

## BİLGİ TEKNOLOJİLERİNİ KULLANAN YENİ GİRİŞİMCİLİK MODELİNİN İŞ YARATMA ETKİSİ

Yrd. Doç. Dr. Orhan KOÇAK\*

### ÖZET

Bilgi teknolojilerinin ortaya çıkması ve yaygınlaşması hayatın içerisinde birçok değişiklikleri tetiklemiştir. Bu değişimden süreç içerisinde bulunan toplumlar faydalandığı gibi ayrıca işletmeler, yöneticiler ve girişimciler faydalanmaktadırlar. Girişimciler firma yatırımlarında gerek maliyetlerini düşürmek gerekse katma değer sağlayan ürün ve hizmet üretebilmek için bilgi teknolojilerini en önemli avantaj olarak görmektedirler. Bilgi teknolojileri girişimciler için bilgiyi arama ve ulaşma, haberleşme, üretimde otomasyon ve entegrasyon gibi desteklerden faydalanmak amacıyla kullanılmaktadır. Son yıllarda ortaya oldukça esnek, karar verme süreçlerinde hızlı, bilgiyi yoğun olarak iş süreçlerinde kullanan, yenilikçi ve iş yaratma etkisi olan girişimci tipi çıkmıştır. Bu bağlamda, girişimcilik ve bilgi ve iletişim teknolojileri ilişkisini farklı yönleri ve karşılıklı etkileşimlerini dikkate alarak çalıştım.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik, İş Yaratma, Bilgi Teknolojileri, Yeni Ekonomi, E-Ticaret.

### ABSTRACT

#### NEW ENTREPRENEURSHIP MODEL USES INFORMATION TECHNOLOGIES AND IT'S EFFECT ON THE JOB CREATION

The emergence and spread of information technologies have triggered lots of new changes in the life. All people benefited from these technologies including businesses, managers and entrepreneurs in the process. Entrepreneurs take into consideration information technologies

as an important competitive advantage both to reduce their costs and to produce goods and services that value added in the business investments. Information technologies are being used to benefit from some opportunities such as search and access to any information, communication, automation and integration in support of production by entrepreneurs. Some entrepreneurs have been emerging who pretty flexible, faster in their decision making processes, use intensive information in their business processes, innovative and consequently effective on the job creation in the last years. In that context, i studied between the relationship of entrepreneurship and information technologies by considering their different perspectives and interactions.

**Key Words:** Entrepreneurship, Job Creation, Information Technologies, E-Commerce, New Economy.

### GİRİŞ

Son 30 yıl içerisinde dijital ürünlerin hayatımızın her aşamasında yer alması ile birlikte ekonomik, sosyal ve kültürel alanda yansımalar kendini göstermiştir. Bu yansımalar ekonomi ve sosyal alanlardan kültürel alanlara varıncaya kadar dinamik bir değişimi başlatmıştır. İletişimin yeni formlarının ortaya çıkması ve gelişmesi, arz veya talebin yeterliliği ile ilgili kusurlu ve eksik bilgilerin sebep olduğu, geleneksel piyasa performansını engelleyen bariyerleri ortadan kaldırmıştır.

İnternetin ve bilgi işlem ve iletişim teknolojilerinin tüm ekonomik etkisi hala tam olarak anlaşılmış ya da ampirik olarak geniş kapsamlı test edilmiş olmamasına rağmen, girişimcilik ve firmalar üzerinde pozitif etkisinin var olduğu ve değişimin gerçekleştiği açıktır. Bazı geleneksel uygulamalar hala devam etmesine rağmen, kısa bir zaman içerisinde girişimsel birçok aktivite dramatik bir değişime maruz kalmıştır. Dolayısıyla, hızla büyüyen elektronik pazar yerlerinde (e-marketplace) yaratılan ekonomik değerden faydalanmak için, geleneksel meslektaşlarından tamamen farklı, internet vasıtasıyla online ortamda çalışan, yeni ve son derece bilgi teknolojilerine uyumlu e-girişimciler ortaya çıkmaktadır.

\* İstanbul Aydın Üniversitesi, İİBF, İngilizce İşletme Bölümü.

## 1. KLASİK GİRİŞİMCİ VE E-GİRİŞİMCİ MODELİ

Girişimci, mal ve hizmet üretmek amacıyla üretim faktörlerini bir araya getiren, hedeflediği ürün ya da hizmette katma değer yaratan ve bu anlamda mevcut pazar içerisinde kabul edilebilen riskleri alabilen bir birey olabileceği gibi süreç veya tüzel kişilik olarak düşünüldüğünde işletmede olabilmektedir. Bu tanımdan da anlaşılabilirliği gibi, girişimci öncelikle topluma, çevreye ve kendisine fayda sağlamak için üretmek amacıyla olmalıdır. Arz ve talep arasında risk alarak gerçekleştireceği bu süreçte, emek, sermaye ve hammadde gibi üretim unsurlarını kullanmaktadır.

Yukarıda belirtilen tanım daha çok sanayi toplumunda kullanılan değerler ile geleneksel girişimciyi ifade etmektedir. Ancak son yıllarda, bilginin artan önemi, bilgi işlem ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ve ucuzlaması, bilgiye erişimin kolaylaşması ve üretim süreçlerinde kullanılması, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişin zeminini oluşturmuştur. Yukarıda belirtilen üretim unsurlarına "Bilgi" dördüncü bir faktör olarak dahil olmuş ve katma değer yaratmada en önemli üretim unsuru olarak diğerlerinin önüne geçmiştir. Ortaya çıkan süreçte tedarikçi, müşteri ve toplumda ortaya çıkan talep, arz ve talep arasında denge sağlayacak girişimcinin, bilgi teknolojileri ve internet ortamına uyumlu olmalarını sağlamaktadır (Laudon and Laudon, 2007, 105). Bu anlamda, klasik tanıma "bilgi teknolojileri vasıtasıyla ulaştığı bilgiyi süreçlerde yüksek katma değer üretmek amacıyla kullanılan" şeklinde ilave edersek, ortaya e-girişimci kavramı çıkmaktadır.

Bir diğer ifadeyle, bilgi teknolojilerinin sağladığı katkılar ile öne çıkan girişimci modeli "e-girişimci" olarak da adlandırılabilir. E-Girişimcilik, yeni bir inovatif iş düşüncesi ile yeni ekonomi içerisinde bir teşebbüsü ifade etmektedir. Daha geniş ifadeyle, mevcut bilgi akışının olduğu ağ ya da internet üzerindeki platformu kullanarak, ürün ya da hizmetlerini tamamen elektronik ortamda değer yaratarak sunmaları anlamını taşımaktadır. Bu sürecin esası ve altında yatan gerçek, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve bu imkanları sağlamasıdır (Tobias, 2006, 333). Bununla birlikte, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki yenilikler, bugünün girişimcilerine mağaza ya da showroom olmaksızın, işlerini başarılı bir şekilde yönetme ve mal veya hizmeti daha kaliteli ve hızlı

üretme imkanı sağlamaktadır. Yinede bazı girişimciler için geleneksel yerel noktalar iş yapmakta birincil yerler olsa bile, sanal işletmelerin sahipleri (virtual business) internet üzerinde kısmen ya da tamamen e-girişimcilik uygulamalarını gerçekleştirmektedirler.

## 2. BİLGİ TEKNOLOJİLERİNİN GİRİŞİMCİLİĞE KATKISI

Sanayi Toplumundan Bilgi Toplumuna geçiş ile birlikte, bilgiye dayalı üretim süreçleri öne geçmekte, seri üretimin yerini esnek üretim almakta ve kitle üretiminin olduğu ölçek ekonomisi yerini çeşit ekonomisine bırakmaktadır. Dolayısıyla firmalar ve girişimciler yeni ekonomi olarak tanımlanan bu süreçteki değişimleri üretim ve yönetim süreçlerinde uygulamaktadırlar (Özdemir ve Diğerleri, 2006, 136). 1990'lardan itibaren, yeni ekonomi süreci içerisinde, daha fazla bireyler ve firmaların elektronik olarak bağlanması, hız, genel ve rekabetçi etkiler ve stratejik değişim vurguları geleneksel ticareti ve uygulamaları online ticari işlemlere doğru değiştirmeye sebep olmuştur. Yoğun üretilen ve makul fiyatlarla sunulan bilgi ve iletişim teknolojileri ve uluslararası rekabet tarafından tetiklenen, "eski" veya geleneksel metotlardan "yeni" veya e-iş'e geçiş süreci, oldukça dalgalı ve alışkanlıkları yıkıcı olarak tanımlanan bir döneme geçilmiştir (Matlay and Westhead, 2005, 280). Bilgiye kolay ve hızlı ulaşım sayesinde girişimci firma veya şahıslar dahil oldukları süreçlere katkılar sağlamaktadır. Özellikle ürün, hizmet ve bilgi üretiminde yenilikçi (innovative) yaklaşımlar öne çıkarak var olan dönüşüm döngüsünü daha da hızlandırmaktadırlar. Dolayısıyla girişimci, inovasyon, bilgi teknolojileri ve rekabet edebilirlik arasında ortaya çıkan birliktelik toplumların faydasına olacak sinerjiyi oluşturmaktadır.

