



GİRİŞİMCİLİK BECERİLERİNİN FİRMA REKABETİNE ETKİSİNİN ELMAS MODELİ İLE İNCELENMESİ: TRA2 BÖLGESİNDEKİ İMALAT VE HİZMET İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA¹

INVESTIGATION OF THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL SKILLS ON
COMPETITIVE COMPANIES BY MEANS OF THE DIAMOND MODEL: AN
APPLICATION IN MANUFACTURING AND SERVICE SECTORS IN TRA2 AREAS

Yunus ZENGİN²

Mehmet DENİZ³

Öz

Rekabet sürecinin yoğun olarak yaşandığı günümüz serbest piyasa ekonomilerinde, işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri gün geçtikçe güçleşmeye başlamıştır. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, bir yandan işletmelerin yapılarını etkilerken, diğer yandan daha bilinçli ve araştırıcı bir tüketici kesiminin oluşmasına neden olmuştur. Bu yeni anlayış içerisinde işletmelerin varlıklarını sürdürmeleri ve büyüyebilmeleri, teknolojik gelişmeleri yakından takip etmelerini ve mevcut yapılarını bu gelişmelere adapte etmelerini zorunlu kılmaktadır. Bu rekabet ortamında başarıyı elde etmek, müşteri odaklı bir anlayış ile birlikte, süreci iyi şekilde koordine eden, sistem içerisindeki parçaları birleştirebilme yeteneğine ve becerisine sahip olan girişimcilere olan ihtiyacı da beraberinde getirmektedir.

Bu çerçevede yapmış olduğumuz çalışmada, TRA2 bölgesini oluşturan Kars, Ardahan, Iğdır ve Ağrı illerinde faaliyette bulunan imalat ve hizmet işletmelerinin, sahip oldukları girişimcilik becerileri ve bu becerilerin firmaların rekabet sürecine olan etkileri incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Becerileri, Rekabet, Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü, Rekabet Gücü

Abstract

In today's free market economy, sustaining the existence of businesses in the face of increased competitive process has started to be difficult day by day. In particular, advances in information and communication technologies, on the one hand, affects the structures of the business; whilst on the other hand have led to the formation of a more informed consumers and researchers. With this in mind, businesses need to survive and to be able to grow, and to follow technological developments and to adapt the existing structure to these developments. Combined with a customer-focused approach, to achieve success in the competitive environment necessitates the need for entrepreneurs who have the ability and skills to coordinate the process the best way and to combine the parts in the system.

In this regard, by means of the work we have done, entrepreneurial skills of manufacturing and service enterprises operating in the provinces of Kars, Ardahan, Iğdır and Ağrı which formed the TRA2 region, and impact of these skills on the competitive process of the companies have been examined.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial Skills, Competition, Sustainable Competitive Advantage, Competitive power.

¹ Bu araştırma, İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalında yapılmış olan "Girişimcilik Becerilerinin Firma Rekabetçiliğine Etkisi: TRA2 Bölgesinde Bir Araştırma" isimli doktora tezinden üretilmiştir.

² Öğr.Gör.Dr. Kafkas Üniversitesi Kağızman MYO, yunuszengin@kafkas.edu.tr

³ Doç.Dr. İnönü Üniversitesi, İİBF. İşletme Bölümü, mehmet.deniz@inonu.edu.tr

1. GİRİŞ

Son dönemlerin önemli kavramları arasında yer alan girişimcilik, gerek ekonomik gerekse sosyal alanda önemli sonuçların elde edilmesinde aktif rol oynamaktadır. Özellikle 1990'lı yıllardan itibaren tüm dünyada etkisini her yönüyle hissettiren küreselleşme süreci, birçok alanda olduğu gibi teknolojide, ekonomide ve sosyal alanda hızlı bir değişim sürecinin yaşanmasına neden olmuştur. Yaşanan bu değişim işletmeleri, sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabilmeleri için bir yandan ürün farklılaşmalarına, öbür taraftan da farklı faaliyetlerde bulunmaya zorlamaktadır. Yapılacak tüm bu eylemler girişimciliğin önemini bir kat daha arttırmaktadır.

Bu çalışmada ekonomik yapının önemli aktörleri olan girişimcilerin sahip oldukları kişisel, yönetsel ve teknik beceriler ile bu becerilerin TRA2 Bölgesinde faaliyette bulunan hizmet ve imalat işletmelerinin rekabet sürecine etkisi elmas modeli çerçevesinde ele alınarak analiz edilmiştir.

1.1. Girişimcilik Kavramı ve Tanımı

Girişimcilik kavramı, ekonomik gelişme sürecinin temel dinamiği olmakla birlikte bireysel ve toplumsal anlamda yaratmış olduğu refah seviyesi ve insan yaşamının kalitesini artırmaya yönelik bütün alanlarda dinamik bir özelliğe sahip olması nedeniyle, geçmişten bu güne kadar farklı bilim alanlarının inceleme konusu olmuştur.

Kavram, gerek işletme gerekse iktisat biliminde uzunca bir süredir kullanılmaktadır. Girişimcilik ile ilgili ilk tanımlama 18.yüzyılın başlarında Fransa'da yaşayan İrlandalı ekonomist Richard Cantillon tarafından yapılmıştır. Cantillon'un 1755 yılında yayınlanan "Essai sur lanature du commerce en general" adlı çalışması girişimcilik tarihinde önemli bir dönüm noktası olmuştur (Hebbert ve Link 2006: 589). Cantillon'un risk alma özelliğini vurguladığı tanımlamada girişimciliği; henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini satın alan ve üreten kişi olarak ifade etmektedir (Demirel ve Akbıyık, 2009: 6-7). Cantillon girişimcileri piyasa içerisinde dengeyi sağlayan ajanlar olarak görmekle birlikte girişimcinin ne yenilikçiliğe ne de arz veya talebi değiştirir özelliklerinin olmadığını ancak girişimcinin anlayışlı, zeki ve risk almaya istekli olduğunu ifade etmektedir (Parker, 2006: 39). Yine bir iktisatçı olan Jean Baptise SAY, daha önce yapılmış olan girişimcilik tanımını geliştirerek; girişimcinin risk üstlenme niteliğinin yanında üretim faktörlerinin örgütlenmesi ve yönetilmesi niteliğine de sahip olması gerektiği üzerinde durmuştur (Demirel ve Akbıyık, 2009: 6-7).

Long (1983) girişimcilik tanımlarını karşılaştırarak yapılan tanımlarının üç ortak yönünü tespit etmiştir. Bunlar; (1) belirsizlik ve risk, (2) bütünleşik yönetsel beceri ve (3) yaratıcı fırsatçılıktır (Nurmakhamatuly ve Güney 2007: 64). Girişimcilik, gerekli zaman ve çabanın temin edilerek sosyal, finansal ve psikolojik risklerin alınması yoluyla parasal kazançların ve kişisel tatminin elde edildiği, katma değeri olan farklı şeyler ortaya koyma süreci olarak tanımlanmaktadır (Hisrich ve Peters, 2002: 10). Kuratko girişimciliği, işletme dünyasında değişim için agresif bir katalizör olarak tanımlamakta; bir anlamda girişimciyi kaos, çelişkili ya da karışıklık ortamlarında diğerlerinin görebildiği fırsatları fark edebilen bireyler olarak ifade etmektedir (Kuratko, 2007: 1). İnsan kaynaklarının temel yapı taşlarından birisi olarak ele alınan girişimcinin yenilikçilik ve dinamiklik özelliğini vurgulayan ve gündeme getiren ise Joseph A. Schumpeter'dir. Dinamik girişimci kavramını literatüre kazandıran Schumpeter, kavramın daha büyük bir önem kazanmasına neden olmuştur. Dinamik girişimcilikte sürekli bir yenilik (Innovasyon) ve yıkıcı yaratıcılık süreci söz konusudur. Girişimcileri; yeni tedarik kaynakları, yeni ürünler, yeni hizmetler, yeni süreçler, yeni organizasyonlar ve yeni pazarlar yaratan kişiler olarak tanımlamış ve bu

kişilerin ekonomik büyüme sürecinde rol alan önemli aktörler olduklarını iddia etmiştir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 6).

Burns (2001: 6) Fransız ekonomist J.B. Say'ın girişimcilik tanımını esas alarak yaptığı tanımlamada, girişimciyi kâr elde etmek için değişim ve fırsatlar yaratarak yenilik (innovasyon) yapan kişi olarak tanımlamaktadır. Girişimci bu faaliyeti risk ve belirsizlik düzeylerinin yüksek olduğu dönemlerde göze almakta, ekonomik kaynakları düşük üretkenlik alanından yüksek üretkenlik ve getiri alanına taşıyarak gerçekleştirmektedir (Döm, 2006: 5).

Şimdiye kadar girişimcilik ile ilgili yapılan tanımlamalara bakıldığında üzerinde mutabakat olmuş bir tanım yapılamamaktadır. Girişimcilik kavramı, varlığı ve önemi herkes tarafından hissedilen bir kavram olmakla birlikte bu kavramın yenilik, yaratıcılık, risk alma, dinamizm, esneklik ve gelişim odaklı olma gibi kavramları içerecek şekilde tanımlandığı görülmektedir.

Özetle girişimcilik ekonomik, psikolojik ve sosyolojik açıdan bir değer yaratma sürecidir. Ekonomik yönden para, servet ve gelir, psikolojik olarak; bireysel bağımsızlık, tatmin ve haz, sosyolojik olarak ise; statü, güç ve itibar gibi sonuçlara yol açan tehlike, tuzak, streslerle dolu ve özel gayret gerektiren bir değer yaratma sürecidir (Top, 2006: 7).

1.2. Girişimciliğin Önemi ve Bilgi Çağında Girişimcilik

Son dönemlerin önemli kavramlarından biri olan girişimcilik, gerek ekonomik gerekse sosyal alanda önemli sonuçların elde edilmesinde aktif rol oynamaktadır. 1990'lı yıllardan itibaren tüm dünyada etkisini her yönüyle hissettiren küreselleşme süreci ile birlikte teknoloji, ekonomide ve sosyal alanda hızlı bir değişim süreci yaşanmaktadır. Yaşanan bu değişim işletmeleri, sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabilmeleri için bir yandan ürün farklılaşmalarına, öbür taraftan da farklı faaliyetlerde bulunmaya zorlamaktadır. Yapılacak tüm bu eylemler girişimciliğin önemini bir kat daha arttırmaktadır.

