, 16, 429-451.
- LEVY, M. and POWELL, P. (1998). "SME fleexibility and the Role of Information Systems", *Small Business Economics*, 11, 183-196.
- SACKETT, P.J. MAXWELL, D.J. and LOWENTHAL, P.A. (1997). "Customizin Manufacturing Strategy", *Integrated Manufactured Systems*, 8/6.
- SRIVASTAVA, R.K., T.A. SHERVANI and L. FAHEY, (1998), "Market-Based Assets and Shareholder Value: A Framework for Analysis", *Journal of Marketing*, Vol. 62 No. 1, 2-18.

- MILLSON, M. R. and WILEMON, D. (2006). Innovation in Heavy Construction Equipment Manufacturing: An Exploratory Study. *International Journal of Innovation Management* 10(2):127-61.
- MORRIS, M,H,M. SCHİNDEHUTTE and RW. LAFORGE, (2002), "Entrepreneurial Marketing: A construct for Integrating Emerging Entrepreneurship and Marketing Perspectives", *Journal of Marketing Theory Practice*, Vol. 10 No. 4, s.1-19.
- ZAHRA, S. A. (1991), "Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Explorative Study", *Journal of Business Venturing*, 6 (4), pp. 259- 285.

ÖRGÜT KÜLTÜRÜNÜN OLUŞUMUNDA ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER VE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK İLİŞKİSİ: BANKACILIK SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA



Sabahat Bayrak KÖK

Prof. Dr., Pamukkale Üniversitesi
İİBF, İşletme Bölümü
sbayrak@pau.edu.tr

Betül ÖZCAN

Doktora Öğrencisi, Pamukkale Üniversitesi
SBE, İşletme Anabilim Dalı
betozcan@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, örgüt kültürü ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin daha önce birçok akademik çalışma tarafından ortaya koyulan varlığının saptanmasının ötesinde, yoğun istihdam kaynağı olan bankacılık sektöründeki etkilerinin belirlenmesidir. Özellikle kamu bankası ve özel banka çalışanlarına yönelik yapılan bu araştırma, işgücü sirkülasyonu yüksek olan bu sektördeki algılamaları açıklamaya çalışmıştır. Gerçekleştirilen alan araştırması sonucunda elde edilen bulgular, örgüt kültürü unsurlarının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini ortaya koymuştur. Güçlü bir örgüt kültürüne sahip örgütlerde, işgörenlerin örgütsel bağlılıklarının yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgüt Kültürü, Örgütsel Bağlılık

ABSTRACT

The purpose of this study, beyond showing the existence of the relationship between the organizational culture and the organizational commitment which had been proven before by many academical researchs, to identify the impacts on the banking sector which is an intense source of employment. This study, run for especially employees of government and private sector based banks, tries to explain the different perceptions in these highly circulated sectors. The findings obtained after statistical analyses and test made on field study, reveal the measure of influence of organisational culture levels over organisational commitment. It has been determined that, in the organisations having powerful organisational culture, the employees' organisational commitment has been affected in a positive way.

Keywords: Organizational culture, Organizational commitment

GİRİŞ

Tüm örgütlerin, hedeflerine ulaşmalarının ön koşulu insan faktörünün gücünü fark etmeleridir. Bu konudaki farkındalığın artması örgütlerin çalışanlarına yoğunlaşmaları yönündeki çabaları arttırmıştır. Örgüt kültürü, bireysel kültür öğelerini taşıyan işgörenlerin örgüt çatısı altında ortak değerler, normlar ve gelenekler etrafında birleşerek, örgütsel bağlılık tutumu sergilemesine neden olmaktadır. Örgütsel hedeflerin gerçekleşmesinde insan faktörünün öneminin anlaşılması, örgüt ve işgören uyumu ile güçlü kültürel değerlerle desteklenmiş sadakate dayanan bağlılığa duyulan gereksinimi arttırmıştır. Dolayısıyla örgütsel bağlılık, örgütün hedef ve değerleriyle örgüt üyelerinin hedef ve değerlerinin bütünleşmesi; örgüt yararına gönüllü olarak fazladan çaba gösterme ve örgüt üyeliğini sürdürme olarak tanımlanarak örgütün sağlanmasına destek vermektedir.

Bu çalışmada işgörenin örgütsel davranışları üzerinde etkisi bulunan örgüt kültürü ve örgütsel bağlılık kavramları değişik yönleriyle ele alınmaktadır. Temel amaç, araştırma yapılan bankalar içindeki örgütsel yaşamın temel karakterini anlamada örgüt kültürünün rolünü ve bu kültürel boyutların çalışanların örgütsel bağlılıklarını belirleyici etkilerini göstermek, ayrıca kamu sektörü ve özel sektör bankaları arasında bu anlamda farklılığın olup olmadığını tespit etmektir. İşletmeler açısından çok fazla önem ifade eden bu iki unsurun, birbiriyle de etkileşim içinde oldukları düşüncesi çalışmanın temelini oluşturmaktadır.

1. ÖRGÜT KÜLTÜRÜ KAVRAMI

Örgüt, işbölümü yapılarak, bir otorite ve sorumluluk hiyerarşisi içinde, ortak ve açık bir amacın gerçekleştirilmesi için bir grup insanın faaliyetlerinin mantıklı bir şekilde organize olması (Schein 1978:11) olarak tanımlanmış, kültür ise bir grup insan veya toplum içinde öğrenilmiş ve paylaşılmış hareket biçimi olarak ifade edilmiştir. Aynı zamanda kültür, insanlar tarafından paylaşılan bir olgu olmakla beraber, farklı gruplar arasındaki sınırı çizen bir özelliğe de sahiptir (Schermerhorn, Osborn ve Hunt 2000:44). Kültür örgüt açısından bakıldığında ise; kuruluşun çalışma şeklini ve faaliyetlerinin sonucunu etkileyen, öngörülen amaçlara ulaşma yolunda ortak bir zemin hazırlayan, belirli insan topluluklarınca oluşturulan inançlar, değerler ve kişiler arası etkileşimlerin tamamıdır. Bu bağlamda örgüt kültürü, örgüt üyelerine sahip oldukları toplumsal kültürün yanı sıra farklı bir kimlik vererek örgüt üyeleri tarafından paylaşılan iç değişkenleri sunmaktadır (Köse ve diğerleri 2001:219-222). Örgüt kültürü kavram

olarak yeni bir kökene sahip olmakla beraber, son yıllarda organizasyonlardaki değişime ve gelişime belirleyici katkıda bulunmuştur. Bu katkının en belirgin nedeni, örgüt içinde yaşayan ve onun üyesi olan kimselerin, örgütün kültürel özelliklerini benliklerine sindirerek oluşturdukları köklü davranış, ahlaksal tavır ve alışkanlıklarla o topluluğun özelliklerini yansıtmalarıdır (Eren 2006:136).

Örgüt kültürünün önemini anlaşılması, işletmelerde insana önem verilmesinin gelişim aşaması olmaktadır. Örgüt kültürü, bir örgütün misyon ve stratejilerinin gerçekleştirilmesinde, örgütsel etkinliğin ve değişimin başarılmasında önemli bir öge haline almıştır. Bunun sebebi derinden inanılan ve bağlanılan inançlara dayanıyor olmasıdır. Örgütte yönetimin değişimi ve performansın artırılmasına neden olan bir çevre yaratma işlevi görmektedir. Örgütün stratejik hedeflerini gerçekleştirmesine engel olan değişime direnç veya örgüte bağlı olmama gibi engelleri kaldırmak gibi misyonlar üstlenmekle birlikte örgütsel davranışta da tutarlılığı arttırmaktadır (Akıncı 1998:50-54).

Schein (1990) örgüt kültürünün oluşumunu örgüt kültürünü 3 katmana ayırarak açıklamaktadır. En üst katmanda beş duyuya hissedebileceğimiz gözlemlenebilir nesnelere vardır ve en çok erişime açık kısmı oluşturmaktadır. İkinci katmanda normlar ve değerler yer almaktadır. Genel olarak örgütün temel taşı olarak nitelenen bu kısım, örgütün felsefesini, işleyişini, genel amaç ve ideallerini yansıtan, dolayısıyla üyelerin davranış biçimleriyle bunu dile getiren bir unsurdur (Gizir 2008:188). Son katmanda ise varsayımlar yer alır. Schein'e (1990) göre, varsayımlar örgütsel kültürün özünü oluşturur. Örgüt kültürünün en soyut ve gözlenmesi zor olan bu ögesi, örgüt üyelerinin işlevsel sorunlar ve çözümlerine yönelik algılarının nedenlerini oluşturmaktadır (Gizir 2008:189; Schein 1990:111-112).

Schein'e (1983) göre, örgüt kültürü, örgütün kuruluş aşamasındaki kurucuların, içinde yetiştikleri toplumsal kültür, yaşadıkları deneyimler ve sahip oldukları görüşlere dayanan bir takım inanç, düşünce ve varsayımları ile örgüt içindeki bireylerin karşılıklı etkileşimlerinin sentezinden oluşmaktadır. Örgütsel bütünleşmenin düzeyi ise, örgüt üyelerinin istikrarlılık seviyesine, örgütün var olma süresine, öğrenme ve kaynaşma mekanizmaları ile kurucu veya liderlerin sahip olduğu varsayımlara bağlı olacaktır (Doğan 2007:111-112). Oluşumunun ardından örgüt için yol gösterici, moral ve motivasyon kaynağı, davranış kalıplarını şekillendirici, örgütsel iklim belirleyicisi ve aidiyet hissi kaynağı olma gibi işlevleriyle ön plana çıkan örgüt kültürü (Hasanoğlu 2004:53) seremoniler ve törenler,

adetler (ritüeller), hikayeler, mitler, semboller, sloganlar, dil, lider ve kahramanlar gibi gözle görülebilen ifade biçimleriyle de kültür öğelerini barındırmaktadır (Güçlü 2003:150). Ortak inanç ve varsayımların örgüt açısından görünmeyen fakat örgütün kalbinde yatan bir boyutu; örgüt içinde kullanılan semboller, yer alan kahramanlar, kullanılan dil, sembol gibi öğelerin ise görünen yani somut bir boyutu ifade ettiği düşünülmektedir (Schermerhorn, Osborn ve Hunt 2000:269-271). Farklı çevrelerdeki örgütlerin farklı özellikler gösterdiği görüldüğünde, çevresel oluşumların ve içinde bulunulan konjonktürün de örgütün değişmesi ve gelişmesi bakımından değişik etkiler yarattığı sonucuna varılmıştır.

2. ÖRGÜTSEL BAĞLILIK

Örgütlerin değişim, uyum ve var olma çabalarında önemli bir yeri olan insanların, örgüte olan katkılarının en üst düzeye çıkarılmaya çalışılması, günümüz yönetim anlayışının temel çalışma konularından biri olan 'örgütsel bağlılık' kavramının önemini ortaya çıkarmaktadır.

Bağlılık, toplum duygusunun olduğu her yerde vardır ve genellikle toplumsal içgüdünün duygusal bir anlatım biçimi olarak görülür (Doğan ve Kılıç 2007:38). Örgütsel bağlılık, işgörenlerin, örgütsel amaç ve hedefleri benimseyerek, bu amaç ve hedeflere ulaşabilmek için emek vermeleri ve aidiyet hissi ile örgütün sürekli elemanı olmak istemeleri biçiminde ifade edilebilir (Halıcı ve Karatepe 1998:35-45). Mowday ve diğerleri (1979) örgütsel bağlılığı, "çalışanların örgüt amaç ve değerlerine yüksek düzeyde inanması ve kabul etmesi, örgüt amaçları için yoğun gayret sarfetme isteği ve örgütte kalmak ve örgüt üyeliğini sürdürmek için duydukları güçlü bir arzu" şeklinde tanımlamışlardır (Mowday ve diğerleri 1979:311).

1980'lerin sonu ve 1990'ların başlarında yönetim politikalarındaki kontrolden bağlılığa doğru olan felsefi değişim örgütsel bağlılığın temellerinin atılmasına zemin hazırlamıştır. İnsanı makinenin bir parçası gibi gören geleneksel Taylorist yönetim düşüncesinin baskın olduğu dönemlerde, çalışanların hakları ile ilgili yasal ve sendikal faaliyetlerin yoğunlaşması, yeni teknolojilerin çalışma hayatına dahil edilmesi, uluslararası rekabetin artması ile çalışanların becerilerinin gelişmesine olanak tanıyan bir ortamın oluşması ve Japonların rekabetçi ortamda yüksek kalite standartlarına örgütsel bağlılıkla ulaştıkları tartışılmaya başlanması ile örgütsel bağlılığa olan ilgi artmaya başlamıştır (İnce ve Gül 2005:12).

Örgütsel bağlılığın tanımında yer alan tüm farklılıklara rağmen, her tanımda görülen belli başlı bağlılık göstergeleri de vardır. Örgütün

amaç ve değerlerini benimsemiş, örgüt için fedakarlıklarda bulunabilen, örgüt üyeliğinin devamı için güçlü bir istek duyan, örgütle özdeşleşme ve içselleştirme olarak tanımlanan bu göstergeler örgütsel bağlılığın 'olmazsa olmaz'larından (İbicioğlu 2000:14). Örgütsel bağlılığı kendi içinde yeni bir yaklaşım geliştirerek ayıran Allen ve Meyer (1990), örgütsel bağlılığı duygusal, devamlılık ve normatif bağlılık olmak üzere üç boyutta ele almışlardır. Duygusal bağlılık, bireyler istedikleri için, devamlılık bağlılığı ihtiyaçları için, normatif bağlılık ise zorunluluk hissettikleri için ortaya çıkmakta ve üç farklı bakış açısı ile aynı sonuca yani örgütte kalmaya yol açmaktadır (Allen ve Meyer 1990:3). Çalışanların örgüte bağlılıkları kişisel özelliklere, psikolojik duruma, örgüt dışı faktörlere, iş ile ilgili özelliklere göre değişkenlik gösterdiği gibi örgüt kültürünün yarattığı iklime göre de farklılık içermektedir.

3. ÖRGÜT KÜLTÜRÜ VE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK İLİŞKİSİ

Örgüt kültürü, şüphesiz örgütsel bağlılığı oluşturacak tek unsur değildir; ancak örgüt üyelerini birbirine bağlayan ve bir arada tutan bir ruh aşladığı için aidiyet duygusunun oluşmasında büyük bir öneme sahiptir. Kültürü taklit etmenin zorluğu, içinde bulunduğu topluluğun ayırt edilebilirliğini arttırdığı gibi örgütler için de ciddi bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Günümüzde örgüt kültürüne verilen önemin artması buradan kaynaklanmaktadır. Bu nedenle de örgütlerin faaliyetlerini devam ettirmek ve performanslarını arttırmak için sahip olunan örgüt kültürünün bir araç olarak kullanılmaya başlanması, yöneticilerce örgüt kültürüne verilen önemi artırmış, anlaşılması, değişmesi ve gelişmesi yönünde gereken çalışmaların yapılması bilincini aşılamıştır (Kaya 2008:136).

Örgütsel davranış literatüründe, örgüt kültürü ve örgütsel bağlılık konuları ayrı ayrı birçok araştırmacı tarafından incelenmiş ve pek çok çalışma yapılmıştır. Ancak bu iki kavramı birlikte inceleyen sınırlı sayıda araştırmaya ulaşılmıştır.

Örgüt kültürü ve örgütsel bağlılık kavramlarını birlikte ele alarak yurtdışında gerçekleştirilen çalışmalardan bir tanesi Lahiry (1994) tarafından Hindistan'da yapılan bir araştırmadır. Hindistan'ın kamu sektöründe faaliyet gösteren büyük bir sanayi kuruluşunun, 188 yöneticisinin (toplam yöneticilerin %25'nin) katılımıyla gerçekleştirilen çalışmanın sonucunda, "yapıcı kültür - duygusal bağlılık"; "pasif/savunmacı kültür - devam bağlılığı" ve "agresif/savunmacı kültür - normatif bağlılık" şeklinde kurulan ikili ilişkilendirme varsayımları net olarak doğrulanamamıştır. Her ne kadar o dönemde yapılan literatür

çalışmaları kültür-bağlılık arasında belirgin bir ilişkinin var olması gerektiğini gösterse de, iş tatmini, üretkenlik veya liderlik davranışı gibi farklı değişkenlerin de ilave edilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Jones'un (2003) gerçekleştirdiği bir diğer çalışmada ise, bir sağlık kurumunda gerçekleşen kurumsal birleşme sonrası hemşirelerin örgütsel bağlılıklarının nasıl etkilendiği araştırılmıştır. Çalışmada, 1998 yılında New York eyaletinde, 5 sağlık kurumu ve evde sağlık hizmeti veren bir firmanın, birleşmesinden sonra gerçekleşen kültürel değişimin, personelin bağlılıklarına olan etkisi incelenmiştir. Bulgular ise, örgütlerin bu kültür değişiminde aldıkları role göre farklılık göstermiştir. Genel olarak tüm hastanelerdeki katılımcı hemşirelerde kendi hastanelerine karşı hissettikleri aidiyet kurumsal sisteme nazaran daha yüksek olarak saptanmıştır.

Hindistan'da Singh (2007) tarafından yapılan bir diğer araştırmada beş otomobil firmasının toplam 382 yöneticisi örneklem olarak belirlenmiş ve çalışma amaç, yapı, liderlik, ilişkiler, ödüller ve yardımcı mekanizmalar olarak altı değişken kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Örgütsel bağlılığı, örgütün hedef ve değerleriyle, birey rolünün partizanca ve duygusal bir yakınlaşması paralelinde değerlendiren çalışma sonucunda örgüt kültürü boyutlarının çoğunluğunun, örgütsel bağlılık faktörlerini doğrudan, pozitif ve önemli derecede etkilediği ortaya çıkmıştır.

Taylor ve diğerleri (2008) tarafından yapılan bir diğer araştırmada da çok uluslu şirketlerde örgüt kültürü, insan kaynakları yönetimi ve üst yönetim yönelimlerinin işgörenlerin örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkileri araştırılmıştır. 10 çok uluslu şirkette yapılan araştırma sonucunda 'yüksek uygunluk' ile tanımlanan örgüt kültürü ve 'yüksek performans' ile tanımlanan insan kaynakları yönetimi çalışmalarının işgören bağlılığı üzerinde önemli ve direk etkilerinin olduğu saptanmıştır.

Meyer ve diğerleri (2010), kişi-çevre uyumu olarak bilinen, algılanan ve tercih edilen örgütsel kültür olarak ifade edilen durumun örgütsel değişim sürecinde kişilerin örgüte bağlılıkları ve örgütte kalma isteklerini hangi yönde etkilediğine yönelik bir çalışma yapmışlardır. Büyük bir enerji firmasında yapılan araştırmada bireylere değişim öncesi ve sonrasında anket uygulanmıştır. Örgüt kültürünün dört değişkeni (insan ilişkileri-açık sistem-iç işleyiş-rasyonel hedef) çerçevesinde yapılan ölçüm sonucunda hem algılanan kültür hem de kültürel uygunluğun ölçütleri ile pozitif ilişki içinde olduğuna ulaşılmıştır. Özellikle bağlılığı yüksek olan çalışanların bağlılığı düşük olanlara göre değişimi daha çok destekledikleri görülmüştür.

Türkiye'de yapılan araştırmalardan biri Erdem'in (2007) Elazığ il merkezindeki hastaneler üzerinde yaptığı örgüt kültürü tipleri ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin araştırılmasına yönelik çalışmadır. Elazığ il merkezindeki altı hastaneden doktor, hemşire, idari personel ve diğer sağlık personeli olmak üzere 256 kişinin katılımıyla yapılan çalışmada örgüt kültürü klan kültürü, hiyerarşi kültürü, adhokrazi kültürü ve pazar kültürü çerçevesinde ele alınmıştır. Araştırmanın sonucunda ise, hastane çalışanlarının kurumlarını en çok hiyerarşi kültürüyle ilişkilendirdikleri, örgütsel bağlılık açısından değerlendirildiğinde ise hastane çalışanlarının daha çok klan kültürünü tercih ettikleri ortaya çıkmıştır.

Kaya'nın (2008) yapmış olduğu kamu ve özel sektör kuruluşlarının örgüt kültürünün analizi ve örgütsel bağlılığa etkisine yönelik bir diğer çalışmada değişik örgüt kültürü ortamının duygusal, normatif, devam bağlılığı gibi farklı bağlılıklara neden olacağı ortaya koyulmuştur. 45 kamu kuruluşu ve 112 özel sektör kuruluşu üzerinde yapılan araştırmanın sonucunda ise özel sektör kuruluşları kamu sektörü kuruluşlarına göre daha çok gelişme eğilimli, daha profesyonel, buna karşılık kamu kuruluşları özel sektör kuruluşlarına göre daha fazla bürokratik kültüre sahip bulunmuştur. Bürokrasi eğilimiyle örgütsel bağlılık arasında negatif bir ilişki olmasına karşın diğer bütün kültür faktörleriyle örgütsel bağlılık arasında pozitif bir ilişki görülmüştür.