### 2.1. Girişimcilik ve İnovasyon

Teknolojik değişimler, esnek ve merkezden uzak üretim teknikleri için ihtimalleri genişleterek modern ekonomilerdeki üretimi dönüştürmüştür. Bilginin rolünde ve ürün ve süreç inovasyonunun öneminin ortaya çıkmasında uyumlu bir yükseliş söz konusudur. Üretim organizasyonunda ve endüstri yapısında ortaya çıkan değişimlere karşı işgücünü yönetmek için bir takım stratejiler ortaya çıkmıştır. Bu değişimler "yönetim" den "girişimsel" ekonomik anlayışın hakim olduğu bir sürece geçişi başlatmıştır. Girişimsel ekonomide,

başarı için küçük esnek firmaların sunduğu bireysel motivasyona, yeni düşüncelere, risk almaya vurgu yapılmaktadır. Esneklik ve yenilik (innovation), süreklilik ve kontrolden daha önemli hale gelmiştir (Parker, 2001, 373).

Girişimcilik, bilgi teknolojileri ve inovasyon bir araya geldiğinde bir sinerji ortaya çıkmaktadır. Bu sinerji kullanıldığı takdirde firmaların yaşamlarının uzadığı görülmektedir. Özellikle, son yıllarda ortaya çıkan yeni ekonomi firmalarına (dot-com) baktığımızda, Amazon, eBay ve Google gibi şirketlerin ilk girişimleri, devrim karakterinde, radikal ve ortaya koydukları projelerle sektörlerinde kırılma sürecini başlatma niteliğinde olmuştur. Öte yandan, 1990'lı yıllarda bazı şirketler (dot-com) girişimlerini sadece var olanları taklit ederek yaptılar ve neticesinde piyasada varlıklarını sürdüremediler (Zhao, 2006, 11).

Girişimci, inovasyon, teknoloji ve strateji paradigmaları birbiri ile eklemli ve iç içe geçmiş durumdadır. Girişimci, pazarın ihtiyaçlarına odaklanırken, bunu yenilikçi (innovative) proje ve hamleler ve yeni teknolojilerin desteği ile stratejik bir plan çerçevesinde gerçekleştirmektedir. Yeni ekonomide girişimcilik, inovasyon ve bilgi teknolojilerinin kombinasyonu, firmaların uzun süreli iş ve istihdam yaratmaları için kritik bir faktördür. Bu kombinasyon, günümüzün değişen ve dinamik çevresinde başarı ve istikrar için hayati bir önem taşımaktadır. Böyle bir yaklaşım, mutlaka dinamik ve parçalar yerine bütünü (holistic) görmeyi gerektirmektedir (Zhao, 2006, 11).

## 2.2. Bilgi Teknolojileri Girişimci İlişkisi

Ürün ve servislerin ve üretim ve ticaretin küreselleşmesi ancak bilgi teknolojilerinin yoğun kullanımı ve ekonomik aktivitelerin dönüşümü ile gerçekleşebilmektedir. Özellikle gelişmiş olan ekonomilerde girişimciler, yeni ekonominin sunduğu imkanları kolayca ulaşabilmekte ve kullanabilmektedirler. Buna rağmen, tedarik zinciri içerisinde yeni teknolojileri etkin kullanamayan üreticiler ve satıcılar pozisyonlarını kaybetme riski taşımaktadırlar. Diğer yandan, bazı gelişmekte olan ülke girişimcileri, yeni teknolojileri yoğun olarak iş süreçlerine adapte etmekte ve gelişmiş olan ülkelerin firmaları ile yeni teknolojiler sayesinde rekabet edebilmektedirler (L. Mann, 2002, 3).

Girişimciler bir taraftan, hızla genişleyen bir yeni ekonomi içerisinde, var olan ekonomik potansiyeli yakalamak için yüksek kaliteli veriye, internetin de dahil olduğu farklı kaynaklardan elde edilen bilgiyi önemseyip güvenirken, diğer taraftan ise, özellikle internet üzerindeki bilgiye fazla güvenme bazen e-girişimcileri hızlı hareket eden, oldukça belirsiz ve doğal olarak tahmin edilemez bir ticari ortam ile buluşturmaktadır (Weick, 2002, 7). Bununla birlikte, sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmek ve devam ettirmek için, e-girişimciler artık dijital ortamdan izole olamazlar. Yani, yeni ekonomi içerisinde, girişimsel bilgi, dürtü ve beceri dikkate değer bir şekilde kolektif öğrenme ve paylaşım ile birlikte artmaktadır (Humphreys, and Brezillon, 2002, 57).

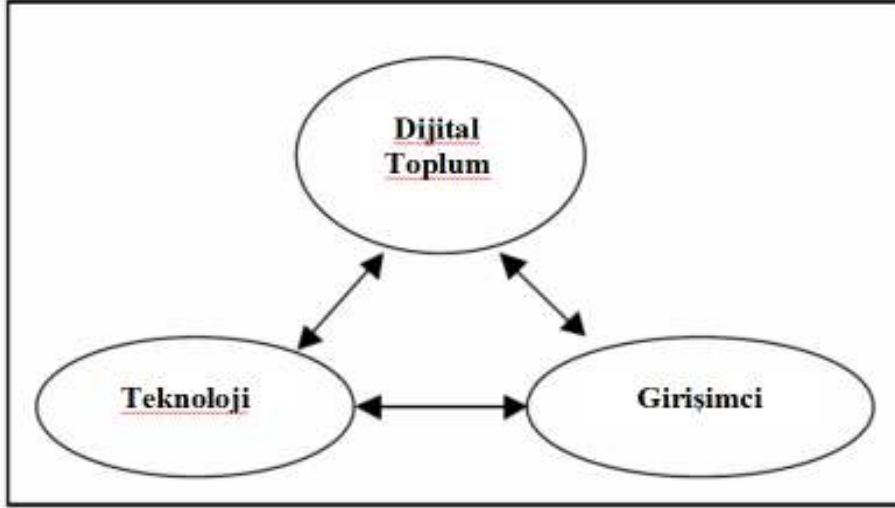
Dolayısıyla e-girişimcilik bağlamında, e-girişimciler öncelikle gelişmiş bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde veri akışı sağlamak ve iletişim kurmakla birlikte, gelişen yeni ekonomi imkanları ile daha fazla işbirliği yaparak karşılaşılan zorlukları son derece etkin yanıtlayabilmektedirler. Özellikle coğrafi olarak dağılmış e-girişimciler, menfaatler ve hedefler tarafından yönlendirilmekte ve internet tabanlı teknolojiler vasıtasıyla hem tedarikçi tarafıyla hem müşteri hem de çalışanlar tarafıyla etkileşim içerisinde bulunmaktadırlar. Amazon.com'dan verilen bir siparişi alınması ya da iTunes'den müzik parçalarının indirilmesi, bilgi teknolojileri olmadan yapılması mümkün olmayan iş süreçleridir (Laudon and Laudon, 2007, 44).

Geleneksel yöntemlerle çalışan mevcut girişimciler ise, dünyanın farklı bölgelerinde farklı şekillerde dijital ortamın sağladığı avantajlardan faydalanmak ve firmalarının daha kısa sürede daha fazla kar elde etmek amacıyla yatırımlarını ya dijital teknolojilere kaydırmakta ya da bu teknolojilerden en yüksek oranda istifade etmeyi tercih etmektedirler. Bu süreç kendiliğinden dijital toplumun şekillenmesine sebep olmaktadır. Teknoloji transferi ile beraber var olan iş modelleri değişime uğramakla birlikte, toplumun dijital yaşama adaptasyonu giderek artmaktadır.