Girişimcilik sürecinin temelinde toplumun ihtiyaçlarının tespit ederek bunları yatırıma yönlendirme ve bunun sonucunda toplumsal refaha ulaşma yatmaktadır. Çünkü yapılan yatırımların sonucunda; işsizlik oranı düşmekte, gelir seviyesi yükselmekte, bireylerin ve toplumun genel olarak refah düzeyinde iyileşmeler yaşanmaktadır (Güney, 2008: 68).

Girişimciler insan, teknoloji ve bilgi arasında en ideal bir yapıyı oluşturmak zorundadır. Çünkü bilgi yönetimi ile yenilik arasında yakın bir ilişki söz konusudur. Yenilik düşüncesinin beslendiği önemli kaynak bilgi yönetimine dayanmaktadır. Yeni üretim metotlarının geliştirilmesinde, yeni pazarlara açılmada, endüstrinin yeniden organize edilmesinde ve yeni ürün, hizmet konseptinin oluşturulmasında girişimciler bilgidan yararlanmaktadır. Günümüzde bu anlamda bilgiye sahip olan ve onu etkin bir şekilde kullananlar, rekabetin küreselleştiği süreçte her tür girişimin karşılaşılabileceği duruma karşı çözüm üretebilmesini sağlamaktadır. 21. yüzyılın galip girişimcileri pazarlarda yaşanan ve yaşanacak olan yeni savaşlarda yeni bilgileri üretmek ve bu bilgileri stratejik olarak kullanacak bilgi yönetim unsurlarına sahip olmak mecburiyetindedirler (Yeniçeri ve İnce, 2005: 490).

1.3. Girişimcilik Becerileri

Girişimciler risk alan ve bu risk içerisinde yaşamlarını sürdüren kişilerdir. Girişimcilerin bu özelliği, diğer insanlardan ayrılan en önemli farklılıklarıdır. Kişileri girişimci yapan tabii ki sadece sahip oldukları risk alma veya riske katlanma becerileri değildir. Alınan bu riskin minimum seviye indirilmesi de önem arz eden diğer bir konudur. Şu ana dek ifade edilen ve ekonomik yapı içerisinde üstlenmiş olduğu roller dikkate alındığında bütün bu eylemleri gerçekleştirebilme riskini almak ve bunu başarı ile

taçlandırmak, belirli yetenek ve becerilere sahip olmayı gerektirmektedir. İşletme sayısındaki artışlar, üretilen ürünlerin birbirlerine çok yakın ya da aynı olması, tüketicilerin daha bilgili ve araştırmacı bir özelliğe sahip olmaları gibi unsurlar işletmelerin varlıklarını ciddi bir şekilde tehdit eden faktörlerdir. Bu faktörleri iyi analiz eden ve pazarda oluşan fırsatları değerlendirme becerilerine sahip olan girişimciler başarılı olurken, bunları göremeyen yada o niteliğe sahip olamayan girişimciler ise başarısız olmakta yada sistem tarafından elimine edilmektedir.

Girişimcilerin sahip oldukları becerileri kişisel, yönetsel ve teknik beceriler olmak üzere üç grupta toplamak mümkündür (Hısrıç ve Peters, 1973: 21; Kaya, 2007: 47-48). Bu beceriler aşağıdaki tabloda gruplandırılmıştır.

1. Kişisel Girişimcilik Becerileri	2. Yönetim Becerileri	3. Teknik Beceriler
<i>Yenilikçi Olma</i>	<i>Etkili Karar Verebilme</i>	Yazı ve Raporlama Tekniklerini Bilme
<i>Değişime Uyum Sağlama (Esneklik)</i>	<i>Etkili İnsan İlişkileri Kurabilme</i>	Mesleki Yeterliliğe Sahip Olma
<i>Hırs ve Kararlılık</i>	<i>Etkili Bir Yönetim Modeli Sergileyebilme</i>	<i>Teknik Donanuma Sahip Olma</i>
<i>Disiplinli Olma</i>	<i>Mali Konularda Yeterlilik</i>	<i>Bilişim Sistemlerini Yönetme</i>
<i>Hataları Kabul Etme ve İyimserlik</i>	Risk Alma, Sonuçlara Katlanabilme ve Kabullenme	<i>Etkili İletişim Kurabilme</i>
<i>Planlama</i>	<i>Pazarlık ve Müzakereci Olma</i>	<i>Etkili Sosyal İlişkileri Geliştirebilme Becerisi</i>
<i>Hedef Oluşturma</i>	<i>Motivasyon, Koordinasyon ve Organizasyonun Sağlanması</i>	<i>Takım Kurabilme ve Yönetebilme Becerisi</i>

2. REKABET VE REKABET KAVRAMININ TANIMI

Küreselleşme süreci ile birlikte ülkeler arasında var olan ticari sınırların ortadan kalkması, aynı alanda faaliyette bulunan işletme sayısında meydana gelen artışlar, müşterilerin daha bilinçli bir hale gelmesi, bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı gelişmeler gibi faktörler pazarların yapısını da değiştirmiştir. Teknolojide ve küresel ekonomide yaşanan bu gelişmeler, işletmelerin günümüzde daha sıkı ve zorlu bir rekabet ortamı içinde faaliyet göstermelerine neden olmuştur.

Rekabet terimi oldukça sık kullanılan bir kavramdır. Ancak tanımı üzerinde tam bir mutabakat sağlanamamakla birlikte; rekabet terimine değişik ortamlarda farklı anlamlar yüklenmektedir. Rekabetin tanımlanmasında ve ölçülmesinde bir zorluk da rekabetin ülke, bölge veya bloklar bazında olduğu gibi şirketler bazında da ifade edilmesidir. Küreselleşme ile birlikte son dönemlerde yaşanan gelişmeler rekabet sürecine de etki ederek, rekabetin yeni boyutlar kazanmasına ve içeriğinin değişikliğe uğramasına yol açmaktadır (Taşkın ve Adalı, 2004: 84).

Rekabet; teknolojik gelişme, yenilik yapma, kaynakların verimli ve etkin kullanılmasını sağlama açısından itici güç olarak tanımlanarak, belirli bir menfaat elde etmek amacıyla başkalarını geçmeye çalışmak ya da benzer konumda olan kişilere karşı üstünlük sağlamak (Aktan ve Vural, 2004: 13), müşterilerin gereksinimlerini karşılarken onların beklentilerini gerçekleştiren ve onlar için değer yaratan stratejilerle pazarda gerekli olan

mücadelenin verilmesidir (Ülgen ve Mirze 2004: 257). Rekabet tedarikçilerin, müşterilerin, ikame konumunda bulunan firmaların ve sektöre yeni giriş yapacak olanların tümü, sektörde faaliyet gösteren firmalar için birer rakiptir ve duruma bağlı olarak çok ya da az ön plana çıkabilirler. Bu anlamda rekabet, genişletilmiş çekişme olarak ifade edilebilir (Porter, 2003: 6).

De Bono, geleneksel rekabet kavramının yanında rekabet üstü kavramını da ele alarak olaya farklı bir boyuttan yaklaşmıştır. De Bono'ya göre, rekabet, ayakta kalabilmek için, rekabet üstü ise, başarılı olmak için gereklidir. Serbest piyasa ekonomilerinde anahtar öge rekabettir. Rekabetin amacı, düşük maliyet, yüksek kalite ve tüketicilerin ödemeye razı oldukları fiyat üzerinden ihtiyaçlarını karşılayarak tüketiciye yarar sağlamaktır. Bunun yanında rekabet, kaynakların verimli kullanımını sağlamakla birlikte girişimi teşvik etmekte ve bir bütün olarak ekonomiye de yarar sağlamaktadır (De Bono, 2008: 85, Oğrak, 2010: 89-90).

Geleneksel rekabet anlayışının dayandığı varsayımların ortadan kalktığı günümüz ekonomisinde, işletmenin başarısının devam etmesi ve rakiplerine karşı rekabet avantajı sağlaması, içerisinde bulunduğu koşullara uygun olarak hareket etmesini zorunlu kılmaktadır. Çünkü küresel çapta düşünemeyen ve organizasyon yapısını buna göre yapılandıramayan işletmelerin gerek ulusal gerekse küresel bazda rekabet etme olanakları daralacaktır. Bu açıdan yoğun rekabet, işletmelerin faaliyetlerini küresel kurallara göre dizayn etmelerini zorunlu kılmaktadır.

2.1. Rekabet Gücü Kavramı

Bilim adamları ve araştırmacıların rekabet gücü kavramını çok yönlü olarak ele almaları ve konuyu farklı bakış açısıyla değerlendirmeleri, kavramın literatürde sürekli olarak gündemde kalmasına ve tartışılmasına neden olmaktadır. Özellikle 1980'li yılların başından itibaren ülke hükümetlerinin özellikle gündemlerine almış olduğu rekabet gücü kavramı, küreselleşme süreci ile birlikte mal ve hizmet sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin etkinlik standartlarındaki çitayı yükseltmeleri ile kendini daha fazla hissettirmeye başlamıştır.

Konuya yönelik olarak bölgesel bazda ve ülke bazında yapılmış olan birçok araştırma ve çalışmaya karşılık, rekabet gücü kavramının tanımlanmasında farklı çalışmalarda farklı tanımlamalara rastlanmaktadır. Şöyle ki kavram, firma, endüstriyel sektör, hedeflenen bölge, ulusal ya da uluslararası düzeyde ele alındığı gibi ölçekler ve hedeflenen sonuçlara göre ele alınarak kavramın farklı kullanım alanlarının da olduğu ortaya çıkarılmıştır (Hatzichronoglou, 1996: 17).

