



# TİASAD

Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi  
The Journal of Turk & Islam World Social Studies

Yıl: 4, Sayı: 12, Eylül 2017, s. 33-50

Bünyamin ER<sup>1</sup>

Mesut MUTLU<sup>2</sup>

## İSLAM VE GİRİŞİMCİLİK: GİRİŞİMCİ ADAYLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

### Özet

İslami ekonomi ve ticaretin bir parçası olarak girişimcilik, kontrol altındaki kaynakların ötesinde fırsatları takip etme ile ilgili bir konudur. Dürüst bir Müslüman girişimci, her zaman ve her yerde İslami prensip ve değerlere göre harekete eden biri olarak tanımlanabilir. Müslüman bir girişimci, risk ve getirinin ötesinde 3. boyut olarak Allah'ın rızasını da kazanmak için hareket eden bir yatırımcı olarak değerlendirilebilir.

Bu çalışmada, girişimci aday öğrencilerin İslami girişimcilik özellikleri açısından durumu araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre girişimci aday öğrenciler, günlük yaşam ile işletme yönetimi açısından aynı İslami hassasiyeti göstermemektedirler. Aynı zamanda temel işletme fonksiyonları olan pazarlama ve finans açısından da düşük bir İslami hassasiyet taşımaktadırlar. Diğer taraftan araştırmada, girişimci aday öğrencilerin bazı İslami girişimcilik alt özellikleri açısından da düşük hassasiyet taşıdıkları bulgusuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimci, Girişimcilik, İslami Girişimci

## ISLAM AND ENTREPRENEURSHIP: A STUDY TOWARD ENTREPRENEUR CANDIDATES

### Abstract

Entrepreneurship as a part of Islamic economy and trade, is related to following up opportunities rather than controlled resources. A honest muslim entrepreneur can described as an individual who act according to Islamic principles and values

<sup>1</sup> Doç.Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü., ber@ktu.edu.tr

<sup>2</sup> Doktora Öğrencisi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Katılım Bankacılığı Doktora-YÖK Programı, mesut.mutlu@outlook.com

every time and everywhere. Muslim entrepreneur, as third dimension beyond risk and return, can interpreted as investor who act for also gaining the consent of the God.

At this study, entrepreneur candidate student's current situations in terms of Islamic entrepreneurship was studied. According to obtained results entrepreneur candidate students do not show same level of Islamic precision on daily life and business management. At same time they perform low level of Islamic precision in terms of finance and marketing which are also fundamental business functions. On other hand, at this study, Islamic precision level of entrepreneur candidate students was observed in low level in terms of some sub-level of Islamic entrepreneurship characteristic.

**Key Words:** Entrepreneur, Entrepreneurship, İslamic Entrepreneur

## 1. GİRİŞ

Allah (C.C.) dünyayı ve gökleri yaratmış ve insanın yararlanmasına sunmuştur. İnsana ise beden gücü ve düşünme yeteneği vermiş ve kendisine “ancak çalıştığına karşılığının verileceği” (Kur'an, Necm: 53/39) bildirilmiştir. Allah (C.C.) rızık vermeyi üstlenmiş (Kur'an, Hac: 22/58; Kur'an, Sebe: 34/39) ancak hayırla şer, helal ile haram açıklanmış ve insan helal yoldan kazanmağa teşvik edilmiştir (Kur'an, Maide: 5/3).

İslam genel olarak bir yaşam biçimi olarak görülmektedir. Yani, inananlara hayatlarının her yönüne hitap edecek şekilde rehberlik eden kapsamlı bir değerler sistemi sunan bir dünya görüşüdür. Kur'an-ı Kerim ve Hadisler ise bağlayıcı hükümlerin elde edildiği nihai kaynaklardır. Bu kaynaklar aile meselelerinden politik kurumlara, evlenmeden boşanmaya, ekonomik ilişkilerden İslami hükümler altında yaşayan Müslümanların ve Müslüman olmayan bireylerin hak ve sorumluluklarına kadar toplumsal yaşamın pek çok yönünü kapsamaktadır (Reda, 2016: 94).

Mesele özellikle çalışma ve meslek meselesi olduğunda ise, Kur'an ve sünnet İslam medeniyetinin iktisadi gelişiminde emeğin konumuna azımsanmayacak bir yer vermektedir. Dinî hükümler çalışmayı şerefli bir faaliyet olarak değerlendirmektedir ve emeğin ahlaki değerini ve emeğe duyulan ihtiyacı ele almaktadır (Azid, 2016: 94).

İslam'ın meşru (helal) gördüğü kazanç emeğe dayalıdır ve kişinin ihtiyaçlarını çalışarak gidermesi esas olmanın da ötesinde farz olup, iyilik ve geçim uğrunda çalışıp çabalamak İslam tarihi boyunca cihadın farklı vecheleri olarak görülmüştür (Özdemir, 2015: 173).

Bir üretim faktörü olarak emek, ücret ya da maaş formunda bir bedel karşılığında bir sözleşme yoluyla fiziksel ya da zihinsel bir efor sarfı anlamına gelmektedir. İslami bir bakış açısından, emeğin bu ana akım tanımı ve üretim sürecindeki rolüyle ilgili temel bir problem yoktur. Buna karşılık İslami bir çerçevede ortaya çıkan kilit farklılık, filtreleme görevini yapan ahlaki emirler ve hem sermaye sahiplerinin hem de işçilerin ekonomik davranışları üzerindeki hukuki ve ahlaki zorunlulukların tanımlanması sürecinde etik kontrollerin yapılması noktasında ortaya çıkmaktadır (Shaikh, 2016: 156).

Sermaye, teknoloji ve para gibi tüm üretim faktörleri insanlara hizmet içindir ve aksi doğru değildir. Şirketin hedefi hissedarları için kar sağlamak, işverenlerin çıkarlarını korumak, müşterilerine adil bir şekilde fiyatlandırılmış kaliteli ürünler sunarak tüketicilerin haklarını ve

çıkarlarını korumaktır. Bu bir serbest piyasa ekonomisi değildir; ihtiyaç duyulduğu noktada devletin de olayda rol alması salık verilmektedir. Tüketicileri, işçileri ve bir bütün olarak toplumu gözetmek devletin bir görevidir. Ana akım bir sistemde kaynaklar verimli bir şekilde bölüştürülmüş olabilir ama bu adilane bir paylaşım yapıldığı anlamına gelmez. Bazı ahlaki dışsallığın miktarını azaltacak düzenlemelerin yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Girişimciler kendilerini iş dünyasından geri çekmemeli, bunun yerine toplumun ahlaki, etik ve sosyal değerlerini geliştirecek ahlaki eğitimi üstlenmelidirler ki bu, uzun vadede ekonomideki genel performansı arttıracaktır. Buna karşılık olarak da girişimcilerin çıkarlarını korumak görevi işçilere ve yöneticilere düşmektedir (Azid, 2016: 51).

Diğer taraftan sosyoloji, psikoloji, tarih, ekonomi, işletme gibi disiplinler girişimciliği araştırmakta ve eğitim, kültür ve din gibi kurumların girişimciliği nasıl etkilediğini belirlemeye çalışmaktadır. Bunun yanında dinin ekonomi üzerindeki etkisi ve bu çerçevede dinin girişimciliğe olan etkisi gibi konular da ilgi çeken konular arasında değerlendirilmektedir (Akın ve Emir, 2016: 278). Bu noktada din, insanların farklı karar almalarına neden olan durumlardan biri olarak görülmektedir. Dolayısıyla dinin ekonomi ve ekonomik performans üzerinde etkili olduğu kabul edilmektedir. Bu hem dinlerin koymuş oldukları kurallar ve hem de meydana getirdikleri farklı insan modellerinden kaynaklanmaktadır (Eren, 2013: 370).