Sezgin'in (2010) Ankara'da düzenlenen bir hizmet içi eğitim etkinliğine katılan 270 ilköğretim okulu öğretmeninin örgütsel bağlılığı ile okul kültürü arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmada da öğretmenlerin duygusal ve normatif bağlılık biçimlerinin okul kültürünün destek, başarı ve görev boyutları ile pozitif ilişki içinde olduğu ortaya çıkmıştır. Okul kültürünün öğretmenlerin örgütsel bağlılığını etkileyen önemli bir değişken olmasının yanı sıra, güçlü bir örgütsel bağlılığın örgüt kültürünün önemli bir ögesi olan ortak değerlerin farkına varılması ile oluşacağına değinilmiştir.

Kültür ve bağlılık kavramları ile bu kavramlar çerçevesinde yapılan çalışmalar ele alındığında, örgüt kültürü unsurlarının çoğunluğunun, örgütsel bağlılık bileşenlerini doğrudan, pozitif ve kayda değer biçimde etkilediği görülmektedir. Diğer yandan, bu boyutlardan bazılarının, örgütsel bağlılık hakkında öngörülerde bulunmaya da önemli katkılar sağladığı kabul edilmektedir. Genel olarak literatürdeki en büyük yansıma ise, örgütsel bağlılığı anlamada örgüt kültürünün önemini azımsanamaz veya göz ardı edilemez olduğudur.

Örgüt Kültürünün Örgütsel Bağlılık Oluşturmasında Gerekli Koşullar

Organizasyonlarda örgüt kültürü, örgüt üyelerinde örgütsel bağlılık tutumu oluşturulmasında kritik bir rol üstlenmektedir. Çalışanlarına etkin ve bireyle özdeşleşmiş bir örgütsel kültür ortamı yaratarak, sağlıklı ve sürekli bir örgütsel bağlılık tutumu kazandırabilmiş işletmeler hem hedeflerine ulaşma yolunda aşama kaydetmiş hem de rakipleri karşısında daha güçlü bir konuma geçmiş durumdadırlar. Bu bağlamda örgüt içindeki örgüt kültürü unsurlarının örgütsel bağlılık yaratabilmesinde gerekli olan bir takım koşullar vardır. Bunları şu şekilde sıralamak mümkündür; personel güçlendirme (Argyris 1998), örgütsel adalet algısı (İnce ve Gül 2005), algılanan örgütsel destek (Özdevecioğlu 2003), işe ilişkin faktörler (Çetin 2004), psikolojik sözleşme (Schein 1978), liderlik ve yönetim tarzı (Yiing ve Ahmad 2009), örgütsel güven duygusu (Asunakutlu 2002), takdir edilme duygusu (Erdil ve diğerleri 2004), örgütsel bağdaşım algısı (İşcan ve Naktiyok 2004), role ilişkin unsurlar ve ücret düzeyi (İnce ve Gül 2005), kararlara katılma olanağı (Baruch 1998), örgütün insan kaynakları politikası (Can ve diğerleri 2001), örgütün çalışanlara bakış açısı (Turan ve diğerleri 2005) ve örgütsel ödüller (İnce ve Gül 2005). Çalışmanın araştırma kısmında örgüt kültürüne ilişkin bu faktörlerin örgütsel bağlılık üzerindeki etkileri irdelenecektir.

4. ÖRGÜT KÜLTÜRÜNÜN ÖRGÜTSEL BAĞLILIK ÜZERİNE ETKİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, örgüt kültürü ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin varlığını ve yönünü belirlemek, aralarındaki etkileşimi tespit etmeye çalışmaktır. Örgüt kültürü unsurlarının örgütsel bağlılık boyutları üzerinde ne tarz bir etki oluşturduğu incelenmeye çalışılmıştır. Temel amaç, banka çalışanlarının örgüt kültürü algıları ve örgütsel bağlılık durumları arasındaki etkileşimi görmenin yanı sıra, özel sektör ve kamu sektöründe faaliyet gösteren banka çalışanları arasındaki örgüt kültürü ve örgütsel bağlılık durumlarının analiz edilerek farklılıklarının ortaya çıkarılması ve önerilere yer verilmesidir. Bu kapsamda araştırmadaki hipotezlerimiz aşağıdaki gibidir:

H: Örgüt kültürü algısı örgütsel bağlılık düzeyini etkilemektedir.

H1: Kamu bankaları ile özel banka çalışanlarının örgüt kültürü algıları birbirinden farklıdır.

H2: Kamu bankası ve özel banka çalışanlarının duygusal bağlılık ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır.

H3: Kamu bankası ve özel banka çalışanlarının normatif bağlılık ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır.

H4: Kamu bankası ve özel banka çalışanlarının devam bağlılık ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği uygulanmış, ilgili literatür taraması sonucu hazırlanan anket formlarından yararlanılmıştır. Anket, anketi yanıtlayan kişilerin profili ve işletmedeki örgüt kültürü ile örgütsel bağlılık kavramlarına ilişkin toplam 44 adet soru içermektedir. Anketin birinci bölümünde, işgörenlerin demografik özellikleri sorulmuştur. İkinci bölümünde ise, örgüt kültürü ve örgütsel bağlılığa ilişkin toplam 36 soruya yer verilmiş, 5'li Likert tipi ölçek kullanılmıştır.

Örgüt kültürü ile ilgili sorular, literatürdeki diğer çalışmalarda farklı ölçek türlerinin kullanıldığından hareketle, Çakır ve Örucü (1999) ve Tiryaki'nin (2005) yapmış oldukları çalışmalardan yararlanılarak hazırlanmıştır. İlgili sorularda; örgüt bireyleri açısından örgütün algılanma düzeyi, çalışma ortamı ve örgüt içi ilişkilerinin irdelenmesi amaçlanmıştır.

Örgütsel bağlılık konusunda ise, Meyer ve Allen'in (1990) geliştirdiği örgüte bağlılık ölçeği esas alınmıştır. Bu ölçek paralelinde hazırlanan kısım, duygusal (affective), devam (continuance) ve normatif (normative) bağlılık olmak üzere 3 alt bölüm ve her bölüme ilişkin 6 olmak üzere toplam 18 sorudan oluşmaktadır. Bu sorular söz konusu çalışmadaki ifadeler Türkçeleştirilerek hazırlanmıştır. Örgütsel bağlılık ile ilgili sorularda da örgütün mevcut kültürel değerlerine ait özelliklerinin örgütsel düzeyde ne tür bir bağlılık yarattığı saptanmaya çalışılmıştır.

Ölçeğin güvenilirliğinin test edilmesi için Alpha katsayısı (Coefficient Alpha) değerinden yararlanılmıştır. Test sonucunda Alpha değeri 0.8446 olarak bulunmuştur. Güvenilirlik katsayısının 0.70'in üzerinde olması durumunda elde edilen güvenirlığın yeterli olmasından hareketle ölçek güvenilir kabul edilmiştir (Boermans and Kattenberg 2011:2; Tayran ve Ulupınar 2011:96). Ölçeğin örnekleminin yeterliliği konusunda Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterlilik testi uygulanmış olup $p=0.000$ olarak bulgulanmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Denizli'de faaliyet gösteren kamu ve özel statüdeki banka çalışanları oluşturmaktadır. Türkiye Bankalar Birliği'nin resmi web sitesinden alınan verilere göre Denizli ilinde 2009 yılsonu itibarıyla, 106 banka şubesi ve 1529 banka çalışanı bulunmaktadır

([http://www.tbb.org.tr/tr/Banka ve Sektor Bilgileri/igb.aspx](http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/igb.aspx)).

Denizli'de faaliyet gösteren banka ve çalışan sayıları göz önüne alındığında araştırmada tam sayıya gidilmesi rasyonel gözükmediği için basit tesadüfi örnekleme yöntemine başvurulması uygun görülmüştür. Denizli'de faaliyet gösteren çeşitli unvanlardaki özel banka ve kamu bankası çalışanlarından 500 kişiye anket formunun ulaşması sağlanmış; toplamda 277 adet geri dönüş alınmıştır. Bunlardan 134 tanesi özel banka çalışanlarından elde edilmişken, 143 tanesi kamu bankası çalışanlarından temin edilmiştir. Araştırmaya katılan özel banka ve kamu bankası çalışanlarının cinsiyetleri bakımından dağılımında %45,5'lik kısmının kadın, %54,5'lik kısmının ise erkek olduğu görülmektedir. Ankete katılanların büyük bir çoğunluğu 20-40 yaş aralığında olup (244 kişi), toplam katılımcıların % 57,8'i evli, % 41,2'i bekar, % 1,1'lik kısmının ise boşanmış olduğu bulgulanmıştır.

Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık İlişkisinin Analizi

Örgüt kültürü ile örgütsel bağlılık ilişkisi incelendiğinde (0.05 anlamlılık düzeyinde $p=0.00$ olarak gözlenmiş), örgüt kültürü algısının örgütsel bağlılık üzerinde pozitif bir etkiye yol açtığı hipotezinin (H) doğrulandığı görülmektedir (Bkz. Tablo 1).

Tablo 1.
Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi Regresyon Tablosu

Model	R kare	Düzeltilmiş R kare	Değişim İstatistikleri				
			Düz. R kare Değ.	F Değ.	Df1	df2	Anlamlılık F Değişimi
1	.400	.358	.400	9.546	18	258	.000
Anlamlılık testi: $df=18$, Ortalama= $2,128$, $f=9546$, Anlamlılık= $0,000$							

Anket çalışmamız sonucunda, örgüt kültürünün hangi unsurlarının örgütsel bağlılık üzerinde etkili olduğunu tespit etmek için modelde hangi faktörlerin yer aldığına bakmak gerekmektedir. Tablo 2'den de görüleceği üzere, örgüt kültürü unsurlarının örgütsel bağlılığa

etkilerine yönelik düzenlenen 18 adet sorudan 9 tanesinin istatistiki açıdan anlamlı sonuçlar verdiği ve örgütsel bağlılık üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Örgüt kültürüne ilişkin faktörlerin katsayıları incelendiğinde (Bkz: Tablo 3) örgütsel bağlılık üzerinde etkisi olan faktörlere ilişkin model ortaya çıkmaktadır. Bu model, $p < 0.05$ düzeyinde anlamlı bulunmuş olup şu şekilde ifade edilebilmektedir:

$$Y = f(c + i + ps + r + ö + t + b + ik + öa + öd)$$

Bu modelde; y: örgütsel bağlılık, c: sabit terim, i: işe ilişkin faktörler, ps: psikolojik sözleşme, r: role ilişkin unsurlar, ö: örgütsel ödüller, t: teknoloji, b: örgütsel bağdaşımılık, ik: insan kaynakları politikaları, öa: örgütsel adalet, öd: örgütsel destek olarak ifade edilmiştir.

Tablo 2.
Örgüt Kültürü Unsurlarının Örgütsel Bağlılığa Etkisi Tablosu

Model		Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Anlamlılık
9	Regresyon	36.207	9	4.023	18.018	.000(i)
	Hata	59.614	267	.223		
	Toplam	95.822	276			

Bundan hareketle, Tablo 3'den de anlaşılacağı üzere, çalışmamız kapsamında örgüt kültürü unsurlarından bağlılık üzerine pozitif etkisi bulunan yani bağlılığı arttıran faktörlerin, bireylerin algıladıkları örgütsel destek, işe ilişkin faktörler, örgütte birey arasında gerçekleşen psikolojik sözleşme, örgütsel birlik ve beraberliğe dayanan örgütsel bağdaşımılık algısı, işgörenin örgütteki rolüne ilişkin unsurlar, örgüt yönetiminin herkese eşit imkan tanınması yönünde algılanan örgütsel adalet, örgütsel ödüller, yönetimin insan kaynakları politikası ve teknolojik gelişmelerin takip edilmesi olduğu görülmektedir.

Tablo 3.
Örgüt Kültürü Örgütsel Bağlılık İlişkisinin Örgüt Kültürü Faktörlerine Ait Katsayıları

	Standart Olmayan Katsayı		Standart Katsayı	T	Anlamlılık
	B	Standart Hata	Beta		
Sabit	2.012	.201		10.033	.000
1 İşyerinde herkes yaptığı işe ilişkin karar verme ve kontrol sağlama yetkisine sahiptir.	.014	.024	.035	.589	.556
2. Çalıştığım işyeri yönetimi güvene dayalı, şeffaf ve açık ilişkiler kurulmasını destekler.	-.016	.034	-.036	-.486	.627
3.Yönetim çalışanlar destekleyici çalışmalar yapmaktadır.	-.063	.031	-.135	-2.033	.043
4. Bu kurumda kalmak istememde görevli bulunduğum meslek / pozisyon tanımının önemi büyüktür.	.045	.025	.104	1.792	.074
5. İşyerimin amaçları ile benim amaçlarımda ayrılıktır.	.059	.030	.142	1.993	.047
6. İşyerimde çalışanlar yönetime her zaman kolaylıkla ulaşabilir.	-.013	.024	-.030	-.522	.602
7. İşyerinde üst yönetim iş ve prosedür odaklıdır	.048	.033	.076	1.488	.138
8. İşyerinde karşılıklı güvene dayalı ilişkiler vardır.	.054	.034	.107	1.587	.114
9. İşyerimde başarı ile sonuçlandırdığım bir iş takdir edilir.	.035	.033	.082	1.058	.291
10. Çalıştığım işyerinde ekip çalışmasına ve birlikteliğe önem verilmektedir.	.027	.035	.063	.784	.434
11. İşyerindeki görev tanımım ve yaptığım iş açık ve nettir.	-.100	.028	-.201	-3.615	.000

12. İşyerimde uygulanan ücret belirleme politikası bana göre adildir.	.016	.023	.041	.675	.500
13. İşle ilgili kararlarda herkesin fikri alınır.	.071	.027	.179	2.632	.009
14. İşyerimde insan kaynaklarına ve yönetime önem verilmektedir.	-.032	.028	-.075	-1.131	.259
15. İşyerinde başarılı fikirler, projeler, edimler daima ödüllendirilir.	.072	.030	.184	2.423	.016
16. Çalışma arkadaşlarımla olan ilişkilerimden memnunum.	.056	.041	.082	1.364	.174
17. İşimde terfi olanakları vardır.	.050	.034	.086	1.452	.148
18. İşyerinde tüm teknolojik gelişmelere uyum sağlanır.	.077	.028	.167	2.783	.006

Bankacılık sektörü hızla gelişen ve büyüyen bir sektör olmakla birlikte her geçen gün istihdam kaynağı yaratan bir saha olma özelliğine sahiptir. Bu çerçeveden bakıldığında, Denizli ilinde yapılan bu uygulama ile çalışanların işyerlerine ilişkin belli faktörler çerçevesinde bağlılık duymaları sektörün ve çalışma koşullarının durumu paralelinde yorumlanabileceği gibi kişisel özellikler bazında da değerlendirilebilmektedir. Denizli'deki banka çalışanlarının örgütsel bağlılıklarının pozitif yönde etkilenmesinde, yönetim tarafından desteklenmek ve işe ilişkin kararlara katılabilmek belirgin olarak ortaya çıkmaktadır. Bu katkının adaletli bir şekilde yapılma gerekliliği ise sektörün ve yapılan işin belli riskleri içermesi yönünde yorumlanabilir. Bu kapsamda gerekli şartlar altında tamamlanan her işin birtakım ödüllerle desteklenmesi de işgörenin motivasyonunu arttıracığından bağlılığını da olumlu etkileyecektir. Diğer taraftan, teknolojik gelişmelerin bağlılığı arttıran faktörlerden birisi olması da bankacılık sektörünün çok yoğun olması ve işlemlerin hız gerektirmesinden; dolayısıyla teknolojik gelişmelerinin takip edilmesinin çalışanların çalışma şartlarını olumlu yönde etkilemesinden kaynaklanmaktadır.

Çalışmamızda ayrıca, kamu bankası ve özel banka çalışanlarına göre örgüt kültürü ortalamaları karşılaştırılmış olup kamu bankası ve özel banka çalışanlarının örgüt kültürü algılarının ortalaması arasında ($p= 0.891$) %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir fark olmadığı bulgulanmıştır. Dolayısıyla H1 reddedilmiştir.

Tablo 4'den de görüleceği üzere kamu bankalarında örgüt kültürü algısı ortalaması 3.57 iken, özel banka örgüt kültürü algısı ortalaması 3.58 olarak tespit edilmiştir. Örgüt kültürü ortalamalarının birbirine çok yakın belirlenmesi, Denizli ilindeki bankalar bazındaki uygulamaların benzer olduğunu gösteren bir bulgudur. Bunun diğer nedenlerinden bir tanesi de rekabetin artarak devam ettiği günümüz koşullarında bankaların birbirlerinin faaliyetlerinden haberdar olması ve birbirini izlemesi olarak ifade edilebilmektedir. Diğer yandan kamuda çalışanların özeli, özelde çalışanların kamuyu bilememeleri de bu tarz bir benzerliği yaratan faktör olarak yorumlanabilmektedir. Yine sektörel belli başlı zorunlulukların belirli çalışma koşulunu ve ortamı yarattığı da ilave edilebilecektir.

Tablo 4.
Kamu Bankası ve Özel Banka Çalışanlarının Örgüt Kültürü Ortalamalarının Karşılaştırılması

	Bankaların Kamu ve Özel Olma Durumlarına Göre Ayrımı	N	Ortalama	Standart Sapma	Std. Hata
Örgüt Kültürü Ortalaması	Kamu Bankası	143	3.5715	.75427	.06308
	Özel Banka	123	3.5840	.73611	.06637

Bağlılık boyutları açısından kamu bankası ve özel banka ortalamalarına bakıldığında, kamu bankası ve özel bankaların normatif bağlılık düzeyleri ($p=0.000$) ve duygusal bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu ($p=0.000$) ancak devam bağlılığı düzeyleri arasında anlamlı bir fark olmadığı ($p=0.053$) bulgulanmıştır (Bkz. Tablo 5). Buna göre H2 ve H3 kabul edilirken H4 reddedilmiştir.

Tablo 5.
Kamu Bankası ve Özel Bankaların Örgütsel Bağlılık Boyutları Ortalamasının Farkı Testi

Bağlılık Boyutları	T	Df	Anlamlılık (2-boyutlu)
Normatif Bağlılık Ortalaması	4.861	264	.000
Devam Bağlılığı Ortalaması	-1.944	264	.053
Duygusal Bağlılık Ortalaması	4.921	264	.000

.Tablo 6'ya bakıldığında normatif bağlılık düzeyleri açısından kamu bankalarının normatif bağlılık ortalamalarının (3.57) özel bankalara göre (3.05) daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Duygusal bağlılık düzeyinde ise kamu bankalarının duygusal bağlılık ortalamalarının (3.72) özel bankalara göre (3.10) daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Reddedilen hipotezimizin (H4) ortalama sonuçlarına bakıldığında kamu bankalarının devam bağlılık ortalamalarının (3.14) özel bankalarinki (3.33) ile paralellik gösterdiği görülmektedir. Bulgular sektörler arasında nitelikli bir farkın olmadığını göstermektedir.

Tablo 6.
Kamu Bankaları ve Özel Bankaların Örgütsel Bağlılık Boyutları
Ortalamalarının Karşılaştırması

Bağlılık Düzeyi	Bankaların Sektörel Ayrımı	N	Ortalama	Standart Sapma
Normatif Bağlılık Ortalaması	Kamu Bankası	143	3.5711	.83673
	Özel Banka	123	3.0501	.91036
Devam Bağlılığı Ortalaması	Kamu Bankası	143	3.1445	.77121
	Özel Banka	123	3.3388	.85755
Duygusal Bağlılık Ortalaması	Kamu Bankası	143	3.7168	.98761
	Özel Banka	123	3.1030	1.04444

SONUÇ VE ÖNERİLER

Küreselleşmenin etkisiyle işletmeler günümüzde ayakta kalmak ve yeni rakiplerin girmesiyle giderek azalan pazar paylarını aynı seviyelerinde tutmak ya da arttırabilmek için, devamlı yarış içerisindeyler. Hemen hemen her iş, bir rekabetin ortasında yer almaktadır. Yüksek pazar paylarının alındığı fırsatlar neredeyse yok denecek kadar az durumdadır. Örgütlerin başarıyı yönelimli bir vizyona sahip olabilmelerinde örgütün can damarı olan 'insan' faktörünü ve önemini kavraması önem arz etmektedir. Bu anlamda çalışanların verimlilikleri örgütün başarısının bir parçası olacağından örgütsel bağlılık ölçülerini geliştirebilecek güçlü bir örgüt kültürüne sahip olmaları gerekmektedir. Günümüzde, çok uluslu işletmelerin kurulması ve çok farklı kültürel ortamlarda iş yapma zorunluluğunun doğmasıyla birlikte, örgüt kültürü ve örgütsel bağlılık konuları örgüt yönetimlerinde stratejik bir faktör olarak yerini almıştır.

