



GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİM KÜLTÜRÜ

Türker GÖKSEL



AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ

KİM BU GİRİŞİMCİLER?

- Girişimciler; sınırsız dünyanın en etkili ve en güçlü ordularındır.
- Onlar toplumları silahlarıyla değil ürün ve hizmetleriyle değiştirirler.



KİM BU GİRİŞİMCİLER?

- Girişimciler, yeni yüzyılın sınırlarını aşmasını bilen uçbeyleridir.
- Girişimciler; dünü yorumlar, geleceği planlar, bu günü değerlendirirler.



KİM BU GİRİŞİMCİLER?

- ❑ Küreselleşen dünyanın yeni fatihleri girişimcilerdir.
- ❑ Girişimci; kusursuzluk avcısıdır.
- ❑ Girişimci; çekirdekte meyveyi, meyvede de ağacı görebilendir.



PROJE VE GİRİŞİMCİLİK

- ❑ Projesiz yatırım yapılamaz.
- ❑ Projesiz yatırım yapan işletmeler pusulasız gemilere benzerler.
- ❑ Yatırımlar, ekonominin güç kaynağıdır.
- ❑ Çözüm üretemeyenler, mazeret üretirler.



GİRİŞİMCİ VE KATMA DEĞER

- Başarılı girişimciler; ürünlere katma değer kazandırmanın yardımlaşma ve dayanışmadan kaynaklandığını çok iyi bilirler.



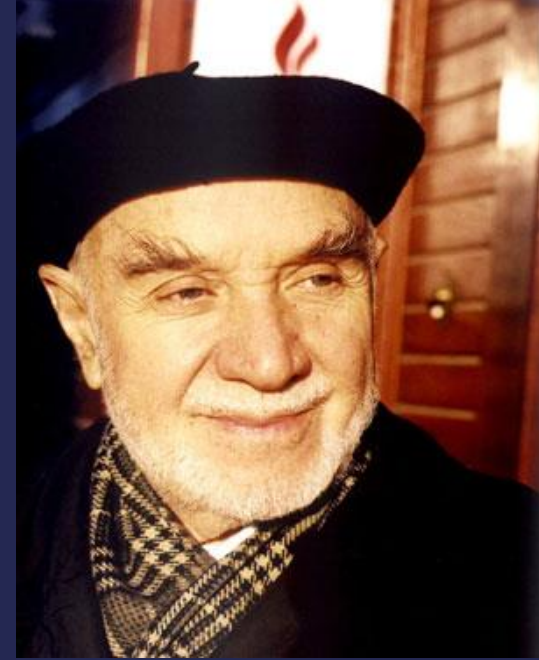
CAMI VE ÇARŞI DAYANIŞMASI

- Cami ve çarşı arasında dayanışma sağlanmalıdır.
- Bir toplumda yaşı ve işi ne olursa olsun hiç kimse alnın terinden, elinin emeğinden ve gözünün nurundan daha fazlasına göz dikmezse o toplumda yoksulluk olmaz.
- Yönetici akılla, girişimci gönülle bakar.



MUDAREBE

- Bir taraftan sermaye, diğerk taraftan emek ve çalışma olmak üzere kurulan şirkettir.
- Ekonomik hayatın odak noktasına “güzel insanı yerleştiren Prof. Dr. Sabahattin Zaim, çalışmalarında risk sermayesi şirketlerinin İşlam’da ana ortaklık biçimi olan “mudarabe’ye dayandığını vurgulayarak Bill Gates ve Michael Dell gibi ünlü girişimcilerin varlıklarını İşlam’a borçlu oldukları üzerinde önemli durur.



AHLAK VE GİRİŞİMCİLİK

- Ahlaksız; ne köklü bir kültür ne de sağlam bir ekonomi olur.
- “Müslümanların çarşılarında dürüstlük alınır, dürüstlük satılır.”
- Kutsal kitaplarda da vurgulandığı gibi, ticaret yalnızca bir ekonomik faaliyet değil, toplumları bir arada tutan sosyal ve kültürel işbirliğidir.



GİRİŞİMCİ YA DA GÜZEL İNSAN

Merkezinde ekonomik insan
homoekonomikus olan serbest
pazar ekonomisi değil,
merkezinde güzel insan olan etik
pazar ekonomisi bizim için
önemlidir.



SEZAI KARAKOÇ DİYOR Kİ:

Ekonomi, toplum varlığının temel sebebi değil, görüntülerinden biridir. Temel faktör insandır” diyerek, Ekonomi ile Ahlak ilişkisine evrensel bir bakış açısı kazandırır.