İslam'da bireyin bir eşya olarak değerlendirilmediği; tersine bireylerin birer "insan" olmalarının getirisi olarak haysiyetleriyle birlikte değerlendirildiği (Azid, 2016: 51) noktasından hareketle bu çalışmada, önce genel iktisat anlayışında insan ile İslam iktisat anlayışında insan konusu ele alınacak ve buradan hareketle İslam çerçevesinde girişimci ve girişimcilik konusuna değinilecektir. Son olarak ise girişimci adayları üzerine yapılan araştırma sonuçlarına yer verilecektir.

## **2. İslami Ekonomi Anlayışında İnsan: Homo Economicus'tan Homo İslamicus'a**

Bilindiği üzere iktisatta insan, genel kabul görmüş bir yaklaşım olan homo economicus olarak ele alınır. Ancak bu yaklaşımın birtakım eksiklikler içerdiği ve bu yüzden de sürekli tartışma konusu olduğu da bir gerçektir (Eren, 2013: 368).

Aslında tartışmaların iki ana kolda sürdürüldüğünü söylemek de mümkündür. Birincisi bütün insanları aynı özelliklere sahip unsurlar olarak kabul eden, fiziki ekonomiye uyarlamaya çalışan ve homo economicus insan tipiyle modelleşen yaklaşımdır. İkincisi ise bunun tersine insanların farklılıklarının olduğunu ve bütün insanların birbirinin aynısı olmadığını kabul eden yaklaşımdır. Ancak genel anlamda bakıldığında iktisat içerisinde genel kabul görmüş bir model niteliği kazanan ilk yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre homo economicus, kendi çıkarını düşünen, faydasını ve kârını en yüksek seviyeye çıkarmayı amaçlayan ve bu amaçları gerçekleştirmeye yönelik kararlar alan bir birimdir (Eren, 2013: 369).

İslam iktisatçıları, haklı olarak, homo economicus'a (iktisadi insana) karşı çıkmış ve yerine homo Islamicus (İslami insan) önerisini getirmişlerdir. Dünyaya betimleyici bir bakış açısıyla bakıldığında, insanlar homo Islamicus'tan ziyade homo economicus'a daha yakın gibi görünmektedir (Zaman, 2015: 93).

İslam'da ele alınan insan modeli, günümüz iktisat literatüründe geçerli kabul edilen ve bütün analiz ve değerlendirmelerin bu insan modeli üzerine yapıldığı modelden çok farklıdır. İslam'da insanın tüketimini, harcamasını, üretimini, tasarruf etmesini düzenleyen ve sınırlayan kurallar

vardır ve o bunlara göre hareket eder. Bunun yanında topluma karşı olduğu gibi çevreye karşı da duyarlı ve saygılıdır. Üretim tüketim faaliyetlerinde kaynakların durumunu ve çevreye verilen zararı göz önünde bulundurur (Eren, 2013: 369). Çünkü İslam'a göre insanın dünyaya gönderilme amaçlarından birisi dünyanın imar edilmesidir (Kur'an, Hud: 11/61).

İslam'daki insanın homo economicus gibi hareket etmemesi gerektiğini ifade eden Zaim, İslam'daki insanı 'homo İslamicus' olarak nitelendirmektedir. Ona göre bu insan ihtiyaçlarını karşılama ve menfaatlerini maksimize etme duygularını, Allah'ın emir ve yasakları çerçevesinde makul ölçülerde düzenlemeye çalışır. Bunu yapabilmesinin İslami bilgiye sahip olması ve bunları uygulamasına bağlı olduğunu ifade eder (Zaim, 1995: 59- 60).

İslam iktisatçıları, homo İslamicus'un homo economicusla kıyaslandığında müreffeh bir toplum inşası için daha sorumlu ve daha yardımcı bir tutumda davranacağını anlatma yönünde zorlu bir çaba içerisindeyler. Birçok İslam iktisatçısının çabası, insanın bazı davranışlarının ahlâki filtrelerden geçmesi gerekliliği var iken, resmî devletin kanunlarla işlemesi ve istenilen davranış düzeyine bu şekilde getirmeyi hedeflemesi durumunu ifadeye yöneliktir. Ancak klişe bir biçimde bu dünyanın faniliğinden bahsetmek ve öteki dünyadaki ödül-ceza teşviki yapmanın dışında, bu kuralların gerçekte nasıl uygulamaya koyulabileceği yönünde literatürde çok az ürün bulunmaktadır (Hassan, 2015: 129).

İktisattaki insan modeli (homo economicus) ve İslam'daki insan modeli (homo islamicus) nin farklı açılardan karşılaştırılması Tablo 1'de yapılmıştır.

**Tablo 1: Homo Economicus ve Homo Islamicus Karşılaştırması**

	<b>Homo Economicus</b>	<b>İslam'da İnsan Modeli</b>
<b>Dünya-Ahret görüşü</b>	Sadece dünyadaki hayatı dikkate alır, ahireti hesaba katmaz	Ahireti hesaba katarak yaşar
<b>Madde-Mana</b>	Maddiyata önem verir	Maddiyat kadar maneviyata da önem verir.
<b>Ahlaki değerler</b>	Ahlaki ve manevi değerleri yok	Ahlaki ve manevi değerlere sahip
<b>Bencillik/Diğergamlık</b>	Bencil	Bencil ve Diğergam
<b>Menfaat görüşü</b>	Refahı kendi durumuna göre ele alan	Refahı toplumun tümündeki duruma göre ele alan
<b>Topluma bakış açısı / Sosyal sorumluluk</b>	Kararlarının topluma etkisini göz önünde bulundurmaz.	Kararlarının topluma olan etkilerini dikkate alır. Sosyal sorumluluğa sahiptir.
<b>Harcama</b>	Sınırsız harcama yapabilir	Aşırıya kaçmayacak biçimde harcama yapar, saçıp-savurmaz. Ama cimri de değildir.
<b>Cimrilik/Cömertlik</b>	Cimri	Cömert
<b>Tüketim</b>	Sınırsız tüketme eğilimindedir	İhtiyacı kadar tüketir
<b>Üretim</b>	Kâr sağladığı sürece her alanda üretim yapar	Dinin yasakladığı alanlarda üretim

		yapmaz.
<b>Çevreye karşı tutum</b>	Üretim ve tüketime yönelik aldığı kararların çevreye olan etkilerini dikkate almaz.	Çevreye zarar vermeyecek biçimde üretip ve tüketmeye çalışır.
<b>Güven</b>	İşlemlerinde güven unsuruna göre hareket etmeyen, güvenmeyen ve güven vermeyen	Yaptığı işlemlerde güven unsuruna göre hareket eden, güven beklediği gibi güven de sağlayan
<b>Rasyonellik</b>	Akılcı rasyonelliğe sahip (sadece bu dünyayı hesaba katar, olayları sığ bir bakış açısıyla değerlendirir, faaliyetlerinin dış dünyaya olan etkisini hesap etmez)	Mutlak rasyonelliğe sahip (bu dünya yanında ahireti de göz önünde bulundurur, olayları kapsamlı bir biçimde değerlendirir, faaliyetlerinin kendi dışındaki dünyaya olan etkilerini de hesaba katar )

**Kaynak:** Eren, 2013: 380

### **3. İslam ve Girişimcilik: İslami Girişimci**

Dinlerin insan davranışları üzerinde etki etmek suretiyle farklı ekonomik sonuçlar elde edilmesine yol açtığı girişimcilik alanında yapılan çalışmalarla (Dodd ve Seaman, 1998; Anderson ve diğerleri, 2000; Audretsch ve diğerleri, 2007; Eren, 2012) ortaya konmuştur. Autredsh ve diğerleri (2007) farklı dinlerin girişimde bulunma konusunda farklı etkilere sahip olduğunu, bu sayede de farklı toplumlarda farklı ekonomik çıktı ve durumlar elde edildiğini belirtmektedir.