Akademik alanda yapılmış olan çalışmalar analiz edildiğinde araştırmalarda uluslararası rekabet gücü mikro (işletme ve endüstri) ve makro (ülke) bakış açısı olmak üzere iki açıdan hareketle tanımlanmaktadır. Mikro düzeyli yaklaşımda ülke içindeki işletmeler arasındaki rekabet ve bu rekabetin ulusal/uluslararası pazardaki etkileri incelenirken, makro yaklaşımda ülkenin uluslararası rekabetteki konumu üzerinde durulmaktadır (Çivi, 2001: 22). Ulusal bazda rekabet gücünün nasıl algılandığını anlayabilme adına kavrama Endüstriyel Rekabet Komisyonu Başkanı'nın yapmış olduğu tanımla başlamak doğru olacaktır.

Rekabet gücü, ülkelerin serbest pazar koşulları çerçevesinde bir yandan toplumun reel gelirini arttırmaya çalışırken, diğer yandan üretmiş olduğu mal ve hizmetleri uluslararası pazarlara sunarak bu faaliyetlerde başarı gösterebilmesidir (President's Commission on Industrial Competitiveness, 1985: 3-7). Makro açıdan değerlendirmede kendisine en çok atf yapılan bu tanımlamada, ülkelerin rekabet gücüne sahip olmaları, halkın ekonomik gelir seviyesinin arttırılarak belli bir yaşam seviyesi yakalayabilme sürecine bağlıdır.

Başta Krugman olmak üzere birçok bilim adamına göre rekabet süreci firmalar bazında gerçekleşmektedir. Porter'da "Ülkelerin rekabetçi bir politika sergileyebilmesi firmaların göstermiş olduğu rekabet düzeyine bağlı olduğunu ifade etmektedir (Porter, 2004: 47-48).

Literatürde yapılmış olan tanım ve yaklaşımlardan hareketle ulusal rekabet gücü için üç temel özellik sıralanabilir (Çivi, 2001: 25):

1. Rekabet gücüne sahip olmanın ana amacı, ülkedeki yaşam standartlarını iyileştirerek toplumun refah düzeyini yükseltmektir. Bu artışlar ise, ticaret, yatırım ve üretim gibi faaliyetlere yeterli önem vermek ve ülkedeki tüm kurumlar arasında dayanışmanın artırılması ve uzmanlaşmanın oluşmasıyla sağlanabilir.

2. Ürün ve hizmetlerin üretilip, dağıtılmasında rakip ülkeleri yakalayabilmek için ülkenin kendine has özellik, yetenek ve potansiyellerine odaklanmak gerekir.

3. Ülkenin rekabet edebilme gücünün incelenmesinde sayısız gösterge kullanılmaktadır (Uluslararası pazar payı, ülkenin ticaret bilançosu, üretim, istihdam vb.).

Günümüzde işletmelerin rekabet gücünü etkileyen bir çok faktörden bahsedilebilir. İşletmenin verimlilik düzeyi, faaliyetlerdeki esneklik ve hız, yapmış olduğu ihracat miktarı, mal ve hizmet kalitesi, maliyetlerden tasarruf etme kabiliyeti, AR-GE ve teknoloji durumu, nitelikli işgücü ve firma imajı gibi faktörler sayılabilir.

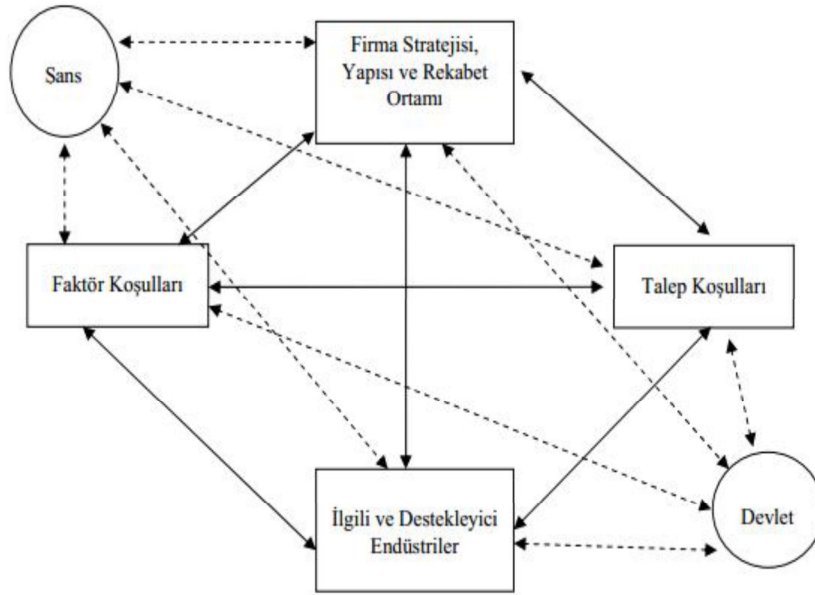
2.1.1. M. Porter'ın Rekabetçi Üstünlük Teorisi

Uzun yıllar rekabet konusunda kurumsal ve ampirik çalışmalarda bulunan Michael E. Porter, bu alandaki ününü 1990 yılında yayınlanan "Ulusların Rekabet Üstünlüğü" (The Competitive Advantage of Nations) ile elde etmiştir. Geniş bir araştırma grubu ve yaklaşık dört yıllık bir süreyi kapsayan bu çalışma, rekabet gücü yüksek olan on ülkenin verilerine dayanmaktadır. Porter bu çalışma ile rekabet gücü konusunda, geleneksel karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin ötesinde bir açıklama sunma amacı gütmektedir (Erkan, 1993: 64).

Porter, rekabetçi üstünlük teorisi ile şu konuya çözüm bulmaya çalışmaktadır. Bazı ülkelerde faaliyet gösteren işletmelerin verimlilik artışı sağlayacak avantajları nasıl yakalayabildiklerini, diğer bazı ülkelerde faaliyette bulunan işletmelerin ise bu avantajları nasıl elde edemediklerini açıklamaya yöneliktir (Porter, 1998: 20).

Porter, yaptığı çalışmalar neticesinde rekabetçi üstünlüğün elde edilmesi ve sürdürülebilmesi açısından yerel özelliklerin ön plana çıktığını belirtmektedir. Ülkelerin ekonomik durumları, kültürel yapıları, tarihsel geçmişleri ve kurumsal yapıları gibi farklı değerler rekabetçilik durumlarını da etkilemektedir. Özellikle son dönemlerde etkisini iyiden iyiye hissettiren küreselleşme süreci ile birlikte ileri sürülen ülke faktörünün etkisizleştiği görüşünün aksine, yukarıda ifade edilen ülkelerin sahip olduğu kendine özgü değerleri ile ülke faktörü önemli bir yer tutmaktadır (Porter, 1998: 19). Bu düşünce ile hareket eden Porter, farklı ülkelerin sahip olduğu ve uluslararası alanda rekabet üstünlüğü elde etmiş sektörlere avantaj sağlayan unsurları "Elmas Modeli" olarak ifade ettiği model ile ortaya koymuştur (Ariç, 2013: 91).

Bu modele göre belirli bir bölgenin rekabetçilik avantajını belirleyen ve birbirleri ile etkileşim içerisinde olan dört unsur bulunmaktadır. Şekil 2.6'da görüldüğü üzere bu unsurlar; (1) faktör koşulları; (2) talep koşulları; (3) ilgili ve destekleyici endüstriler; (4) firma yapısı, stratejisi ve rekabettir. Bunun yanında tek başlarına herhangi bir belirleyicilik rolü olmayan fakat süreci etkileyen iki dışsal değişken olarak da; devlet ve uyguladığı politikalar ile karşılaşılan fırsatlar ve şanslar eklenmiştir (Neven ve Dröge, 2001: 4).



Kaynak: Porter, 1990: 127

Şekil 2.1 : Elmas Modeli

Porter tarafından geliştirilen ve iş ortamının coğrafi konumunun etkilerini ele alan ve vurgulayan bu model yalnızca ülkelerin rekabet sürecine yönelik değildir. Bunun yanı sıra ülke içerisindeki değişik bölgeler ve hatta şehirler içerisindeki rekabet sürecine yönelik uygulanabilir nitelikte bir modeldir.

1.Faktör Koşulları: Porter'a göre ülkeler, elde ettikleri rekabetçi konumlarını devam ettirebilmek için sahip oldukları faktörleri en iyi şekilde yenilemek ve geliştirmek durumundadırlar. Çünkü devletlerin rekabet avantajı sağlamalarına olanak sağlayan unsurların, daha önceki dönemlerden kendilerine kalan miras değil, kendi geliştirdikleri ve etkin olarak kullanabildikleri faktörlere bağlı olduğunu ifade etmektedir (Porter, 1990: 218). Faktör donanımı başlığı altında toprak, işgücü ve sermaye faktörleri yer almaktadır. Bu üretim faktörleri herhangi bir endüstride rekabet etmek için gerekli olan girdilerdir.

Faktör koşulları şu alt gruplara ayrılmaktadır (Gürpınar ve Sandıkçı, 2008: 114):

- Fiziki Kaynaklar; arazi, su, iklim, hammadde, enerji, miktar ve kalitesi.
- Bilgi Kaynakları; mal ve hizmetlere ilişkin bilimsel ve teknik bilgi, piyasa bilgisi.
- Sermaye Kaynakları; yatırımların miktar ve maliyetleri ile sermaye piyasası.
- Altyapı; çeşit ve kalite olarak ulaşım, iletişim, haberleşme, taşıma, fon transferi sistemi, konut, sağlık, eğitim ve kültür kurumları.

2.Talep Koşulları: Talep koşulları, tüketicilerin ya da ülkelerin firmalar üzerinde istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak yapmış oldukları baskılardır. Bu baskılar sonucunda mal ve hizmet sunumunu gerçekleştiren firmalar, faaliyetlerini sürekli geliştirerek uluslararası pazarlarda diğer rakipleriyle yarışabilir duruma gelmektedir. Rekabetin küreselleşmesiyle beraber her ne kadar iç talebin önemini azaltmış gibi bir görüntü oluşsa da Porter, yapmış olduğu çalışmalar sonucunda yerel talebin tüm endüstrilerde etkili olduğu, özellikle de alıcıların ihtiyaçlarının algılanması, yorumlanması ve karşılanması sürecinde çok önemli bir yere sahip olduğunu tespit etmiştir (Kincaid, 2005:17-18).