Bu çalışmanın konusu, finans sektörünün yapıtaşlarından bankalardaki örgüt kültürü ve örgütsel bağlılık ilişkisinin analizini yapmaktır. Bir yandan örgüt kültürü unsurlarının örgütsel bağlılık boyutları üzerindeki etkileri analiz edilirken diğer yandan statüsel olarak özel ve kamu şeklinde ifade edilen banka çalışanları arasındaki belli başlı farklılıklar incelenmiştir.

Çalışma kapsamında örgüt kültürü unsurlarından bağlılık üzerine pozitif etkisi bulunan yani bağlılığı arttıran faktörlerin, bireylerin algıladıkları örgütsel destek, işe ilişkin faktörler, örgütle birey arasında gerçekleşen psikolojik sözleşme, örgütsel birlik ve beraberliğe dayanan örgütsel bağdaşım algısı, işgörenin örgütteki rolüne ilişkin unsurlar, örgüt yönetiminin herkese eşit imkan tanınması yönünde algılanan örgütsel adalet, örgütsel ödüller, yönetimin insan kaynakları politikası ve teknolojik gelişmelerin takip edilmesi olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla Denizli'deki banka çalışanlarının bu unsurlar ile ilgili örgüt kültürü algı düzeyi yüksek olduğundan örgütsel bağlılıklarının da bu faktörler çerçevesinde pozitif düzeyde etkilendiği ifade edilebilmektedir. Diğer taraftan kamu ve özel sektör banka çalışanlarının örgüt kültürü algıları arasında fark bulunmadığı bulgulanmıştır. Bu sonuç da Denizli'de faaliyet gösteren banka çalışanlarının benzer örgüt kültürü unsurları sonucunda örgütsel bağlılığa sahip olduklarını göstermektedir. Her ne kadar sermaye sahibi açısından farklılık gösterebilir de her iki sektördeki çalışanların örgüt kültürü algılarının aynı olması; her iki grupta da uygulamaların benzer olması, sektörün getirdiği dinamizmin bir şekilde örgütlere yansması, kamu bankalarının da özelleştirilme konularının gündeme geldiği şu günlerde uygulamalarının özel banka yönünde değişebiliyor olması ve sektörün yapısı gereği örgütsel açıdan belli "olmazsa olmaz"larının bulunması olarak yorumlanabilecektir.

Bağlılık boyutları açısından kamu bankası ve özel banka ortalamalarına bakıldığında, kamu bankası ve özel bankaların normatif bağlılık düzeyleri ve duygusal bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu bulgulanmıştır. Her iki bağlılık düzeyinde de kamu bankalarını ortalamalarının özel bankalarına göre yüksek olmasının nedeni, kamu bankalarında kurum kültürünün daha keskin ve yerleşik olması, devlet bankası olarak görülmeleri nedeniyle çalışanlarda güven uyandırması, bürokratik tarafının baskın olması ve kurallarının ve yönetiminin daha net olması olarak ifade edilebilecektir. Özel bankalardaki normatif ve duygusal bağlılık düzeylerinin kamu bankalarına göre daha düşük olmasının en belirgin nedeni işgören sirkülasyonu ve konulan hedeflere ulaşma baskısı olarak yorumlanabilir. Çıtanın daha yüksek olması, örgütün çalışanlarına

daha fazla yüklenmesine ve dolaylı olarak da kendinden uzaklaşmalarına sebebiyet vermektedir. Diğer pencereden bakıldığında da özel bankalar müşteri portföyü sahibi çalışanlara yönelik yaptıkları transferler ile de bu sirkülasyona ve bunun sonucundaki bağlılık tutumuna sebebiyet vermektedirler.

Elde edilen bulgulara göre, örgüt kültürü ve örgütsel bağlılık arasında pozitif bir ilişki olduğu yönündeki ana hipotezimizin kabul edildiğini, kamu bankası ve özel banka örgüt kültürü algılarının farklı çıkması nedeniyle H1'in reddedildiğini görmekteyiz. Diğer taraftan kamu bankası ve özel banka çalışanlarının duygusal ve normatif bağlılık ortalamaları arasında anlamlı bir fark çıkması nedeniyle H2 ve H3 hipotezleri kabul edilmiş, devam bağlılık ortalamaları arasında anlamlı bir fark bulgulanmaması nedeniyle H3 reddedilmiştir.

Bankacılık sektörü, küreselleşmenin ve liberal ekonominin etkilerini diğer sektörlerle göre daha etkin yaşaması, değişim ve gelişimlere daha açık olması, iş anlamında stresli ve hızlı bir işgücü sirkülasyonu içermesi nedenleriyle örgüt kültürü muhafazasının ve örgütsel bağlılığın sağlanmasının mutlak olduğu alanlardandır. Bu nedenle sektöre ilişkin işgücü sirkülasyonun azalması ve örgütsel bağlılığın artması yönünde gereken önlemlerin alınması gerekmektedir. Böylece güçlü bir bağlılık hissedilen çalışanların yine güçlü bir banka yaratma yolunda ilerlemeleri sağlanacaktır.

KAYNAKÇA

- AKINCI, B. Z. (1998). *Kurum Kültürü ve Örgütsel İletişim*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- ALLEN, N. J. ve Meyer, J. P. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization, *The British Psychological Society*, Vol: 63, 1-18.
- ARGYRIS, C. (1998). Empowerment: The Emperor's New Clothes, *Harvard Business Review*, 98-105.
- ASUNAKUTLU, T. (2002). Örgütsel Güvenin Oluşturulmasına İlişkin Unsurlar ve Bir Değerlendirme, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 1-13.
- BARUCH, Y. (1998). The Rise and Fall of Organizational Commitment, *Human Systems Management*, 17, 2, 135-142.
- BOERMANS, M. A., Kattenberg, M. A. C. (2011). Estimating Reliability Coefficients with Heterogenous Item Weightings Using Stata: A Factor Based Approach, *Utrecht School of Economics Tjalling C. Koopmans Research Institute Discussion Paper Series* 11-19.
- ÇAKIR, M., Örucü, E. (1999). Üretim İşletmelerinde Örgüt Kültürünün Tespitine Yönelik Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 13 (1), 19-40.

- CAN, H, Akgün, A. ve Kavuncubaşı, Ş. (2001). *Kamu ve Özel Kesimde İnsan Kaynakları Yönetimi*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- ÇETİN, M. (2004). *Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- DOĞAN, B. (2007). *Örgüt Kültürü*, Beta Basım Yayın Dağıtım. 1.Baskı, İstanbul.
- DOĞAN, S., Kılıç, S. (2007). Örgütsel Bağlılığın Sağlanmasında Personel Yeri ve Önemi, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı:29, 37-61.
- ERDİL, O. vd. (2004). Yönetim Tarzı ve Çalışma Koşulları, Arkadaşlık Ortamı ve Takdir Edilme Duygusu ile İş Tatmini Arasındaki İlişkiler: Tekstil Sektöründe Bir Uygulama, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 17-26.
- EREN, E. (2006). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Beta Basım Yayın Dağıtım. 9.Baskı, İstanbul.
- ERDEM, R. (2007). Örgüt Kültürü Tipleri ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Elazığ İl Merkezindeki Hastaneler Üzerinde Bir Çalışma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 2(2), 63-79.
- GİZİR, S. (2008). Örgütsel Değişim Sürecinde Örgüt Kültürü ve Örgütsel Öğrenme, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 2, 182- 196.
- GÜÇLÜ, N. (2003), *Örgüt Kültürü*, Kırgızistan- Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (Elektronik Versiyon), Sayı 6, 147-159.
http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/igb.aspx-20.06.2010
- HALICI, A., Karatepe, O. (1998). İş Tatmininin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkilerine Yönelik Ampirik Bir Değerlendirme, *6. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Eskişehir.
- HASANOĞLU, M. (2004). Türk Kamu Yönetiminde Örgüt Kültürü ve Önemi, *Sayıştay Dergisi*, Sayı: 52, 43-60.
- İBİCİOĞLU, H. (2000). Örgütsel Bağlılıkta Paradigmatik Uyumun Yeri, *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: 15, Sayı:1, 13-22.
- İNCE, M., Gül, H. (2005). *Yönetimde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Bağlılık*, Çizgi Kitabevi Yayınları, Ankara.
- İŞCAN, Ö., Naktiyok, A. (2004). Çalışanların Örgütsel Bağdaşımalarının Belirleyicileri Olarak Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Adalet Algıları, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Sayı 59, No:1, 182-201.
- JONES, J., M. (2003). Dual or Dueling Culture and Commitment: The Impact of a Tri-Hospital Merger, *Journal of Nursing Administration*, Vol:33, No:4.
- KAYA, H. (2008). Kamu ve Özel Sektör Kuruluşlarının Örgütsel Kültürünün Analizi ve Kurum Kültürünün Çalışanların Örgütsel Bağlılığına Etkisi: Görgül Bir Araştırma, *Maliye Dergisi*, Sayı:155, 119-143.
- KÖSE, S., Tetik, S., Ercan, C. (2001). Örgüt Kültürünü Oluşturan Faktörler, *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Cilt:7, Sayı:1, 219-242.

- LAHIRY, S. (1994). Building Commitment Through Organizational Culture, *Training & Development*, Vol: 48, No: 4, 50-52.
- MEYER, A., vd. (2010). Person-Organization (Culture) Fit and Employee Commitment Under Conditions of Organizational Change: A Longitudinal Study, *Journal of Vocational Behavior*, Vol:76, 458-473.
- MOWDAY, R. T., Lyman, W. P. and Richard, M. S. (1979). The Measurement of Organizational Commitment, *Journal of Organizational Behavior*, Sayı:14, 224-247.
- ÖZDEVECİOĞLU, M. (2003). Algılanan Örgütsel Destek İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Dokuz Eylül Üniversitesi, İ.İ.B.F.Dergisi*, Cilt:18, Sayı:2, 113-130.
- SCHEIN, E. H. (1978). *Örgüt Psikolojisi*, (Çev: Mustafa Tosun), Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları, No:173, Ankara.
- SCHEIN, E. H. (1990). Organizational Culture, *American Psychologist*, Vol:45, No:2, 109-119.
- SCHERMERHORN, J. R., Hunt, J. G. ve Osborn, R. N. (2000). *Organizational Behavior*, Lehigh Press, USA.
- SEZGİN, F. (2010). Öğretmenlerin Örgütsel Bağlılığının Bir Yordayıcısı Olarak Okul Kültürü, *Eğitim ve Bilim*, Cilt 35, Sayı 156, 142-159.
- SINGH, K. (2007). Predicting Organizational Commitment Through Organization Culture: A Study of Automobile Industry in India, *Journal of Business Economics and Management*, Vol 8, No. 1, 29-37.
- TİRYAKİ, T. (2005). *Örgüt Kültürünün Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkileri*, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Kütahya, 1-260.
- TURAN, S., vd. (2005). Üniversite Yöneticilerinin Benimsedikleri İdari ve Kültürel Değerler, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 181-202.
- TAYLOR, S., vd. (2008). Employee Commitment in MNCs: Impacts of Organizational Culture, HRM and Top Management Orientations, *The International Journal of Human Resource Management*, Vol:19, No: 4, 510-527.
- TAYRAN, N., Ulupınar, S. (2011). Bir Ölçek Geliştirme Çalışması: İzolasyon Önlemlerine Uyum Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenilirliği, *İ.Ü.F.N. Hem. Dergisi*, Cilt:19, Sayı:2, 89-98.
- YIING, L. H., Ahmad, K. Z. (2009). The Moderating Effects of Organizational Culture on the Relationships Between Leadership Behaviour and Organizational Commitment and Between Organizational Commitment and Job Satisfaction and Performance, *Leadership & Organizational Development Journal*, Vol:30, No:1, 53-86.

GİRİŞİMCİLİK FİNANSMANINDA RİSK SERMAYESİ VE MELEK FİNANSMANI



Yılmaz BAYAR

Yard. Doç. Dr., Karabük Üniversitesi
İF, İşletme Bölümü
yilmazbayar@karabuk.edu.tr

ÖZET

Sermaye işletmeler için önemli faktörlerden birisidir. Hiçbir işletme yeteri kadar sermayeye sahip olmadan gelişimini sürdüremez. Girişimler ile gelişimlerinin erken evrelerinde bulunan firmaların yüksek riskleri ve yeterli teminata sahip olmamaları nedeniyle, geleneksel finansman kaynakları bu tür şirketler için bir seçenek olmamaktadır. Günümüzde girişimlerin ve gelişimlerinin erken evrelerinde bulunan firmaların ihtiyaç duydukları sermayenin sağlanmasında risk sermayesi ve melek finansmanı, finansal piyasalarda öne çıkan araçlardır. Bu çalışmada risk sermayesi ve melek finansmanının ortaya çıkışı ve gelişimi ile Türkiye’de risk sermayesi ve melek finansmanının mevcut durumu incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Risk sermayesi, Melek finansmanı

ABSTRACT

Capital is one of the important factors for businesses. No businesses can sustain its development without having sufficient capital. Because the entrepreneurs and the firms in early development stage have high risks and lack of sufficient collateral, traditional financing sources are not an option for these kinds of firms. Today venture capital and angel financing are the outstanding instruments which provide capital that the entrepreneurs and firms in the early development stage need in the financial markets. Emergence and evolution of venture capital and angel financing and the current aspect of venture capital and angel financing in Turkey are examined and in this study.

Keywords: Entrepreneurship, venture capital, angel financing

GİRİŐİ

Girişimciler, genellikle şirketlerinin yaşam döngüsü aşamalarının oluşturulması süresince önemli miktarda sermaye

gerektiren ürün ve ve fikirler geliştirir. Çoğu yatırımcı projelerini kendi başlarına finanse edecek fonlara sahip olmamaları nedeniyle, dışarıdan finansman sağlamaya çalışır. Girişimcilerin kurdukları firmaların henüz kazançlı olmamaları ve yeterli maddi varlıklara sahip olmaları nedeniyle, geleneksel borç finansmanı genellikle girişimciler için bir seçenek olmamakta, girişimciler, özsermaye finansmanı dışında risk sermayesi şirketi/fonu, melek finansmanı ve mikrofinansman gibi alternatif sermaye kaynaklarına başvurumaktadırlar. Şekil 1’de şirketin gelişim aşamalarına bağlı olarak finansman türleri görülmektedir. Şirketin kuruluş ve başlangıç aşamalarında risk seviyesi en yüksek iken, şirket ürün ve hizmet satmaya başladığında ve genişlediğinde risk seviyesi düşer. Risk düştükçe şirketin kaynak çeşitliliği ve dolayısıyla da kaynak yaratma maliyeti de düşer.

Şekil 1:
Şirketin Gelişim Aşamaları ve Finansman Türleri

		Erken Aşama	Genişleme ve Büyüme	İleri Aşama			
Yüksek					Düşük		
↑ Fonlama İhtiyacı					↑	Risk Profili	
					↓		
Düşük					Yüksek		
		Finansman Türü					
		Çekirdek (seed)	Başlangıç Aşamasındaki Şirket (start-up)	İkinci/Üçüncü Aşama	Köprü (bridge)		

Kaynak: Christofidis ve Debande, 2001, s.6.

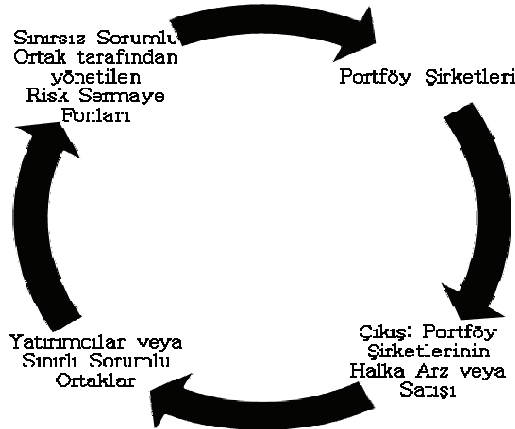
Özellikle 1980’lerin ikinci yarısından günümüze kadar geçen süre zarfında hızlanan küreselleşme hareketi, girişimcilere, projelerinin finansmanında yukarıda belirtilen yeni olanakları tanımaktadır. Risk sermayesi firmaları/fonları, melek yatırımcılar, kurumsal risk sermayesi yatırımcıları ve kamusal yatırımcılar olmak üzere dört temel risk sermayesi yatırımcısı vardır. Bu çalışmada girişimcilik finansmanı kapsamında bu alternatif sermaye kaynaklarından risk sermayesi ve melek finansmanı tanıtarak, günümüze kadar gelişimleri incelenecek ve Türkiye’de risk sermayesi ve melek finansmanına ilişkin gelişmeler üzerinde durulacaktır.

1. RİSK SERMAYESİ (VENTURE CAPITAL)

Risk sermayesi, bir özel sermaye türüdür, bu kavramın ilk olarak kimin tarafından ortaya atıldığı bilinmemektedir. Bununla birlikte geleneksel risk sermayesi çağının, General Georges Doriot, Ralph Flanders, Karl Compton, Merrill Griswold'un 1946 yılında Amerikan Araştırma ve Geliştirme (American Research&Development-AR&D) şirketini kurduğunda başladığı genel olarak kabul edilmektedir (Bartlett, 1999, s.3). Risk sermayesi fonu, risk sermayedarının fonun sınırsız sorumlu ortağı, yatırımcının sınırlı sorumlu ortak olduğu limited ortaklık şeklinde organize edilir. Bir risk sermayesinin beş temel özelliği vardır. Bunlar (Metrik ve Yasuda, 2011, s.3):

- Risk sermayesi bir finansal araçtır, yatırımcıların sermayesini alır ve bu sermaye ile portföy şirketine yatırım yapar.
- Risk sermayesi sadece özel şirketlere yatırım yapar. Yatırım yapıldığında, bu şirketler hemen halka açılmazlar.
- Risk sermayesi portföyündeki şirketleri izlemeye ve yardım etmeye aktif bir rol oynar.
- Risk sermayesinin başlıca amacı, satış veya halka arz aracılığı ile mevcut yatırımlarının getirisini maksimize etmektir.
- Risk sermayesi, şirketlerin içsel büyümesine yatırım yapar.

Şekil 2:
Risk Sermayesi Döngüsünde Fonların Akışı

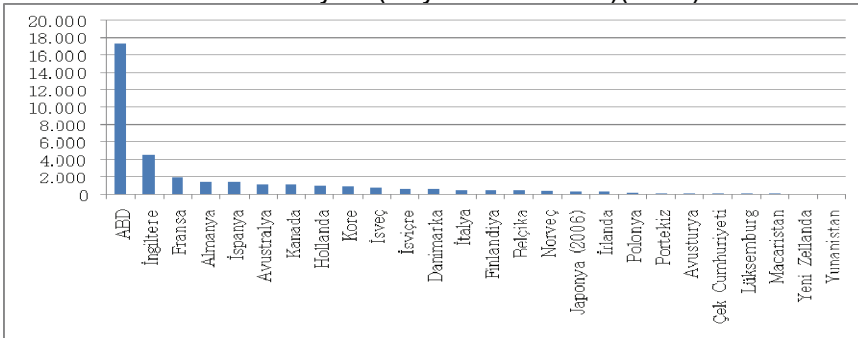


Kaynak: Metrik ve Yasuda, 2011, s.4.

Risk sermayesi, finansman çekmekte güçlük çekebilecek firmalara sermaye sağlayarak finansal piyasalarda önemli bir aracı olarak gelişmiştir (Compers ve Lerner, 2001, s.145). Bir risk sermayesi fonunun faaliyetleri bir çevrim olarak görülebilir. Uygulanabilir proje veya girişimlere sahip bazı girişimciler, fikirlerinin uzman olmayan kişilerce değerlendirilmelerinin zorluğu ve/veya yeterli teminata sahip olmamaları nedeniyle banka ve diğer geleneksel kaynaklardan finansman sağlamada başarısız olurlar. Risk sermayedarları veya risk sermayeleri, yüksek riskli, ancak yüksek getiri potansiyeline sahip projeleri bulma, değerlendirme ve seçmede uzman fonlara erişime sahip ajanlardır. Aynı zamanda kredi vermekten daha fazlası projenin kilit girdisi uygulamada da uzmandırlar, geliştirme, yönetim ve izleme gibi aktif rolleri de vardır. Projeler olgunlaştıkça, özellikle ekonomideki diğer aktörler tarafından daha kolayca değerlendirilebildiklerinde, risk sermayeleri yeni projeler için sermaye sağlamak için mevcut projeden çıkarlar. Bu durum risk sermayesi çevrimi olarak adlandırılmaktadır.