Din insanların günlük yaşamlarını, psikolojik yapılarını, kültürel altyapılarını, çalışmaya karşı tutumlarını, alışkanlıklarını, tüketim, üretim ve harcama biçimlerini kısacası insanla ilgili olan her şeyi etkiler ve büyük oranda değiştirip yönlendirir. Bu yüzdendir ki din, ekonominin hemen her alanında etkili olduğu gibi girişimcilik alanında da etki etmekte ve bireylerin girişimciliğe ilişkin kararlarında tesir göstermektedir. Fakat bu etkinin nasıl olduğuna ilişkin fazla bilgi mevcut değildir (Eren, 2012: 53).

Din ve girişim arasında karmaşık bir ilişki vardır. Dodd ve Seaman (1998) ve Anderson ve diğerleri (2000)'ne göre din, inananların girişimsel aktivitelerini, girişimci olma kararlarını, girişimsel yönetimlerini ve bağlantı halinde oldukları çevreyi etkilemektedir. Bu çerçevede kişilerin iş kurmalarında, çalışmaya teşvik edilmelerinde ve kazanç sağlamalarında dinin ne derece etkili olduğu önem kazanmaktadır.

İslam Hukuku alimlerine göre, bir girişimci ihtiyaç sahibi olan insanlara, onlara bağlıta bulunmak yerine bir iş vererek yardımcı olabilir. Bu, zorunlu bir toplumsal görev (farz-ı kifaye) olarak görülmektedir. Benzer bir şekilde, işlerini açgözlü bir şekilde de yürütmemelidir. Bir Müslüman olarak girişimci yaptığı her şeyden Allah'a karşı sorumlu olduğunu her zaman aklında tutmalıdır. Ve elindeki kaynaklar, ihtiyaçların karşılanması için olduğu kadar toplumun gelişmesi için de kullanılmalıdır (Azid, 2016: 35). Bu çerçeveden bakıldığında İmam Gazzali,

Müslüman bir girişimcinin belli bir ekonomik girişimde bulunmasında yalnızca kendisi için kar elde etmek isteğinin değil aynı zamanda şeriat tarafından emredilen zorunlu toplumsal görevleri yerine getirme arzusunun da etkili olduğunu söylemektedir (Ghazanfar ve Islahi, 1997: 26)

İslam'ın girişimcilik konusunda insanların maddi durumlarına göre farklı yaklaşımlar sergilediğini söylemek mümkündür. İslam'ın hem belirli bir maddi varlığı olanlar hem de olmayanlar açısından bakıldığında girişimciliği teşvik ettiği hatta zorunlu kıldığı söylenebilir (Eren, 2012: 55). Maddi varlığı olmayanları girişimci olmaya zorlayan sadaka ve zekât müesseseleridir. Belirli bir maddi varlığı olanlar yani bir bakıma zengin olanlar için ise yine aynı şekilde girişimci olmanın zorunlu kılındığını söylemek mümkündür. Çünkü İslam'a göre insanlar sahip oldukları varlıkları birkaç biçimde değerlendirme imkânına sahiptirler, bunlar haricinde değerlendirme imkânları yoktur. Maddi varlığa sahip birisi elindeki bu varlığı atıl bir biçimde tutamaz. Yani İslam'a göre zenginler de fakirler de girişimci olmak, bir iş yapmak, bir işletme kurmak veya buna ortak olmak zorundadırlar. Zekât ve sadaka emri, faiz ve stokçuluk yasağı bu durumu ortaya çıkarmaktadır. İslam bir işe girişilmeden kazanç elde edilmesini önlemek için birçok şirket türü oluşturmuştur. Yani insanlar ya kendileri bir işletme kurmalı ya da başkalarıyla ortaklık kurarak bir girişimde bulunmalıdır. İslam'da birçok şirket türünün teşvik edilmiş olması, İslam'ın girişimciliği özendirme anlamında ele alınabilir (Eren, 2012: 56-59).

İslami bir ekonomik yapı, faiz, garar ve kumar olmak üzere üç ana yasak ile geleneksel ekonomik yapının iş yapma usul ve esaslarından ayrılmaktadır. İslami bir girişimci de bu yasaklar konusunda hassasiyet taşımaktadır.

İslam dininin ekonomik hayata ilişkin en yaygın bilinen kuralı faize ilişkindir ve bu kural İslam dininin ekonomik yaklaşımının temel paradigmalardan birini oluşturmaktadır. İslam ekonomisinin doğuşu İslam dininin faize ilişkin kuralına bağlı olarak gelişmiş olup, günümüz İslami finans enstrümanları ve uygulamalarının da bütünüyle faiz yasağı üzerine inşa edildiği ifade edilmektedir. Dolayısıyla faiz, geleneksel ekonomi anlayışında olduğu gibi İslami ekonomi anlayışında da kilit taşı konumunda yer almaktadır.

Faiz, servetin belli ellerde toplanmasının ana sorumlusuysen, paylaşmayı engelleyen bir husus olarak dışlanır. İslam'da paylaşımın en temel araçları olan zekât ve sadaka ise gerçekleştirilmesi emredilen paylaşımcı düzenin ve her insanın hayatının belli bir noktasında yardıma muhtaç duruma düşebileceğinin, ama olağan olarak görülen durumun, o kişinin toplumca yeniden kendine yeter duruma getirilmesi olarak görüldüğünün bir işaretidir. Bütün prensiplere yön veren asli prensip, İslam ekonomisinin, herkesin kendine yettiği ve kendi emeğiyle hayata tutunduğu bir öz sermaye rejimi olması için çaba sarfedilen bir mücadele ortamına ihtiyaç duyacağıdır (Özdemir, 2015: 173).

Sermaye sahiplerinin sabit faiz oranları sayesinde gelir elde etme olanağına sahip olması, sermayelerini riske atmaya gönülsüz olmaları ile sonuçlandığı için girişimci uğraşlara kalkışmanın önünde bir caydırıcı bir unsur olarak durmakta ve bu nedenle ekonomideki yatırımlara engel olmaktadır. Üretim faaliyetlerindeki potansiyel yatırımların gerilemesi, reel sektörün ekonomik büyümesini de azaltmakta, işsizliği arttırmakta ve transfer ödemeleri harcamalarını arttırarak devletin mali konumuna daha fazla sorumluluk yüklemektedir (Shaikh, 2016: 155).

Tehlike ve risk olarak tanımlanan garar, olası her türlü belirsizliğin ticari sözleşmelerde taraflar arasında anlaşmazlıklara yol açacağı, başkasının malını haksızca almaya sebep olacağı ve alıcıya istediği şeyi teslim edememe riski doğuracağı için ticaretin mümkün olan en üst seviyede, belli esaslara bağlanması olarak ifade edilmektedir (Yanpar, 2014). Bu bağlamda İslam hukukunun garar ile ilgili düzenlemeleri hukuki işlemlerde karşılıklı rızayı, açıklığı ve dürüstlüğü korumanın yanında,) tarafların beklenmedik bir zarara uğramalarına ve aldatılmalarına engel olmayı hedeflemektedir.

Belirtilen bu temel esaslar çerçevesinde faaliyetlerini yürüten İslami girişimci, İslami bir çevreden etkilenmektedir. İslami girişimcilik, İslam hukuku, mudaraba, muşaraka, icara...vb. finansman şekilleri ile kendine münhasır özelliklere sahip olan İslami Finansın ve İslam ekonomisinin bir parçasıdır (Faizal ve diğerleri, 2013: 191-195). İslami girişimci ya da diğer ismi ile Müslüman girişimciler (Muslimpreneurs) günah, sevap, helal, haram, cennet, cehennem gibi kavramların ışığında fırsatları araştırıp girişimsel gelişimlerini yapılandırır (Faizal ve diğerleri, 2013: 191-195).

İslami girişimci çeşitli içsel ve dışsal faktörlerden etkilenir. İslami girişimcinin etkilendiği içsel faktörler iman, ibadet, ahlak unsurlarından oluşurken dışsal faktörler arasında Şekil'1 de görüldüğü üzere; devlet, ekonomi, rakipler, kültür, şeriat yasaları, müşteriler gibi unsurlar bulunmaktadır. İslami girişimci bu çevresel faktörlerden etkilenmektedir (Akın ve Emir, 2016: 279). Etkilendiği içsel ve dışsal faktörler çerçevesinde İslami girişimcinin temel özellikleri Şekil 1'de aktarılmıştır.