3. İlgili ve Destekleyici Endüstriler: Porter'a göre ülkelere rekabet avantajı sağlayacak üçüncü faktör, ilgili ve destekleyici olmakla birlikte aynı zamanda rekabet gücüne sahip olan endüstrilerin varlığıdır. Bu endüstriler rekabetçi bir endüstrinin en önemli değişkenini oluşturmaktadır. Böyle firmaların sektör içerisindeki varlığı ve gerçekleştirdiği faaliyetler sektörlerin rekabetçi gücünü göstermekle birlikte, ihracatçılık alanındaki kabiliyetini büyük oranda etkilemektedir (Barca, 2006: 40). İlgili ve destekleyici kuruluşlar, belli bir sektör ile alakalı faaliyette bulunan tedarikçi ve dağıtıcı endüstrilerden oluşmaktadır. İşletmelerin uluslararası pazarlarda mevcut rekabet düzeylerini koruyabilmesi, tedarikçilerin ve dağıtıcıların sahip oldukları rekabet gücüne bağlıdır. (Baltacı vd., 2012: 80).

4. Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet: Ülkedeki firmaların nasıl bir oluşum süreci içinde oldukları, organizasyon yapıları, yönetim anlayışı ve kapasiteleri ile içinde buldukları rekabet durumu dördüncü belirleyici faktör olarak ele alınmaktadır (Porter, 1990: 71-72).

Porter'a göre, firmaların amaçları, izledikleri stratejiler ve örgütsel yapıları uluslararası piyasalardaki rekabet güçlerine kaynak oluşturmaktadır. Bununla birlikte, teknolojik yeniliklerin yaratılması ve uygulanması sürecinde belirlenmiş olan hedeflere yönelmede çalışanlar ile yöneticiler arasındaki koordinasyon oldukça önemli bir faktördür (Çetinkaya, 2005: 54).

Porter, rekabet gücünün belirleyicileri olarak ifade ettiği bu dört unsurun dışında dışsal faktörler olarak iki ilave faktöre daha değinmiştir. Bunlar; devlet politikaları ile fırsatlar ve şansır.

5. Devlet ve Uyguladığı Politikalar:

Porter'e göre Devletin esas rolü katalizörlük ve zorlayıcılıktır. Bu süreç, özünde tatsız ve zor olsa da, şirketleri hedeflerini yükseltmeye ve rekabet performansını daha yüksek seviyelere çıkarmaya cesaretlendirmesi, hatta itmesi gerekir. Devlet rekabetçi sektörler yaratamaz; bunu sadece şirketler başarabilir. Devletin oynadığı rol doğal olarak kısmidir; sadece elmasdaki uygun temel koşullarla birlikte çalıştığında başarıya ulaşabilir. Yine de devletin elmasın kuvvetlerini aktarmaya ve arttırma rolü güçlü bir roldür. Gelişim sürecinin ilk dönemlerinde olan ülkeler hariç, devleti doğrudan sürece dahil eden değil, şirketlerin rekabet üstünlüğü kazanabildiği bir ortam yaratan devlet politikaları başarılı olur. Bu, doğrudan değil, dolaylı bir roldür (Porter, 1990: 231).

6. Karşılaşılan Fırsatlar ve Şanslar: Küresel rekabet sürecinde dolaylı bir etkiye sahip olan fırsatlar, genellikle kontrol edilmeyen çoğu zaman ülkelerin ve firmaların iradesi dışında gelişen olaylardır. Yenilikler, temel teknolojilerde yenilenmeler (mikrobiyoloji); girdi maliyetlerinde ani değişimler (petrol); finans piyasasındaki değişimler; dünya ve yerel taleplerde dalgalanmalar; dış ülkelerin uyguladıkları politikalar ve savaşlar şeklinde ortaya çıkarlar. Şans faktörleri de, kontrol edilemeyen ama yine de sektörü etkileyip rekabet ortamındaki göreceli pozisyonları değiştirebilen olaylar olarak görülmektedir (Örneğin, savaşlar, doğal afetler, vb.). Devletin izlediği politikalar ise pozitif ve negatif etkenler olarak görülebilirler(Aktan ve Vural, 2004: 62).

3. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın amacı; TRA2 bölgesinde yer alan Kars, Ardahan, Iğdır ve Ağrı illerinde faaliyette bulunan imalat ve hizmet sektörünün rekabet gücünü ve bu rekabet gücünü sağlayacak girişimcilik becerilerini belirlemektir. Bu amaçla da 4 ilde yer alan girişimcilerin sahip oldukları kişisel, yönetim ve teknik becerilerin firmalara rekabet avantajı sağlayacak

olan rekabet faktörleri ile karşılaştırarak, hangi faktörün rekabet sürecinde daha ağırlıklı bir orana sahip olduğunu ölçmektir.

3.1. Anakütle, Örneklem ve Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın ana kütesini TRA2 alt bölgesini oluşturan Kars, Ardahan, Iğdır ve Ağrı illerinde imalat ve sağlık sektöründe faaliyette bulunan ve KOSGEB, Ticaret ve Sanayi Odası, Organize Sanayi Bölgesi, Eczacılar Odası Başkanlığı ve Gıda Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüklerinin bünyesindeki veri tabanına kayıtlı olan firmalar oluşturmaktadır. Hizmet sektörü olarak sağlık alanında faaliyette bulunan işletmeler ele alınmıştır. Veri tabanındaki bilgilere göre bölgede toplam 396 işletme bulunmaktadır. İllere göre dağılımı şu şekildedir:

Kars		Ardaha		Iğdır		Ağrı		Topla	
İmalat	Sağlık	İmalat	Sağlık	İmalat	Sağlık	İmalat	Sağlık	İmalat	Sağlık
75	63	29	20	30	46	55	78	189	207

Araştırmanın örneklemini ise bu 4 ilden de rastgele seçilen 292 işletmeden oluşmaktadır. Örneklem dağılımı aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Kars		Ardahan		Iğdır		Ağrı		Topla	
İmalat	Sağlık	İmalat	Sağlık	İmalat	Sağlık	İmalat	Sağlık	İmalat	Sağlık
65	52	21	18	26	37	34	39	146	146

TRA2 bölgesi sosyo-ekonomik gelişmişlik göstergeleri yönünden diğer bölgelerden farklılık göstermekte ve 26 düzey 2 bölgesi içerisinde en son sırada yer almaktadır. Bu nedenle bölge içerisinde yer alan ve araştırmaya konu olan bütün işletmelere olanaklar dâhilinde ulaşılmaya çalışılmış ve örneklemin mümkün olduğunca yüksek tutulması için maksimum çaba sarf edilmiştir. Nitelikli her araştırmada olduğu gibi, bu araştırmada bir takım sınırlılıklar taşımaktadır. Araştırma TRA2 bölgesini kapsayan Kars, Ardahan, Iğdır ve Ağrı il merkezlerini kapsamaktadır. İkinci kısıt ise araştırma kapsamında yer alan işletmelerin küçük ve orta ölçekli işletmelerden (KOBİ) oluşması, büyük işletmelerin araştırma kapsamı dışında bırakılmasıdır. 04/11/2012 tarihli ve 28457 sayılı resmi gazetede yayımlanan tanıma göre; bünyesinde 249 kişiye kadar istihdam olanağı sağlayan ve yıllık net satış hasılatı 40 Milyon TL' yi aşmayan işletmeler KOBİ olarak ifade edilmektedir.

3.2. Araştırma Sorusu ve Hipotezleri

Araştırmanın sorusu "Girişimcilik becerileri firma rekabetini etkiler mi"? Bu sorudan hareketle araştırmanın ana ve alt hipotezleri ise şu şekilde saptanmıştır:

H₁: Girişimcilerin Kişisel Girişimcilik Becerilerine göre;

- 1a. Kişisel girişimcilik becerileri ile girdi ve faktör koşulları arasında ilişki vardır.
- 1b. Kişisel girişimcilik becerileri ile talep koşulları arasında ilişki vardır.
- 1c. Kişisel girişimcilik becerileri ile destekleyici ve ilgili endüstriler arasında ilişki vardır.

1d. Kişisel girişimcilik becerileri ile firma stratejileri ve rekabet durumu arasında ilişki vardır.

1e. Kişisel girişimcilik becerileri ile hükümet politikaları arasında ilişki vardır.

H₂: Girişimcilerin Yönetim Becerilerine göre;

2a. Girişimcilerin yönetim becerileri ile girdi ve faktör koşulları arasında ilişki vardır.

2b. Girişimcilerin yönetim becerileri ile talep koşulları arasında ilişki vardır

2c. Girişimcilerin yönetim becerileri ile destekleyici ve ilgili endüstriler arasında ilişki vardır.

2d. Girişimcilerin yönetim becerileri ile firma stratejileri ve rekabet durumu arasında ilişki vardır.

2e. Girişimcilerin yönetim becerileri ile hükümet politikaları arasında ilişki vardır.

H₃: Girişimcilerin Teknik Becerilerine göre;

3a. Girişimcilerin teknik becerileri ile girdi ve faktör koşulları arasında ilişki vardır.

3b. Girişimcilerin teknik becerileri ile talep koşulları arasında ilişki vardır

3c. Girişimcilerin teknik becerileri ile destekleyici ve ilgili endüstriler arasında ilişki vardır.

3d. Girişimcilerin teknik becerileri ile firma stratejileri ve rekabet durumu arasında ilişki vardır.

3e. Girişimcilerin teknik becerileri ile hükümet politikaları arasında ilişki vardır.