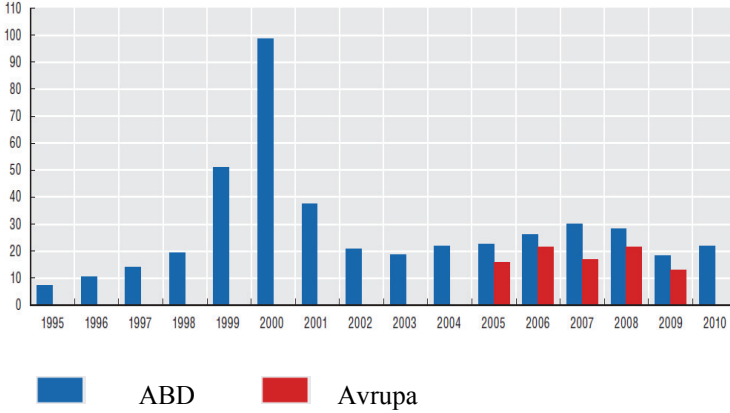
Risk sermayesi ilk olarak 1946 yılında ABD’de ortaya çıkmasına rağmen, ABD’de büyümesi 1970’li yıllarda hızlanmış, 1980’li yıllarda birlikte Avrupa ve Japonya’da da yaygın bir uygulama alanı kazanmaya başlamıştır. Risk sermayesi finansman modeli 1980’lerle birlikte Avrupa ve Japonya’da da yaygın bir uygulama alanı kazanmaya başlamış bulunmaktadır. 2008 yılında dünyadaki risk sermayesi yatırımları incelendiğinde ABD 17 milyar dolarlık risk sermayesi yatırımı ile önde gelirken İngiltere, Fransa ve Almanya ABD’yi izlemektedir. ABD’de 2000 yılına kadar artan risk sermayesi yatırımlarının, 2000 yılından sonra azalmaya başladığı, Avrupa’da ise risk sermayesi yatırımlarının 2007 yılından itibaren krizin etkisiyle azaldığı görülmektedir (Compers ve Lerner, 2001, s.146).

Şekil 3:
Risk Sermayesi (milyon ABD doları)(2008)



Kaynak: OECD, 2009, s.23.

Şekil 4:
ABD ve Avrupa'da Risk Sermayesi Yatırımları (milyar ABD doları)
(1995-2010)



Kaynak: OECD, 2011a, s.37.

2. MELEK FİNANSMANI (ANGEL FINANCING)

Melek finansmanı, geleneksel finansman kaynaklarına erişimleri genellikle mümkün olmayan yeni girişimleri finanse etmenin yaygın yöntemlerinden birisidir. Melek (angel) kavramı, şov üretmek için riskli yatırım yapan Broadway şovlarının zengin finansörlerini tanımlamak için kullanılmıştır. Melekler, bu şovlara hayran oldukları sahne oyuncularını ile zaman geçirme ayrıcalığına sahip olmak için yatırım yapmaktaydılar. Bu şovları düzenleyen menejerlerin biyografileri gözden geçirildiğinde, şovun kalitesi kadar tavır, iyi hazırlanma ve şans da bu şovlara yapılan bağışların belirleyicisi olduğu görülmektedir. Günümüz melekleri, birçok yönden bu meleklerle aynıdır. Varlıklı bireyler ve aileler, beğendikleri insanların teklif ettikleri yüksek riskli işlere yatırım yapmak istemektedir. Melekler aynı zamanda daha yüksek riske sahip çekirdek veya başlangıç sermayesi sağlamak isteyen finansal olarak sofistike özel yatırımcılardır (Benjamin ve Margulis 2000, s.5).

Risk sermayedarları ve melekler girişim aşamasında şirketlere yatırım yapıp, bunun karşılığında şirketten belli oranda hisse alır. Melek yatırımcılar ile risk sermayedarları arasında yatırımlarda kullandıkları fonun kaynağı ve büyüklüğü, yatırım yapılan firmanın bulunduğu evre ve yatırım sonrası yüklenen roller açısından belirgin farklılıklar vardır. Bu farklılıklar Tablo 1'de özetlenmiştir.

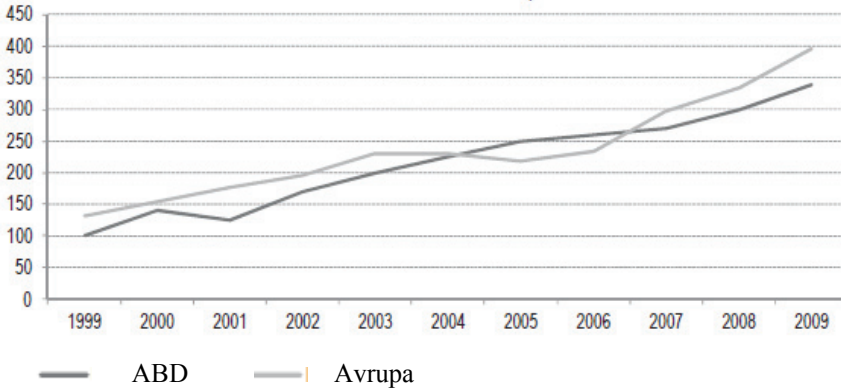
Tablo 1:
Risk Sermayesi Yatırımcıları ve Melek Yatırımcıları Arasındaki Farklar

Özellik	Risk Sermayedan	Melek yatırımcı
Özgeçmişi	Girişimci	Finans, danışmanlık, bazıları ise endüstriden gelen kişilerdir
Yatırım yaklaşımı	Kendi parasıyla yatırım yapar.	Bir fonu yönetme ve/veya diğer insanların parası ile yatırım yapar.
Yatırım aşaması	Çekirdek ve erken evre	Çekirdek, erken ve ileri evre, ancak ileri evre oranı artmaktadır.
Yatırımın büyüklüğü	2 milyon dolar ve üstü	Bireysel melek sayısı 5.000-100.000; melek gruplar, çoğu bireysel melek ve risk sermaye arası
Yatırım araçları	Adi hisse senetleri	İmtiyazlı hisse senetleri
Yatırım yapılabilir proje	Sosyal networkler ve/veya melek grup/networkler aracılığıyla	Proaktif destek ve sosyal networkler aracılığıyla
Durum tespiti	Tecrübelerine dayalı melek yatırımcılar tarafından yapılır.	Bazen dışındaki firmaların (hukuk vb.) yardımıyla risk sermayesi şirketindeki personel tarafından yapılır.
Yatırımların coğrafik yakınlığı	Çoğu yatırımlar yereldir (birkaç saatlik uzaklıkta)	Ulusal ve artan biçimde yerel ortaklarla uluslararası yatırımlar
Yatırım sonrası rol	Aktif, işin içinde	Yönetimde temsil, stratejik
Yatırımın getirisi ve yatırım motivasyonu	Önemlidir, ancak melek yatırım için temel gerekçe değildir.	Kritik. Risk sermayesi fonu, yatırımcıların yeni fon vermeleri (dolayısıyla da işte kalmaları) için mevcut yatırımcılara makul getiri sağlamalıdır.

Kaynak: OECD, 2011b, s.39 ve Angel Capital Association, FAQs on Angel Investing, (çevrimiçi), http://www.angelcapitalassociation.org/entrepreneurs/faqs/#What_is_the_difference_between_angels_and_venture_capitalists_ (06.12.2012)

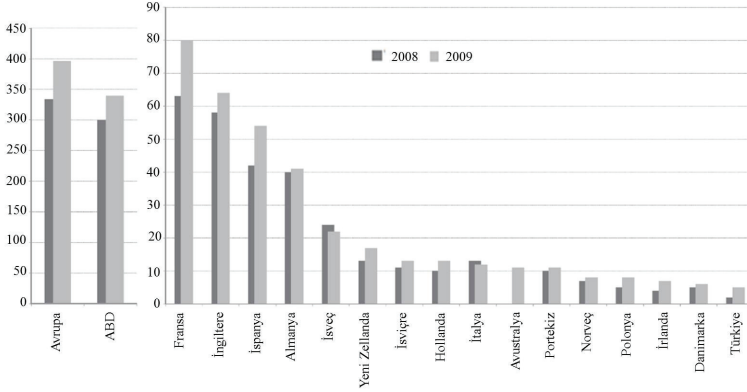
ABD ve Avrupa melek grupları ve ağlarının sayısı geçmiş on yılda büyük oranda artmıştır. Şekil 5'te en fazla sayıda melek grup ve ağına sahip ABD ve Avrupa'daki veriler görülmektedir.

Şekil 5:
ABD ve Avrupa'da Melek Grubu ve Ağı Sayısı (1999-2009)



Kaynak: OECD, 2011a, p.48.

Şekil 6:
Seçilmiş Bazı Ülkelerde Melek Grubu/ Ağ Sayısı (milyar ABD doları)
(2008-2009)



Kaynak: OECD, 2011a, s.49.

Şekil 6'dan da görüldüğü üzere melek yatırımı aynı zamanda dünyadaki diğer ülkelerde de gelişmekte ve büyümektedir. ABD'de 2008 yılında 520 milyon dolara çıkan melek yatırımı, 2009 yılında 470 milyon dolara düşerken, Avrupa'da artan bir şekilde melek yatırımı 2009 yılında 270 milyon dolara yükselmiştir (OECD, 2011a, s.51).

3. TÜRKİYE'DE RİSK SERMAYESİ VE MELEK FİNANSMANI

Türkiye'de girişimlerin ve gelişmelerinin erken evrelerindeki firmaların finansmanında risk sermayesi ve melek finansmanının kullanımı, gelişmiş ülkelere göre göreceli olarak çok kısa bir geçmişe sahiptir. 1980 sonrası uygulamaya konan dışa dönük sanayileşmeye ve ekonomide liberalleşmeye dayalı ekonomi politikaları ile küresel ekonomiye entegre olma çabaları sık yaşanan krizler ile kesintiye uğramış, ekonomide istikrarın sağlanamaması ve dolayısıyla da sermayenin çok pahalı olması girişimcilerin finansman sağlamalarının önündeki en büyük engel olmuştur. 2001 yılında yaşanan krizden sonra uygulanan IMF (International Monetary Fund) destekli program ile birlikte ekonomide istikrarın sağlanması ve buna paralel olarak kredi derecelendirme kuruluşları tarafından Türkiye'nin kredi notunun yükseltilmesi riski dolayısıyla da finansmanın maliyetini azaltarak ülkede girişim sayısı artırmıştır. Ayrıca gelişmiş ülkelerde çok daha uzun geçmişe sahip risk sermayesi ve melek finansmanı gibi girişimler için alternatif finansman kaynaklarının ortaya çıkmasına

neden olmuştur. Türkiye’de girişimcilik tekno parklar, iş geliştirme merkezleri, girişimcilik programları gibi birçok yeni inisiyatif ve faaliyetlerle hızla gelişmektedir.

Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıkları, 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu ile hukuk sistemine girmiştir. Tüm yatırım ortaklıkları ile ilgili ayrıntılı düzenlemeler Kurul Tebliğlerinde yapılmıştır. Yürürlükteki Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıklarına İlişkin Esaslar Tebliği 20 Mart 2003 tarihinde yayımlanmıştır. Bu Tebliğ, girişim sermayesi yatırım ortaklıklarının kurucularına ve kuruluş usullerine, hisse senetlerinin Kurul kaydına alınması ve halka arzına, yönetimine ve yöneticilerinde aranacak niteliklere, faaliyet konuları ve portföy sınırlamaları ile kamuyu aydınlatma yükümlülüklerine ilişkin esasları düzenlemektedir (Sermaye Piyasası Kurulu, 2003, s.1).

Türkiye’de KOBİ (Küçük ve Orta Bütçeli İşletmeler)’in finansman araçlarından birisi KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) 1990 yılında kurulmuş, Türk KOBİ’lerini çeşitli programlar ve hizmetlerle desteklemekle görevli bir kamu kuruluşudur. Kamu inkübasyon (kuluçka) merkezleri ve ortak kullanımlı teknoloji hizmet merkezleri işletmek KOSGEB’in faaliyetleri arasındadır. Ayrıca İstanbul Girişim Sermayesi İnişiyatifi, KOBİ Girişim Sermayesi ve Yatırım Ortaklığı A.Ş., Kredi Garanti Fonu A.Ş. ve ESİM Test Analiz Hizmetleri A.Ş. KOSGEB’in iştirakleri arasında bulunmaktadır. 1991 yılında kurulan Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı bugüne kadar desteklediği 480’in üzerinde projeye 170 milyon ABD doları üzerinde fon sağlamıştır. Ayrıca İş Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş., İstanbul Risk Sermayesi Girişimi ve Teknoloji Yatırım A.Ş. gibi risk sermayesi şirketlerine yatırım yaparak yeni projelere destek vermektedir (Sahbaz, 2010, ss.7-9).

Türkiye’de ilk risk sermayesi 1996 yılında Vakıfbank A. Ş. girişimi ile Vakıf Risk Sermayesi Yatırım Ortaklığı A. Ş. adıyla kurulmuş, 2009 yılında Rhea Yatırım Grubu’na satılmıştır ((Sahbaz, 2010, s.7)). KOBİ Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş., 1999 yılında KOBİ’lerin finansman ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla TOBB, Halk Bankası, KOSGEB, TESK ve 16 Sanayi ve Ticaret Odası’nın ortaklığında KOBİ Yatırımlarına Ortaklık A.Ş. adı altında kurulmuştur. Uzun yıllar yaşanan ekonomik krizler ve siyasal istikrarsızlıklar nedeniyle faaliyete geçemeyen şirket, 2003 yılında girişim sermayesi alanında faaliyet göstermeye başlamış, şirketin ünvanı KOBİ Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı olarak değiştirilmiştir (Kobi Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı, 2012). Türkiye’nin en büyük girişim

sermayesi şirketi İş Risk Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş. ise 2000 yılında kurulmuştur. İş Girişim Sermayesi Aralık 2012 tarihi itibarı ile iştiraklerine toplam 109,4 milyon ABD Doları sermaye aktarmış ve 344,9 milyon ABD Doları tutarında borç plasmanını desteklemiş olup iştirakleri için toplam 454,3 milyon ABD Doları tutarında kaynak yaratmıştır (İş Girişim Sermayesi, 2012).

iLab Holding, Access Turkey Capital Group bünyesinde yüksek büyüme potansiyeli olan sektörlerdeki şirketlere ve projelere yatırım yapmak üzere 2000 yılında kurulmuştur. Kuruluşundan bugüne kadar kimya - plastik, demir - çelik, sigortacılık, insan kaynakları, e-iş danışmanlığı ve yazılım geliştirme sektörlerinde faaliyet gösteren firmalara yatırım yapmıştır (iLAB, 2012). İstanbul Venture Capital Initiative (iVCi), 2007'de kurulmuş, 160 milyon avro büyüklüğünde fona sahiptir. Başlıca yatırımcıları arasında KOSGEB, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, Türkiye Kalkınma Bankası, Garanti Bankası, National Bank of Greece Grubu ve European Investment Fund bulunmaktadır. iVCi, Türkiye'de faaliyet gösteren sekiz fona yatırım yapmış, toplam taahhüt tutarı 144 milyon avroya ulaşmıştır (iVCi, 2012). Teknoloji Yatırım A.Ş., 2006 yılında kurulmuş, 2007 yılında ilk fonunu oluşturarak yatırımlarına başlamıştır. Toplam fon büyüklüğü yaklaşık 5 milyon ABD doları olan fon, şu ana kadar 5 adet yatırım gerçekleştirmiş olup, toplam yatırım miktarı yaklaşık 2 milyon ABD dolarıdır. (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, 2012).

Türkiye'de iş melekleri piyasası son zamanlarda gelişmeye başlamıştır. Melek girişimcilere yönelik hazırlanan henüz taslak halindeki yönetmelikte melek yatırımcı bireysel katılım yatırımcısı (BKY) olarak adlandırılmakta ve kişisel varlığını, tecrübe ve birikimini başlangıç veya gelişim aşamasındaki girişimlere aktaran kişiler; Bireysel Katılım Sermayesi (BKS) ise, BKY'lerin şirketlere aktardığı sermayeyi tanımlamaktadır. Bu tasarı ile (Hazine Müsteşarlığı, 2012);

- Finansmana erişim sıkıntısı çeken erken aşama şirketler için yeni bir finansal enstrüman oluşturulması,
- Bu piyasada belli bir davranış kültürünün ve etik kuralların hakim kılınması ve profesyonelliğin artırılması,
- BKS'nin kurumsallaştırılarak girişimcilerin güven duyacağı bir finans piyasası haline getirilmesi ve
- Devlet destekleri ile BKS yatırımlarının cazip hale getirilmesi hedeflenmektedir.

Türkiye'deki İş Melekleri Ağının ilk uygulaması, ODTÜ ve ODTÜ Teknokent tarafından geliştirilen METUTECH-BAN,

yatırımcıları dernek çatısı altında bir araya getirmekte ve özellikle teknoloji tabanlı girişimcileri dernek üyesi olan yatırımcı iş melekleriyle buluşturmayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda Avrupa İş Melekleri Ağı (EBAN-European Business Angels Network)'na da üyedir. Türkiye'nin ilk ticari melek yatırımcı ağı, LabX Melek Yatırımcı Ağı, labX tarafından 2006 yılında kurulmuştur. Merkezi New York'ta olan Endeavor, Arjantin, Şili Brezilya, Uruguay, Meksika, Kolombiya ve Güney Afrika'dan sonra, 2006 yılında Türkiye'de faaliyetlerine başlamıştır. Halihazırda 85 kişilik bir melek yatırım gücüne sahip olan labX Melek Yatırımcı Ağı, bugüne kadar 6 tane iş fikrini hayata geçirmiştir (labX, 2012).

Mersin Ticaret ve Sanayi Odası, Türkiye'nin Odalar bünyesinde kurulan ilk ve bölgesel kalkınmayı amaçlayan iş meleği ağı olan MersinBAN'ı 2009 yılında tam olarak faaliyete geçirmiştir. MersinBAN projesi iştirakçilerinden EBAN'a üye olarak, Avrupa'da 250'yi aşkın bölgesel iş meleği ağının üye olduğu EBAN sayesinde uluslararası platformlarda fon bulabilme imkânına sahip olmuştur. Galata İş Melekleri, 2010 yılında 16 yatırımcı tarafından kurulan bir melek yatırımcı ağıdır. Galata İş Melekleri kâr amacı gütmeyen bir dernek olarak faaliyet göstermekte olup melek yatırımcılar ile arzulu girişimcileri bir araya getirerek yatırım olanakları ve startuplarla ilgili fikir alışverişini yapmalarını sağlayan bir platform rolü üstlenmektedir. Şu ana kadar 9 projeye yatırım yapan Galata İş Meleklerinin 28 üyesi bulunmaktadır. (Galata İş Melekleri, 2012)

4. SONUÇ

Risk sermayesi ve melek finansmanı, girişimlerin ve gelişmelerinin erken evrelerindeki firmaların, çekirdek ve başlangıç sermayeleri için önemli bir finansman kaynağı haline gelmiştir. Risk sermayesi ilk olarak 1946 yılında ABD'de ortaya çıkmasına rağmen, ABD'de büyümesi 1970'li yıllarda hızlanmış, 1980'li yıllarda birlikte Avrupa ve Japonya'da da yaygın bir uygulama alanı kazanmaya başlamıştır. İş melekleri kavramı ise son 20-30 yıl içerisinde ABD ve Avrupa'da ortaya çıkmıştır.