**Şekil 1: Müslüman Girişimci Özellikleri**



**Kaynak: Faizal ve diğerleri, 2013: 192-195; Rameli ve diğerleri, 2014: 52**

Şekil 1’de de aktarıldığı üzere İslami girişimcinin temel özellikleri şu şekilde ifade edilebilir (Faizal ve diğerleri, 2013: 192-195; Rameli ve diğerleri, 2014: 52);

- ❖ *Takva çerçevesinde hareket etme*; Dinin emir ve tavsiyelerine uyma, haram ve günahlardan kaçınma. İslami ilkelere göre doğru niyetler ortaya koyma.
- ❖ *Allah (C.C.)’a ibadet etme*; Namaz, Ramazan orucu, hac ve umre, sadaka, zekat, gibi Allah'a yapılan ibadete öncelik verme.
- ❖ *Helal kazanç peşinden koşma*; Helal kaynaklara ulaşma, iş ve işlemlerde helal süreçler takip etme.
- ❖ *İsraf etmeme*; Tüm kaynakları etkin bir şekilde kullanma.
- ❖ *Güvenilir olma*; İslam tarafından yasaklanmış tefecilik, rüşvet, zimmete para geçirme, zina, hırsızlık vb. hiçbir faaliyette bulunmama.
- ❖ *Ahlaki değerlere uygun iş yapma*; İş ve işlemlerde dürüstlük, güven, sözünde durma, randevularına riayet etme gibi ahlaki değerlere özen göstermek.
- ❖ *Refaha katkı sağlama*; Özellikle yoksullar, muhtaç insanlar ve açlar konusunda birbirine yardım etme
- ❖ *Bilgili olma*; Sürekli olarak yeni bilgiyi arama.
- ❖ *Toplum ve çevreyi düşünme*; Üretim esnasında topluma ve çevreye zarar vermeme.

İslami girişimci bir kimse iş hayatına atılırken, meşru bir meslek ya da yatırım alanı seçmelidir. İslam’a göre yenilmesi, içilmesi, kullanılması veya yararlanılması meşru olan şeylerin üretilmesi ve aynı zamanda ticaretinin yapılması da meşrudur (Döndüren, 2004: 43). İslami girişimci sadece meşru olan şeyleri üretmek değil, diğer işletme fonksiyonları açısından da İslami çerçevede hareket etmek durumundadır. Rameli ve diğerleri (2014), temel işletme fonksiyonları açısından İslami girişimci özelliklerini ortaya koymuşlardır. Buna göre temel işletme fonksiyonları açısından İslami girişimci özellikleri Tablo 2’de özetlenmiştir.

**Tablo 2: Temel İşletme Fonksiyonları Açısından İslami Girişimci Özellikleri**

<b>İşletme fonksiyonu</b>	<b>Fonksiyon özelliklerine ilişkin açıklamalar</b>
<b>Üretim</b>	<b>Ürün türleri:</b> Üretilen ürünler “Helalen Tayyiben” temel ilkesi çerçevesinde, helal, temiz, güvenli, faydalı ve kullanışlı ürünler olmalı ve aynı zamanda Allah’a ibadet amacı ve beklentisiyle üretilmeli.
	<b>Üretimde İslami ilkeleri yerine getirmek:</b> “Helalen Tayyiben” ilkesi çerçevesinde, “Maslahat” a dayanan, “Makasidü’ş-Şeria” ile uyumlu, zorunluluk ve öncelik kavramına dayanılarak üretim işlemlerinin gerçekleştirilmesi.
	<b>Etik ilkelere uygun üretim:</b> Sadece helal kaynaklar kullanılarak, aldatma, rüşvet ve tefecilikten uzak, temizliği muhafaza ederek, Helal Sertifikalı, prosedürlere ve gerekli standarda uygun şekilde üretim yapılması.



<b>Pazarlama</b>	<b>İslam tarafından yasaklanmış hiçbir işleme katılmama:</b> Sahte bir müzayedeye ya da manipülatif aşırı fiyatlamayla satış gerçekleştirmeme.
	<b>Doğru, açık ve şeffaf reklam:</b> Adil fiyat içeren, müşteriyi zorlamayan, belirsizlik unsuru olmayan, müşterileri aldatmayan, İslam tarafından izin verilen modelleri ve marka elçisini kullandığı bir reklam çalışması yapma.
	<b>Uygun nedenler olduğunda ürün iadesine izin verilmesi:</b> Müşterinin, sonradan ortaya çıkan kusur (hıyâru'l-ayb) veya dolandırıcılık nedeniyle iade hakkına saygı gösterilmelidir.
	<b>Rekabet:</b> Rekabeti ürünlerin kalitesini arttırmak, ürünlerin iyiliğini ortaya çıkarmak amacıyla yapma ve başkaları ile olan ilişkileri etik ve ahlaki kurallar üzerine oturtma
<b>Finansman</b>	<b>İslami finansmanın temel ilkelerine uymak:</b> Finansal işlemde haklı niyete (Helal) sahip olma ve iş ve işlemlerin Riba (tefecilik), gharar (belirsizlik) ve maysir (kumar)'ın unsuru olmaması
	<b>Kendi sermayesini ya da borç kullanma:</b> Hem kişi ve hem de kurumlar için oldukça güvenilir bir yöntem olan Karz-ı Hasen'i uygulama.
	<b>Zaruriyyat, Hacıyye ve Tahsiniyyat ilkelerine göre sadece helal amaçlı harcamalar yapma:</b> İşçi ücretleri, yönetim masrafları, zekat ve borçlar gibi zorunlu giderleri önceliklendirmek; çalışanlara ikramiye ve ödül gibi ödemelerde bulunma.
<b>İnsan Kaynakları</b>	<b>İşçi ücret ve maaşlarının belirlenmesi:</b> Ücretler, işçilerin yetenekleri, firma kapasitesi ve çevresel koşullara bağlı olarak adil şekilde belirlenmeli
	<b>İlişki:</b> Din çalışanları sadece bir işçi olarak değil bir varlık olarak görür ve rızkın Allah'ın takdiri olduğunu ortaya koyar. Din ayrıca çalışanlarla görev ve sorumlulukların yerine getirilmesi noktasında adil bir ilişki kurulması gerektiğini ifade eder.

**Kaynak:** Rameli ve diğerleri, 2014: 52

#### 4. Araştırma

Yukarıda yapılan tespitler sonucunda, İslami girişimcilik özelliklerini öğrenciler üzerinden ortaya koymak amacıyla bir araştırma yapılmıştır.

##### 4.1. Veri Seti ve Yöntem

Bu çalışmada, girişimci adayı üniversite öğrencilerinin İslami girişimciliğe bakışları ve bu anlamdaki özellikleri araştırılmıştır. Bu doğrultuda, Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü'nde girişimcilik dersini alan öğrenciler ile, aynı üniversitede yürütülen 1601-TÜBİTAK Yenilik ve Girişimcilik Alanlarında Kapasite Artırılmasına Yönelik Destek Programı kapsamında girişimcilik eğitimlerine katılan öğrenciler araştırma kapsamına dahil edilmiştir.