3.3.Veri Toplama Teknikleri

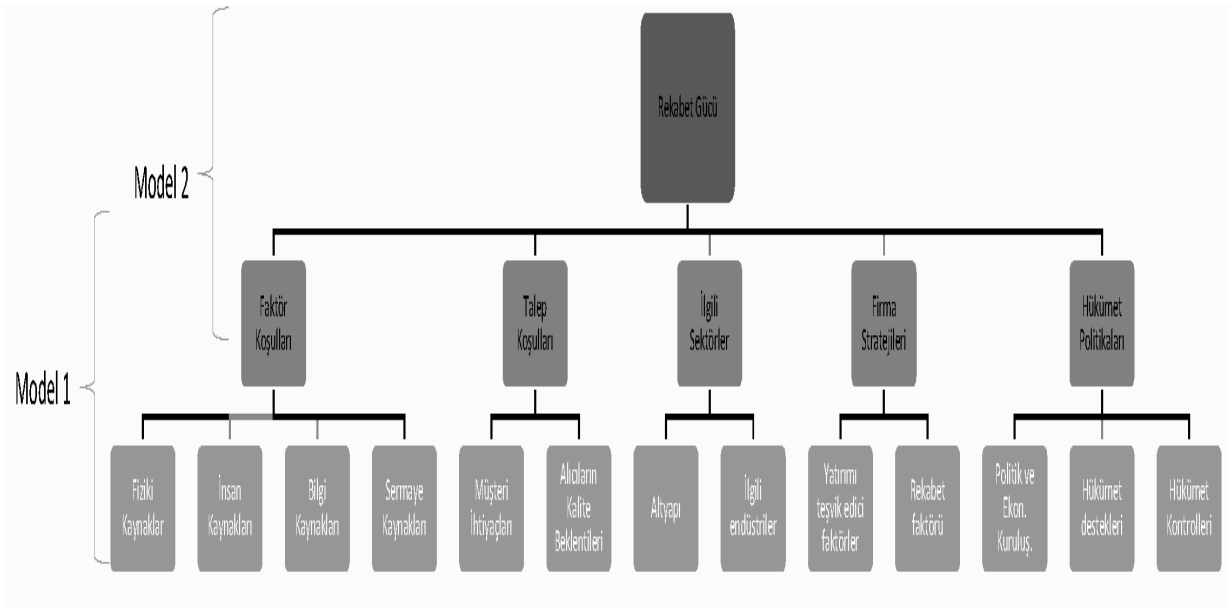
Çalışma, TRA2 Bölgesinde faaliyette bulunan imalat ve hizmet sektörünün rekabet gücünü ve bu rekabeti elde etmelerini sağlayacak girişimcilik becerilerini ortaya koymaya yönelik bir alan araştırmasını içermektedir. Alan araştırmasında istenilen bulgulara ulaşmak için anket yöntemi seçilmiştir. Veri toplama için kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, girişimcilerin kişisel özelliklerini belirlemeye yönelik olarak 5, firma bilgilerine yönelik bilgileri için ise 4 adet olmak üzere toplam 9 tane tanımlayıcı soru yer almaktadır. İkinci bölümde yer alan sorular ise girişimcilerin kişisel, yönetsel ve teknik becerilerine yönelik girişimcilik becerilerini ölçmeye yönelik 23 soru bulunmaktadır. Girişimcilerin, girişimcilik becerilerine yönelik olarak düşünceleri (1) Çok kötü, (2) Kötü, (3) Orta, (4) İyi, (5) Çok iyi ölçekleri kullanılarak alınmıştır. Anketin üçüncü bölümünde ise rekabet gücüne yönelik sorular yer almaktadır. Rekabet gücünü ölçmede kullanılan beş değişkenin durumunu analize yönelik 5’li Likert Ölçeğine göre hazırlanmış 64 soru bulunmaktadır. Ölçekteki sorular, Hiç önemli değil, Biraz önemli, Orta önemli, Çok önemli ve Tam önemli olarak sorulmuş ve girişimcilerden rekabet sürecinde yer alan bu faktörlerin etkilerini ne derecede katıldıklarını belirlemeleri istenmiştir. Anket formu hazırlanırken benzer konularda daha önce yapılmış olan çalışmalardan yararlanılmış olup, girişimcilik becerilerine yönelik sorular Kaya (2007) ve Yıldırım, Demirel ve İçerli (2011) tarafından Aksaray ilindeki girişimcilere yönelik yapmış oldukları çalışmasından uyarlanmıştır. Rekabet Gücünü ölçmeye yönelik ölçek ise “TRB1 Bölgesi İmalat Sektörü Rekabet Gücü” nün saptanması için Fırat Kalkınma Ajansının desteklemiş olduğu ve KOSGEB ile İnönü Üniversitesi’nin ortaklaşa gerçekleştirmiş olduğu (İnönü Üniversitesi adına Doç.Dr. Mehmet DENİZ’in sorumluluğunda) çalışmadan uyarlanarak oluşturulmuştur.

Anketler 4 ilden toplam 292 işletmeye (imalat ve hizmet) uygulanmıştır. Toplam sayı ana kütlelin % 74'üne tekabül etmektedir ve ana kütleli temsil edebileceği kanısına varılmıştır.

3.4. Verilerin Analizi ve Araştırmanın Modeli

Araştırmada, bireylerin faktör koşulları, talep koşulları, ilgili sektörler, firma stratejileri, hükümet politikaları ele alınarak, rekabet gücüne ilişkin bir model ortaya konulmuştur. Ortaya konulan model girişimcilerden anketler sonucu elde edilen puanlar, yöntemleri ile elde edilmiştir. Daha sonra kurulan model doğrulayıcı faktör analizi kullanılarak incelenmiştir. Araştırma; kurulan modelin geçerliğine ilişkin kanıtlar toplama bakımından ise betimsel bir araştırmadır (Fraenkel ve Wallen, 2009).

Araştırmada veri analizleri, yapısal eşitlik analizi (YEM) sayıtlarının test edilmesi, rekabet gücünü ölçmek üzere kurulmuş ölçme modelinin uyumunun incelenmesinden oluşmaktadır. Bu aşamada gözlenen ve gizil değişkenlerin yapısına göre iki yapısal model kurulmuş ve bu modeller uyum indeksler yardımı ile yorumlanmıştır. Model 1'de rekabet gücünün 5 alt boyutunu oluşturan faktör koşulları, talep koşulları, ilgili sektörler, firma stratejileri ve hükümet politikaları boyutları gözlenen değişkenler yardımı ile test edilmiştir.



Model 2'de ise Model 1'deki temel yapının üzerine hiyerarşik olarak eklenen faktör koşulları, talep koşulları, ilgili sektörler, firma stratejileri ve hükümet politikaları boyutları ile gizil değişken olan rekabet gücü test edilmiştir.

Güvenirlilik ve Geçerlik Analizi

Bu çalışmada ölçeklere ilişkin güvenirlik analizinde Cronbach Alfa Katsayısı yöntemi kullanılmıştır. Hem tüm ölçğe ait hem de alt boyutlara ait güvenirlik katsayıları hesaplanmış, sonuçlar Tablo 3.12'de gösterilmiştir.

Tablo 3. 1 : Girişimcilik Becerilerine Ait Ölçeğin Güvenirlik Sonuçları

	Güvenirlik Katsayıları
<i>Kişisel Girişimcilik Becerisi Alt Boyutu</i>	0,660
<i>Yönetim Becerileri Alt Boyutu</i>	0,680
<i>Teknik Beceriler Alt Boyutu</i>	0,612
<i>Girişimcilik Becerisi Ölçeği</i>	0,796

İslamoğlu ve Alınçık'a (2014: 283) göre genel olarak sosyal bilimlerdeki araştırmalarda Cronbach Alfa katsayısı $0,61 < \alpha < 0,80$ arasında ise ölçeğin güvenilirliği kabul edilebilir, $0,81 < \alpha < 1,00$ arasında ise ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğu kabul edilmektedir. Çalışmamızda kullanmış olduğumuz ölçeğin 0,796'lık bir orana sahip olması genel olarak ölçeğin güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır.

3.5. Araştırma Bulguları ve Yorumları

Çalışmanın bu kısmında TRA2 bölgesinde yer alan Kars, Iğdır, Ardahan ve Ağrı illerinde imalat ve sağlık sektöründeki girişimcilere uygulanan anketlerden elde edilen bulgulara yer verilecektir.

3.5.1. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

Araştırmanın çalışma grubunu 234 erkek ve 58 kadın oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan illere içerisinde en yüksek katılımın %40,1 ile Kars olduğu, girişimcilerin yapmış oldukları iş ile ilgili çalışma sürelerine bakıldığında katılımcıların en yüksek %40,4 ile 3-10 yıl arasında bu işte çalıştıkları, 4 ildeki girişimcilerin eğitim düzeylerinin ilköğretim, lise, yüksekokul/üniversite ve lisansüstü şeklindeki dağılımlarına bakıldığında, ilköğretim düzeyindeki girişimcilerin oranı %10,3, lise düzeyinde olanların oranı %34,6, yüksekokul/üniversite düzeyinde olanlar %30,8 ve lisansüstü eğitime sahip olanların oranı ise %24 oldukları görülmüştür.

Cinsiyete Göre Betimsel İstatistikler	<i>N</i>	%
<i>ERKEK</i>	234	80,1
<i>KADIN</i>	58	19,9
İllere Göre Betimsel İstatistikler	<i>N</i>	%
<i>KARS</i>	117	40,1
<i>IĞDIR</i>	63	21,6
<i>ARDAHAN</i>	39	13,4
<i>AĞRI</i>	73	25,0
Yaş Dağılımına Ait Betimsel İstatistikler	<i>N</i>	%
<i>21-27 Yaş</i>	28	9,6
<i>28-35 Yaş</i>	70	24,0
<i>36-42 Yaş</i>	77	26,4
<i>43-49 Yaş</i>	74	25,3
<i>50-56 Yaş</i>	31	10,6
<i>57 ve üstü yaş</i>	12	4,1
Bir İşte Çalışma Sürelerine Ait Betimsel İstatistikler	<i>N</i>	%

<i>3 Yılda Az</i>	19	6,5
<i>3-10 Yıl</i>	118	40,4
<i>11-20 Yıl</i>	117	40,1
<i>21 ve üzeri</i>	38	13,0
Eğitim Durumuna Göre Betimsel İstatistikler	N	%
<i>İlköğretim</i>	30	10,3
<i>Lise</i>	101	34,6
<i>Yüksekokul / Üniversite</i>	90	30,8
<i>Lisansüstü</i>	71	24,3
TOPLAM	292	100

3.5.2.Firmaların Yapısal Özelliklerine Ait Bulgular

TRA2 bölgesinde faaliyette bulunan firmaların yapısal özelliklerine ait analiz sonuçları aşağıdaki gibidir.