Yeni girişimcilik modelinde ileri teknoloji, özellikle bilgi işlem ve iletişim teknolojilerinin kullanımı en önemli unsurdur. Dijital enstrümanları iş süreçlerinde verimli olacak şekilde kullanan girişimciler bilgi toplumuna dönüşümde önemli rol oynamaktadır.

Aşağıdaki şekilden de anlaşılacağı gibi teknoloji, girişimci ve bilgi toplumu arasında karşılıklı etkileşimin olduğu bir ilişki vardır.

Şekil 1 : Elektronik Ticaretin Üç Boyutu



Kaynak: Chao-Tung Wen, Technocrats, Entrepreneurship, and The Development of E-Commerce as an Industry: Evidence from Apec Economies, Graduate Institute of Technology and Innovation Management, National Chengchi University, Taiwan, p. 3.

### 2.3. Bilgi Teknolojilerinin Girişimciye Kazandırdığı Rekabet Avantajı

Önceleri bir ülkenin rekabet üstünlüğünü belirleyen mukayeseli üstünlüklerden bahsederken, günümüzde bu üstünlüklerin öneminin azaldığını söyleyebiliriz. Bu dönemde rekabet, teknoloji (özellikle bilgi teknolojileri) paradigmalarına, toplumsal organizasyonlara ve yönetim kapasitesine kayarken girişimcinin önemi daha da artmaktadır (Öztürk, Çevrimiçi 20/10/2008).

Girişimciler rekabetçi olabildikleri sürece var olabilirler. Girişimciler rekabet yönlerini kuvvetlendirirler ise, daha fazla gelir elde eder, dolayısıyla yeni yatırım ve istihdam alanları açabilirler. Ekonomi

perspektifinden bakılırsa, genel olarak girişimsel aktiviteler ve girişimciler rekabeti artırır, iş yaratır, ekonomiyi canlandırır ve dolayısıyla yeni varlıklar yaratır (Spencer, Kirchhoff and White, 2008,10).

Girişimciler, ürünlerini geliştirmek için bilgi teknolojilerini pazar araştırmasından üretime ve müşteri ilişkilerine varıncaya kadar tüm süreçlerde uygulayarak hem karlarını artırmakta hem de pazar konumlarını sağlamlaştırmaktadırlar. Bilgi teknolojileri yeni yönetim ve iş fırsatları sunarken, verimlilik ve performansı artırır, organize etme ve yönetmede ortaya çıkan yeni metotların uygulanmasını kolaylaştırır (ILO, 2001, 46). Bilgi teknolojileri ve internet yeni işler geliştirip fırsatlar ortaya çıkarmasından dolayı stratejik rekabet avantajı elde etmek amacıyla da birçok sektörde girişimcilerin tercihi olmaktadır. Amerika'da KOBİ'lerin internet kullanımları vasıtasıyla elde ettikleri gelir, kullanmayanlara göre daha yüksek olmaktadır. İnternet kullanan KOBİ'ler ortalama 3.79 milyon USD gelir elde ederken, kullanmayanlar ise 2.72 milyon USD gelir elde etmektedirler (Phillips, 2002, 44).

Ekonomik yönüyle, girişimcilerin kullandığı bilgi teknolojileri hem sermayenin nispi maliyetini hem de bilginin maliyetini değiştirir. Bilgi teknolojileri geleneksel emek ve sermayenin yerine ikame olabilecek bir üretim faktörü olarak görülebilir. Bilgi teknolojilerinin maliyeti düştüğünde geleneksel olarak yükselen bir maliyet olan emeğin yerini almış olur (Laudon and Laudon, 2007, 92). Bir yönüyle yeni istihdam alanları açarken, diğer yandan mevcut olan maliyetleri azaltarak rekabet kabiliyetini artırmaktadır.

Michael Porter'ın rekabeti etkileyen unsurlar modeli, gerek akademik gerekse iş çevrelerinde son yıllarda yaygın kullanılmaktadır. Bu model, bir firmanın rekabetçi pozisyonuna tehditleri tanımlar ve planları ortaya koyar. Porter'ın modelinden yola çıkarsak, bilgi teknolojileri ve elektronik ticaret uygulamaları, girişimcilerin karşılaştıkları tehditler için kullanabilecekleri ve pozisyonlarını ve rekabetçi yönlerini sağlamlaştıracakları uygulamalardır (Whiteley, 2006, 26).

Pazara yeni firmaların, yeni ürün ve hizmetlerin girmesi, satın alıcıların ve tedarikçilerin pazarlık gücünün artması ve mevcut girişimciler arasında rekabet ortamının varlığı şartları zorlaştırmakla birlikte, bilgi teknolojilerinin ve internet uygulamalarının adaptasyonu bu süreçte

firmaları daha dinamik hale getirecektir. Hatta bu uygulamalar firmalara yeni pazarlar kazandırarak sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayacaktır.

**Tablo 1 : Rekabet Elde Etmek İçin Bilgi Teknolojileri Avantajı**

Etkenler	Sistem	Rekabet Avantajı
Yeni Girenler/İkame Ürün	İnternet, E-Ticaret	-Azalan giriş maliyetleri -Yeni satışlar kanalı -Yeni hizmet fırsatları
Tedarikçiler ve Ticari Alıcılar	E-Ticaret, Lojistik	-Maliyet azalmaları -Hızlı yanıt kabiliyeti -Sistem içerisinde kalabilme ve az hata
Alıcılar ve Tüketiciler	İnternet, E-Ticaret	-Yeni satışlar kanalı -Aracısızlaştırma -Müşteri bilgisi
Rekabet edenler	İnternet	-Maliyet liderliği -Farklılaşma -Odaklanma

Kaynak: Whiteley, David, **E-Commerce Strategy, Technologies and Applications**, Mc Graw Hill, 2006, p. 32.

### 3. E-GİRİŞİMCİLİK UYGULAMALARI

Girişimciler bir yüzyıldan fazla bir zamandır piyasalara getirdikleri yeni ürün, hizmet ve düşünce ile Dünya'yı değiştirmişlerdir. Microsoft'un sahibi Bill Gates Dünya'da en çok tanınan girişimcilerinden birisidir. Gates, herhangi bir bilgisayar icat etmemesine rağmen, icat ettiği işletim sistemleri sadece bilgisayar kullanımını kolaylaştırmakla kalmamış beraberinde önceden tasavvur edilemeyecek gelişmelere yol açmıştır.

#### 3.1. E-Girişimcilik Firma Örnekleri

İleriye görebilen firmalar yeni teknolojiler ve girişimsel aktiviteler vasıtasıyla çıkış yapmakta ve geleceği olan pazarlara giriş yapmaktadırlar. Rekabetçi avantajlar arayan firmalar ve bireyler için hem yeni teknolojiler hem de gelişmekte olan pazarlar zorlukları ve

büyük fırsatları sunmaktadır (Von Her and Walsh 2008, 101). Gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde, e-ticaret imkanlarını bir fırsat olarak değerlendirip çok düşük sermayelerle başlangıç yapıp daha sonra dünya çapında tanınan firmalar ortaya çıkmıştır. Gelişmiş bir ülke olan Amerika'daki bu firmalardan Dünya'da tanınmış ve gerek tedarikçilerine ve gerek işgücüne iş yaratma etkisi olan birkaç tanesi aşağıda sıralanmıştır (Chao-Tung 2006, 6).

**American Online:** Kurucusu Steve Case, firmayı kurmadan evvel P&G ve Pepsi firmalarında satıcı olarak çalıştı. Elde ettiği müşteri odaklı mantığı ve pazarlama tecrübesi ile America Online'a katkıda bulunmuştur.

**eBay:** Pierre Omidyar, bilgisayar eğitimi aldıktan, Microsoft tarafından satın alınan eShop'un ortak kurucusudur. Omidyar, girişimci mantığı ile beraber online müzayede bilgisine sahipti. Ortağı Skoll ise, var olan 'know-how'ı iş ortamına dönüştürme becerisine sahipti. eBay'ın belli büyüklüğe ulaşmasından sonra günlük karmaşık işlemleri yönetebilecek CEO ataması yapılarak, ortaklar uzun süreli stratejik planlama ve konsept üzerine odaklanmışlardır. İnternet üzerinden açık artırma ile satış yapılan sistem geliştirildi. Alıcı ve satıcıyı bu ortamda bir araya getiren eBay, aralarındaki ürün akışına karışmamakta ancak her alışverişten çok düşük ücret almaktadır. Bu süreçte eBay'in tek sorumluluğu kusursuz bir işleyiş sağlamaktır (Luecke, 2008, 58).