Araştırmada bilgi toplama yöntem ve aracı olarak formel yapıda düzenlenmiş bir anket formu kullanılmıştır. Anket çalışması 10.04.2017-21.04.2017 tarihleri arasında yapılmıştır. 108

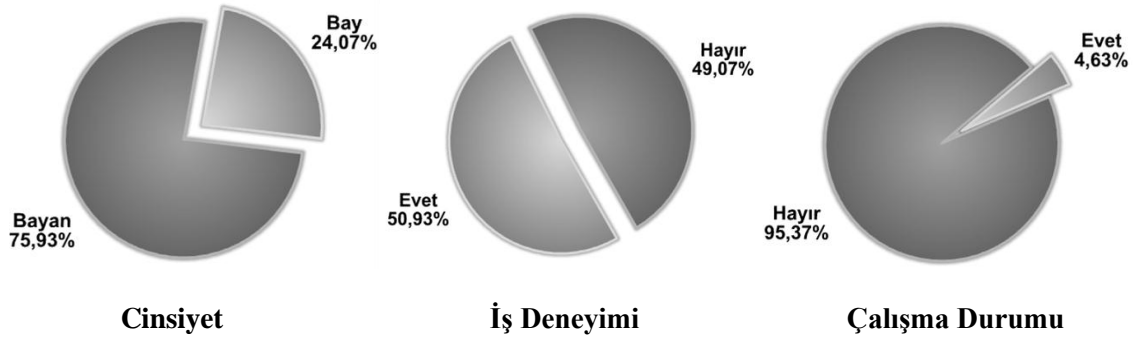
öğrenciden toplanan veriler ile SPSS istatistik paket programı kullanılarak, keşfedici ve tanımlayıcı araştırma gereği frekans dağılım ve çapraz tablo analizleri yapılmıştır.

Çalışmada, öğrencilerin İslami girişimcilik özelliklerini ortaya koymak üzere sorulan sorular için geçerlilik ve güvenirlik analizi yapılmış ve Cronbach Alpha değeri 0,836 olarak hesaplanmıştır. Bu değer literatürde yeterli kabul edilen 0,70 değerinin (Coşkun ve diğerleri, 2005: 115) üzerinde olduğu için, soruların güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

#### **4.2. Bulgular**

Girişimci adaylarının İslami girişimcilik özelliklerinin araştırılması ve İslami girişimcilik konusundaki düşüncelerinin belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmada, 50 tanesi (%46,3) Maliye Bölümü'nde Girişimcilik seçmeli olarak okutulan "Girişimcilik" dersini alan ve 58 tanesi (%53,7) ise Karadeniz Teknik Üniversitesi tarafından yürütülen 1601-TÜBİTAK Yenilik ve Girişimcilik Alanlarında Kapasite Artırılmasına Yönelik Destek Programı kapsamında, girişimcilik eğitimlerine katılan öğrencilerden oluşmak üzere toplamda 108 öğrenci ile yüzyüze anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Söz konusu çalışmaya katılan her 10 öğrenciden yaklaşık 8'i bayan öğrencilerdir. Türkiye'de kadın girişimcilik oranlarındaki düşüklük dikkate alındığında, bayan öğrencilerin girişimcilik konusuna göstermiş oldukları ilgi önemli olarak görülmektedir.

**Şekil 1: Çalışmaya Katılanların Cinsiyet ve İş Durumları**



Yine anket çalışmasına katılan her 10 öğrenciden yaklaşık 5 tanesi, girişimcilik dersine/egitimlerine katılmadan önce iş deneyimine sahip olduklarını ve en az bir işte tam/yarı zamanlı çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Bununla birlikte, anket çalışmasının gerçekleştirildiği anda, çalışmaya katılan öğrencilerin çok az bir kısmının (%4,63) herhangi bir işte tam/yarı zamanlı olarak çalıştıkları görülmüştür.

Çalışmaya katılan öğrencilerin girişimcilik ile ilgili genel düşüncelerini ortaya koymak amacıyla öğrencilere bazı sorular yöneltilmiştir.

Finansal kaynak yeni girişimciler için en temel konulardan birisidir. Bu anlamda yeni girişimcilerin ulaşabilecekleri finansal kaynaklarda oldukça sınırlıdır. Yeni girişimcilerin, bankalar gibi geleneksel finansal kaynaklara erişimi oldukça zordur. Geleneksel finansal kaynaklar dışarıda bırakıldığında, yeni girişimcilerin erişebilecekleri temel kaynaklar kişisel birikimleri ile girişimcilik alanındaki devlet destekleridir. Araştırmaya katılan öğrencilere iş fikirlerini hayata geçirmelerinde hangi finansal kaynağın öncelikleri olacağı sorulmuştur. Öğrencilerin %42,6'sı devlet desteklerinin ve %29,6'sı ise kişisel birikimlerinin öncelikleri olacağını ifade etmişlerdir. Ortaya çıkan bu durumda öğrencilerin almış oldukları ders/egitimler esnasında, yeni girişimcilerin finansal kaynaklara erişim ile ilgili koşullar konusundaki ediniş

oldukları bilgilerin de etkisinin olabileceği değerlendirilmekle birlikte yine de ortaya çıkan sonuç önemlidir.

**Tablo 1: Katılımcıların Genel Girişimcilik Düşünceleri**

Değişken	Grup	Frekans (%)	Değişken	Grup	Frekans (%)
Finansal kaynak önceliği	Kişisel birikimler	32 (29,6)	Başarının anlamı	Kişisel tatmin	20 (18,5)
	Aile-Arkadaş yardımları	17 (15,7)		İtibarlı bir iş	17 (15,7)
	Ticari Bankalar	6 (5,6)		Çok karlı bir iş	4 (3,7)
	İslami Bankalar	1 (0,9)		Ülkeye katkı sağlama	15 (13,9)
	Devlet destekleri	46 (42,6)		Dinsel bir görevin yerine getirilmesi	2 (1,9)
	Melek yatırımcı	6 (5,6)		İşletmeyi büyütmek	3 (2,8)
Kendi işini yapma motivasyonu	Ekonomik gereklilik	11 (10,2)		Kendi hayatımı kontrol altına alabilme	38 (35,2)
	Sosyal statü	14 (13,0)		İstihdam sağlama	4 (3,7)
	Bağımsız çalışma isteği	31 (28,7)		Sadık müşteri tabanı oluşturma	4 (3,7)
	Daha çok para kazanma arzusu	12 (11,1)		Diğer	1 (0,9)
	Hayallerimi gerçekleştirme isteği	33 (30,6)	Kendi işini yürütmenin ödülü	Para kazanmak	17 (15,7)
	Allah rızasını kazanma	0 (0)		Sosyal statü elde etmek	37 (34,3)
	Ülkeye katkı sağlama	4 (3,7)		Kendini tatmin etmek	11 (10,2)
	İstihdama katkı sağlama	2 (1,9)		Kendi kendinin patronu olmak	25 (23,1)
	Ticari bir fırsatı değerlendirme	0 (0)		Ülkenin gelişmesine katkı sağlama	8 (7,4)
	Diğer	1 (0,9)		İş fırsatları oluşturarak başkalarına yardım etme	10 (9,3)
Risk	Risk yok, zarar yok	58 (53,7)	Allah'ın emrini yerine getirmenin manevi hazzı	0 (0)	
	Risk yok, kazanç yok	50 (46,3)			

Türkiye ile ilgili girişimcilik verileri, Türkiye’de girişimcilik oranları yüksek olmakla birlikte, girişimcilerin çoğunluğunun zorunluluktan dolayı girişimci olduklarını ortaya koymaktadır.

Dolayısıyla girişimci olmaya diğer anlamda kendi işini yapmaya karar vermenin altında yatan motivasyon önemlidir. İlgili soru kapsamında araştırmaya katılan öğrencilerin %30,6'sı hayallerini gerçekleştirme isteklerinden dolayı, %28,7'si ise bağımsız çalışma isteklerinden dolayı kendi işini yapmayı düşündüklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların sadece %10,2'si ekonomik zorunluluktan dolayı girişimci olmayı düşündüğünü ifade etmiştir. Diğer taraftan İslami girişimci (müslimpreneur)'nin temel motivasyon kaynaklarından birisi Allah'ın rızasını kazanmaktır. Bununla birlikte çalışmaya katılan hiçbir öğrenci bu motivasyonla girişimci olmaya karar verdiklerini ifade etmemiştir. Dolayısıyla katılımcıların İslami girişimcilik motivasyonuna sahip olmadıkları rahatlıkla ifade edilebilir.