TRA2 bölgesinde gerçekleştirilen bu çalışma iki farklı sektör olan imalat ve sağlık sektörüne uygulanmış ve imalat sektörü de kendi içerisinde 8 sanayi koluna ayrılmıştır. Sonuçlar değerlendirildiğinde sağlık sektöründe faaliyette bulunanların oranı %50'dir. Geriye kalan dağılıma bakıldığında ise en yüksek oranla gıda sanayinin (%24) yer aldığı, işletmelerin sahiplik biçimine bakıldığında %66,8 ile tek kişi işletmesi olduğu, çalışan sayıları açısından değerlendirildiğinde bünyesinde 1 ile 9 arasında personel istihdam eden işletmelerin oranı %69,5'dir. İşletmelerin faaliyette buldukları sürelelere bakıldığında işletmelerin %48,3'ü 11-25 yıl arasında olduğu görülmüştür.

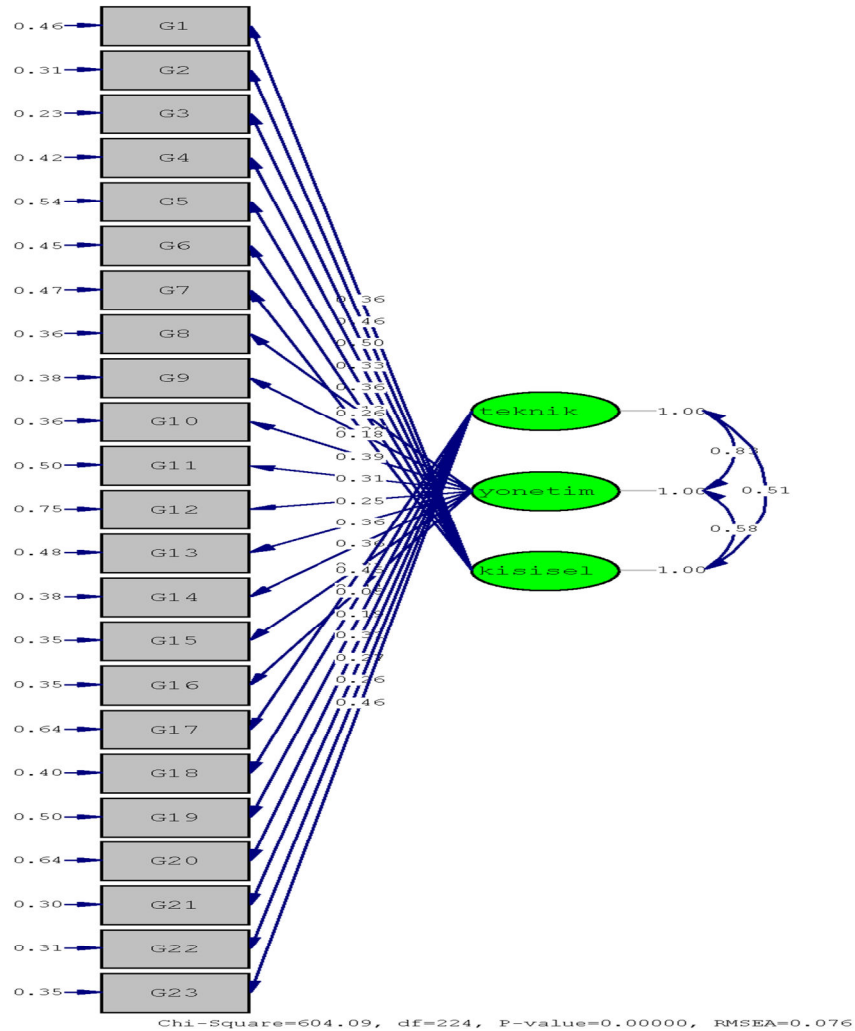
Faaliyet Alanı / Sektöre Ait Betimsel İstatistikler	N	%
<i>Gıda Sanayi</i>	70	24,
<i>Konfeksiyon ve Deri Sanayi</i>	9	3,1
<i>Yapı Elemanları İmalat Sanayi</i>	27	9,2
<i>Madeni Eşya Sanayi</i>	10	3,4
<i>Plastik ve Plastik Ürünleri Sanayi</i>	9	3,1
<i>Un ve Unlu Mamuller Sanayi</i>	7	2,4
<i>Orman Ürünleri Sanayi</i>	10	3,4
<i>Petrol ve Kimya Sanayi</i>	4	1,4
<i>Sağlık Sektörü</i>	146	50,
İşletmenin Sahiplik Biçimine Göre Betimsel İstatistikler		
<i>Tek Kişi İşletmesi</i>	195	66,
<i>Adi Şirket</i>	1	0,3
<i>Kolektif Şirket</i>	2	0,7
<i>Anonim Şirket</i>	19	6,5
<i>Limited Şirket</i>	75	25,
Şirketlerin Çalışan Sayılarına Ait Betimsel İstatistikler		
<i>1 – 9</i>	203	69,
<i>10 – 49</i>	76	26,
<i>50 – 249</i>	12	4,5

Şirketlerin Faaliyet Sürelerine Ait Betimsel İstatistikler			
1-5 Yıl	46	8	15,
6-10 Yıl	78	7	26,
11-25 Yıl	141	3	48,
26 ve üzeri	27		9,2
TOPLAM	292		100

3.5.3. Girişimcilik Becerileri ve Rekabet Sürecine Ait Bulgular

Bu bölümde, girişimcilik becerilerine ve rekabet sürecine ait araştırma sonucunda elde edilen bulgular alt problemlere göre verilmiş ve bunlara dayalı yorumlar yapılmıştır.

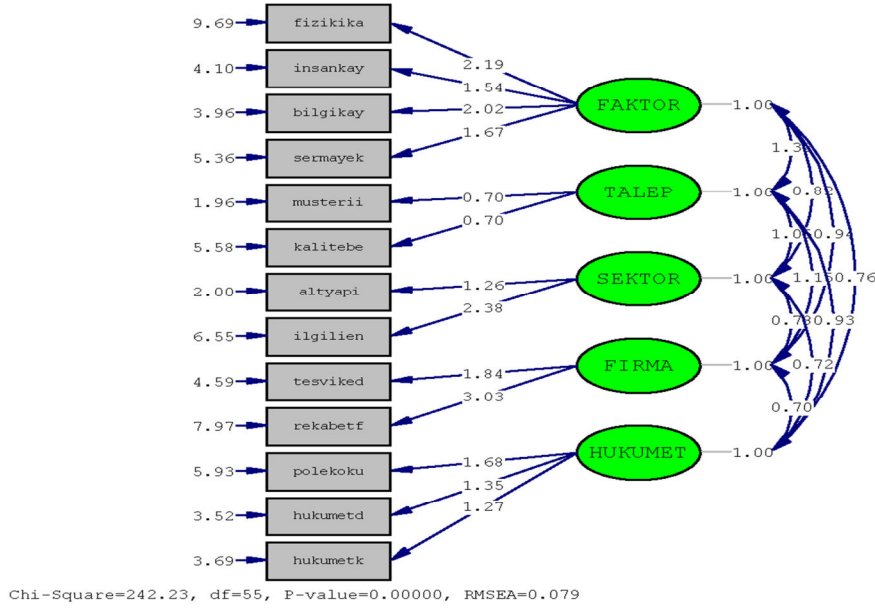
Girişimcilik becerisini yordayan modele ilişkin oluşturulan yapısal modelinin uyum değerlerine ait path diyagramı Şekil 3.1 'de gösterilmiştir.



Şekil 3.1 : Girişimcilik Modeli İçin Path Diyagramı

Oluşturulan modele ilişkin ki-kare değeri $x^2=604,09$, $sd=224$, $p=0,00$ ve RMSEA değeri 0,076 olarak bulunmuştur. Yukarıda belirtilen uyum indekslerine bakılarak girişimcilik için kurulan YEM çalışmasının uyumunun kabul edilebilir düzeyde olduğu saptanmıştır (RMSEA=0,076).

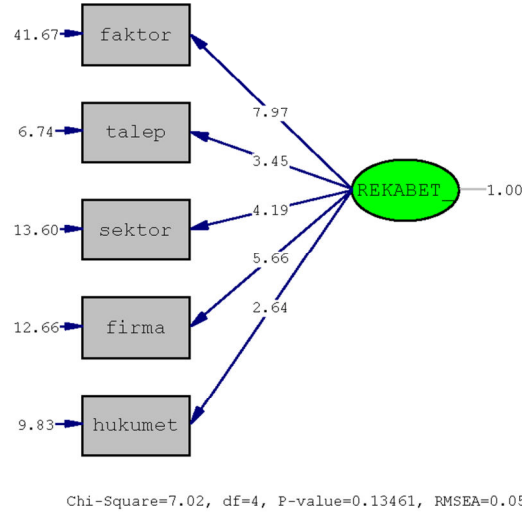
Rekabet gücü alt boyutlarını yordayan Model 1'e ilişkin oluşturulan yapısal modele ait uyum değerlerine ait path diyagramı Şekil 3.2'de gösterilmiştir.



Şekil 3.2 : Rekabet Gücünün Alt Boyutlarına Ait Path Diyagramı

Oluşturulan modele ilişkin ki-kare değeri $x^2=242,23$, $sd=55$, $p=0,00$ ve RMSEA değeri 0,079 olarak bulunmuştur. Yukarıda belirtilen uyum indekslerine bakılarak Model 1 için kurulan YEM çalışmasının uyumunun kabul edilebilir düzeyde olduğu saptanmıştır (RMSEA=0,079).

Yapılan literatür çalışmaları sonucunda rekabet gücü gizil değişkenini yordayan Model 2'ye ait path diyagramı Şekil 3.3'de gösterilmiştir.