Türkiye'de uzun yıllar sıklıkla yaşanan ekonomik krizler ve ekonomideki istikrarsızlık ile sermaye piyasalarının sığılığı nedeniyle risk sermayesi ve melek finansmanı, ekonominin istikrara kavuştuğu 2000'li yıllarda ekonomide alternatif finansman araçları olarak ortaya çıkmıştır. Türkiye ekonomisinde yakalanan yüksek büyüme oranlarının sürdürülebilirliği ve yeni istihdam alanlarının yaratılmasında girişimlerin ve gelişmelerinin erken evrelerinde bulunan firmaların

desteklenmesi çok önemlidir. Bundan dolayı vergi muafiyeti ve çeşitli teşviklerle Türkiye'deki risk sermayesi ve melek finansmanının hacmi artırılmaya çalışılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Angel Capital Association, FAQs on Angel Investing, (Çevrimiçi) http://www.angelcapitalassociation.org/entrepreneurs/faqs/#What_is_the_difference_between_angels_and_venture_capitalists_ (06.12.2012).
- BENJAMIN, Gerad A. ve MARGULIS, Joel B (2000). Angel Financing: How to Find and Invest in Private Equity, New York, John Wiley & Sons, Inc.
- CHRISTOFIDIS, Constantin ve DEBANDE, Olivier (2001). Financing Innovative Firms through Venture Capital, European Investment Bank Sector Papers, (Çevrimiçi), <http://www.eib.org/attachments/pj/vencap.pdf> (02.12.2012).
- GOMPERS, Paul ve LERNER, Josh (2001). The Venture Capital Revolution, Journal of Economic Perspectives, Volume 15, Number 2, pp.145-168.
- Galata İş Melekleri (2012). Hakkımızda, (Çevrimiçi), <http://www.galatabusinessangels.com/hakkimizda> (16.12.2012).
- Hazine Müsteşarlığı (2012). Bireysel Katılım Sermayesi Yönetmeliği Taslağı, (Çevrimiçi), http://www.hazine.gov.tr/irj/go/km/docs/documents/Hazine%20Web/Mali%20Sekt%C3%B6r/Bireysel%20Kat%C4%B1m%C4%B1m%20Sermayesi%20Y%C3%B6netmeli%C4%9Fi%20Tasla%C4%9F%C4%B1%20basin_23.07.12.pdf (04.12.2012).
- iLab (2012). iLab Hakkında, (Çevrimiçi), <http://www.ilab.com.tr/about-ilab-ventures/> (20.12.2012).
- iVCi (2012). iVCi Hakkında, (Çevrimiçi), <http://www.ivci.com.tr/> (13.12.2012).
- İş Girişim Sermayesi (2012). Tarihçe, (Çevrimiçi), <http://www.isgirisim.com.tr/tr/tarihce.asp> (25.12.2012)
- JOSEPH, W. Bartlett (1999). Fundamentals of Venture Capital, Oxford, Madison Books.
- Kobi Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı (2010). Tarihçe, (Çevrimiçi), <http://kobias.com.tr/kobiportal/tarihce.html> (10.12.2012).
- labX (2012). Melek Yatırımcı Ağı, (Çevrimiçi), <http://www.lab-x.org/melek-yatirimci.php?lng=tr> (17.12.2012).
- METRIK, Andrew ve Yasuda Ayako (2011). Venture Capital & the Finance of Innovation, 2.bs., New Jersey, John Wiley & Sons, Inc.
- OECD (2009). Venture capital in the economic crisis, in OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2009, OECD Publishing,

- (Çevrimiçi), http://dx.doi.org/10.1787/sti_scoreboard-2009-4-en (07.12.2012)
- OECD (2011a), The changing landscape of innovation, in OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2011, OECD Publishing, (Çevrimiçi), http://dx.doi.org/10.1787/sti_scoreboard-2011-7-en, (07.12.2012)
- OECD (2011b). Financing High-Growth Firms: The Role of Angel Investors, OECD Publishing, (Çevrimiçi), <http://dx.doi.org/10.1787/9789264118782-en> (06.12.2012).
- SAHBAZ, Ussal (2010). How to foster a venture capital industry in Turkey? A Design for a Public Fund of Funds, (Çevrimiçi), http://gep-turkey.org/www/doc/sypa_%20FINAL_1%20logolar_dahil.pdf (10.12.2012).
- Sermaye Piyasası Kurulu (2003). Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıklarına İlişkin Esaslar Tebliği, (Çevrimiçi), <http://www.spk.gov.tr/apps/teblig/displayteblig.aspx?id=201&ct=f&action=displayfile> (05.12.2012).
- Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (2012). Teknoloji Yatırım A.Ş., (Çevrimiçi), <http://www.tgv.org.tr/tr/teknoloji-yatirim> (16.12.2012).

AVRUPA BİRLİĞİ ENTEGRASYONUNDA ŐUPHECİLİK**İsmail ERMAĞAN**

Yard. Doç. Dr., İstanbul Medeniyet Üniversitesi
SBF, Uluslararası İlişkiler Bölümü
ismailemagan@googlemail.com

ÖZET

Avrupa Birliği bütünleşme sürecinde, entegrasyonun kendisi kadar desentegrasyon da araştırılmalıdır. Desentegrasyon bir tarafı karşıtlık, grimsi tarafı Őupheciliktir. Bu makale, Avrupa Birliği Őupheciliđinin ana kavramlarına, nedenlerine, motivasyonlarına, çeşitli Őupheci gruplara ve bu bağlamda yapılan temel tartişmalara yoğunlaşmaktadır. Yoğunluklu olarak milli düzeylerde ve genelde küçük gruplarca temsil edilmesine karşın, burada iddia edilmektedir ki, Őuphecilik günümüzde sosyal bir olgu olmaktan ziyade siyasal bir gerçeklik olmuştur. Makale ayrıca, yakın zamanlara kadar çok önemsenmeyen Őupheci pozisyonlar ile gerek Avrupa Birliği katında gerekse üye ülkelerde entegrasyonist kuramcı ve siyasetçilerin artık daha ciddi ilgileneceklerini savlamaktadır. Bu anlayış, Birlik için yeni yapısal reformları elzem kılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: AB entegrasyonu, AB Őupheciliđi, Avrupa Parlamentosu, AB Anayasası

SCEPTICISM IN THE EUROPEAN UNION INTEGRATION**ABSTRACT**

In the process of European Union integration, disintegration ought to be investigated as well as integration itself. One side of disintegration is opposition and the grayish one is scepticism. This article focuses on the main conceptions, reasons, motivations of Euroscepticism and various Eurosceptical groups and major discussions in this context. Although it is represented mostly at the national levels and by small groups, it is here argued that today scepticism has become a political reality rather than a social phenomenon. This article also claims that integrationist theorists and politicians both at European Union level and in the member countries shall heed more seriously henceforward with Eurosceptical positions, which have not been considered much until recently. This mentality necessitates for the Union new structural reforms.

Keywords: EU integration, Euroscepticism, European Parliament, EU Constitution

GİRİŞ

Avrupa olarak adlandırılan coğrafyada devam edegelen bütünleşme projesi, uluslararası siyaset ve aktörleri nezdinde “rekabet ve model olma” anlamında önem arz etmektedir. ABD, Çin, Rusya, Hindistan gibi diğer aktörlerin 2025 yıllarında ortaya dökülecek “bir adım önde olma-öne çıkma” mücadelesinde, Avrupa Birliği (AB) siyasal bir sorun yaşamaktadır. Bu minvalde AB hakkında yapılan değerlendirmelerde, “ekonomik bir dev, siyasal bir cüce” tanımlamasına az rastlanılmamaktadır. Toplamda ifade edilebilir ki, daha etkin/derin bir bütünleşmenin baş öğeleri arasında AB şüpheliği gelmektedir ve günümüzde AB'nin şüpheli ve karşıt meydan okumalar ile karşılaştığı aşikârdır.

Entegrasyonist politikaların siyasal ve ekonomik anlamda destekleyicileri günümüze değin hep bir adım önde pozisyon almış ve düşünceleri daha fazla duyulmuştur. Diğer taraftan, şüpheli sesler gerek Winston Churchill ya da Robert Schumann'ın “birleşik bir Avrupa” çağrılarında gerekse Maastricht (Avrupa Birliği) Antlaşması ile entegrasyonun nicelik ve niteliğinin artırılmasında varlıklarını hissettirmiştir. O sebeple, Avrupa entegrasyonunda şüphelilik tamamen yeni bir olgu olarak telakki edilmemelidir; şüpheli hareketler hem eski 15 üyeli dönemde hem de Doğu Genişlemesi sürecinde gözlemlenebilmektedir (Schmitt ve Thomassen, 2005). Fakat son dönemlerde farklılık arz eden durum; AB şüpheli savların daha geniş yelpazede cereyan eden tartışmalarda dile getirilmeleri ve paralelinde siyaset sahnesinde artan oranda temsil edilmeleridir (Costa ve Brack, 2009, s. 253-271).

Bu motivasyonla çalışmanın amacı, AB entegrasyon projesine ilişkin bir gerçeğe dikkat çekmektir; hareket noktası şüpheli pozisyonlardır: AB'nin önceki genişleme ve derinleşme politikalarında AB şüpheli eğilimler etrafıca hesaba katılmamıştır. Fakat özellikle Avrupa Anayasası'nın 2005 yılında reddedilmesi ile ilgili incelemelerde AB şüphelileri önemini arttırmıştır (Decker ve Höreth, 2009). Aksi takdirde, yöntem, resmin toplamını idrak edememe riski taşıyacaktır. O nedenle, şüphelilik hareketleri, hem üye hem de aday ülkelerde daha yaygın biçimde araştırılmalıdır. Böylece, hem Birlik'in genişleme-derinleşme refleksi ile küresel etkinliğine yönelik çıkarımlar yapılabilir, hem de aday ülkelerin üyeliklerinin gerçekleştirilebilirliği hakkında isabetli tahminler yürütülebilir.

Bu çalışmada öncelikle, tartışmaların arka planının daha iyi takip edilebilmesi amacıyla, Avrupa'daki bütünleşme projesinin tarihi aydınlatılacaktır. Akabinde, AB şüpheliğinin kavramsal açıklamaları

verilecek ve bu olgunun tarihsel boyutuna dikkat çekilecektir. Bir sonraki adımda, Avrupa ülkelerinde Şüpheci oluşumlar ve motivasyonları yansıtılacaktır. Son olarak AB entegrasyonu Şüphecilik düzleminde genel bir değerlendirmeye tabi tutulacaktır.

1.AVRUPA'DAKİ ENTEGRASYONUN TARİHÇESİ

AB projesi ilk olarak, II. Dünya Savaşı ile bozguna uğrayan Avrupa devletlerinden Fransa, Almanya, İtalya, Belçika, Hollanda ve Lüksemburg'un (Altılılar) bir araya gelerek, birleŐmeden yana bir irade göstermeleri ile hayata geçirilmiştir. BaŐlangıcın ana erekleri Şu Şekilde özetlenebilir: a) Avrupa'da barıŐın ve refahın tesis edilerek, kalıcı hale getirilmesi, b) ulusal düzeyde karşılanamayan ihtiyaçların ortaklaşa tedarik edilmesi, c) Sovyet tehdidine karşı bir bütünlük oluşturma ve d) Almanya ile Fransa arasındaki uzlaŐmazlıkların nihai çözüme kavuŐturulması. Unutulmamalıdır ki, sadece 1870-1945 yılları arasında Fransa ve Almanya üç kez savaŐımiŐtır. O sebeple, birinci Őıkta zikredilen temel amaç oldukça destek bulmuŐtur. Entegrasyonun başlıca ortak hedefleri/değerleri olarak bölgesel işbirliği, demokrasi ve insan hakları, iyi yönetim, bölgesel ve uluslararası suça karşı mücadele zikredilebilir (Smith, 2003, s. 195).

AB'nin temelleri, 1951 yılında imzalanan Paris Antlaşması'na dayanmaktadır. Bu antlaŐma ile Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (AKÇT) kurulmuştur. Ortak kömür ve çelik üretimi sağlamak amacıyla, dünya tarihinde ilk defa devletler egemenliklerinin bir kısmını ulusüstü bir kuruma devretmiŐtir. Bir başka evre, 1957 yılındaki Roma Antlaşması ile Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) ve Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu'nun (EURATOM) kurulmalarıdır. AET'nin amacı; malların, işgücünün, hizmetlerin ve sermayenin serbest dolaŐtıđı bir ortak pazarın kurulması ve nihayetinde siyasi bütünlüğe gidilmesi olarak belirlenmiŐtir. 1965 yılında Füzyon Antlaşması ile bu üç oluşum Avrupa Toplulukları adı altında birleştirilmiş ve tek bir Konsey ve tek bir Komisyon oluşturulmuştur.

1968 yılında mamul mallarda üye devletler gümrük vergilerini kaldırmıŐlardır. Birlik, tarım ve ticaret gibi önemli alanlarda ortak politikaları 1960'lı yılların sonunda uygulamaya sokmuŐtur.

General Charles de Gaulle yönetimindeki Fransa'nın boş sandalye politikaları ve 1961 ve 1967 yıllarında İngiltere'nin üyeliğini iki kez veto etmesi, Avrupa siyasetinde tıkanıklıklara sebep olmuştur. Topluluk nezdinde doğrudan parlamento seçimleri ilk olarak 1979 yılında yapılmıştır.

1980 başlarında dünyadaki durgunluk ve mali yükün paylaşımı bağlamındaki iç çekişmeler bir “Avrupa karamsarlığı” ortaya çıkarsa da, 1987 yılında Avrupa Tek Senedi ile tek pazar hedefleyen kayda değer bir bütünleşme adımı gerçekleştirilmiştir.

1991 yılında Sovyetler Birliği'nin yıkılmasının ardından, Avrupalı siyasetçiler entegrasyonlarını güçlendirme amacıyla Maastricht Antlaşması'nı imzalamışlardır (1992). Böylece üç sütunlu bir birlik şekillenmiştir: 1) Avrupa Toplulukları (AKÇT, AET ve EURATOM), 2) Ortak Dışişleri Güvenlik Politikası, 3) Adalet ve İçişleri. Ayrıca, parasal birliğin tamamlanması ve Avrupa vatandaşlığının oluşturulması amaçlanmıştır. 1993 yılında adaylar için Kopenhag Kriterleri deklare edilmiştir. 1999 yılındaki Amsterdam Anlaşması ile de üye ve aday ülkelerin birliğe uyum çalışmaları zorunlu kılınmıştır.⁶ Euro, 1 Ocak 2002'de 12 ülkede tedavüle girmiştir.

Avrupa Anayasası, yedi yıl süren müzakerelerden sonra Fransa ve Hollanda'da reddedilmiştir. Bunun üzerine, yapılan kimi modifikasyonlar ile AB'nin derinleşme faaliyetlerinin son önemli aşaması olan Lizbon (Reform) Antlaşması ilan edilmiştir - ki bu, 2007'de imzalanmış ve tüm üyelere onandıktan sonra 2009'da yürürlüğe girmiştir. Burada, karar ve icra mekanizmaları, ilkeler, öncelikler ortaya konmuştur ve AB'nin işleyişine ilişkin kapsamlı değişiklikler getirilmiştir. Örneğin, artık AB'nin daha yetkili bir başkanı ve bir dışişleri sorumlusu olacaktır.

1 Temmuz 2013 tarihinden itibaren 28 üyeli olacak olan AB'ye katılımlar ve yılları şu şekildedir: İngiltere, Danimarka ve İrlanda (1973); Yunanistan (1981); İspanya ve Portekiz (1986); Avusturya, İsveç ve Finlandiya (1995); Çek Cumhuriyeti, Estonya, Kıbrıs, Letonya, Litvanya, Macaristan, Malta, Polonya, Slovakya, Slovenya (2004), Bulgaristan, Romanya (2007) ve Hırvatistan (2013). AB üyesi ülkelerin karakteristik özellikleri çerçevesinde şu farklar dikkat çekmektedir: 1) Büyük - küçük, 2) gelişmiş - az gelişmiş, 3) zengin - fakir, 4) Atlantik eğilimli - Avrupa odaklı, 5) serbest piyasa ekonomisini önceleyen - koordineli piyasa ekonomisini önceleyen ve 6) federalist odaklı - devletlerarası odaklı (Wagener, Eger ve Fritz 2006, s. 99). AB'nin aday ülkeleri; Türkiye, Makedonya, İzlanda, Karadağ ve Sırbistan; olası adaylar ise Arnavutluk, Bosna-Hersek ve Kosova'dır.

⁶ Kurucu ahitlerden Amsterdam Antlaşması (1999) ile Avrupa Parlamentosu'nun (AP) yetkileri artırılmış; birliğin demokrasi kalitesinin yükseltilmesi, AB vatandaşlığı, birey hak ve özgürlükleri gibi konulara yeni vurgular yapılmıştır. Nice Antlaşması (2000) ile AB'nin kurumları, birliğin genişleme çalışmalarına daha etkin adapte olabilmesi nedeniyle güçlendirilmiştir.

2. AVRUPA'DA AB ŞÜPHECİLİĞİ

2.1. AB Şüpheciliğine Genel Bir Bakış

AKÇT, AET ve AT dönemlerinde üye ülkeler arasında zamanla artan ticari faaliyetler, büyümek ve fiyatları sabit kılmak için gösterilen ortak gayret, sadece ekonomik başarıyı getirmemiş, aynı zamanda üye ülkelerin halkları ve kıtanın diğer devletleri arasında entegrasyonist düşünceleri çoğaltmıştır. Bunun sonucunda üye olan devletlerin sayısı 1981 yılında 10'a yükselmiştir. Fransa eski başbakanı Michel Rocard (1988-1991) bu durumu şu şekilde değerlendirmektedir: "Avrupalılar şaşkındır; Amerikan yaşam düzeyini düşlediklerinden en az iki kat daha çabuk yakalamışlardır. Büyüme hızlıdır: Yılda ortalama % 5. Almanya'da da Fransa'da da herkes bunun ekonomik bir mucize olduğunu söyler. Ülkelerimizde tam bir istihdam yakalanmıştır." (2008, s. 74). Bu çerçevede yapılan akademik çalışmalarda liberal ticaret ve neo-fonksiyonist entegrasyon teorileri gözlemlenebilir; entegrasyon iradeleri genel olarak ekonomik kazanımlar ya da karşılaşılan maliyetlerce şekillendirilmektedir. Örneğin, 1973-1988 yılları arasında Avrupa içi ihracatın büyümesi Avrupa entegrasyonu için desteğin belirlenmesinde oldukça önemli bir rol oynamıştır.

Avrupa bütünleşmesinin 1980'lere kadar olan döneminde supranasyonal bir otorite ile Topluluk refahının artırılmasına yönelik ortak politikaların formülasyonu temel motivasyondur. 1980'lerden itibaren Birlik'in spesifik alanlarında politika yapma sürecini irdeleyen orta ölçekli çalışmalar görölmektedir. "Supranasyonal bütünleşme ile özdeşik Topluluk yöntemi yerine birçok sektörde gündeme gelen hükümetlerarası pazarlık yöntemi" bütünleşme sürecinde kontrolü üye devletlerin lehine kılmıştır (Kahraman, 2012, s.87). Böylece ulusal aktörler ve davranışlar Avrupa bütünleşmesinde daha etkili olmaya başlamışlardır. Paralelinde, AB şüpheciliğinin tarihine bakılacak olursa altı çizilmelidir ki, bütünleşme için vatandaşlar tarafından verilen siyasi onay 1981-1991 yılları arası sürekli ve görünür bir biçimde yükselmesine rağmen, 1990'lı yılların ilk yarısında dramatik bir düşüş yaşanmıştır ve 1980'li yılların ilk yarısındaki oranlarına benzer bir seyir izlemektedir. Literatürde "Maastricht sonrası bunalımı" (Post-Maastricht Blues) olarak tanımlanan desteğin azalmasına ilişkin söylenebilir ki, enflasyon ve ticaret konsantrasyonunun etkisi Maastricht Antlaşması sonrasında kaybolmuştur. Bunun yerini dış politika⁷, sosyal güvenlik ve parasal birlik konuları almıştır. Zikredilen

⁷ 1. Körfez Savaşı (1991) ve Bosna ile Hırvatistan'daki savaşı bitiren Dayton Antlaşması'nda (1995) ortak dış politika konusunda yaşanan problemler ve üyelerin milli refleksleri, Birlik üzerindeki kuşkuları arttırmıştır.

alanlarda hedeflenen derinleşmiş entegrasyon (örneğin Ekonomik ve Parasal Birlik veya bütçe politikaları), Avrupalıların bütünleşme desteğini etkileyen yeni faktörler olmuştur.⁸ Brüksel'den gelen kurallar Birlik vatandaşlarının bütün kesimlerinde olumlu karşılanmamıştır. Özellikle sosyal güvenlik, sağlık ve işçi güvenliği, eğitim ve kültür alanlarında Maastricht öncesi düşük olan uyum desteği, Maastricht sonrası daha düşük bir hal almıştır. Bu bağlamda bir kaç gösterge sunulabilir (Eichenberg ve Dalton 1993 ve 2007, s. 128-52):

- 1990-2004 yılları AB destekçileri ve AB karşıtları düzleminde AB bütünleşmesi için ülkelerde kaydedilen destek toplamda ortalama yüzde 30 gerilemiştir.

- 1990 yılında AB dağılırsa üzüleceğini bildiren kesimin oranı üzülmeceğini belirten kesimden yüzde 40 daha fazlaydı. 2001 yılında bu oran yüzde 13'e kadar erimiştir.

- 1990 yılında AB yurttaşlarının ülkelerinin AB entegrasyonundan faydalandığını düşünenlerin oranı, bu düşünceye katılmayanlar ile karşılaştırıldığında yüzde 35 daha fazla tutmaktaydı. Aradaki bu oran 2004 yılında yüzde 12'ye düşmüştür.

Gerek 1992 gerekse 2004 sonrası dönem için özetle vurgulanabilir ki, AB'nin kurumsal yetki alanları genişledikçe ve AB organlarında alınan kararlar üye devletlerdeki yurttaşların gündelik hayatlarına değip düzen vermede derinleştikçe, bu, halklar boyutunda sadece "şans penceresi" olarak değil, aynı zamanda "risk" hatta "tehdit" olarak algılanmıştır (Weßels, 2009, s. 50). Bu kanaat ve hareketlerin, üye ve aday ülkelerde yaygınlaşması ile AB yapılarında AB şüpheli tezler ile daha fazla ilgilenilmeye başlanmıştır. Böylece AB şüpheliği hem kimi AB tartışmalarında hem de kimi üye ülkelerin parlamento ve kamuoylarında süreci belirleyen dinamikler arasında olagelmektedir (CAP, 2009).