İslami girişimcilik konusunda, girişimcilik motivasyonu açısından ortaya çıkan sonucu destekler nitelikte bir başka bulgu, katılımcıların başarı kavramına yükledikleri anlam ilişkin elde edilen bulgulardır. Buna göre katılımcıların %35,2'si başarıyı, kendi hayatını kontrol altına alabilme olarak ifade ederken %18,5'i ise kişisel tatmin olarak açıklamışlardır. İslami girişimcilik özelliğinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilecek şekilde başarıyı dinsel bir görevin yerine getirilmesi olarak ifade eden katılımcıların oranı ise sadece %1,9 olarak gerçekleşmiştir. Benzer diğer bir soruda da katılımcılardan kendi işlerinin sahibi ve yürütücüsü olmanın en büyük ödülünün ne olacağını belirtmeleri istenmiştir. Çalışmaya katılan öğrencilerin %34,3'ü sosyal statü elde etmeyi, %21,3'ü kendi kendinin patronu olmayı, %15,7'si ise para kazanmayı en büyük ödül olarak ifade etmişlerdir. Bununla birlikte hiçbir öğrenci Allah'ın emrini yerine getirmenin manevi hazzına sahip olmayı girişimci olup kendi işinin sahibi olmanın en önemli ödülü olarak tanımlamamışlardır. Müslümanın yaratılış gayesi açısından düşünüldüğünde, girişimciliğe yüklenen anlam son derece düşündürücü olarak değerlendirilmektedir.

Diğer sorulardan bağımsız olarak, girişimciliğin önemli bir parametresi olan risk ile ilgili katılımcıların tutumları ortaya konulmuştur. Öğrencilerin %53,7'si risk ile ilgili görüşlerini/tutumlarını "Risk yok, zarar yok" şeklinde, %46,3'ü ise "Risk yok, kazanç yok" şeklinde ifade etmişlerdir. Buradan hareketle genel girişimci profillerinde olduğu şekilde, araştırma kapsamındaki girişimci adaylarının zarara karşı koruma davranışı içerisinde oldukları ifade edilebilir.

Katılımcıların girişimcilik ile ilgili genel düşünceleri ve bu bağlamda İslami girişimcilik eğilimleri ortaya konulduktan sonra, yine katılımcıların İslam ve girişimcilik üzerine düşünceleri araştırılmıştır.

İslam toprağı işlemeyi, üretimi ve bu kapsamda girişimciliği teşvik eder. İslam'ın girişimciliğe bakışı ile geleneksel girişimcilik anlayışı arasındaki fark, İslam'ın girişimciliğe yüklediği anlamdır. İslam, diğer tüm iş ve işlemlerde olduğu gibi girişimcilikte de temel gayeyi Allah (C.C)'in rızasını kazanmak olarak ifade etmektedir. Bu açıdan bakıldığında İslami girişimcilerin, girişimcilik faaliyetlerinde İslam'ın temel ilke ve prensipleri çerçevesinde hareket etmesi beklenir.

İslam'ın girişimciliğe bakışı noktasında katılımcıların bilgisini ölçmek amacıyla öğrencilere bir soru yöneltilmiştir. Buna göre öğrencilerin %51,9'u İslam'ın girişimciliği teşvik ettiğini ifade etmiştir. Buna karşın öğrencilerin %35,2'si ise konu hakkında bilgi sahibi olmadıklarını belirtmişlerdir.

Bir Müslüman'ın temel gayesi Allah (C.C.)'in rızasını kazanmaktır. Dolayısıyla Müslüman bir insan kendi işini yapmayı da Allah'ın rızasını kazanmanın bir yolu olarak görmelidir. Bununla

birlikte araştırmaya katılan öğrencilerin %38'i girişimci olma kararlarında İslam'ın bir etkisi olmadığını/olmayacağını ifade etmişlerdir. Bununla birlikte öğrencilerin %53,7'si İslam'ın günlük iş faaliyetlerinin yürütülme şekli üzerinde güçlü bir etki taşıdığını ve yine öğrencilerin %41,7'si ise İslam'ın iş ile ilgili stratejik kararlarında güçlü bir etkiye sahip olacağını ifade etmişlerdir. Yine araştırmaya katılan öğrencilerin %28,7'si girişimci olma kararlarında İslam'ın güçlü, %33,3'ü ise küçük bir etkisi olduğunu/olacağını belirtmişken; öğrencilerin %29,6'sı İslam'ın günlük iş faaliyetlerinin yürütülme şekli üzerinde küçük bir etkisi olduğunu ifade etmişlerdir. Diğer taraftan yine katılımcı öğrencilerin %18,67'si İslam'ın günlük iş faaliyetlerinin yürütülme şekli üzerinde ve %19,4'ü ise iş ile ilgili stratejik kararlarında etkisi olmadığını/olmayacağını belirtmişlerdir. Bu sonuçlar, günlük yaşamlarında İslami ilkelere göre hareket etmeye dikkat eden bazı girişimci adaylarının işi günlük yaşamın dışında bir yerde tuttuğu ve günlük yaşantıdaki dini hassasiyetleri işlerine aktarmadıklarını ortaya koymaktadır. Bu sonuç İslam'ın girişimciliğe yüklediği anlam ve girişimcilerden beklentileri ile uyusmamaktadır.

**Tablo 2: Katılımcıların İslam ve Girişimcilik Üzerine Düşünceleri**

Değişken	Grup	Frekans (%)	Değişken	Grup	Frekans (%)
İslam ve girişimcilik	Teşvik eder	56 (51,9)	İslam ve günlük faaliyetler	Büyük bir etkiye sahiptir	58 (53,7)
	Teşvik etmez	12 (11,1)		Küçük bir etkiye sahiptir	32 (29,6)
	Ne teşvik eder ne de etmez	2 (1,9)		Etkisi yoktur	18 (16,7)
	Fikrim yok	38 (35,2)	İslam ve işletme yönetimi	Büyük bir etkiye sahip olur	45 (41,7)
İslam ve girişimci olma kararı	Güçlü bir etkisi vardır	31 (28,7)		Küçük bir etkiye sahip olur	42 (38,9)
	Küçük bir etkisi vardır	36 (33,3)		Etkisi olmaz	41 (19,4)
	Etkisi yoktur	41 (38,0)			

Diğer bir soruda öğrencilerin İslami girişimcilik ile ilgili tutum ve davranışları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla öğrencilere 5'li likert ölçeği ile bir soru yöneltilmiş ve kendilerine yöneltilen ifadelerle katılım düzeylerini belirtmeleri istenmiştir. Bu soruda belirtilen ifadeler, temel işletme fonksiyonları çerçevesinde İslam'ın ortaya koyduğu temel öğretileri içermekte olup, farklı ifadelerle ortaya konulan bu öğretilere öğrencilerin katılım düzeyi ölçülmüştür.

Elde edilen sonuçlara göre çalışmaya katılan öğrenciler üretim fonksiyonu açısından İslami bir hassasiyet taşıdıkları, buna karşın özellikle pazarlama ve finans fonksiyonları açısından ise düşük bir hassasiyet taşıdıkları görülmüştür. Özellikle üretimlerin çevreye ve topluma zararlı olmaması ve helal sertifikasyona sahip olması noktasında girişimci adayı öğrenciler yüksek bir hassasiyet taşımaktadırlar.