Şekil 3.3 : Rekabet gücü Gizil Değişkenlerine Ait Path Diyagramı

Oluşturulan modele ilişkin ki-kare değeri $\chi^2=7,02$, $sd=4$, $p=0,00$ ve RMSEA değeri 0,051 olarak bulunmuştur. Yukarıda belirtilen uyum indekslerine bakılarak Model 2 için kurulan YEM çalışmasının uyumunun kabul edilebilir düzeyde olduğu saptanmıştır (RMSEA=0,051).

Girişimcilerin Kişisel, Yönetsel ve Teknik Becerileri ile rekabet gücü faktörleri arasındaki ilişkiler incelendiğinde aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

Tablo 3.2’de girişimcilerin kişisel becerileri ile rekabet gücünü oluşturan girdi ve faktör koşulları, talep koşulları, destekleyici ve ilgili endüstriler, firma stratejileri ve rekabet durumu ile hükümet politikaları arasındaki ilişkiler belirtilmiştir.

Tablo 3.2 : Kişisel Girişimcilik Becerileri ile Rekabet Gücü Faktörleri Arasındaki İlişki

	<i>Girişimcilerin Kişisel Becerileri</i>	
	<i>Pearson Korelasyon</i>	<i>p (0,01)</i>
<i>Girdi ve faktör koşulları</i>	0,650	0,001*
<i>Talep koşulları</i>	-0,702	0,084
<i>Destekleyici ve İlgili Endüstriler</i>	-0,510	0,42
<i>Firma Stratejileri ve Rekabet Durumu</i>	0,015	0,001*
<i>Hükümet Politikaları</i>	0,520	0,001*

Tablo 3.2 incelendiğinde, girişimcilerin kişisel becerileri ile girdi ve faktör koşulları arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,650$; $p<0,01$). Girişimcilerin kişisel becerileri ile firma stratejileri ve rekabet durumu arasında düşük düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,015$; $p<0,01$). Girişimcilerin kişisel becerileri ile hükümet politikaları arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,520$; $p<0,01$).

Girişimcilerin kişisel becerileri ile talep koşulları ($r = -0,702$; $p > 0,01$) ve destekleyici ve ilgili endüstriler arasında ise anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($r = -0,510$; $p > 0,01$).

Tablo 3.3’de girişimcilerin yönetim becerileri ile rekabet gücünü oluşturan girdi ve faktör koşulları, talep koşulları, destekleyici ve ilgili endüstriler, firma stratejileri ve rekabet durumu ile hükümet politikaları arasındaki ilişkiler belirtilmiştir.

Tablo 3.3 : Girişimcilerin Yönetim Becerileri ile Rekabet Gücü Faktörleri Arasındaki İlişki

	Girişimcilerin Yönetim Becerileri	
	Pearson Korelasyon	p (0,01)
<i>Girdi ve faktör koşulları</i>	-0,720	0,000*
<i>Talep koşulları</i>	-0,106	0,071
<i>Destekleyici ve İlgili Endüstriler</i>	-0,061	0,298
<i>Firma Stratejileri ve Rekabet Durumu</i>	0,650	0,000*
<i>Hükümet Politikaları</i>	-0,310	0,725

Tablo 3.3 incelendiğinde, girişimcilerin yönetim becerileri ile girdi ve faktör koşulları arasında yüksek düzeyde, negatif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r = -0,720$; $p < 0,01$). Girişimcilerin yönetim becerileri ile firma stratejileri ve rekabet durumu arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r = 0,650$; $p < 0,01$). Girişimcilerin yönetim becerileri ile talep koşulları ($r = -0,106$; $p > 0,01$), destekleyici ve ilgili endüstriler ($r = -0,061$; $p > 0,01$) ve hükümet politikaları arasında ise anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($r = -0,310$; $p > 0,01$).

Tablo 3.4’de girişimcilerin teknik becerileri ile rekabet gücünü oluşturan girdi ve faktör koşulları, talep koşulları, destekleyici ve ilgili endüstriler, firma stratejileri ve rekabet durumu ile hükümet politikaları arasındaki ilişkiler belirtilmiştir.

Tablo 3.4 : Girişimcilerin Teknik Becerileri ile Rekabet Gücü Faktörleri Arasındaki İlişki

	Girişimcilerin Teknik Becerileri	
	Pearson Korelasyon	p (0,01)
<i>Girdi ve faktör koşulları</i>	-0,510	0,001*
<i>Talep koşulları</i>	-0,101	0,084
<i>Destekleyici ve İlgili Endüstriler</i>	-0,590	0,000*
<i>Firma Stratejileri ve Rekabet Durumu</i>	-0,680	0,000*
<i>Hükümet Politikaları</i>	0,036	0,541

Tablo 3.4 incelendiğinde, girişimcilerin teknik becerileri ile girdi ve faktör koşulları arasında orta düzeyde, negatif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r = -0,510$; $p < 0,01$). Girişimcilerin teknik becerileri ile destekleyici ve ilgili endüstriler arasında orta düzeyde, negatif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r = -0,590$; $p < 0,01$). Girişimcilerin teknik becerileri ile firma stratejileri ve rekabet durumu arasında orta düzeyde, negatif ve anlamlı bir

ilişki olduğu görülmektedir ($r=-0,680$; $p<0,01$). Girişimcilerin teknik becerileri ile talep koşulları ($r=-0,101$; $p>0,01$) ve hükümet politikaları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($r= 0,036$; $p>0,01$).

4.SONUÇ VE ÖNERİLER

Değişim sürecinin çok hızlı yaşandığı bir dönemden geçilmektedir. Dünya genelinde meydana gelen bu gelişme ve değişimler hem tüketici davranışlarını hem de işletmeleri mikro ve makro düzeyde etkilemektedir. Bilgi teknolojilerinin yaygın olarak kullanılması, teknolojik gelişmeler ile sağlanan verimlilik artışları, pazarlardaki bütünleşmeler, ürün çeşitliliği, müşteri istek ve ihtiyaçlarının sürekli olarak değişmesi, günümüz işletmelerinin farklı davranışlar sergilemelerine neden olmuştur. Her gün yeni bir gelişmenin yaşandığı böyle bir ortamda işletmelerin varlıklarını sürdürmeleri ve güçlü olmaları, faaliyet alanları itibariyle piyasadaki rekabet avantajı sağlayacak unsurları iyi analiz etmelerine ve buna bağlı olarak kendilerini başarıya götürebilecek stratejiler belirlemelerine bağlıdır.

Bu düşünceden hareketle ele alınan bu çalışmada, İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırılmasında (İBBS) 2.Düzye Bölgesi içerisinde yer alan ve TRA2 bölgesi olarak ifade edilen Ağrı, Kars, Iğdır ve Ardahan illerinde faaliyet gösteren imalat ve hizmet işletmeleri girişimcilerinin sahip oldukları becerilerin firmaların rekabet sürecinde oynadıkları roller incelenmiştir.

Girişimcilerin sahip oldukları kişisel, yönetsel ve teknik beceriler ile rekabet süreci faktörleri arasındaki ilişkilere bakıldığında elde edilen sonuçlar ve öneriler şu şekildedir:

Girişimcilerin kişisel becerileri ile girdi ve faktör koşulları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre girişimcilerin kişisel becerilerinde meydana gelecek olumlu bir değişim girdi ve faktör koşullarını da olumlu etkileyecektir. Girdi/faktör koşulları bünyesindeki fiziki kaynaklar, insan kaynakları, bilgi kaynakları ve sermaye kaynaklarının girişimciler tarafından daha iyi algılanması ve özellikle günümüzün en önemli rekabet araçları olan nitelikli iş gücü, ulaşım ve iletişim ağının etkin bir şekilde kullanılması firmalara rekabet sürecinde üstünlük sağlayacaktır. Bununla birlikte girişimcilerin kişisel becerileri ile firma stratejileri ve rekabet durumu arasında pozitif fakat düşük düzeyde, hükümet politikaları ile arasında ise olumlu ve orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. İlişki düzeyinin düşük ya da orta düzeyli olması girişimcilerin kişisel becerilerinde meydana gelecek az yada orta düzeydeki olumlu bir değişimin rekabet sürecindeki değişkenler üzerinde az yada orta düzeyde bir etki oluşturacağı anlamındadır. Girişimcilerin kişisel becerileri ile talep koşulları, destekleyici ve ilgili endüstriler arasında ise herhangi bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir.

Girişimcilerin yönetim becerileri (etkili karar verebilme, iyi insan ilişkileri kurabilme, etkili yönetim modeli sergileyebilme, mali konularda yeterlik, sonuçlara katlanabilme ve kabullenme, pazarlık ve müzakereci olma, motivasyon ve koordinasyon sağlama) ile rekabet gücünü etkileyen faktörler arasındaki ilişkiye bakıldığında, girişimcilerin yönetim becerileri ile girdi ve faktör koşulları arasında yüksek düzeyde, negatif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre girişimcilerin yönetsel becerileri geliştikçe girdi ve faktör koşullarının rekabet sürecindeki etkisi azalmaktadır. Ayrıca girişimcilerin yönetsel becerileri ile firma stratejileri ve rekabet durumu arasında da pozitif ve yüksek düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Girişimcilerin yönetim becerilerini etkin kullanması ve bu becerilerini sürekli olarak geliştirmeleri firma stratejilerini ve özellikle rekabet faktörü değişkenlerini daha etkin kullanma olanağı sağlayacaktır. Bunun yanında girişimcilerin yönetsel becerileri ile diğer rekabet faktörleri olan talep koşulları, destekleyici ve ilgili endüstriler ve hükümet politikaları arasında ise herhangi bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir.