AB şüpheli eğilimlerin İsviçre veya Norveç gibi ülkelerde ortaya çıkışı fayda odaklı kazanç-zarar tartışması ile yakından alakalıdır. Bir başka anlatımla, AB ile entegrasyon sonucu kazançtan ziyade kayıp kalemlerinin daha fazla olacağı endişesi merkezde durmaktadır. Örneğin Norveç'teki AB karşıtı ve şüpheli oluşumlar öyle güçlüydü ki, Birlik Norveç'in üyeliğini desteklese de, Norveç üyeliği referandumla (1972 ve 1994 yıllarında) engellenmiştir (McLaren, 2006, s. 31-48).

⁸ Maastricht Anlaşması'nın onaylanması süreci Danimarka, Fransa ve İngiltere'de zorlu olmuştur.

2.2. AB Őupheçiliđinin Kavramsal Hatları

AB Őupheçiliđi, kısaca, rasyonel ve/veya duygusal nedenler ile AB entegrasyonuna karşı çıkma ya da mesafeli durma halidir (Harmsen ve Spiering, 2004, s. 15-20). AB'nin amaç ve eylemlerine getirilen Őupheçilik ya da memnuniyetsizlik durumu, milli egemenlik ve yerel değerleri koruma güdüsü ile birleŐmektedir. AB Őupheçileri, genel entegrasyonu reddetmemekle birlikte, avantajlı olduklarını düŐündükleri kimi hususlarda tehdit yaŐayabilecekleri kabul ile derinleŐmeye sıcak bakmayabilmektedirler. Fakat AB'ye eleştirel yaklaŐan kesimler, AB'nin uluslarüstü mevcut kurumsal sistematiğine, organlarının fonksiyonlarına, bütünleşmenin içeriklerine topyekn karşı bir duruŐu seslendiriyorsa, bu artık bir AB karŐıtlıđını ifade etmektedir ve ideolojik bir tutum söz konusudur.

AB Őupheçiliđi kapsamında fark edilebilir ki, AB bütünleşmesine ilişkin pro-contra tezler, hem aday hem de ye ülkelerdeki tartışmaları ve aktör davranıŐlarını Őekillendiren başlıca etmenlerdir. AB Őupheçileri bütünleşme sürecinin tamamının ya da bir ayağının olası olumsuz taraflarına dikkat ekerlerken, AB destekleyicileri AB'nin reel ve olası katkılarını gndemlemektedirler.

Literatürde çeşitli tanımlar mevcuttur (Renken, 2009): Taggart ve Szerszerbiak sert ve yumuşak karakterli iki tür AB Őupheçiliđinden bahsetmektedir: "Sert" olanı; lokal yetkilerin AB'ye transferi vurgusu ile AB yeliğini ilke olarak reddetmektir. "Yumuşak" eŐidi; prensipte karŐıtlık ifade etmemekte, bütünleşmenin kimi (mevcut/gelecek) planlarını onamamaktır. AB Őupheçiliđinin bir diğer tanımı Kopecky ve Mudde'den gelmektedir (2002, s. 297- 326). Yazarlar, AB entegrasyonunda aktör davranıŐlarını ya destekleyicilik ya da karŐıtlık olarak ayırmaktadırlar. Belirtilmelidir ki, AB Őupheçiliđi kavramının net bir tanımı bulunmamaktadır, fakat içi doldurulmuŐ/somut ya da kurgulanmıŐ/soyut bir düzlemde itirazları seslendirmektedir.

Sörensen, AB Őupheçiliđi olgusunu dört çeŐide ayırmaktadır (2008):

1) *Ekonomik motivasyonlu AB Őupheçiliđi*. Bu tür, saf bir gelir-gider hesabına dayanmaktadır. Özde, "Memleket, AB entegrasyonundan ekonomik anlamda son kertede yarar mı zarar mı sağlamaktadır?" sorusunu sormaktadır.

2) *Egemenlik odaklı AB Őupheçiliđi*. "Milli devlet ve kabiliyetleri, üyelik müktesebatı ile sınırlandırılacak ya da minimize edilecek" düşüncesi, bu bağlamda esas karakterdir. Millet ve

tarihselliğinin homojenliğinde oluşmuş “milli”lerin (gelenekler, semboller ve kurumlar) Brüksel direktifleri ile aşındırılması endişesidir.

3) *Demokrasi temelli AB şüpheliği*. Burada, AB yapılarında bir demokrasi açığı dile getirilmekte ve karar mekanizmaları eleştirilmektedir. Bu yolla AB totaliter, elitist, merkezci ve bürokratik sıfatları ile betimlenmektedir.

4) *Politika merkezli AB şüpheliği*. Bu çerçevede, AB'nin siyaset tarzı ve reformları “fazlaca liberal” bulunmaktadır. Sosyal ve ekonomik anlamda alt kesimlerin yeteri oranda gözetilip, ekonomik güvenliğin sağlanmadığı ileri sürülmektedir. AB Anayasası'nın reddinde, bu eleştirinin hatırı sayılır bir pay sahibi olduğu iddia edilmektedir. Bu tip kuvvetli bir şüpheliğe Fransa'da rastlanabilmektedir.

Tartışmalarda AB şüpheliğinin en çok dile getirilen nedeni milliyetçiliktir (Riedel, 2008): Hille'ye göre (2005, s. 212), anti-AB hareketlerinin normatif dayanağı, milli ruh-millî his-millî akıl üçgeninin bileşkesidir. Burada milli olarak kodlanan düşünce setleri, mitler, “biz ve onlar” sınırlandırma ve kategorileri öne çıkmaktadır. Böylece özcü, varlıksal ve millet merkezli yaklaşımlar ile güçlü “millî birlik-millî beraberlik” vurgusu fay hattı haline gelmektedir. Paralelinde “millî devlet-millî yönetim” en geçerli idare şekli olarak düşünülmektedirler. Anlaşılabilir ki, AB, ulusal reflekslere olumsuz etki eden bir yapı olarak resmedilmektedir. Hem ekonomik hem de siyasi meselelerde millî yönetime daha yüksek oranda başarı tanınmaktadır. Ortak menfaatler hedefinde, gerektiğinde, toplum üzerinde devletçi bir kontrole müsamaha edilmektedir. Bunun aksine, ulus üstü yönetimin “hegemonyacı ve sömürücü” olduğunun altı çizilmektedir.

AB şüphelilerinin savlarını yaygınlaştırmada başlıca hedef, toplumun kendisidir; yöntemleri ise “memleket insanına” siyasi, ekonomik, etnik ve kültürel temalar üzerinden seslenmektir. Ancak toplumda etkinleştikten sonra siyaset ve ekonomide görüşlerinin dikkate alınacağını öngörmektedirler (Hille, 2005, s. 221). AB şüphelilerinin toplumda inandırıcılık noktasında bir avantaja sahip olduğu ileri sürülebilir. İçerik kapamacı, koruyucu, homojenleştirici özelliği, belli bir coğrafyada yaşayan türdeş veya benzeşen insan topluluklarına “Biz, kendi aramızda daha mutlu yaşayabiliriz” fikri vermektedir. Daha ziyade duygulara hitap edilmektedir. Yerelden sınır ötesine, tekten çokluğa/çoğulculuğa giden entegrasyon gerçeği kimi toplum kesimlerinde belirsizlik, kuşatılmışlık ve dışlanılma algısı üretmektedir. Altı çizilmelidir ki, AB şüpheli eğilimler anlatılan mekanizmada kendini yeniden yaratmaktadır. Entegrasyonistler ise,

konunun mantık sűzgecinden geęirilerek, bugűn ve yarın ۆlęekli zaman dilimlerinde ve yerel-bۆlgesel-kűresel denklemlerde ortaya çıkacak fırsatlar űzerinden deęerlendirilmesini ۆnermektedir.

Aktarılması gereken bir baŐka husus, AB Őupheçiliđine her ۆlkenin kendi sađ-sol dikotomisinde farklı anlamlar yűklenebildiđidir. Bu durum İsviçre ve Norveç örneklerinden açıklanacak olursa, Norveç’te sol kesimin AB bűtűnleŐmesine karŐı bir pozisyon aldıđı, sađ kesimin AB destekçi hareket ettiđi ve aŐırın sađın (Fortschrittspartei, İlerici Partisi⁹) bۆlűndűđű fark edilmektedir. İsviçre’de ise sađ kesim hayırcı bir tavır yeęlerken, sol destekidir. Yalnız ifade edilmelidir ki, sađ-sol kategorileri AB Őupheci davranıŐları özűmlerede bűtűncűl metodolojisiyle genelleŐtirici, dolayısıyla yetersiz kalmaktadır. İlaveten, sađ ve sol kesimler, kendi ilerinde de destekçi, karŐıt veya Őupheci ayrımları oluŐturabilmektedir (Hille, 2005, s. 219).

Son olarak Őu ۆnemli konuya deđinilmelidir: AB bűtűnleŐmesini destekleyenler ve destekleyen araŐtırmacılar, AB Őupheçiliđini en çok ve kasten Paleontoloji’nin (fosilbilim) bir parçası olarak ve “geçmiŐ zamandan kalma, hűkműnű yitirmiŐ” anlamında ele almaktadırlar/yansıtmaktadırlar. Politik dűzlemde bu tutum bir anlam yűkleme yapabilmektedir, bۆylece entegrasyonist hegemonya inŐa edilecek/hakim kalmıŐ olacaktır. Fakat ampirik olarak AB Őupheçiliđi “ۆlen, soyu tűkenen deđil, arda kalan, ۆreyen” bir ۆzellik gۆstermektedir (Hille, 2005, s. 225). Nihayetinde, AB Őupheci kanı ve tandanslar, entegrasyon projesini űye-aday-Birlik hatlarında aktif olarak Őekillendirmektedir. O sebeple, sosyal ve kűltűr bilimleri için bir “gۆzleme objesi” olmaya devam edecektir.

AB Őupheçiliđi konusu gerek űye gerekse aday ۆlkelerde araŐtırılırken, Őu sorulara odaklanılmaktadır (Taggart ve Szczerbiak, 2008 1 ve 2):

- AB’ye karşı Őupheçilik olgusu nasıl ortaya çıkmaktadır?
- AB Őupheci aktۆr davranışın sebepleri nelerdir ve sonuçları neler olabilir?
- AB Őuphecilerinin yođunlaŐtıkları temel eleŐtiri noktaları nelerdir ve hangi konular baŐrolű oynamaktadır?
- AB Őuphecilerinin amaçları nelerdir?
- AB Őupheciler pozisyonlarını AB vatandaŐları ve ۆlke yurttaŐlarında yaymak için hangi stratejileri uygulamaktadır?

⁹ 1997 yılından itibaren Norveç’te ikinci bűyűk partidir. Genel seçimlerde yűzde 23 oy oranına ulaŐmıŐ, fakat ۆnlű Breivik olayından (71 yabancıнын ۆldűrűlmesi) sonra yerel seçimlerde yűzde 17’den yűzde 11’lere gerilemiŐtir.

▪ AB bütünleşmesine ilişkin üyelerin ve adayların karar veren elitleri nasıl hareket etmektedir?

▪ AB şüpheciler, son kertede, kimlerdir?

2.3. Avrupa Ülkelerinde AB Şüpheci Kimi Gruplar ve Sebepleri

AB entegrasyonuna itirazlar çerçevesinde sürecin kendisi ve alınan kararlar ile ilgili olmak üzere iki ana özellik ayrılmaktadır (Hoffmann ve Brantner, 2009). Bu çerçevede, sosyal/politik gruplar veya ekonomi/din ilintili oluşumlar, hareket tarzlarını bu iki özelliğe göre ve söylemlerini farklı beklentiler ile şekillendirmektedirler:

Çiftçiler. Eklemlenmenin bir doğası olarak AB müktesebatının yükümlülüklerini kanunlarına yansıtmakla mükellef olan aday ülkeler, tarım sektöründeki devlet desteklerini kısmak zorundadırlar. Çünkü hedef, Ortak Tarım Politikası (OTP) geliştirmek, çiftçilik oranlarını rasyonel seviyelere çekmek ve paralelinde sanayi dallarını güçlendirerek, ülke ekonomisini bölgesel ve küresel boyutta daha çok rekabet edebilir ve verimlilik üretebilir bir pozisyona getirmektir.

Bu kapsamda bir örnek olarak Polonya'nın üyeliğe geçiş süreci zikredilebilir: AB, 2003 yılında Lüksemburg'da kabul edilen OTP ile 2013 yılına kadar üye ülkelerin uygulayacağı tarımsal ve hayvansal üretim, destekleme, sübvansiyon politikalarını karara bağlamıştır. Ayrıca, desteklerin azaltılması, et ve süt üretiminde ülkelere kotalar konulması, hayvan sağlığı, çiftlik ve üretim hususlarında ortak standartlara uyulması gibi yükümlülükler getirilmiştir. Buna göre, uygulama süresince çiftçilere sağlanacak yıllık doğrudan destek miktarı azami 10 bin Euro olacak ve bunun üzerine çıkılmayacaktır. Hayvansal üretimde hijyenin sağlanması, bitkisel üretimde çevrenin korunması, diğer sağlık şartlarında yeni kurallar ve standartlar getirilmesi gibi birçok düzenlemede Polonya'nın itirazlarına tanıklık edilmiştir.

Dini Yetkililer/Oluşumlar. AB; dünyayı anlama, yorumlama ve yönetme tarzı ile bunu gerçekleştirdiği yöntemi itibarıyla hukuk-din-felsefe-sosyoloji hatlarında eleştiriye tabi tutulabilmektedir.

a) Polonya'daki Katolik Kilisesi¹⁰: Onlara göre, Hıristiyanlık, Avrupalı halkların ortak inanç değeri ve pek çok toplumsal davranışların, kültürel öğretilerin kaynağıdır. Bu bağlamda, "AB'nin anayasal metinlerinde Hıristiyanlığa atıf yapmamak, birleştirici-bütünleştirici bir projeyi başarılı kılar mı?" sorusu yöneltilmektedir.

¹⁰ Tarihte olduğu gibi günümüzde de Polonya'da toplumsal yaşamın en etkili güçlerinden birisidir.

Dahası, AB'nin norm ve reformlarının “fazlaca dünyalı” olduğu iddia edilmektedir. Bunun sonucu olarak dinin, yönetim ve yurttaşlar üzerindeki yapıcı etkilerinin derinlikli olmadığı, “aşırı laik ve özgürlükçü” anlayışın sosyal maraziliklere yol açtığı dile getirilmektedir. Buna karşın AB, kendisinin bir “değerler birliği” olduğuna dikkat çekmektedir. Hıristiyanlığın, Avrupa'nın önemli bir kültürel özelliği olduğunu, fakat nihayetinde din ve devlet işlerinin ayrımı ilkesi ile devlet-toplum-birey üçgeninde anayasal düzenlemelerle hak ve sorumlulukların belirlendiğini hatırlatmaktadır.

b) Norveç'teki Protestan-Pietist Gruplar: Küçük oranda kalsalar da dikkat çeken bir AB şüphenci sav formüllemektedirler. Bunlar, yukarıda açıklanan Katoliklerin aksine, AB'yi “fazlaca Katolik” bulmaktadır. Gerek üye devletlerde gerek AB yapılarında ağırlık noktalarının Katoliklik olduğü söylenerek, rahatsız olunmaktadır. Yaşam tarzları, dünyayı anlamlandırma vb. topluma ve bireye ait hususların, Katolik yorumlarla domine edilmemesi gerektiği seslendirilmektedir. AB'nin cevabı yine laiklik ilkesidir; hukuksal evrenselliştir.

Aşırı Sağ Cenahlar: Bu siyasi akımlara göre AB, milli devlet ve yapıları ile milli iradeyi aşındıran bir mekanizmadır (Beer, 2009). “Milliliğin”; politika, ekonomi, kültür gibi alanlar başta olmak üzere hiçbir durumda önüne geçilmemesi, yerelliğin ilelebet muhafaza edilmesi ve “millet” katıksız olarak korunulması gerektiği vurgulanmaktadır. Kullandıkları siyasi yöntem; popülist, şovenist, faşist ve ırkçı propaganda ve politikalar içermektedir.

Yakın dönemlerde AB'nin birçok üye ülkesinde yükselen aşırı sağcı partiler için İslamofobi ve yabancı düşmanlığı, giderek AB'ye karşı şüphencilik ve anti-demokratik eğilimlere kaynak olmaya başlamıştır (Arslan, 2011). Bu çerçevede hatırlatılmalıdır ki, AB, 2000 yılında Avusturya'da “Avusturya Özgürlük Partisi” lideri Jörg Haider'e büyük tepki göstermiş, bu partinin iktidar olmasını engellemiş ve böyle bir olgunun kabul edilmez olduğünü deklare etmişti.¹¹

Küreselleşme Karşıtı Gruplar ve Komünistler: Bu gruplar - temsil ettikleri siyasi ve ideolojik eğilimlere göre- reel ve olası anlamda kapitalist ve liberal bir sömürüye işaret ve itiraz etmektedirler. AB'yi, Batı merkezli ve küresel ölçekli bir sermaye hegemonyası oluşturmakla, oluşturmayı çalışanlarla aynı metotları kullanmakla ve paylaşımcı bir sistem için çaba göstermemekle suçlamaktadırlar. AB

¹¹ Avusturya'da bir diğer aşırı sağ, Avusturya'nın Geleceği İçin Birlik Partisi'dir. İki parti de 2009 seçimlerinde anti-semitist ifadeler kullanmış ve oyların yüzde 30'unu almışlardır.

ise Soğuk Savaş döneminin geride kaldığını, her bir ülke ile ilişkiler geliştirdiğini (Rusya dahil), kararların üyeleri tarafından ortaklaşa alınıp “Birlik’in ortak çıkarları” doğrultusunda hareket ettiğini vurgulamaktadır. Sömürgeci değil, üretken bir ekonomi anlayışı ve savaş yerine barış politik yaklaşımı ile diğer dünya ülkelerine de katkı sağladığını bildirmektedir.

Bu bağlamda 21 Mayıs 2012 tarihinde Almanya’da yapılan bir gösteriye işaret edilebilir. Burada, AB’nin borç içinde olan ülkelere getirdiği tasarruf politikalarına karşı çıkmış ve “Almanya’nın başını çektiği emperyalist ülkelerin Yunanistan’ı sömürge haline getirmek istediğine” dikkat çekilmiştir. Sömürücü politikalar hayata geçirdiği eleştirisi ile AB, Avrupa Merkez Bankası (AMB) ve Uluslararası Para Fonu (IMF) troykası ile AB tarafından karar altına alınan ve bütçe açığı hedefini aşan ülkeleri cezalandırmayı öngören Mali İstikrar Paketi hedeftedir. Gösteri sırasında en çok “AB diktasına karşı gücümüzü birleştirelim!”, “Bizim adımıza Avrupa çapında yoksullaştırma politikası yapamazsınız!” ve “Yaşasın uluslararası dayanışma” sloganları atılmıştır (Özdemir, 2012).

İzlandalı ve Norveçli Balıkçılar: AB’nin genel balıkçılık politikası ile avantajlarının elinden alınacağı ve getirilen yeni standartların karlarını azaltılacağı gerekçeleri ile bu iki ülkenin balıkçıları AB şüpheli bir tutum almışlardır. Bu bölgelerde kurdukları hakimiyetin sınırlandırılacağı ve karasularının AB’li balıkçılar tarafından işgal edilebileceği düşüncesi bu çerçevede önemli bir rol oynamaktadır.

AB Komisyonu’nun genişlemeden sorumlu üyesi Stefan Füle, balıkçılık ve tarım politikası, çevre, bölgesel kalkınma, gıda güvenliği ve mali yönetim gibi fasıllarda İzlanda ile zorluklar yaşanabileceğini açıklamıştır. Vurgulamak gerekir ki, ihracatının yaklaşık yarısını balıkçılık sektöründen sağlayan İzlanda için balıkçılık AB’ye üyelik sürecinde ciddi bir engel telakki edilmektedir. İzlandalı balıkçılar, 35 yıldır 200 millik karasularında tek başına avlanmaktadırlar. AB üyeliği durumunda İspanyol ya da İngiliz balıkçılar ile avlarını paylaşmak arzu edilmemektedir. Aynı davranış, Norveç’in 2010 yılında uskumru balığı krizinde tek taraflı olarak İzlandalı balıkçılara kara sularını kapatmasında görülebilmektedir.

Kamu İşçileri ve Sendikal Örgütler: Üye ülke ekonomilerinin Birlik standartlarına evrilmelerinde (yeteri kadar) kar etmeyen yapıların özelleştirilmeleri ve getirisinin etkin yönetim yoluyla artırılması AB tarafından talep edilmektedir. Kamu işletmelerinin özelleştirilmeleri ve çalışan sayılarının azaltılması gibi tedbirler, AB şüpheli bir algı yaratmaktadır. İşçilerin korkusu işsiz kalmak, sendikalarınki ise liberal

yönetmelikler ile varlıklarının pasifize edilmesidir. Buna ilişkin bütün eleştiriler, entegrasyon sürecine yönelmektedir.