Daha önce de ifade edildiği üzere Faizal ve diğerleri (2013) Müslüman girişimci özelliklerini takva çerçevesinde hareket etme, Allah (C.C.)'a ibadet etme, helal kazanç peşinden koşma, israf etmeme, güvenilir olma, ahlaki değerlere uygun iş yapma, refaha katkı sağlama, bilgili olma, toplumu ve çevreyi düşünme şeklinde dokuz alt özellik ile ifade etmiştir. Faizal ve diğerleri (2013) tarafından ifade edilen bu kapsam Rameli ve diğerleri (2014) tarafından yapılan çalışmada daha da geliştirilmiştir. Bu çalışmada da araştırmaya katılan öğrencilerin söz konusu özelliklere sahip olup olmadıklarını belirlemek amacıyla öğrencilere her bir alt özellik ile ilgili vak'a örnekleri sunulmuştur. Öğrencilerden bu vak'alar karşısındaki davranışlarını belirtmeleri istenmiştir. Bu kapsamda, öğrencilere yöneltilen vak'a örnekleri ve bu vak'alar karşısında öğrencilerin ifade ettikleri davranış şekillerine ilişkin sonuçlar şu şekilde özetlenebilir:

- ❖ Öğrencilere, “helal kazanç peşinde koşma” alt özelliği ile ilgili olarak “Yatırım yapmak için 100.000 TL tutarında paranız olduğunu varsayalım. Bu parayı yönetmek için bir yatırım kararı vermek zorunda kalsanız aşağıdaki seçeneklerden hangisini seçersiniz?” şeklinde bir vak'a yöneltilmiştir. Öğrencilerin %75'i bu vak'a karşısında kendilerine yöneltilen seçeneklerden değişken getirili yatırım araçlarını tercih edeceklerini ifade etmişlerdir. Buna göre öğrencilerin büyük bölümü sabit getirili, diğer anlamda faiz getirisi sağlayan yatırım seçeneklerinin dışında bir tercihte bulunacaklarını ifade etmişlerdir.

**Tablo 3: Katılımcıların İslami Girişimcilik İle İlgili Tutum ve Davranışları**

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	F (%)	F (%)	F (%)	F (%)	F (%)
Yapacak olduğum işin toplum için zorunlu/öncelikli bir iş olması önemlidir	1 (0,9)	8 (7,4)	28 (25,9)	34 (31,5)	37 (34,3)
Yapacak olduğum işin tüketici/çevre için zararlı olmaması önemlidir	2 (1,9)	-	6 (5,6)	20 (18,5)	80 (74,1)
Yapacak olduğum işin helal sertifikasyona sahip olması önemlidir	2 (1,9)	2 (1,9)	3 (2,8)	19 (17,6)	82 (75,9)
Rekabet amacıyla, elimde güç olası durumunda piyasayı yönlendirebilirim	3 (2,8)	1 (0,9)	29 (26,9)	44 (40,7)	31 (28,7)
En iyi reklam, daha çok ürün satmamızı sağlayan reklamdır	4 (3,7)	7 (6,5)	22 (20,4)	29 (26,9)	46 (42,6)
Günümüz rekabet ortamı nedeniyle bazı etik ilkeler göz ardı edilebilir	25 (23,1)	23 (21,3)	33 (30,6)	20 (18,5)	7 (6,5)
Daha ucuz olan sermaye kaynağı (finans) daha öncelikli olmalıdır.	6 (5,6)	17 (15,7)	41 (38,0)	27 (25,0)	17 (15,7)
Parasal işlemlerde (banka...vb) işlemin dini kurallara uygunluğuna dikkat ederim	7 (6,5)	6 (5,6)	29 (26,9)	23 (21,3)	43 (39,8)
Kesinlikle katılmıyorum =1 ► ...2► ... 3► ...4► Kesinlikle katılıyorum =5					

- ❖ Öğrencilere, “Takva çerçevesinde hareket etme” alt özelliği ile ilgili olarak “Bir restoran işletiyorsunuz. Her gün en meşgul olduğunuz an, memurların öğle yemeği için geldiği 11<sup>30</sup> - 13<sup>30</sup> saatleri arası. Aşçı yardımcınız öğle namazına müteakip cenaze namazına gitmek için izninizi talep ediyor. Kararımız ne olur?” şeklinde bir vak'a yöneltilmiştir. Öğrencilerin %73,6'sı, takva çerçevesinde hareket etme ilkesine uygunluğu kontrol etmek için oluşturulan “İbadet hakkı olarak değerlendirip izin veririm” cevabını vermişlerdir.

- ❖ Öğrencilere, “Toplumu ve çevreyi düşünme” alt özelliği açısından “Orta düzeyde izlenen bir televizyon kanalınız var. Reytinglerinizi artırarak en çok izlenenler listesinde üst sıralara

doğru bir atak yapmak istiyorsunuz. Aşağıdaki seçeneklerden hangisini yaparsınız? “şeklinde bir vak’a yöneltilmiştir. Öğrencilerin %36,5’i, toplumu ve çevreyi düşünme ilkesini temsil etmek amacıyla oluşturulan seçenek olan “Henüz denenmemiş, toplumsal mesaj içerikli ancak reyting açısından aşırı risk içeren konseptler denerim” cevabını vermiştir.

- ❖ Öğrencilere, “Allah (C.C.)’a ibadet etme” alt özelliği açısından “Şirketinizde vardiyalı programını tekrardan düzenlemeyi düşünüyorsunuz. Bazı çalışanlar programın günlük ibadetler için daha uygun hale getirilmesini istiyor, kararınız ne olur?” şeklinde bir vak’a yöneltilmiştir. Öğrencilerin %81’i, Allah (C.C.)’a ibadet etme özelliğini kontrol etmek için oluşturulan “İbadet haklarına saygı duyar, gerekli düzenlemeyi yaparım” yanıtını vermiştir.
- ❖ Öğrencilere “Ahlaki değerlere uygun iş yapma” alt özelliği açısından “Satış sorumlunuz yabancı bir turiste, çok beğendiği 7 TL’lik bir ürünü kendi dalgınlığından dolayı yanlışlıkla 70 TL’ye satmıştır. Daha sonra yanlışının farkına varıp vakayı size anlatmıştır. Bu durumdan sonra kararınız ne olur?” şeklinde bir vak’a yöneltilmiştir. Öğrencilerin %46’sı araştırma amacına uygunluğu açısından öğrencilerin tercih etmeleri beklenen “Durumu açıkladığı için çalışanımı tebrik eder, gerekli tedbirleri almaya çalışırım” yanıtını vermişlerdir.
- ❖ Öğrencilere “Refaha katkı sağlama” alt özelliği açısından “1500 personeli olan bir işyerinde çalışmaktasınız. Şirkette sosyal dayanışma için, çalışanların katılımı ile ihtiyaç sahibi çalışanlar için bir fon kuracaktır. Söz konusu fona herkes istediği miktarda katkı yapıp ihtiyacı kadar faydalanabilecektir. Böyle bir fon ile ilgili düşünceniz ne olur?” biçiminde bir vak’a yöneltilmiştir. Öğrencilerin %59,6’sı araştırma amacı açısından da arzulanan “İhtiyaç sahiplerinin katkı paylarından daha fazla miktarda faydalanmasında bir sakınca görmem” yanıtını vermişlerdir.
- ❖ Öğrencilere “Güvenilir olma” alt özelliği açısından “Her ayın 5. Gününde çalışanlarınızın ödemelerini yapıyorsunuz. Bu ay nakit akışlarında oluşan bir problemden dolayı maaş ödemelerinde 10 gün gecikme öngörmektesiniz. Bu durumda çalışanlarınıza karşı tutumunuz ne olur?” biçiminde bir vak’a yöneltilmiştir. Öğrencilerin sadece %26,2’si araştırma amacına göre arzulanan seçenek olan “Borçlanırım, maaş ödemelerini zamanında yaparım.” Yanıtını vermişlerdir.
- ❖ Öğrencilere “İsraf etmeme” alt özelliği açısından “Uyguladığınız reklam ve tanıtım politikası tüketicilerin israf etmesine neden oluyorsa ne yaparsınız?” biçiminde bir vak’a sunulmuştur. Öğrencilerin %76,9’u araştırma amacına göre tercih edilmesi beklenen seçenek olan “Reklam ve tanıtım politikasını gözden geçiririm” yanıtını vermişlerdir.
- ❖ Öğrencilere “Bilgili olma” alt başlığı açısından “Katar’da bir ortaklık yaparak yatırım yapmak istiyorsunuz. Önünüzde 3 şirket seçeneği var. Diğer karar kriterlerinin 3 şirket için aynı olduğunu düşündüğünüzde, hangisini seçersiniz?” biçiminde bir vak’a sunulmuştur. Öğrencilerin %83,8’i araştırma amacına göre arzulana tercih olan “C şirketi: Bölgesel bir şirkettir, dini öğretileri ve gelenekleri önemsemekle beraber modern bilimsel metotlara da eşit düzeyde önem vermektedirler” yanıtını vermişlerdir.