AHİLİK KÜLTÜRÜ

- Bu günün iş dünyasının tartışılan değerleri ahilik kültürünün güncelleştirilmiş halidir.
- Allını, kapını ve safını açık. Elini, belini ve dilini kapalı tut.
- Dünyanın kaynakları herkesin karnını doyurmaya yeter ancak kimsenin gözünü doyurmaya yetmez.



GİRİŞİMCİLİK VE AHLAK

- Savurganlık ile haksız kazanç arasında doğru orantılı bir bağıntı vardır.
- Paylaşma ahlaki bir sorundur, hayatın hiçbir alanı ahlaktan bağımsız değildir. Paylaşan zenginleşir, zenginleşen paylaşır.
- İstek değil ihtiyaç odaklı bir ekonomi tanzim edilmelidir.
- Seküler ekonomi, isteklerin karşılanmasını bütün dünyaya tek mutluluk kaynağı olarak sundu.



DANIEL T. GRISWOLD“SERBEST TİCARET ÜZERİNE YEDİ AHLAKİ İLKE”

- Ticaret bireysel onuru ve bağımsızlığı gözetir.
- Ticaret devletin gücünü sınırlar.
- Ticaret bireylerin etik değerleri geliştirmesine zemin hazırlar.
- Ticaret insanları bir araya getirir.
- Ticaret diğer temel insan haklarını da destekler.
- Ticaret barışı güçlendirir.
- Ticaret yoksulları besler ve giydirir.

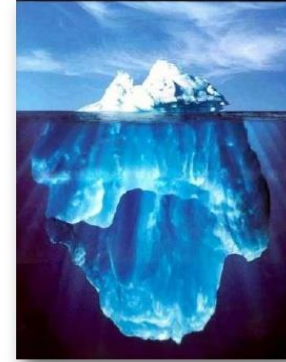


GİRİŞİMCİLİK VE ENTELEKTÜEL SERMAYE

Üretmeden tüketmeyi özendiren gösteriş tüketimine giden bütün yolları kapatmada en etkili güç finansal değil entelektüel sermayedir.

Sahip olduğu zenginlikleri paylaşmasını bilen güzel insanın elinde her kaynak bir entelektüel sermayeye dönüşür.

ENTELLEKTÜEL SERMAYE



GİRİŞİMCİLİK VE EĞİTİM

- Olumsuz düşünme ve sorun üretme alışkanlığının üstesinden, eğitim odaklı yönetimle, olumlu düşünme ve çözüm üretme yeteneğini geliştirmiş olanlar gelirler.



STEPHAN COVEY'İN “ETKİLİ İNSANLARIN 7 ALIŞKANLIĞI”

- Proaktif olmak
- Sonunu düşünerek işe başlamak
- Önemli olan işlere öncelik vermek
- Kazan-Kazan diye düşünmek
- Önce anlamaya sonra anlaşılmaya çalışmak
- Sinerji doğurmak
- Baltayı sürekli bilemek



PHOTO: TIM PEARSON/BETTER LIFE MEDIA



MİCHAEL PORTERDİYOR Kİ:

Michael Porter: “Hükümet ile işbirliğine girmek uyuşturucu gibidir, alışkanlık yapar, bağımlılığa yol açar, eroine benzer. Bu ilaca alışmış herhangi bir şirket ya da ülke, dünya ölçeğinde rekabet edecek stratejiler geliştiremez.”



PHİLİP KOTLER DİYOR Kİ:

Philip Kotler: “Pazarlama sanatı, büyük ölçüde bir marka inşa etme ustalığıdır.” Ekonomik ve kültürel dünyadaki başarı, kalıcı bir isim ile yılların içinde oluşmuş markalara dayanır. Değişik üretim konularında dünya pazarlarını ele geçiren kuruluşların gücünün odak noktasında görünen varlıklardan daha çok görünmeyen varlıklar yer alır.



JACQUES SEQUELA DİYOR Kİ:

Jacques Sequela'nın dediği gibi:
“Firmalar günümüzün
misyonerleridir.” Dünyaya yön
verenler devletler değil, markalardır.
Pazarlarda markalarla savaşılr.



GİRİŞİMCİ VE HEDEF

Avrupa ülkeleri kalitesinde ve Uzak Doğu ülkelerindeki maliyetlerde ürün ve hizmet üretmeyen işletmelerin, ulusal ve uluslararası pazarlarda kendilerine sağlam bir yer edinmeleri mümkün değildir.