**Amazon:** Jeff Bezos, daha önce ne firma kurucu liderliği ne de yöneticilik yapmıştır. Özellikle eksik olduğu muhtemel gelecek müşteri davranışlarının vizyonu ve yenilikçi anlayış konularında çalıştı. Daha önceki tecrübesi ile birlikte çabukça e-ticaret kitap satış ortamını sunan Amazon.com sitesini kurmuştur. Daha sonra ise, kitaptan elektronik ve dijital ürünlere kadar birçok ürünü sanal ortamda Dünya'ya sunabilme kapasitesine ulaşmıştır. Ayrıca bu kadar büyük işlem hacmine rağmen tedarik, satış ve müşteri hizmetlerinde çok ciddi aksamlar olmamış ve hem tedarikçilerin hem de müşterilerin güvenini kazanmıştır.

**Dell Computer:** Michael Dell kişisel bilgisayar pazarına girdiği zaman IBM ve Apple gibi birçok firma müşterilerden gelebilecek farklı talepleri karşılamak amacıyla fazla stoklarla çalışmak zorunda kalıyordu. Yeni ürünlerin piyasaya çıkış hızı arttığı için stoklardaki ürünlerin fiyatları

düşmekte ve zarar edilmekteydi. Dell, bilgi teknolojilerini ve interneti kullanarak aracılığı ortadan kaldırıp doğrudan son kullanıcıya ulaşarak hem aracı karlarını direk müşteriye iskonto olarak yansıttı hem de onların talepleri doğrultusunda sıfır stokla üretim yaptı. Bir diğer avantajı ise müşteri kendi isteği doğrultusunda siparişini verdikten sonra ödemesini de internet ortamında yapabilmektedir. Dolayısıyla Dell, gereksiz stoktan kurtulduğu gibi firmanın ihtiyacı olan nakit akışını da bu sistemle sağlayabilmektedir (Luecke, 2008, 57).

Aşağıdaki tabloda 4 farklı rekabetçi stratejiler yönü ile Amerika'daki bazı firmalar değerlendirilmiştir.

**Tablo 2: Dört Temel Rekabet Stratejileri**

Strateji	Tanımlama	Örnek Firma
<b>Düşük maliyet liderliği</b>	IT ile ürünlerin kalite artırırken rakiplerden daha ucuz üretmek	Wal-Mart Dell Computer
<b>Ürün Farklılaştırması</b>	Yeni hizmet, ürün ve farklılaştırma kolaylığı	Google, eBay, Apple, Land's End
<b>Pazar boşluğuna odaklanma</b>	Uzmanlaşma ve tek bir pazara odaklanabilme stratejisi	Hilton Hotels
<b>Müşteri-Tedarikçi yakınlığı</b>	Tedarikçi ve müşteri arasında güçlü bağlar ve bağlılık sağlanabilmesi	Chrysler, Amazon.com

Kaynak: Laudon, Kenneth, Jane, **Management Information Systems: Managing Digital Firms**, Pearson Prentice Hall, Tenth Edition, 2007, p. 103.

### 3.2. Ülkelerin E-Girişimcilik Süreçleri

Girişimcilerin yatırımları inovasyon için gerekli olan düzenlemeleri ve en verimli çevreyi oluşturan ülkelere kaymaktadır. Yeni ortama uygun yapılan ulusal ve uluslararası düzenlemeler mutlaka teoriden pratiğe yansiyacak şekilde tasarlanmalıdır. Böyle bir ortamı hazırlamak için yatırım, beceriler, altyapı, geniş bant internet imkanı, açık sistem ve birçok alanda gerekli aksiyonları yerine getirmeyi gerektirmektedir (United Nations, 2006, 29). Girişimciler, daha önceki tecrübe ve anlayışları, bilgi teknolojileri ile beraber iki yönde geliştirmektedir. Birincisi, teknolojiyi karlı iş modellerine dönüştüren anlayışa yol açan bilgi teknolojilerinin ve internetle ilgili teknolojilerin yaygınlığıdır.

İkincisi ise, belirli sektörlerdeki operasyonların 'know how'ı ve kavranılması, bu bilgilerin e-ticaret uygulamalarında kullanılmasına yol açmıştır.

Genellikle Amerika, Kanada, İngiltere gibi gelişmiş olan ülkelerde girişimciler yüksek seviyede 'know how' birikimine sahip olmaları ve finansa kolay ulaşmaları ile birlikte, bilgi teknolojilerinin kullanımı konusunda oldukça ilerlemişlerdir. Kısacası, hem güçlü bir işletme mantığına sahip hem de internet ve bilgi teknolojilerini kullanabilme yeteneğine sahiptirler (Chao-Tung, 2006, 7). Amerika'nın North Carolina eyaletinde California'da bulunan Silicon Valley'e benzer bilgi teknolojileri ve yazılımların geliştirilmesi ve bu alanda girişimcilerin teşvik edilmesi amacıyla Triangle adında bir park kurulmuştur. IBM, SAP ve Oracle gibi Dünya çapında alanlarında lider olan firmaların ilgili merkezleri yer almaktadır. Teknoloji ve yenilik temelli ekonomi geliştirmek amacıyla oluşturulan bu bölgede okullardaki bilgi teknolojileri kullanımı yaygınlaşmış, istihdam oranı artmış, bilgi teknolojileri ağırlıklı girişimciler fazlaşmış, daha çok iş yaratılmış ve nihayetinde bu bölgede alınan patentlerin geçmiş yıllara göre sayısı da artmıştır (Cox, 2007).

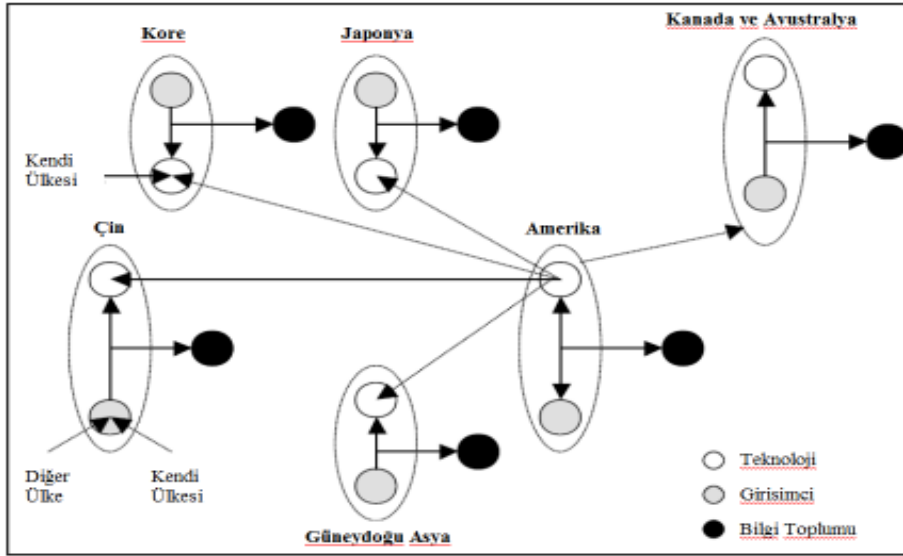
Çin ve Güneydoğu Asya'daki gelişmekte olan ülkelerde ise, daha çok Amerika'da eğitim almış yüksek becerili yönetici ve girişimciler tarafından kurulmuş işletmeler öne çıkmaktadır. Amerika'da yeteri eğitim almış ve tecrübe kazanmış olan bu girişimciler, kendi ülkelerinin yerel ya da ulusal ihtiyaçlarını daha iyi yorumlayarak, bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı imkanlar ile e-girişim yatırımlarını yapmaktadır.

Japonya ve Kore'de toplumlar ithal olan ürünlere ve davranışlara daha çekingen yaklaşmaktadır. Japonya ve Kore, e-ticaret uygulamalarında az da olsa Amerika'nın gerisindedir. Bu ülkeler, kendi iş modellerini, düşüncelerini ve ürünlerini ithal olanlara tercih etmekte ve kendilerine göre konseptler üretmektedirler. Bu süreç, girişimcilerin içinde buldukları topluma uygun, yaratıcı ve orijinal iş modellerinin ortaya konulmasına sebep olmaktadır.