Elde edilen bu bulgular, girişimci adayı öğrencilerin Faizal ve diğerleri (2013) tarafından ortaya konan ve Rameli ve diğerleri (2014) tarafından geliştirilen Müslüman girişimci alt

özelliklerinden helal kazanç peşinde koşma, takva çerçevesinde hareket etme, Allah (C.C.)'a ibadet etme, refaha katkı sağlama, israf etmeme ve bilgili olma özellikle açısından yüksek; toplumu ve çevreyi düşünme, ahlaki değerlere uygun iş yapma ve güvenilir olma özellikleri açısından ise düşük bir hassasiyet taşıdıklarını göstermektedir.

## **SONUÇ**

İslam sadece manevi konularda değil, iş hayatı gibi dünyevi konularda da rehberlik sağlayan bir dindir. Yani insanların dünya hayatındaki tüm iş ve işlemleri açısından yönlendirmeler yapar ve sınırlar çizer. Bu açıdan bakıldığında Müslüman bir kimsenin hangi meslekleri icra edebileceğinden, bu mesleklerin ne şekilde icra edebileceğine kadar geniş bir perspektifte hareket alanına ilişkin bir çerçeve çizer.

Herhangi bir kişinin kendi işini kurması ve işletmesi olarak kısaca ifade edilebilecek olan girişimcilik konusu da İslami çerçevede yürütülmesi gereken bir eylemdir. İslam, toplumun bir bütün olarak ilerlemesine ve gelişmesine katkı sağlayacak ekonomik faaliyetlere katılmanın önemini vurgulamaktadır. Bu açıdan bakıldığında İslam, girişimciliği teşvik etmekte ve diğer faaliyetlerde olduğu gibi girişimcilik faaliyetlerinde de nasıl hareket edilmesi gerektiğine yönelik çerçeveyi çizmektedir. Bu kapsamda Müslüman girişimcilere uygulanan sınırlamalardan çoğunda, topluma zarar verebilecek faaliyetlerin azaltılması amaçlanmaktadır.

Bu araştırmada da girişimci adayı öğrencilerin, İslam'ın girişimcilik konusuna bakışı dikkate alındığında Müslüman girişimcilik özellikleri açısından durumunu ortaya koymak amaçlanmıştır. Elde edilen bulgular değerlendirildiğinde girişimci adayı öğrencilerin, günlük yaşamlarında dini kurallardan açısından göstermiş oldukları hassasiyeti, kurmayı düşündükleri iş ve bu işin yürütülmesindeki prensipler çerçevesinde göstermedikleri ya da göstermeyi düşünmediklerini ortaya koymaktadır. Temel işletme fonksiyonları bağlamında elde edilen bulgulara göre ise girişimci adayı öğrenciler, üretim fonksiyonu açısından İslami bir hassasiyet taşıdıkları, buna karşın özellikle üretilen ürünlerin pazara sunulması, dağıtımı ve tanıtımı açısından ve aynı şekilde işin kurulması ve devamında finansal kaynakların elde edilmesi ve alternatif kaynaklar açısından seçim yapılması yönünden ise düşük bir hassasiyet taşıdıkları görülmüştür. Literatürde ortaya konulan girişimci kişilik özellikleri açısından bakıldığında ise girişimci adayı öğrencilerin toplumu ve çevreyi düşünme, ahlaki değerlere uygun iş yapma ve güvenilir olma dışında diğer girişimci kişilik özellikleri yönünde İslami hassasiyet ortaya koydukları görülmüştür.

Elde edilen bu bulgular, girişimci adayı öğrencilerin İslami hassasiyetlerini ortaya koymakla birlikte, henüz bir iş sahibi olmadıklarının da göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Zira iş sahibi olma, farklı stratejik kararlar almayı gerekli kılmaktadır. Bu durumda girişimciler, içinde buldukları her türlü Sosyo-kültürel ve ekonomik koşullardan etkilenebilir ve bu etki İslami girişimcilik konusundaki hassasiyetlerini de değiştirebilir. Dolayısıyla benzer çalışmaların faaliyetlerine devam eden yani mevcut girişimciler üzerinde yapılmasının yararlı olacağı değerlendirilmektedir.



**KAYNAKLAR**

- Akın, Ü. ve Emir, M. (2016). “İslami Girişimcilik”, Türk ve İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3(6), ss. 277-289.
- Anderson, A.R., Dodd, S. and Scott, M.G. (2000). “Religion As An Environmental Influence On Enterprise Culture”, International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 6(1):, pp. 5-20.
- Audretsch, D.B., Bonte, W. and Tamvada, J.P. (2007). “Religion and Entrepreneurship”, Jena Economic Research Papers, Jena Economic Research Papers in Economics, No: 2007-75, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1025968](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1025968)
- Azid, T. (2016). “İslami Bir Düzendeki İşgücü Piyasası: Gözlem ve Değerlendirme”, İGİAD Yayınları (İslam İktisadi ve Emek), Yayın No: 18, ss. 21-56.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2005). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı**, Sakarya Kitabevi, Sakarya.
- Dodd, S.D. and Seaman, P.T. (1998). “Religion and Enterprise: An Introductory Exploritaion”, Entrepreneurship: Theory and Practice, 23(1), pp. 71–87.
- Döndüren, H. (2004). **Ticaret Rehberi**, Erkam Yayınları, İstanbul.
- Eren, İ. (2012). “Girişimcilik ve Din: Temel Kaynakları Çerçevesinde İslam’ın Girişimciliğe Bakışına Yönelik Bir Değerlendirme”, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi 7(1), ss. 49-68.
- Eren, İ. (2013). “İslam’ın Ekonomik Yapısında İnsan Modeli: Homo Economicus İle Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(1), ss. 367-384.
- Faizal, P.R.M., Ridhwan, A.A.M. and Kalsom, A.W. (2013). “The Entrepreneurs Characteristic From Al-Quran and Al-Hadis”, International Journal of Trade, Economics and Finance, 4(4), pp.191-196.
- Ghazanfar, S.M. and Islahi, A.A. (1997). Economic thought of al-Ghazali, Islamic Economics Research Series, Jeddah:King Abdulaziz University, 450-505 A.H. / 1058-1111 A.D.
- Hassan, A. (2015). “İslam İktisadi ve Geleceği”, İGİAD Yayınları (İslam İktisadını Yeniden Düşünmek), Yayın No: 16, ss. 113-144.
- Rameli, M.F., Aziz, M.R., Wahab, K. and Amin, S.M. (2014). “The Characteristics of Muslimpreneurs from the view of Muslim Scholars and Academician”, International Journal of Teaching and Education, 2(2), pp. 47-59.
- Reda, L. (2016). “İslam’da Emek, İşçi Hakları ve Göç Mefhumları”, İGİAD Yayınları (İslam İktisadi ve Emek), Yayın No: 18, ss. 93-118.
- Özdemir, Ş. (2015). “İslami Bir Ekonomi Nasıl Mümkün Olur?”, İGİAD Yayınları (İslam İktisadını Yeniden Düşünmek), Yayın No: 16, ss. 145-180.

Shaikh, S.A. (2016). “Marksçı, Ana Akım ve İslami İktisatta Emeğin Rolü ve Emeğe Yaklaşım Dair Karşılaştırmalı Bir İnceleme”, İGİAD Yayınları (İslam İktisadı ve Emek), Yayın No: 18, ss. 147-166.

Yanpar, A. (2014). **İslami Finans**, Scala Yayıncılık, İstanbul.

Zaim, S. (1995). **İslam-İnsan-Ekonomi**, Yeni Asya Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.

Zaman, A. (2015). “İslam Ekonomisini Yeniden Tanımlamak”, İGİAD Yayınları (İslam İktisadını Yeniden Düşünmek), Yayın No: 16, ss. 89-112.