Norveçli AB şüpheli kimi sosyal gruplar: Onlara göre AB ile bütünleşmek, toplumlarının kıtadaki gelişmeler ve alışkanlıklar ile dejenere olmasıdır. Bu çerçevede ekonomik eşitsizlik, sermayenin eziciliği, uyuşturuocu kullanımı, seks ticareti, kadın-erkek eşitsizliği, kentli yaşamın kendini empoze etmesi gibi negatif tesirlerden çekinilmektedir.

2.4. Siyasi Arenada AB Şüpheli Motivasyonlar

Bütünleşmeye karşıt ve şüpheli görüşler, siyasi aparatlarda kabul görebilmektedir. Son dönemlerde dikkat uyandıran AB şüpheli politik olaylar yaşanmaktadır (Katz, 2008, s. 151-180):

- 2009 Avrupa seçimlerinde düşük oranlı katılım¹²
- Avrupa Parlamentosu'nda 2009 seçimi sonrasında Özgürlük ve Demokrasi'nin Avrupa'sı (EFD) ve Avrupalı Muhafazakârlar ve Reformcular (ECR) isimli, biri sert diğeri yumuşak karakterli iki AB şüpheli fraksiyonun kurulması¹³
- İngiltere'de AB şüpheli Muhafazakâr Partisi'nin iktidara ve lideri David Cameron'ın Başbakan seçilmesi veya

¹² 4-7 Haziran 2009 tarihleri arasında gerçekleştirilen Avrupa Parlamentosu (AP) seçimleri tarihinin en düşük katılım oranını tecrübe etmiştir. 2004 seçimlerinde yüzde 45 olan katılım oranı, bu seçimlerde yüzde 43'e gerilemiştir. Bu düşüş, aşırı sağ partilerin güçlenmesine neden olmuştur ve kimilerince AB'nin meşruiyetini tartışmaya açmıştır. AB seçiminin ilgisinin azalmasının ana sebepleri olarak seçim dönemlerinde çoğunlukla ulusal konuların işlenmesi, AP seçimlerinin ulusal seçimlerin bir ön provası olarak yorumlanması ve AP'nin seçmen ile hedeflediği bağı tesis edememiş olması gösterilebilir. Seçimlere katılma oranı Belçika, Luksemburg, Malta ve İtalya'da yüzde 75'lerin üzerinde çıkmasına rağmen, Litvanya ve Slovakya'da yüzde 20'lerde seyretmiştir.

¹³ AP'de ilk AB şüpheli fraksiyon 1994 yılında görülmektedir. Akabinde, 1999 yılında Halklar Avrupası için Birlik (Union for Europe of the Nations, UEN) ve Bağımsızlık ve Demokrasi (Independence/Democracy, IND/DEM) fraksiyonları ortaya çıkmıştır. EFD Fraksiyonu (Europe of freedom and democracy Group) fiili olarak IND/DEM Fraksiyonu'nun devamı idi, fakat buraya daha önce IND/DEM üyesi olmayan partilerden katılım olmuştur. IND/DEM, 2009 AP seçimi sonrası AP'de fraksiyon oluşturabilecek yeterli sayıya ulaşamamıştır. AP'de bir fraksiyon kurulabilmesi için en az yedi değişik AB üyesi ülkesinden minimum 25 milletvekili gerekmektedir. Diğer taraftan, bu seçimle AP'ye yeni sağ eğilimli ve AB şüpheli partiler girmiştir. Bunun üzerine bazı IND/DEM üyeleri, bu seçim sonrası kurulan ECR (European Conservatives and Reformists) Fraksiyonu'na bağlanmıştır. ECR, temelde Avrupa Reform Hareketi'ne (Movement for European Reform) dayanmaktadır; 2009 seçimi öncesi Avrupalı Demokratlar (ED) ve şefi -şimdi İngiltere Başbakanı olan- David Cameron, Avrupa Halk Partisi (European People's Party, EPP) ile beraber oluşturdukları EPP-ED Fraksiyonu'ndan ayrılmaya karar almışlardır ve ECR'yi kurmuşlardır. ECR, genel olarak muhafazakâr ve anti-federalist bir politika izlemektedir. EFD ise İngiliz UKIP, Lega Nord ve çeşitli sağ eğilimli küçük partilerin katılımı ile -ECR'ye nazaran- daha sert bir AB şüpheli tutuma yönelmiştir. Örneğin İngiliz Bağımsızlık Partisi (United Kingdom Independence Party, UKIP ya da UK Independence Party), asıl amacı olarak İngiltere'nin AB'den çekilmesini deklare etmiştir.

Aktüel durumda AP'de bulunan fraksiyonların sıralaması şöyledir:

EPP (Avrupa Halk Partisi / Muhafazakârlar): 271
 S&D (Sosyalistler ve Demokratlar İlerici İttifakı): 190
 ALDE (Avrupa Liberaller ve Demokratlar İttifakı): 86
 Greens-EFA (Avrupalı Yeşiller-Avrupa Serbest İttifakı): 58
 ECR (Avrupa Muhafazakârlar ve Reformcular): 52
 EUL-NGL (Avrupa Birleşik Sol-İskandinav Yeşil Sol): 34
 EFD (Avrupa Özgürlük ve Demokrasi): 34
 Bağımsız: 29

▪ Hollanda'da Geert Wilders'in Özgürlük Partisi'nin AB'yi Hollanda'nın milli menfaatlerini direkt etkileyebilecek tehditlerin başında gördüğünü ifade etmesi.¹⁴

Genel olarak, siyasi partilerin hangi kanaatlerle AB bütünleşmesini desteklediği, nerelerde karşı hareket ettiği ve ne tür şüpheli reflekslere sahip oldukları önem arz etmektedir. Partilerin AB şüpheli pozisyonlanmalarında değişik argümantasyonlar not edilebilir:

1) AB şüpheliğinde öncelikle gözlemlenen iktidar-muhalefet ilişkisidir (Sitter, 2001): Hem sol hem de sağ eğilimli partiler muhalefette kaldıklarında ya da uzun bir süre iktidar olamayacağını anladıklarında -muhalif duruş gereği- AB şüpheli bir tavır geliştirebilmektedir. Bu tarz bir şüphelik, çoğunluk olarak, Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri ile Türkiye'de görülebilmektedir.

2) Kimi partiler bütünleşme sürecinin AB'yi "süper devlet" ya da "federal devlet" karakterine büründüreceği kabulüyle ülkelerinin bağımsızlığından tasa duymaktadırlar. Burada İngiltere, Danimarka gibi üye ülkeler veya İtalyan Kuzey Birliği Partisi¹⁵ (Lega-Nord) örnek olarak verilebilir. Ortak korku, Brüksel merkezizetçiliğinin/otoritesinin yerellik/bölgesellik alanlarında hâkim olma durumudur.

3) AB entegrasyon süreci kimi partiler tarafından sermayenin menfaatlerinin ve Avrupa kapitalizminin hayata geçiriliş projesi anlamında değerlendirilmektedir. Paralelinde, Üçüncü Dünya ülkelerine hala emperyal bir gözde bakıldığı ileri sürülmektedir. Bu tür söylemlere daha çok kuzey üyelerin sol ve sosyalist partilerinde rastlanmaktadır.

4) Üye ülkelerde üyelik gereklilikleri, adaylarda üyelik kriterleri ile milli kimlik ve normların içinin boşaltılacağı düşüncesi, AB şüpheli bir diğer etmendir. Batı Avrupa'nın aşırı sağcı partilerinde (örneğin Avusturya Özgürlük Partisi, FPÖ ya da İsviçre Halk Partisi, SVP) bu çeşit bir AB şüpheliği temsil görmektedir. FPÖ sağcı popülist, SVP ise milli-muhafazakar bir çizgide politika yapmaktadır.

¹⁴ Wilders, 2009 yılında Hollanda'da bugüne kadar var olan ancak toplumun önemli bir kesimince onanmayan Müslüman tehdidinin yerine AB'yi koymuştur. Ayrıca, Hollanda'nın AB'ye gönderdiği paranın "doğuya yardıma gidiyor" diyerek "israf" olarak nitelenmiş ve kısılmasını önermiştir (Genugten ve Jones, 2009).

¹⁵ İtalya'da 1990'ların başında sahneye çıkmış bir partidir. Federalist ve bölgeselci bir tutumu vardır. İlk olarak, Kuzey ve Orta İtalya'da 1980'lerde ortaya çıkıp büyüyen pek çok bölgesel partinin birleşmesi ile kurulmuştur. Partinin siyasi programında İtalya'nın kuzey bölgeleri için özerklik hedeflenmektedir. AB politikasında "bölgelerin Avrupası" fikrini desteklemekte ve buna engel olarak gördüğü merkezizetçiliğe karşı gelmektedir. Egemenliğin Brüksel'e devri konusunda sert muhalefet yapmaktadır. Bu eğilimler partiyi AB şüpheli bir kimliğe sokmaktadır. 2008 seçimlerinde aldığı % 8 oy oranı ile Silvio Berlusconi'nin kurduğu hükümetinin koalisyon ortağı olarak 2011'e kadar iktidar paylaşmıştır (Ansoy, 2010).

5) AB'ye 2004 yılında üye olmuş Doğu Avrupa ülkelerinde AB Őüpheciliđinin başlıca özelliği; karar alma ve hareket özgürlüklerinin eskiden "Komünizm" Őimdilerde de "Brüksel bürokrasisi" ile tehlike altında olduğu inancıdır. Siyaset, ekonomi ve kültürde küçük ve orta ölçekli üyelerin özgünlüklerine dokunulmaması talep edilmektedir. AB'nin karar alma mekanizmalarında ve ilgili diğer direktiflerinde bu türden endişeler paylaşılmış görünürken, "Büyük balık küçük balığı yutar" mottosunu ufak partilerin bırakmayacağı öngörülebilir.

6) Slovenya, Hırvatistan ve Macaristan kimi devletlerde ekonomi odaklı spesifik bir AB Őüpheciliđi bulunmaktadır. Birlik'in menfaatleri ile üyelerinin milli çıkarlarının uyuőmadıđı iddia edilmektedir. Ekonomi yönetiminin yerel mercilerde kalması dile getirilmektedir. AB menőeli direktifler ile ülke ekonomilerinin yapay olarak büyüdüğu, konsorsiyumların manipulesine açık hale geldiği savunulmaktadır (Lindstrom, 2002). Benzeri eleştirileri Türkiye'de de görmek mümkündür.

7) Estonya Bağımsızlık Partisi, coğrafya merkezli bir AB Őüpheciliđi seslendirmektedir. Estonya Rusya ile sınır olmasına atıfta bulunarak, "Doğu ile Batı arasında Estonya'nın tarafsız kalabilme hakkı" talep etmektedir (Ehin, 2003). Bildirilmelidir ki, AB'ye üye olan bir devletin yetki ve sorumlulukları tarif edilmiştir. Ortak bir dış politika oluşturmak ya da komőuluk politikasını derinleőtirmek AB'nin hedefleri arasındadır.

8) İsviçreli AB Őüpheçiler, AB entegrasyonu ile meydana gelebilecek olası göçler sonucu zaten kozmopolit etnik yapılarının risk sınırını geçmesinden, zenginliklerinin paylaşılmasından ve kültürel yabancılaőmaktan tedirginlik duymaktadır. AB ile ilişkilerini ikili antlaőmalarla düzenleyen İsviçre, en çok elektrik, sağlık ve tarım konularında sıkıntı yaşamaktadır. Ülkede Merkez Demokratik Birlik Partisi AB karőtılıđı ile tanınmaktadır. İlaveten, AB'nin yaşanan ekonomik kriz sürecinde Yunanistan ile ilgili olanı başta olmak üzere izlediği ekonomik politika cazip gelmemektedir.

9) AB Şüpheci kimi partiler, gerek AB ülkelerinde doğum ve göçler ile giderek artma eğilimi gösteren ve gerekse olası yeni üyeler ile (örneğin Bosna-Hersek, Makedonya, Türkiye) Müslümanların varlığından -daha doğrusu İslamlaőmadan- endişe etmektedirler. Açıklanan korku, İslamcı retorik ve kabullerin laik yaklaőımlarına kendi tezlerine dikte ettirmesidir. Kadın hakları veya homoseksüellik gibi alternatif yaşam tarzları bu kapsamda dile getirilen başlıca konulardır.

Örneğin Danimarka Halk Partisi¹⁶ (Die Dansk Folkeparti) üyesi Søren Krarup şu kanıdadır: “İslam 1400 yıldır Avrupa Hıristiyanlığını fethetme ve baskı altına alma girişimindedir” (Phillips, 2009). 2007 yılında İslam dinini “binlerce insanın vicdanında onanabilmiş totaliter bir rejim” olarak tasvir etmişti. Krarup, Avrupa’nın özgürlükçü yapılarının radikal ve başka bir düşünceyi kabul etmez İslamcı yaklaşımlar ile zedeleneceği ve Avrupalının kültürel düzlemde bir çözülme yaşayacağı vurgulamaktadır. İfade edilmelidir ki, Danimarka Halk Partisi, sağcı-popülist bir çizgi takip etmektedir ve yabancı düşmanı olarak kategorilenmiştir (Ertel, 2000). Aynı şekilde İspanya’da, Katalonya’da Platforma Partisi 2008 seçimlerinde Müslümanlara karşı nefret söylemleri kullanmıştır. İsviçre’deki cami ve Fransa’daki peçeye ilişkin yasaklar, işte İslamlaşma korkusunun bir belirtisi olarak okunabilir.

10) Avrupa’daki kimi partiler, AB’nin illegal göçlere etkin bir çözüm geliştiremeyeceği ve yerel otoritelerin tedbirlerini hat safhaya çekmelerini salık vermektedirler. Örneğin Finlandiya’daki Gerçek Finliler Partisi (Perussuomalaiset)¹⁷ bu düşünceyi sık sık dile getirmektedir. Parti üyesi Jussi Halla-aho illegal yollarla gelenlerin derhal geri gönderilmeleri gerektiğini, bunların suç oranlarını arttırdıklarını ve diğer yasadışı faaliyetlerin bir figüranı olduklarını seslendirmektedir. Siyasi sığınma hakkı arayanları “Afrikalı gangesterler ve parazitler” ve toplumları için “problem kaynağı” görmektedir (Phillips, 2009). Örneğin Belçika’da Vlaams Belang Partisi, ülkedeki göçmenlere karşı sert yasaların çıkarılması gibi ırkçılığı savunmaktadır.¹⁸

“Siyasette gelişen bu AB şüpheli pozisyonlara karşı AB destekleyicileri ne düşünmektedir?” sorusu önem taşımaktadır. Bu kapsamda son yılların özet talebi, Financial Times Almanya gazetesinin editörü Andreas Theyssen’in 2008 Eylül’ünde kaleme aldığı makalesi ile yansıtılabilir:

“Biz [Avrupalılar], AB şüpheliğinin toplumsal tartışmalarda çoktandır merkezi kaplamasına alışmış durumdayız. Fakat eski ve

¹⁶ Danimarka Parlamentosu’nda 2001 yılından itibaren üçüncü büyük partidir. Dışardan muhafazakar hükümetlere destek vermektedir. 2007 seçimlerinde, Karikatür krizinin etkisiyle alevlenen İslam tartışmalarına bolca girmiş ve %13.8’lük bir oy almıştır. Seçim kampanyalarında “Danimarka Danimarkalıları” tarzında bir sloganları dikkat çekmiştir.

¹⁷ Bu parti AB’yi kapitalist bir proje olarak tanımlamaktadır. Fin milliyetçiliği, halkçılık, milliyetçi-muhafazakârlık ve tarımcılık başlıca politik eğilimleri arasında sayılabilir.

¹⁸ Fransa’da Romenlere karşı görülen ırkçılık bağlamında Balibar şu kanaattedir: “Dekolonizasyon döneminin yeni ırkçılığı göç akışının metropollerden kolonilere olduğu dönemin değil, tam tersine eski kolonilerden metropollere doğru olduğu ve insanlığın tek bir siyasi oluşum içerisinde yaşarken bölündüğü dönemin bir ırkçılığıdır. İdeolojik olarak Fransa’da göçmen sorununa bağlı şuan ki ırkçılık ‘ırksız ırkçılık’ çerçevesine oturmaktadır. Bu biyolojik mirası değil fakat kültürel uyumsuzlukları ön plana çıkaran bir ırkçılıktır. [...] Hayat tarzlarının ve geleneklerin uyumsuzluğunu savunan bir ‘farklılık ırkçılık.’” (Balibar, 1991, s. 18).

yeni tartişmalar arasında yenisinin lehinde bir kalite ortaya çıktı. Karşımızda toplumsal boyuta evrilmiş, siyaseten başarlı bir AB fobisi var. İşte buna alışamayız. Avusturya'da iktidar partisi SPÖ ağıktan yürüttüğü AB karşıtı bir kampanya ile seçimleri kazandı. [...] Bir AB üyesi olan Çek Cumhuriyeti'nde yönetim Brüksel fobisi efsane olmuş Vaclav Klaus'un ellerinde. İrlanda'da, milyarder Declan Ganley, vatandaşlarının AB Anayasası Reform Anlaşması'nı reddetmeleri hedefiyle bazı kampanyaları finanse etti. [İrlandalıların AB'de reform öngören Lizbon Anlaşması'nı reddetmesi] Birlik'in tamamını derin bir sıkıntıya soktu. [Bütün bu gelişmelerin de etkisiyle] Çek Cumhuriyeti'nde, İsvetç'te, Fransa'da, İngiltere'de ve Polonya'da AB karşıtı güçler sahnede öne çıkmaktadır. [...] Artık sorunlara yol açan Brüksel bürokrasisini düzeltip, gerçek AB'yi tasarlama zamanıdır. AB entegrasyonu, uğruna mücadele edilmeye değer bir projedir. Bu sebeple, Avrupalılar sahneyi Ganley, Klaus veya Haider gibilerine teslim etmemelidir."¹⁹

3. AVRUPA ENTEGRASYONUNDA AB ŞÜPHECİ TEMEL İKİ ELEŐTİRİ

Avrupa'da bütünleşme projesine dair sıkça yaşanan tartişmaların başlıcaları, AB'nin çalışma sistematiğine ve geleceğine ilişkin olanlardır. Şüphenciler, AB'nin kendi içerisinde çözüm bulması gereken somut ve ciddi sorunların olduğunu vurgulamaktadırlar (Casny, 2008, s. 23-47). Bunlar: 1) Entegrasyon modelleri kapsamında üye devletler arasında ciddi çelişkiler (Bieling ve Lerch, 2006, s. 3-19; Jachtenfuchs ve Kohler-Koch, 2003, s. 47-68) ve öncelik derinleşmede mi (Schimmelfennig ve Seidelmeier, 2002, s. 502) yoksa genişlemede mi olmalı problematiği (Faber, 2007); (bununla ilintili olarak) 2) ortak dış, güvenlik, savunma (Avrupa ordusu dahil) ve maliye politikalarının geliştirilmesi konusu.

Avrupa bütünleşmesinde Altılılar genişlemeye başladığıça (yani üye sayısı arttığıça) üyeler arasında bir yandan ekonomik ve sosyal bağlamalarda diğer yandan entegrasyon süreci ile beklenti ve hedeflerde farklılıklar çoğalmıştır. Böylece AB entegrasyon sürecinin "nihai varılacak model" hakkında bir tartişma ortaya çıkmıştır. Temelde iki pozisyon yarışmaktadır: Siyasal ve ekomik bütünleşme veya federal yapılanmış "Avrupa Birleşik Devletleri" modeli ile

¹⁹ İrlandalılar, Lizbon Antlaşması'nı 2008'deki ilk referandumda yüzde 53'lik bir oranla reddetmişler, fakat 2009'daki ikinci referandumda yüzde 67 ile onaylamışlardır. Birlik, ilk referandumdan sonra Lizbon Antlaşması metninde herhangi bir değişiklik getirmemiştir, lakin aldığı kimi kararlar ile İrlandalılar'a, "AB Komisyonu'ndaki üyelerini koruyabilecekleri, vergi oranları, tarafsızlık ve kurtaj gibi kimi hassas konularda kendilerine herhangi bir dayatmada bulunulmayacağı" güvencesini vermiştir.

ekonomik güdülemiş "hükümetler arası işbirliği" modeli.²⁰ Birincisinde; Avrupa bürokrasisi ve uluslarüstü karakter inşa edilmelidir. Kültür, savunma ve dış politika gibi alanlarda daha derinleştirilmiş siyasi bir işbirliği salık verilmektedir İkincisinde, üye devletler merkez, meşru ve egemen aktörlerdir. AB'nin küresel rekabetçi ekonomini oluşturmak hedeftir ve bunun için amaç birliği yapılarak hareket edilmelidir. Yalnız AB düzeyinde daha politik entegrasyona şüphe ile bakılmaktadır. Giderek birbiri ile daha da bütünleşmiş bir hal alan Avrupa entegrasyonu çerçevesinde sorgulanmaktadır ki, bu yaklaşma daha nereye kadar gidecektir ve Avrupa ile ulus-devletler düzeyinde yetkinlikler nasıl paylaşılacaktır; diğer anlatımla, ne kadar ulusal ne kadar uluslarüstü bir yapılanmaya gidilecektir? AB şüphecileri, genel olarak bütünleşmeyi reddetmediklerinden itirazlarını sürece veya ilgili alana yapmaktadırlar; bu bağlamda da çok fazla bütünleşmeyi (derinleşmeyi) onamamakta ve ulusal yapıları etrafıca aşındıracak Brüksel otoritesine çekimser kalmaktadırlar.

Yukarıda dile getirilen birinci hususta; İngiltere, Danimarka ve İsveç gibi Kuzey Avrupa ülkeleri, ulusal çıkarlarının daha iyi temsil edileceği düşüncesi ile "ekonomik bütünleşme" modellerine ağırlık verilmesini talep etmektedirler. AB'nin ancak ekonomik yolla global bir vizyon geliştirip, küresel sistemin önemli aktörü olacağına inanmaktadırlar.²¹ Diğer taraftan, Almanya ve Fransa başta olmak üzere diğer bir grup ise AB üyeleri arasında "siyasi düzeyde derin bir işbirliği"nden yana tavır almaktadırlar (Weske, 2006, s. 9-17). Rocard iddia etmektedir ki, federal bir Avrupa projesi 1972'de tarihe gömülmüştür, "çünkü Büyük Britanya ne zaman fırsatını bulsa AET'yi genişlemeye itecek, bütünleşmeye yönelik hareketleri engelleyecekti[r]. [...] Salt ticari beklentilere dayalı bir gümrük birliği topluluğu" için çalışacaktır (2008, s. 78).²²

İkinci hususta paradoks (gibi de değerlendirilebilecek) bir durum söz konusudur: AB şüphecileri, bir taraftan dış politika, güvenlik, savunma ve maliye gibi spesifik alanlarda ulusal tasarrufların minimize edilerek ortak politikalarının geliştirilmesine yakın durmamaktadırlar; öte taraftan, uluslararası siyaset dengelerinde AB'yi -nüfuz ve potansiyel açısından- diğer küresel

²⁰ Atılgan, Canan/Klein, Deborah (2006): EU-Integrationsmodelle unterhalb der Mitgliedschaft, in: http://www.kas.de/db_files/dokumente/arbeitspapiere/7_dokument_dok_pdf_8414_1.pdf (22.1.2013).

²¹ Bu gruba dahil olan üyeler, Türkiye'nin AB entegrasyonunu desteklemektedir, çünkü Türkiye'nin böyle bir AB'ye ekonomik ve siyasi anlamda katkı verebilecek potansiyellere sahip olduğu ileri sürülmektedir.

²² Rocard'a göre: Britanya diplomasisi uzun yıllar şu iki temel özelliği barındırmıştır: "Uyarılık düzeyi kuşku uyandıran olan Avrupa'nın iç işlerine karışmamak" ve "yüzyıllardan beri süregelen daimi kaygı: Kitadaki büyük güçlerden biri yani Almanya, Fransa ya da Rusya'dan biri baskın olduğunda diğer ikisinden biriyle askeri bir ittifak kurarak birinci gücün üstünlüğünü sınırlandırmak" olasılığı - ki burada temel amaç kıtanın bütünleşmesini engellemektir (2008, s. 75-76).

aktörler ile (örneğin ABD) ile karşılaştırarak memnuniyetsizliklerini dile getirmektedirler. (Öncelik ve motivasyonları ülkeden ülkeye değişebilen) AB şüphencilerine göre, dış politika başlığında, Eski Yugoslavya operasyonu (1999) ve ikinci Irak savaşı (2003) sonrasında AB'nin ortak bir dış ve savunma politikası olmadığı, üyeleri arasında görülen ayrışmalar ile teyit edilmiştir. AB'nin askeri başta olmak üzere birçok alanda hala ABD bağımlısı olması eleştirilmektedir. Ortak mali yönetime ilişkin İngiltere, Danimarka ve İsveç gibi kimi üye ülkeler Euro Bölgesi'ne katılmamıştır. Aktüel ekonomik kriz bu tartışmaları derinleştirmiştir. Bazı ülkelerde Euro Bölgesi'nden çıkmak artık daha kuvvetlice seslendirilmektedir (Pastors ve Schäfer, 2010). Yunanistan'da dramatik biçimde gerçekleşen ekonomik bozgunun emareleri Portekiz, İspanya, İtalya gibi diğer AB üyelerinde kendini hissettirmektedir. Bu gelişmeler, çeşitli AB şehirlerinde organize edilen gösteri ve yürüyüşlerde yaşanan ve AB şüphenciliğini güçlendiren sosyal problemlere işaret etmektedir. Bu noktada aktarmak gerekirse, Avrupa genelinde yapılan bir kamuoyu yoklamasına göre: "Avrupalıların üçte ikisi ortak pazarın yalnızca büyük şirketlere yaradığını düşünürken, ankete katılanların yarısı AB içindeki statükonun çalışma şartlarını geriye götürdüğünü ve siyasi birliğin zor durumda olanların sorunlarına çözüm bulmaktan uzak olduğunu" düşünmektedir (Der Freitag, 2011).

Günümüzde AB bütünleşmesinde genel olarak ikinci model hâkimdir, çoğu AB ülkesinde öngörülebilir bir gelecekte bu model gerçekleştirilebilir bulunmamaktadır. AB'nin bütünleşme modelleri önümüzdeki dönemlerde daha tartışmaya açıkken, üyeleri arasında ne tür kırılmalar olacağı veya ne tür birliktelikler geliştirileceği takip edilmeye değerdir. AB şüphencilere göre özetle: Her üye ülkenin kendi tarihi, kültürü, yapısal özellikleri, ekonomik ve siyasi öncelikleri mevcuttur; paralelinde AB'nin aşamadığı strüktürel, politik ve ekonomik zayıflıklar, Birlik çatısı altında daha fazla derinleşme yolunda isteksizlik uyandırmaktadır (İdiz, 2011). O sebeple, daha iç içe geçmiş siyasi modellerde uzlaş, üyelerin genelinde mevcut olan AB şüphencilerini "ortak bir gelecek - ortak kimlik/değerler/normlar/çıklarlar" bağlamında derinlikli olarak ikna etmeyi gerektirmektedir. Sadece AB'nin üç motor ülkesinin (Almanya, Fransa ve İngiltere) arasındaki faylar dikkate alınınca bunun ne kadar çetrefilli olduğu tahmin edilebilmektedir (Schimmelfennig ve Sedelmeier, 2005, s. 174-194).

SONUÇ

II. Dünya Savaşı'ndan sonra adım adım ilerleyen Avrupa'daki entegrasyon projesi, tarihinin çeşitli dönemlerinde problemler ve kırılmalar hep yaşaya gelmiştir. Bu bütünleşme, ekonomik faaliyetlerden siyasete doğru bir seyir ("spill-over") izlemiştir. Yani hem siyasal hem de ekonomik gelişmeler entegrasyon süreçlerinin temel etmenleridir. Kültürel ve sosyal faktörler ile bütün bunların birbirleri ile etkileşimi, bütünleşmenin derinlik ve kapasitelerini belirlemektedir. Bu projesi için başlangıçta "United States of Europe" ülküsü, olası bir varış noktası olarak zikredilmesine rağmen, yarım asrı geçkin bir sürede geldiği yer itibariyle sezinlenebilir ki, dış politika gibi kimi kritik konularda üyelerinin refleksleri çoğunlukla milli düzeylerde kalmaktadır. Toplamda, kıta büyük ölçüde bütünleştirilerek, bölgesel barış ve refaha kayda değer katkılar üretilmiştir. Öte taraftan, uluslararası siyasette AB, sahip olduğu reel güç ve potansiyelinin aksine hedeflediği çizgiden uzakta durmaktadır. Fark edilmektedir ki, entegrasyon sürecinin şekillendirici ortağı olan şüpheciler, ikircikli bir yaklaşımla AB'nin dile getirilen dönüşümü (daha doğrusu dönüşmemesi) meselesini kendi pozisyonlarına bir dayanak yapmaktadırlar. Lakin AB entegrasyonu ile ilgili tartışmalarda, genelde, contra tezlere yoğunlaşmaktadırlar. En merkeze kar-zarar hesabını oturtarak, AB'nin kendilerine negatif yapısal etkiler getirdiğini iddia etmektedirler. Karşıtlar gibi sürecin tamamına karşı çıkmamakta, belli alanlara (örneğin balıkçılık veya bütçe politikaları gibi) itirazlar getirmektedirler. Yinelemek gerekirse, Birlik karşıtları (örneğin *Avrupa Ülkelerinde AB Şüpheli Kimi Gruplar ve Sebepleri* başlığı altında açıklanan aşırı sağ cenahlar, küreselleşme karşıtı gruplar veya komünistler) farklı motivasyonlar ile ideolojik olarak entegrasyonu reddetmektedirler.

AB şüpheliği ve Avrupa bütünleşmesi bağlamında beş bulgu öne çıkmaktadır:

1. Şüpheliçilik olgusunun konuları, sebepleri, düzeyi ve argümanları ülkeden ülkeye ve bir dönemden başka bir döneme farklı olabilir.

2. AB'nin gerek önceden yaptığı gerekse gelecekte yapmayı düşündüğü genişleme ve derinleşme aktivitelerinin muhtemel/reel olumsuz etkileri, AB şüpheliçiliğini tetikleyen esaslı bir unsurdur.

3. Entegrasyon projesinin daha tutarlı gelişmesi ve daha sağlıklı derinleşmesi için AB şüpheli hareketler ciddiyetle çalışılmalıdır. Aksi takdirde, AB'nin kimi ulus üstü adımları engellenebilir veya referandumlar ile geciktirilebilir.

4. Maastricht Antlaşması ve özellikle Lizbon Reform Antlaşması'na eleştiriler özelinde görülmüştür ki, entegrasyon içerik ve süreçlerine halklar eklenerek demokratik ölçütlerin yükseltilmesi talep edilmektedir.

5. AB'nin yapısal reformlara ihtiyacı hem AB Şüphecileri hem de AB destekleyicileri tarafından seslendirilmektedir.

AB Őüpheciliđi son kertede; milliyetçi söylemler, ekonomik krize karşı yerel tepkilerin öne çıkması, "Avrupalılık" kimliğinin ulusallık ve milli egemenlik kavramları ile karşı karşıya getirilmesi olarak tezahür etmektedir. İlaveten, AB, kültürel ve toplumsal yozlaŐtırmalar, bürokratik işleyiş ve otoriter zihniyet sebepleri ile eleştirilmektedir. Vurgulanmalıdır ki, Avrupalılık olmaksızın AB'nin küresel bir "oyun kuran" olabilmesi mümkün görünmemektedir. Ekonomik anlamda gücünü kaybetme riski, ortak dış politika geliŐtirmemesi ve tam bu noktada artan AB Őüpheciliđi ile merkez sağ partilerin radikalleşmeye prim vermeleri, uzun vadede AB bütünleşmesi için bir risktir. Günümüzde AB Őüpheciliđi; üye ve adaylar genelinde milli çıkarları öncelemeyi talep etme eğilimi ile tetiklenirken, aktüel ekonomik gelişmeler entegrasyon tartışmalarının daha merkezine inmiŐtir, ancak kontrol destekleyenlerdedir.

Sonuç olarak, 2005 sonrası siyasi ve ekonomik sorunlarından dolayı AB'nin artık dağılıcağı iddiaları, en hafif şekliyle meseleye yüzeysel yaklaşmaktadır; 1951-2013 deneyimleri bunu göstermektedir. Önerilebilir ki, gerek üye gerek aday ülkelerde AB bütünleşme projesine reddiyeler, itirazlar, kuŐkular ve destekleyen tepkiler mikro odaklı değil, küresel ve fütürist bir bakış açısı ile kurgulanmalıdır - çünkü gerçek, mikro alanda ve Őimdiki zamanda yaŐansa da, gelecekte yazılır.

KAYNAKÇA

- ARISOY, Alper (2010). "İtalya'da Kuzey Bölgeselciliği ve Kuzey Hareketi", <http://esam.ege.edu.tr/makaleler/temmuz2010/makale-2.pdf> (01.10.2012).
- ARSLAN, Seyit (2012). "Avrupa'da istikamet aşırı sağ". Aksiyon, <http://www.aksiyon.com.tr/aksiyon/haber-32450-173-avrupada-istikamet-asiri-sag.html> (06.11.2012).
- ATILGAN, Canan ve KLEIN, Deborah (2006). "EU-Integrationsmodelle unterhalb der Mitgliedschaft", in: http://www.kas.de/db_files/dokumente/arbeitspapiere/7_dokument-_dok_pdf_8414_1.pdf (22.1.2013).

- BALIBAR, Étienne (1991). "Is There A Neo-Racism?", Race, Nation, Class; Ambiguous Identities". Balibar&Wallerstein, London: Verso.
- BEER, Angelika (2009). "Europa im Visier der Rechtsextremen". in: http://www.cap.lmu.de/download/2009/Europa_im_Visier_der_Rechtsextremen.pdf (14.10.2012).
- BIELING, Hans-Jürgen ve LERCH, Marika (2006). "Theorien der europäischen Integration", Wiesbaden.
- CASNY, Peter (2008). "Zukunft der europäischen Integration - Wahrheiten über Europa", Hamburg.
- CAP (Centrum für angewandte Politikforschung (2009). "Europawahl 2009", in: <http://www.cap-lmu.de/themen/europawahl/schwerpunkte/euroskeptizismus.php> (15.5.2012).
- COSTA, Olivier ve BRACK, Nathalie (2009). "The Role(s) of the Eurosceptic MEPs", in: Fuchs, Dieter/Magni-Berton, Raul/Roger, Antoine (Hg.): Euroscepticism, s. 253-271.
- DECKER, Frank ve HÖRETH, Marcus (2009). "Die Verfassung Europas Perspektiven des Integrationsprojekts", Wiesbaden.
- EHIN, Piret (2003). "Estonian Euroscepticism: A Reflexion of Domestic Politics?", in: East European Constitutional Review 11/12, 2002/2003, Nr. 4/1; NYU, School of Law.
- EICHENBERG, Richard C. Ve DALTON, Russell J. (2007). "Post-Maastricht Blues: The transformation of citizen support for European integration 1973-2004", in: Acta Politica, 42 (2-3), s. 128-52.
- EICHENBERG, Richard C. Ve DALTON, Russell J., (1993). "Citizen Support for Policy Integration", in W. Sandholz and A.S. Sweet (eds.) Supranational Governance: The Institutionalization of the European Union, New York: Oxford University Press.
- ERTEL, Manfred (2000). "Dänemark, Starke Gesinnung", in: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-15986010.html> (04.10.2012).
- FABER, Anna (2007). "Die Weiterentwicklung der Europäischen Union: Vertiefung versus Erweiterung", in: <http://www.unizar.es/euroconstitucion/library/working%20papers/Faber%-202007.pdf> (06.4.2012).
- GENUGTEN, Saskia van ve JONES, Erik (2009). "The Far Right Cherishes This Crisis", in: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2009/apr/13/global-economy-globalrecession> (27.5.2012).
- HARMSSEN, Robert ve SPIERING, Menno (2004). "Introduction: Euroscepticism and the Evolution of European Political Debate", in: Euroscepticism. Party Politics, National Identity, and European Integration, s. 15 - 20.
- HILLE, Jochen (2005). "Gute Nation pder Europa? Euroskeptizismus", in Norwegen und in der deutschsprachigen Schweiz, s. 212.

- HOFFMANN, Isabell ve BRANTNER, Franziska (2009). "Europakritik wird schick, Spotlight Europe", in: <http://www.cap-lmu.de/themen/europawahl/download/Spotlight-Europakritik.pdf> (15.10.2012).
- İDİZ, Semih (2010). "Ne olacak bu AB'nin hali?", iç: <http://www.milliyet.com.tr/ne-olacak-bu-ab-nin-hali/semih-idiz/siyaset/yazardetay/19.05.2010/1235810/default.htm?ref=haberici> (10.5.2010).
- JACHTENFUCHS, Markus ve KOCHER-KOCH, Beate (2003). Europäische Integration, Opladen.
- KAHRAMAN, Sevilay, (2012). Avrupa Bütünleşmesi Kuramları, iç: AKÇAY, Belgin ve GÖÇMEN, İlke, Avrupa Birliği - Tarihçe, Teoriler, Kurumlar ve Politikalar, Seçkin Yayıncılık, s. 67-105.
- KATZ, Richard S. (2008). "Euroscpticism in Parliament", in: Szczerbiak, Aleks; Taggart, Paul (Hg.): Opposing Europe?, S. 2, s. 151-180.
- LINDSTROM, Nicole (2002), From Permissive Consensus to Contentious Politics: Varieties of Euroskepticism in Croatia and Slovenia. Central European University, Paper presented to the Corner Mellon-Sawyer Seminar "Towards a Transitional and Transcultural Europe".
- MCLAREN, M. Lauren (2006), Identity, Interests and Attitudes to European Integration. Palgrave Macmillan.
- MUDE, Cas ve KOPECKY, Petr (2002), The Two Sides of Euroskepticism. Party Positions on the European Integration in East Central Europe, in: European Union Politics, 3:3: 297 - 326.
- NETJES, Catherine (2004) 'All Aboard? Explaining Public Support for European Integration in a Post-Maastricht Era', Paper prepared for the panel 'Public Opinion and EU Enlargement' at the 2nd Pan-European Conference, Bologna, Italy, 24-26 June.
- ÖZDEMİR, Yücel (2012), AB diktası sökmeyecek, <http://evrensel.net/news.php?id=29341> (30.5.2012)
- PASTORRS, Wilfried ve SCHÄFER, Jan W. Griechenland-Krise: Bricht die EU auseinander, Herr Westerwelle?, in: <http://www.bild.de/BILD/politik/2010/05/07/aussenminister-guido-westerwelle-interview/zur-griechenland-hilfe-der-eu.html> (22.4.2012).
- PHILLIPS, Leigh (2009), Ukip, Lega Nord form hard-right bloc in EU Parliament, in: <http://euobserver.com/9/28394> (24.4.2012).
- RENKEN, Christoph (2009), Euroskeptizismus: Wie viel Europa brauchen und möchten wir? Die SPD im Prozess der europäischen Integration, in: <http://www.cap-lmu.de/themen/europawahl/download/europa09-Renken-Euroskeptizismus-SPD.pdf> (9.4.2012).
- RIEDEL, Sabine (2008), Nationalismus im EU-Parlament. Parteien, in: http://www.swp-berlin.org/common/get_document.php?asset_id=5623 (23.4.2012).
- ROCARD, Michel (2008), Avrupa Birliği Yolunda Türkiye'ye Evet, Çeviren: Olcay Kunal, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

- SCHMITT, Hermann ve THOMASSEN, Jacques (2005), The EU Party System after Eastern Enlargement, in: www.ihs.ac.at/publications/pol/pw_105.pdf (26.10.2012).
- SITTER, Nick (2001), The Politics of Opposition and European Integration in Scandinavia. Is Euro-scepticism a Government-Opposition Dynamic? In: *West European Politics* 24, S. 22-39.
- SMITH, Karen E. (2003), *European Union Foreign Policy in a Changing World*, Oxford: Blackwell.
- SORENSEN, Catharina (2008), Love me, love me not... A typology of public euroscepticism, in: <http://www.sussex.ac.uk/sei/documents/workingpaper101.pdf> (22.01.2012).
- TAGGART, Paul ve SZCZERBIAK, Aleks (2008, 1), *Opposing Europe?: The Comparative Party Politics of Euroscepticism 1: Case Studies and Country Surveys*, Oxford University Press.
- TAGGART, Paul ve SZCZERBIAK, Aleks (2008, 2), *Opposing Europe?: The Comparative Party Politics of Euroscepticism 2: Comparative and Theoretical Perspectives*, Oxford University Press.
- THEYSSEN, Andreas (2008), Rettet Europa!, in: <http://www.ftd.de/meinung/leitartikel/:kolumne-andreas-theysen-rettet-europa/419521.html> (29.5.2012).
- WAGENER, Hans-Jürgen, EEGR, Thomas ve FRITZ, Heiko (2006), *Europäische Integration. Recht und Ökonomie, Geschichte und Politik*, München.
- WESKE, Simone (2006), *Deutschland und Frankreich - Motor einer Europäischen Sicherheits- und Verteidigungspolitik?* Baden-Baden: Nomos.
- WEßELS, Bernhard: Spielarten des Euroskeptizismus, in: Decker, Frank / Höreth, Marcus (2009): *Die Verfassung Europas Perspektiven des Integrationsprojekts*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften S. 50 - 68.