Dünya'da farklı bölgelerdeki farklı beklenti ve uygulamalara rağmen, teknoloji, girişimci ve bilgi toplumu üçgeninde en önemli rol girişimciye

düşmektedir. Girişimci, teknolojik gelişmelerin sağladığı fırsatları üretime ve ticari süreçlere uygulayarak, gelişmelerin daha da yayılmasına ve diğer yandan bilgi toplumunun gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Şekil 2 : Teknoloji, Girişimci ve Bilgi Toplumu Arasındaki İlişki



Kaynak: Chao-Tung Wen, Technocrats, Entrepreneurship, and The Development of E-Commerce as an Industry: Evidence from Apec Economies, Graduate Institute of Technology and Innovation Management, National Chengchi University, Taiwan, p. 15.

#### 4. E-GİRİŞİMCİ MODELİNDE İŞ YARATMA ETKİSİ

İş yaratma kaynağı ve etkisi genel olarak çevresel faktörlere bağlıdır. Gelişmiş olan ABD ve AB'de girişimsel faaliyetlerin önemli olduğu ve küçük ve orta büyüklükteki firmaların (özellikle mikro firma < 10 çalışan ve küçük firma < 49 çalışan) iş yaratmada net ve istikrarlı bir etkisinin varlığı tespit edilmiştir. Küçük ve orta büyüklükteki firmalar (çalışan < 250) Avrupa'da % 99.8 gibi oldukça yüksek bir orana sahiptir

(OECD, 2005, 16). Sadece firma sayısı olarak değil istihdam katkısı da oldukça yüksektir. Birçok ülkede istihdamın üçte ikisi, OECD ülkelerinde ise hizmet sektörlerinde % 95'ile kalmayıp bu oranlar KOBİ'ler lehine artış göstermektedir. Konumuz açısından ise, bilgi teknolojileri ve bilgi teknolojilerinin etkin olduğu sektörlerde istihdamın sürekli artış göstermesi yeni girişimcilik modelinin yaygınlaştığının bir diğer göstergesidir. Bir diğer yönü ile girişimsel faaliyetler ile firma verimliliği arasında özellikle yüksek teknoloji kullanan sektörlerde olumlu bir ilişki ortaya çıkmaktadır. Aşağıda bilgi teknolojilerinin girişimsel faaliyetlere verimlilik ve iş yaratma yönü ile katkıları değerlendirilmektedir.

#### 4.1. Girişimcilik Başlangıcı (Start-Up)

Girişimciler, kendilerine uygun ortamı oluşturmak için firma kuruluşu yapmak zorundadırlar. Her ülkenin kendine özgü prosedürleri olduğu için, tepkiler ülkelere göre değişmektedir. Girişimcinin yapacağı teşebbüs beraberinde işletmenin kuruluşunu getirecektir. Her kurulan işletme ise, yeni istihdam alanları ve işgücü artışı getirecektir (Rutkowski, 2004, 4).

Girişimcilik rolü ve firma dinamikleri emek piyasalarındaki performansı belirler. İstihdamda daha yüksek seviyelerin yakalanması için mutlaka girişimciler için makul bir ortamın varlığı gereklidir. Özellikle yeni faaliyete geçecek girişimciler giriş masrafları ve bürokratik süreçler ile karşılaştıkları zaman enformel sektöre doğru kayma riski taşımaktadırlar (Rutkowski, 2004, 11). Bu nedenle, yeni faaliyete başlayacak girişimciler için sadece bürokratik engellerin kaldırılması yetmez ayrıca işgücüne katkı sağlamaları için mutlaka aktif ya da pasif istihdam politikaları ile desteklenmesi gereklidir.

Bilgi teknolojileri, yeni girişimci modellerinin (e-girişimci) ilk kuruluş dönemlerinde yukarıda bahsedilen gerek bürokrasiden kaynaklanan anlamsız prosedür ve engellemelerin ve gerekse finansal yüklerin azalmasına yardımcı olmaktadır. Son yıllarda firmaların ihtiyacı olan bilgi teknolojileri (bilgisayar, fax, internet, yazıcılar) sadece yaygınlaşmakla kalmamış bununla birlikte satın alma maliyetleri de düşmüştür. Başlangıç aşamasında önemli bir ihtiyaç olan bilgi teknolojileri, artık rahatlıkla erişilmekte ve bu süreçte karşılaşılan

bürokratik engellerin online ortam yardımıyla aşılmasında önemli bir katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla girişimciler daha kolay ve kısa sürede firma kurmakta ve pazara girebilmektedir.

#### 4.2. Yerel Girişimci ve Yerelde İstihdam Yaratma

Girişimciler, yerelde iş yarattıkları zaman ortaya çıkan durum, çoklayıcı bir etkiye sahiptir. Firmalar tarafından istihdam edilmiş olan çalışanlar, ürün ve hizmet satın almak için gerekli harcama gücüne sahip olurlar. Bu hizmetler ve ürünler yerel toplumdan tedarik edilmiş ise, insanlar muhtemelen kendi paralarını harcayacaklar ve daha çok işler yaratılmış olacaktır. Buna ilaveten, işletme büyüyüp daha fazla istihdam ihtiyacı olursa, daha fazla insan yerel topluluk içine ya taşınacak ya da göç edecek ve daha çok ürün ve hizmetlere ihtiyaç duyulacaktır.

İş süreçlerinde yoğun bilgi teknolojileri kullanan girişimciler (e-girişimciler) ürün ya da hizmet sundukları bölge ya da bölgelerin yerel ihtiyaçlarını göz önünde tutarak hem talebi karşılamakta hem de yerel alanda iş ve istihdam yaratmaktadır. Bu süreç içerisinde girişimciler, yerel ekonomi üzerinde iş yaratmak, yeni düşünceler ve ekonomik ve politik faydalar üretmek yönüyle güçlü bir etkiye sahip olabilir. Google şirketinin her bölge ve ülkede ofis ve çalışanlarının olması ve onlar vasıtasıyla pazara hizmet vermesi yerelde istihdam ve iş yaratmaya örnek olarak verilebilir. Dolayısıyla bilgi teknolojileri donanımlı yeni girişimci modeli (e-girişimci) ile yerel ekonomiler küresel ekonomiye bağlanmakta, yeni işler yaratılabilmektedir.

#### 4.3. Esnek Çalışan Girişimci Modeli

Henüz başlangıç döneminde olan girişimci, bugünün etkin bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde, ofislerde gerçekleştirilen işleri, evlerinden ya da otel odalarından rahatlıkla yapabilirler. Ev ile iş arasında her gün yapılan yolculuk zamanı ve yorgunluk değerlendirildiğinde ortaya günde birkaç saatlik tasarrufun çıktığı görülür (CFIB, çevrimiçi 20/10/2008, 34). Görüntülü görüşme ve toplantılardan, e-mail ve mesajlaşmaya kadar neredeyse maliyeti "sıfır"a yakın olan işlemlerle, gerek müşteriler gerekse çalışan ve yöneticilerle sürekli irtibat halinde olunabilmektedir. Bilgi teknolojilerinin her sektörde yaygın kullanımı, bilgi çalışanlarına talebi

artıracak ve esnek çalışmaya uygun olan beceri sahibi işsizlerin iş bulmaları kolaylaşmış olacaktır.

#### 4.4. Girişimciler için Aracılıkta Yeni Fırsatlar

Geleneksel metotlarla çalışan aracılık firmaları yeni ekonominin gereklerine uymadıkları takdirde zaman içerisinde kapanmayla karşı karşıya gelmektedirler. Bu süreçte bazı firmalar yeni düzene ayak uyduramadıkları için işlerini kaybetmekte veya üreticiler tarafından maliyet ve yetersizlik gibi nedenlerden dolayı göz ardı edilmektedir (disintermediation). Bazı firmalar ise kısmen ya da tamamen online ortama geçiş yapmaktadır (reintermediation). Aslında bugünün daha karmaşık ve çok parametrik olan ticari süreçlerinde üreticinin ya da toptancının direkt olarak son kullanıcı ile muhatap olması maliyetlerin düşürülmesi anlamında faydalı olsa da verilen hizmetlerin aksaması ve satış sonrası müşteri taleplerinin cevaplanması gibi birçok konuda eksiklikler ortaya çıkmaktadır. Birçok üreticinin ürününü gerek tanıtım gerekse fiyat politikaları ile sürece değer katarak pazara sunan, müşterilerin taleplerine uygun, satış sonrası destekle güven kazanan, yeni inovasyonlar ve birçok aracılık hizmetleri ile Amazon gibi firmalar dikkati çekecektir.

#### 4.5. Girişimciler İçin Bilgiye Kolay Ulaşım ve Değer Yaratabilme

Gerçek iş hayatındaki somut süreçlerin bilgisinin sanal ortamda karakterize edildiği yeni ekonomi ve internet ekonomisi, artık herkes tarafından önemli hale gelmiştir. Yeni ekonomideki birçok iş modelleri, ölçek ekonomisinin avantajlarından faydalanmak amacıyla mevcut kurallarını ve altyapılarını yeni sisteme uyum sağlamaktadırlar. Değer yaratmanın karmaşıklığı, özellikle bu değer yaratma süreci çok fazla firmanın katılımıyla oluyorsa (karmaşık iş süreçleri), gerekli olan önemli adımlara indirgenmesi gerekmektedir (Tobias, 2006, 326). Bilgi teknolojileri sadece fiyat üzerine rekabetten ziyade insan sermayesi ve bilgi odaklı rekabet sağlamasına ilaveten, bilginin elde edilmesini ve transferini kolaylaştırdıkları için değer yaratırlar (United Nations, 2006, 28).



#### 4.6. Mobil Girişimci, İş Yapma ve İşgücü Artışı

Küreselleşme ile birlikte Dünya'nın küçülmesi ve iletişim ve ulaşım imkanlarının artması mobiliteyi beraberinde getirmiştir. Artan mobil yaşam ve iş tarzı ile birlikte, mobil teknolojilerin kullanılmasının en fazla faydalarından bir tanesi, gerek girişimcilerin gerekse çalışanların seyahat sürelerinin kullanımında ortaya çıkan verimliliklerdir. Özellikle sık ve uzun mesafe seyahatlerinde girişimci, yönetici ve çalışanların işlerinden uzak oldukları zamanlarını, en verimli şekilde mobil teknolojileri kullanarak işleri ile ilgili çalışmalarla geçirmektedirler.

Bazı satıcılar ya da sahada hizmet veren bazı çalışanlar, genelde ofis dışında çalışmaktadırlar. Diğer sektör çalışanları ve girişimcileri artan bir şekilde "mobil" ortama doğru gitmektedir. Mobil ortam, esnek çalışma (telecommuting), artan güvenlik ihtiyaçları, çalışanların ilerleyen iş hayatı dengesi talepleri ve bilgi işçilerinin işlerini yapmak için bulunmak zorunda oldukları yerin farklı olabilmesi gibi sosyal ve ekonomik iş trendleri tarafından tetiklenmektedir (Turban, 2006, 390).

Üretimden hizmet tabanlı ekonomiye geçiş beraberinde mobil tabanlı hizmetlerinde gelişimini cesaretlendirmiştir. Özellikle aşırı rekabetin olduğu hizmet sektörlerinde mobil müşteri hizmetleri önemli bir farklılaştırıcıdır (Mc Kay, 2004, 123). Zamanı az ancak kaynağı fazla olan girişimciler, müşterilerin ihtiyaçlarını eksiksiz karşılamak amacıyla mobil teknolojilere geçmekte ve bu alanda becerili çalışanları kullanarak yeni istihdam alanları açmaktadırlar.

Mobil çalışanlar, firma dışında ürün satışı ya da hizmet sunumu yapanlardır. Hareketli satış takımları, seyahat eden yöneticiler, evde iş yapanlar, şirket depolarında ya da çevresinde görevli olanlar ve tamir ya da kurulum için müşterilerin adreslerine gidenler mobil işgücü kapsamındadır. Sadece bu mobil çalışanlar değil aynı zamanda karar verici konumunda olan yönetici ve girişimciler, mobil bilgi teknolojileri sayesinde firma merkezlerinde kullanılan bütün verilere eş zamanlı olarak ulaşabilmekte ve böylece hem karar verme sürecinde en az riske girilmekte, hem de müşteri ihtiyaçlarına cevap verilebilmektedir. Firmalar, daha fazla işgücü verimliliği, müşteri memnuniyeti elde etmekte ve mobil işe ve işgücüne yatırımı artırmaktadır. Mobil çalışma,

her sektörde öne çıkan bir uygulama olmakla birlikte, bu sektörler için vazgeçilmez bir unsur (integral part) olmaktadır (Estrada, 2002, 3).

#### 4.7. E-Girişimcilerin Katıldığı Sanal Takımların Oluşması

Son yıllarda, bilgi ve iletişim teknolojileri gelişmeleri ile ekonomik işlemlerin değişen paradigmaları arasındaki sinerjiden girişimciliğin yeni formları ortaya çıkmıştır. Uluslararası topluluklar içerisindeki dalgalanmaların etkileri, yerel, ulusal ve küresel marketlerde sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamak için yenilikçi ve dinamik olarak yapılandırılmış organizasyonların şekillenmesi sürecini kolaylaştırmıştır. Yeni girişimci modeline uygun olarak yapılan bu organizasyonları "Sanal Takımlar" olarak adlandırabiliriz. Sanal Takımlar (Virtual Teams), birbirleriyle bağlantılı işler vasıtasıyla irtibatlı ve genel girişimsel menfaatleri ve amaçları doğrultusunda hareket eden, coğrafi olarak dağılmış girişimcilerden oluşmaktadır (Matlay, and Westhead, 2005, 279).

Tablo 3 : E-Girişimci Sanal Takımların Avantajları ve Dezavantajları

E-Girişimci Sanal Takımların Avantajı	E-Girişimci Sanal Takımların Dezavantajı
Kaliteli veri ve bilginin varlığı	Sahiplenme yönüyle sınırlamalar
Bilgi avantajının güvenilirliği	Bireysel iş tarzlarının azalması
Veri test ve iletiminde maliyet avantajı	Hareketlerde sınırlı özgürlük
İnsan, finansal ve bilgi kaynakları havuzu	Takımlararası ilişkilerin karmaşıklığı
Takım çapında işle ilgili sürekli destek	Sanal takım yapılarının katılımı
Sürekli teknik ve dil desteği	Karar verme süreçlerine yoğunlaşma
Çok dilli piyasa boşlukları (market niche) faydaları	Fazla çalışma saatleri
Sanal topluluğun güçlü vurgusu	Sorun çözme tekniklerinin eksikliği
Sanal güvenin yüksek seviyeleri	
Fiziksel engelli varlığı sorun olmaz	

Kaynak: Matlay, Harry, Westhead, Paul, "Virtual Teams and the Rise of e-Entrepreneurship in Europe", International Small Business Journal, SAGE Publications, 2005, Vol 23(3): 279-302, p. 294.

#### 4.8. Genç ve Kadın Girişimci ve İşgücüne Katılımının Sağlanması

Girişimciliğe stratejik olarak yaklaşıldığında iş yaratma boyutu öne çıkmaktadır. Girişimciliğe stratejik bir yaklaşım, ortaya çıkan koşulların iş yaratma lehine değişmesini sağlayacaktır. Böylece genç işsizliğin azalmasında girişimsel faaliyetlerin önemi çok fazla olacaktır (Akgeyik, 2005, 348). Bilgi teknolojileri kullanımında gençlerin oranı yaşlılara göre oldukça yüksektir. Dolayısıyla genç nüfusun almış oldukları eğitim ve günlük hayatlarında bilgi teknolojilerini yoğun kullanmaları sayesinde bilgi teknolojileri yoğun olan işlere adaptasyonları çok kolay olabilmektedir. Avustralya'da halkın % 68'i 15-24 yaşları arasında girişimciliğe teşebbüs etmek istemekte ve bunların % 10'u hedeflerine başarılı bir şekilde ulaşabilmiştir. Ülkede halkın % 6'sı 15-19 yaşları arasında girişimciliğe başlamış olmaları ile birlikte bu gençlerin büyük bir çoğunluğu bu dönemlerini tecrübe kazanmak için kullanmaktadırlar. Amerika Kalkınma Bankası'nın (American Development Bank) verilerine göre, en çok dinamik büyüyen şirketler, 30 yaşlarında tecrübe sahibi insanlar tarafından kurulmuştur (United Nations, 2006, 21).

Genç girişimciler online iş ağları (networklar) ve sanal sosyal ortamlar ya da pazaryerleri gibi platformlar vasıtasıyla ulaşımı ucuz, kolay, mümkün ve güncel olan bilgi ve iletişim ortamları ya da arayüzleri yaratabilirler (Schoof, 2006, 65). Genç olmanın vermiş olduğu dinamizmin yanısıra, bilgi teknolojileri sayesinde elde edilecek verimlilik ve yüksek katma değer bir araya getirildiğinde ortaya çıkacak sinerji mutlaka çok yüksek olacaktır.

Bilgi işlem ve iletişim teknolojileri uygulamalarından olan iş süreçlerini gerçekleştirmek için internetin kullanımı ile karakterize edilen e-ticaret uygulamaları kadınların güçlenmesi için fırsatlar sağlamıştır. E-ticaret, yapılan işlemleri ya basitleştirerek ya da daha etkin hale getirerek süreç inovasyonuna yol açtı, ürün inovasyonunu artırdı, yeni pazarlar ve endüstriler yarattı ve geleneksel olan iş operasyonlarını dönüştürdü. Kadın girişimciliğinin kolaylaşması ile onların güçlenmelerine (empowering) yardımcı oldu (United Nations, 2006, 6). Bilgi teknolojileri sayesinde, Amerika'da kadın çalışanların sayısı NFWBO'ya (National Foundation Women Business Owners) göre bayan sahipli firma oranı 3'te 1 civarındadır. Enformel sektörde ise bu oranın daha artabileceği

tahmin edilmektedir. ABD'de ulusal seviyede kadın sahipli işyeri sahiplerinin oranı neredeyse geleneksel döneme göre yeni ekonomi imkanları sayesinde 2 katına yükselmektedir (ILO, 2001, 40).

Girişimcilik ve bilgi işlem ve iletişim teknolojileri, kadınların ekonomik bağımsızlıkları ve iş hayatında öne çıkmaları ve güçlendirilmeleri için elele olabilmelidirler. Kadınların iş yapmada ve bilgi ve iletişim teknolojilerini uygulamadaki yetenekleri, yerleşik önyarguların ve eşitsizliklerin üstesinden gelmelerini ve küresel ölçekte başarı kazanmalarını sağlayacaktır. Bilgi teknolojileri sayesinde, özellikle kırsal bölgelerde kadın girişimciler veya kadınlara istihdam alanları ortaya çıkmaktadır. Amerika'da bazı havayolu şirketleri, Orta Amerika'nın kırsal alanlarında, bilgi ve iletişim teknolojileri imkanları sayesinde ev kadınlarını kendi evlerinde çalıştırarak çağrı merkezlerini kurmuşlardır.

#### 4.9. Dış Kaynak Kullanımı ile Az Gelişmiş Bölgelerde İstihdam Artışı

Yeni girişimci modeli, bilgi teknolojilerinin sağladığı zaman ve mekan esnekliği sayesinde gerek ulusal gerekse uluslararası alanda düşük maliyetle dış kaynak (outsourcing) kullanma yoluna gitmektedirler. Dış kaynak kullanılan az gelişmiş veya gelişmekte olan bölgelerde önemli istihdam alanları oluşmaktadır. Hatta bu alanlar kendi dinamikleri ile zaman içerisinde kendi girişimcilerini doğurmaktadır.

Dünya'da bilgi teknolojilerinin sağladığı standartlaşma girişimcilerin dış kaynak kullanımlarını daha kolay hale getirmiştir. Bilgisayar donanım ve yazılımları dünyanın neresinde olursak olalım kolaylıkla anlaşılır ve kullanılabilir olmuştur. Bu standartlaşma internet ortamı ile birleşince ortaya çıkan sinerji, dünyanın iki ucu arasında yapılan farklı işlerin aynı anda birbiri ile entegre olması neticesinde Dünya tarihi boyunca görülmemiş bilgi akışını sağlamaktadır.

Aslında geçmişte Henry Ford üretim için ne yaptı ise, bugün girişimciler almak istedikleri hizmeti, her kim ya da firma daha iyi hizmet ve uygun fiyatla yaparsa oraya vererek, aynı mantıkla yaptırmaktadırlar. Farklı bölgelerde yapılan bu işler belli merkezlerde bir araya getirilerek asıl ürün oluşturulmaktadır. Amerika'nın Chrysler şirketi otomobil parçalarının % 70'ini bilgi teknolojileri sayesinde tedarikçilerinden sağlamaktadır. Yine bilgi teknolojileri dış kaynak kullanımı Dell Computer ve Cisco gibi bilgisayar parçaları üreten firmaların, kendi

ürünlerini tamamen üretmek yerine, dünya çapında rekabet güçlerini artırmakta ve alanlarında tercih edilmektedirler (Laudon and Laudon, 2007, 91). Aslında bu süreç, yeni iş alanları açılması, düşük gelirli grupların iş bulup belli standartları yakalamalarını ve hatta fakir ve kırsal bölgelerde edinilen tecrübelerle birlikte yerel topluluklardan girişimcilerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bu yönü ile dış kaynak kullanımı sıradan olmayan hatta devrim niteliği taşıyan bir süreç durumundadır (Friedman, 2006, 90-91).

Hindistan'da dış kaynak kullanımı ile ilgili gelişmeler küreselleşme sürecinde önemli bir başarı olarak değerlendirilmektedir. Özellikle bilgi teknolojileri ve yazılım alanında gelişmiş olan ülkelerden çektiği yatırım sayesinde 2003 yılında 650.000 profesyonel istihdamına ulaşılmış ve bu rakamın 5 yıl sonra 3 katına çıkması beklenilmektedir. 2003 yılıdaki verilere göre, General Electric toplam 315.000 çalışanın % 5.6 oranında 17.800, Hewlett-Packard 11.000, IBM 6.000, American Express 4000 ve Dell ise 3800 çalışana ile Hindistan'da mevcut istihdama katkı sağlamakta ve bu firmalara ilave olarak birçok büyük çaplı yatırımlar, özellikle bilgi teknolojilerinin sağladığı imkanları kullanarak Hindistan'da iş yaratmaktadır. Buna ilave olarak, Hindistan'lı bilişim teknolojileri çalışanlarının ücretlerini minimum ücret seviyesinin ortalama 16 kat fazlasını\* vererek gelir ve refah artışında kayda değer ilerlemeler sağlanmaktadır (Gereffi, 2006, 25).

#### 4.10. Girişimcilerin Tedarikçi ve Müşterileri ile Proaktif Olmalarını Sağlar

Yeni ekonomi girişimcileri, artan rekabet, müşterilerin firma ve ürün bilgilerine kolay ulaşmaları, ürün yaşam döngüsündeki kısaltmalar, artan kalite ve hizmet talebi ve sektördeki payı artırmak gibi birçok nedenden dolayı sürekli aktif (proaktive) olmaları gerekmektedir. Proaktivite, rekabet ortamında lider olma ve liderliğini koruma isteğinde olan firmaların pazarı yönlendirme ve şekillendirme arzusu olarak görülürken, agresif rekabet, rakiplerin hamlelerini bozmak,

\* 2003 yılında Hindistan'da kişi başına düşen milli gelir 480 USD'a denk gelirken bilgi işlem ve yazılım sektöründe yabancı firmaların ücretleri ortalama 8000 USD civarında gerçekleşmektedir.

yaptıkları hamlelerden dolayı onlara karşılık vermek, hatta rakiplerinin pazar paylarına sert ve düşmanca saldırıyı ifade etmektedir (Bulut ve Aktan, Çevrimiçi 27.09.2008, 16). Girişimcilerin klasik araçlar ve metotlarla hızlı olmaları ve rekabet edebilmeleri yeni ekonomi ortamında mümkün değildir. Ancak bilgi işlem ve iletişim teknolojilerinin sağlamış olduğu imkanlar ile girişimciler daha hızlı, atik, çabuk yanıtlayan, ürünün pazara çıkışını kısaltan ve kaliteyi artıran vasıflara kavuşabilirler.

#### 4.11. Diğer Etkenler

Genel olarak ana başlıklar halinde toparlamaya çalıştığım bilgi teknolojileri, internet, girişimci ve girişimsel faaliyetler arasındaki ilişki ve bu ilişkiden ortaya çıkan sinerji ile yeni iş ve istihdam alanlarının açılması sağlanmaktadır. Bu ilişkilere neden-sonuç ve maliyet-fayda yönü ile bakarsak aşağıda listelediğim fakat detaylandırmaya gerek görmediğim faydaları girişimcilerin bilgi teknolojilerine ve internet ortamına yatırım yapmaları açısından önemli nedenler olarak da değerlendirmekteyim.

Tablo 4 : Diğer Faydalar

Daha geniş coğrafi alana yayılma imkanı sağlanması
Ölçek ekonomisinden faydalanabilme imkanı
Zamanı en fazla kullanabilme imkanı sağlanması
Yeni müşterilerin kazanılması
Müşterilerle sürekli kontakt halinde olunabilmesi
Çalışanlar ile online olarak sürekli iletişim halinde olunması
Standartlaşmaya gidilmesi ve sıfır hata hedefinin kolaylaşması
Girişimcilere yeni projeleri hızlı bir şekilde hayata geçirme imkanı
İletişim ve işlem maliyetlerinin çok fazla düşmesi
Erp ile tedarikçi, müşteri ve ortaklarla kesintisiz bilgi akışı
Müşteri istekleri doğrultusunda (built-to-order) üretimi yapabilme
Müşterileri kolaylıkla segmentasyon ile gruplandırabilme
Tüm iş süreçlerinin takibini (kontrol) sağlanması
Araştırma ve market bilgilerine ulaşabilme

## SONUÇ

Yeni girişimlerin yaratılması, her ülkenin ekonomik ve sosyal yapısı için önemli bir rol oynamaktadır. Her bir yaratılan girişimin pazarda karşılığının ya da etkisinin varlığı potansiyel olarak rekabeti teşvik etmesi ve ekonomiyi daha ileriye doğru itelemesi inkar edilemez gerçektir. Yeni ekonomide bilgi teknolojileri yoğun çalışan (e-girişimci) girişimciler, yeni iş yaratmada ya da mevcut işlerin dönüşümünde ulusal ekonomiler için katma değer sağlayan unsur ve teşvik edilmesi gereken önemli bir rekabet avantajı olmaktadır. Bilgi teknolojileri ile özdeşleşen bu trendin gelecekte daha da yaygınlaşarak artacağı hükümetlerden akademisyenlere kadar karar vericiler tarafından kabul edilen bir gerçektir. Bu gelişim süreci, yeni teknolojilerin yoğun kullanımı ile birlikte yeni iş süreçlerinin, iş modellerinin ortaya çıkmasına ve dolayısıyla hem mevcut istihdam edilenlerin içerisinde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullananların sayısını artıracak hem de ekonomiler için iş yaratmada önemli bir unsur olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Akgeyik, Tekin, "Türkiye İçin Rekabetçi Üretim Ve İstihdam Stratejileri", Sosyal Siyaset Konferansları, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yay., Kitap 50, 2005.
- Bulut, Fiş, Aktan, Yılmaz, "Kurumsal Girişimcilik: Kavramsal Yapı Üzerine Bir Tartışma", [www.Yasar.Edu.Tr/Makale/10.Sayi/Kurumsal\\_Girisimcilik.Pdf](http://www.Yasar.Edu.Tr/Makale/10.Sayi/Kurumsal_Girisimcilik.Pdf), Çevrimiçi 27.09.2008.
- Chao-Tung Wen, Technocrats, Entrepreneurship, and The Development of E-Commerce as an Industry: Evidence from Apec Economies, Graduate Institute of Technology and Innovation Management, National Chengchi University, Taiwan, 2006.
- CFIB, The Canadian Federation of Independent Business guide to simplifying technology for business, çevrimiçi 20/10/2008 <http://www.cfib.ca/en/savings-benefits/tech-guide1.pdf>.
- Cox, Jonathan B., News & Observer, The (Raleigh, NC); 02/28/2007.
- Estrada M., "Bridging the Wireless Gap", Knowledge Storm: The Upshot, October 2002, p.3, [www.knowledgestorm.com/info](http://www.knowledgestorm.com/info), çevrimiçi 10-09-2008.
- Friedman, Thomas, The World is Flat, The Globalised World in the Twenty-First Century, Penguin Books, 2006.
- Gereffi, Gary, **The New Offshoring of Jobs and Global Development**, ILO Publications, International Labour Office, Geneva, 2006.
- Humphreys, P. and Brezillon, P. "Combining Rich and Restricted Languages in Multimedia: Enriching Context for Innovative Decisions", Ireland: University College Cork, (2002) Oak Tree Press.
- ILO, **Meeting the Young Employment Challenge**, International Labour Office, Geneva, March 2001.
- ILO, Human resources development, employment and globalization in the hotel, catering and tourism sector, International Labour Office Report, Sectoral Activities Programme, Geneva, 2001.
- Laudon, Kenneth, Jane, **Management Information Systems: Managing Digital Firms**, Pearson Prentice Hall, Tenth Edition, 2007.
- L. Mann, Catherine, Achieving the Benefits of Connectivity and Global E-Commerce, Peterson Institute For International Economics, 2002.
- Luecke, Richard, **Entrepreneur's Toolkit, Tools and Techniques to Launch and Grow Your Business, Girişimcinin El Kitabı, Yeni İşinizi Kurup Büyütmek İçin Gerekli Araçlar ve Teknikler**, Harvard Business School Press, T. İş Bankası Kültür Yay., Çev. Ümit Şensoy, Ocak 2008.
- Matlay, Harry, Westhead, Paul, "Virtual Teams and the Rise of e-Entrepreneurship in Europe", International Small Business Journal, SAGE Publications, 2005, Vol. 23(3)
- Mc Kay, Marshall, Strategic Management of eBusiness, Australia, John Wiley and Sons, 2004.

- OECD, **SME and Entrepreneurship Outlook**, OECD Publishing, 2005, Paris
- Özdemir, Süleyman; Ersöz Y., Halis; Sarıoğlu, H. İbrahim, **İşsizlik Sorununun Çözümünde KOBİ'lerin Desteklenmesi**, İTO yayınları, 2006.
- Öztürk, İbrahim, **2008 Girişimcilik Raporu**, İGİAD, s.7, Çevrimiçi 20/10/2008, [http://www.igiad.com/books/girisimcilik\\_raporu.pdf](http://www.igiad.com/books/girisimcilik_raporu.pdf).
- Parker, Rachel "The Myth of the Entrepreneurial Economy: Employment and Innovation in Small Firms", *Work Employment Society*, Sage Publications, 2001.
- Phillips, Bruce D., "Home-Based Firms, E-Commerce, and High-Technology Small Firms: Are They Related?", *Economic Development Quarterly*, Vol. 16 No. 1, Sage Publications, February 2002.
- Rutkowski, Jan, Firms, "Jobs and Employment In Moldova", World Bank Policy Research Working Paper 3253, March 2004.
- Schoof, Ulrich, **Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and Incentives To Enterprise Start-Ups By Young People**, Small Enterprise Development Programme, Job Creation and Enterprise Development Department, International Labor Office, Geneva, 2006.
- Spencer, Aron S., Bruce A. Kirchoff, Craig White, "Entrepreneurship, Innovation, and Wealth Distribution: The Essence of Creative Destruction", *International Small Business Journal*, Sage Publications, 2008.
- Tobias, Kollmann, What is e-entrepreneurship? - fundamentals of company founding in the net economy, *Int. J. Technology Management*, Vol. 33, No. 4, 2006.
- Turban, Efraim, **Electronic Commerce A managerial Perspective**, Pearson Prentice Hall, 2006.
- United Nations, **Entrepreneurship and E-Business Development for Women**, United Nations Publication, 2006.
- Von Her, James, Walsh, Steven, "Entrepreneurship, Emerging Technologies, Emerging Markets", *International Small Business Journal*, Sage Publications, 2008.
- Weick, K. "Puzzles in Organisational Learning: An Exercise in Disciplines Imagination", *British Journal of Management*, (2002), 13(3).
- Whiteley, David, **E-Commerce Strategy, Technologies and Applications**, Mc Graw Hill, 2006.
- Zhao, Fang, **Entrepreneurship and Innovation in E-Business: An Integrative Perspective**, Idea Grup Publishing, Rmit University, Australia.