Girişimcilerin teknik becerileri (yazı ve raporlama teknikleri, mesleki yeterliliğe sahip olma, teknik donanımına sahip olma, bilişim ve iletişim sistemlerini yönetme, etkili iletişim kurabilme, etkili sosyal ilişkiler geliştirebilme, takım kurma ve yönetebilme) ile rekabet gücünü etkileyen faktörler arasındaki ilişkiye yönelik analiz sonuçları ise şu şekildedir: Girişimcilerin teknik becerileri ile girdi ve faktör koşulları, destekleyici ve ilgili endüstriler ile firma stratejileri ve rekabet durumu arasında orta düzeyde, negatif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre girişimcilerin teknik becerilerinde meydana gelen olumlu değişimler ve bu değişimin uygulamaya aktarılması firma rekabetinde daha etkili olurken, rekabet sürecindeki değişkenlere olan başvuruların azalmasına neden olmuştur. Bunun yanında girişimcilerin teknik becerileri ile diğer rekabet faktörleri olan talep koşulları ve hükümet politikaları arasında ise herhangi bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir.

Günümüzde işletmelerin başarısını etkileyen birçok iç ve dış faktörlerden bahsedilebilir. Özellikle küreselleşme süreci ile oluşan yeni çevre, işletmeleri, toplumu ve ulusal çevreyi dolaylı bir şekilde etkilerken, rekabet çevresini de doğrudan etkilemektedir. Ekonomik, teknolojik, sosyo-kültürel, hukuki ve politik gibi dış çevre faktörlerinin yanında işletmenin ilişki içerisinde bulunduğu müşteriler, satıcılar, rakipler ve diğer kuruluşlar gibi iç faktörler işletmelerin faaliyetlerinde başarıya ulaşmasında etkin rol oynayarak işletmelere rekabet sürecinde belirli avantajlar sağlarlar.

Bölgede yaşanan bu olumsuz koşullar ve yetersizlikler firmaların rekabet sürecinde de etkisini göstermektedir. M.Porter'in Elmas modelinde yer alan rekabet gücü değişkenleri temel alınarak bölgede elde edilen veriler değerlendirildiğinde girişimcilerin rekabet üstünlüğü sağlamada en önemli faktörün nitelikli işgücüne sahip olmak olduğunu ifade etmektedirler. Bunun yanında; firmalara rekabet sürecinde üstünlük sağlayacak olan diğer faktörler ise şu şekilde sıralanabilir:

- Elektrik arz kalitesi, iletişim kanallarının etkinliği ve bölgedeki üniversitelerin araştırma sürecinde sanayi ile işbirliği oluşturma,
- Müşteri istek ve arzularına göre faaliyetlerin gerçekleştirilmesi
- Üretim sürecinde kullanılan makine ve teçhizat ile yedek parça ve aksesuarların bölgede bulunması, yerel tedarikçilerin mevcudiyeti ve bu tedarikçilerin faaliyetlerinde ortaya koydukları verimli çalışmalar,
- Firma ya da ürün ve hizmet bazında markalaşabilme, hammadde ve işgücü maliyetleri yönünden rakiplerine üstünlük sağlayan işletmelerin ve firma düzeyinde sürekli olarak gerçekleştirilen yeniliğin rekabet üstünlüğü sağlama
- Hükümet tarafından özellikle AR-GE yönünden yapılacak destekler, AR-GE'ye yapılan yatırım giderlerinin vergiden düşürülmesi ve firmaların hükümetçe sübvansede edilmesi,

Yukarıda sıralanan faktörler TRA2 Bölgesinde faaliyette bulunan işletmelerin faaliyetlerini icra etme ve rekabet etme sürecinde karşılaştıkları en önemli sorunlardır. Gerek merkezi hükümet gerekse hükümete bağlı bölgede faaliyette bulunan kuruluşların bu sorunlara yönelik olarak gerçekleştirecekleri çalışmalar ve üretilecek çözüm önerileri, burada faaliyette bulunan işletmelere rekabet sürecinde üstünlük sağlama ve daha güçlü bir yapıya sahip olma yolunu açacaktır.

TRA2 Bölgesinde faaliyette bulunan hizmet ve imalat işletmelerine yönelik yapılan bu çalışma ile burada faaliyette bulunan işletmelerin rekabet sürecinde girişimcilerin sahip oldukları becerilerin yanında M. Porter tarafından geliştirilen Elmas Modeline göre rekabet sürecinde etkili olan diğer faktörlerin etkileri saptanarak ortaya konulmuş ve bu alandaki eksiklik giderilmiştir. Ancak bölge içerisindeki girişimcilerin sahip oldukları girişimcilik

becerilerinin iller bazında değerlendirilmesi yada TRA2 bölgesinde teşvik veya destek alan firmaların durum değerlendirilmesinin yapılması eksikliği hissedilen konulara arasında yer almaktadır.

5. KAYNAKÇA

- AKTAN, C.C., İ.Y. VURAL, (2004), Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri,Ankara, TİSK yayınları, Rekabet Dizisi: 2, Yayın no: 254
- ARIÇ, K. Halil. (2013), “Yeni Bir Dış Ticaret Teorisi Olarak Porter’ın Rekabetçi Üstünlükler Teorisi’nin Yapısı”, Kafkas Üniversitesi IIBF Dergisi, 4(5), 81-97.
- BALTACI Adem., H.BURGAZOĞLU, S.,KILIÇ, (2012), “Türkiye’nin Rekabetçi Sektörleri ve Trakya Bölgesi’nin Payı”, Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 1, s. 1-19,
- BARCA, M. (2006), “Uluslararası Pazarlarda Türk Gıda Sektörünün Rekabet Gücü Ve ihracatta Aranan Kriterler / Karşılaşılan Engeller”, İ.T.O, projesi, s:40
- ÇETİNKAYA Özlem.(2006), Rekabet Stratejilerinin Belirlenmesinde Portföy Analizi ve Tariş Üzerine Bir Araştırma, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt.8, Sayı.3
- ÇİVİ, Emin, (2001), Rekabet Gücü: Literatür Araştırması, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt:8 Say: 2
- DE BONO, Edward. (2008). Rekabetüstü (sur/petition). Remzi Kitabevi: İstanbul.
- DEMİREL, E.T, Nihat AKBIYIK (2009), Girişimcilik ve Küçük işletme Yönetimi, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım
- DÖM Serpil (2006), Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği, Ankara, Detay Yayıncılık
- ERKAN, Canan,(1993), Küreselleşme ve Avrupa Topluluğu Karşısında Türkiye'nin Rekabet Yeteneği, Ankara: Takav Matbaacılık,
- ESİAD, (Ege Sanayicileri ve İş Adamları Derneği) Yayını, (1996), No:96, İzmir
- GÜNEY, Semra, (2008), Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, Ankara: Siyasal Kitapevi
- GÜRPINAR Koray, M.SANDIKÇI, (2008), “Uluslararası Rekabetçilik Analizinde Michael E. Porter’ın Elmas Modeli Yaklaşımı: Türkiye’deki Bazı Endüstrilerdeki Uygulanabilirliğinin Ve Sonuçlarının Araştırılması”, SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Sayı:15
- HATZICHRONOGLU, T. (1996), “Globalisation and Competitiveness: Relevant Indicators”, OECD Science, Technology and Industry Working Papers, 1996/05, OECD Publishing.
- HEBERT Robert F., Albert N., LINK (2006) “The Entrepreneur As Innovator”, Journal of Technology Transfer, Springer Science, , s: 589.
- HISRICH D.R., M.P., PETERS, (2002), Entrepreneurship, Fifth Edition, USA: McGraw-Hill Higher Education,
- İSLAMOĞLU A.H., Ü. ALNIAÇIK, (2014), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, İstanbul: Beta Basım A.Ş.

- KAYA, Ali, (2007), Bilişim ve iletişim bağlamında Girişimcilik ve KOBİ Yönetimi, Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları,
- KINCAID, Bonnie L.,(2005), Competitive Advantage of Clusters Within Lesser Developed Countries of the South Pacific: An Empirical Case Study Extending the Porter Diamond Model, Capella University,
- KURATKO, Donald. F. (2007). “Entrepreneurial Leadership in the 21. Century: Guest Editor’s Perspective”, Journal of Leadership and Organisational Studies Vol. 13, No. 4
- MÜFTÜOĞLU M.T., T.,DURUKAN, (2004), Girişimcilik ve KOBİ’LER, Ankara: Gazi Kitabevi
- NEVEN, D. and C. L. M. DROGE (2001), “A Diamond for the Poor? Assessing Porter’s Diamond Model for the Analysis of Agro-Food Clusters in the Developing Countries”, <http://www.agrifood.info/Agrifood/members/Congress/Congress2001Papers/Symposium/Neven.pdf>
- NURMAKHAMATULY A., S., GÜNEY, (2007), “ Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma” , Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt 10Sayı:18
- OĞRAK, Abdullah, (2010), Bilgi Teknolojilerinin KOBİ’lerin Rekabet Gücü Üzerindeki Etkileri: İnegöl Mobilya İşletmelerinde Bir Uygulama, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı,
- PARKER Simon C., (2006), The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship, Cambridge University
- PORTER M.E. (1998), The Competitive Advantage of Nations, MacMillan Press Ltd. London.
- PORTER M.E. (1990), The Competitive Advantage of Nations, The Free Press, New York
- PORTER, M.E. (2003), Rekabet Stratejisi: Sektör Ve Rakip Analiz Teknikleri. (Çev:G.Ulubilgen), İstanbul: Sistem Yayıncılık
- PORTER, M.E., (2004), “Building the Microeconomic Foundations of Prosperity: Findings from the Business Competitiveness Index”, Global Competitiveness Report 2003-2004, World Economic Forum, s. 39-56,s. 31;, M.E
- PRESIDENT S COMMISSION on INDUSTRIAL COMPETITIVENESS (1985), Report of the President s Commission on Industrial Competitiveness, Washington.
- TAŞKIN, Harun., M.R.,ADALI, (2004). Teknolojik Zeka ve Rekabet Stratejileri, İstanbul: Değişim yayınları
- TOP Seyfi (2006), Girişimcilik Keşif Süreci, İstanbul: Beta Yayınları
- ÜLGİN, Hayri, S.K., MİRZE, (2004), İşletmelerde Stratejik Yönetim, İstanbul: Literatür Yayınları
- YENİÇERİ Ö., M.,İNCE, (2005), Bilgi Yönetim Stratejileri ve Girişimcilik, İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık