

# GİRİŞİMCİLİK

Değişim ve Değer Yolculuğu

**Ömer Torlak**

**iktisat**  
yayınları

## Cep Kitapları Dizisi

Bu dizide, alanında uzman kişilerin İslam iktisadının temel kurum ve meselelerini ele aldığı kitaplara yer verilmektedir. Ele alınan konular, teorik bir derinlikten ziyade her seviyeden insanın kolaylıkla anlayacağı bir formatta verilmiştir. Dizide okunması kolay ve kısa eserlere yer verilecektir.

## Dizide Yer Alacak Diğer Kitaplar

Faruk Taşçı, *Refah*

İsa Yılmaz, *Değer*

Lütfi Sunar, *Adalet*

Mehmet Fatih Buğan, *Üretim/Verimlilik*

Muhittin Kaplan, *Fayda*

Ömer Demir, *Ahlak*

Saffet Köse, *Ticaret*

Taha Eğri, *Emek*

Yunus Emre Aydınbaş, *Tasarruf*

Yunus Kutval, Özgür Kanbir, *Ekoloji/Çevre*

## Ömer Torlak

1961 yılında İstanbul'da dünyaya geldi. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesinden 1982 yılında mezun oldu. Pazarlama Bilim Dalında 1984 yılında yüksek lisans, 1991 yılında doktora derecelerini İstanbul Üniversitesinden aldı. 1986-1996 yılları arasında özel sektörde çalıştı. 1996-1999 yılları arasında Kırıkkale Üniversitesi İşletme Bölümünde yardımcı doçent olarak görev yaptı. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İşletme Bölümünde 1999-2012 yılları arasında akademik kariyerini sürdürdü. 2002 yılında doçent, 2007 yılında profesör oldu. 2012-2015 döneminde Karatay Üniversitesi Rektörlüğü, 2015-2019 yılları arasında Rekabet Kurumu başkanlığı görevinde bulundu. 2016-2018 yılları arasında TÜBİTAK Bilim Kurulu üyeliği yaptı.

Prof. Dr. Ömer Torlak'ın bireysel ve müşterek yayınlanmış *Pazarlama Stratejileri-Yönetmel Bir Yaklaşım, Modern Pazarlama, Tüketim-Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü, Belediyelerde Hizmet Yönetimi ve Pazarlama, Pazarlama Ahlakı, Yeni Müşteri, Pazarlamaya Giriş, Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi, İkiyüzlü Pazarlama* başlıklı kitapları, kitap editörlükleri, kitap bölümleri, ulusal ve uluslararası dergilerde yayınlanmış çok sayıda makalesi ile ulusal ve uluslararası kongre ve sempozyumlarda sunulmuş çok sayıda bildirisi bulunmaktadır. Yayınları çok sayıda atıf almıştır.



# İçindekiler

|                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------|-----|
| Önsöz                                                             | ix  |
| Giriş                                                             | 1   |
| 1. Girişimci Özellik ve Becerileri                                | 9   |
| 2. Veri, Enformasyon, Bilgi ve Hikmet<br>Hiyerarşisinde Girişimci | 19  |
| 3. Değişen Pazar Koşulları ve Girişimci                           | 29  |
| 4. Girişimcinin Mevcut Durum Analizi<br>ve İş Çeşitlendirme       | 41  |
| 5. Girişimcinin Sorumlulukları ve Değerleri                       | 61  |
| Sonuç                                                             | 97  |
| İleri Okumalar                                                    | 101 |
| Terimler Sözlüğü                                                  | 103 |
| Kaynakça                                                          | 107 |



# Önsöz

Günlük hayatın sürdürülebilirliği için çok sayıda mal ve hizmete ihtiyaç duyarız. Acıktığımızda, ekmek yanında başka yemekler ve hatta tatlı ve turşu gibi yiyeceklerden de yemek isteriz. Kış geldiğinde ayağımızı sıcak tutacak ayakkabı, üşümemize engel olacak kazak, palto ararız. Kirada isek, aybaşı geldiğinde kirayı, kullandığımız cep telefonu ve internet faturamızı ödemek durumundayız. Her işi kendimizin yapması mümkün olmadığı gibi tüm bu ve benzeri çok sayıdaki ihtiyacımızı karşılamamız için de gelir elde etmek durumundayız. Yani, hayatın sürdürülebilirliği insanların iş birliğini gerektirir. Kimileri buğday ekecek, kimileri buğdayı una ve unu da ekmeğe dönüştürecektir. Telekomünikasyon şirketlerinde çalışan insanlar elde ettiği gelirin bir kısmı ile yeme içme ihtiyacını giderirken, bir kısmı ile giyecek bir kısmı ile elektronik eşya satın alacak, bir kısmını da akaryakıt için ödeyecektir. Gelirlerin bir kısmı eğitim-öğretim için harcanırken, bir kısmı sinema, tiyatro, kitap ve dergi için ayrılacaktır. Ve tüm bu mal ve hizmetleri de birileri

retecek, dağıtımını yapacak ve onları talep eden müşterilerin erişebileceği yerlerde bulunduracaktır.

Mal ve hizmetlerin üretim ve dağıtımını gerçekleştiren, yeni ihtiyaçların karşılanmasına çaba sarf eden ve hayatın kolaylaştırılması bakımından yeni fikir ve düşüncelerle ürünleri geliştiren, yeni ürünleri pazara sunanlar girişimcilerdir. Girişimcinin temel motivasyonlarından biri tabii ki para kazanmaktır. Ancak en az onun kadar, müşterilerin ihtiyaç, istek ve beklentilerini karşılayabilme güdüsü de girişimciyi motive eder. Girişimci olmanın en temel misyonu da budur zaten. Bu şekilde yaşadığı topluluk ve topluma katkıda bulunur girişimci.

Pazardaki ihtiyaçların karşılanması misyonu ve para kazanma arzusu çoğunlukla birbiriyle çelişen iki motivasyondur. Amaca uygun çabalayan girişimci, aslında bu çelişki ya da çatışma noktalarını ortadan kaldıracabilir. İhtiyaçlara uygun ürünlerle müşteriyi tatmin edebilen girişimci zaten kazanma isteğini de karşılamış olur. Tam bu noktada, daha fazla kazanma hırısı ile birlikte çatışma ortamı oluşabilir.

Girişimcinin bu çok önemli çatışma noktaları ve çelişkilerinden onu koruması gereken değerler, normlar ve ilkeler aslında her toplum için, inanç ve kültürel değerler yanında, toplum düzenini sağlamaya yönelik yasal düzenlemeler içinde düzenlenmiştir. Rekabetin her geçen gün yanlış anlaşılmaya başlanması, din, ahlak ve kültürel değerlerin göz ardı edilmesi ve/veya yozlaşması, uygulamadan kaynaklanan problemler sebebiyle toplum içinde adalet ve güven duygularının zedelenmesi gibi sebeplerle girişimciler de daha fazla kazanma adına mal ve hizmetlerin makul şartlarda pazara sunulması sorumlulukları arasındaki çelişkileri daha fazla yaşayabilmektedir. Böylesi bir durum onların müşterileri, rakipleri ve çalışanları başta olmak üzere tüm paydaşlarına karşı sorumluluklarından uzak hareket etmelerine yol açabilmekte ve sahip olmaları gereken

değerleri yok saymalarını beraberinde getirebilmektedir. Bu noktada kurumsal düzenlemelerin olmaması veya yetersizliği de bu süreci hızlandırmaktadır.

İslam'ın iktisadi hayata ilişkin temel ilkelerinin güçlü bir şekilde hayata geçirilebilmesi ile tüm bu ve benzeri sorumsuzluk örneklerinden uzaklaşılabilir. Girişimciliği bu temel ilkeler doğrultusunda daha güçlü hale getirmek mümkündür. Bu şekilde girişimciler bir yandan hak, adalet, dürüstlük ve doğruluk gibi olması gereken değerlerle hareket ederken, bir yandan da sağlayacakları müşteri memnuniyeti ve güzel bir rekabet ortamında, yeni fikirlere sağlıklı bir zihinle yaklaşabilecek, mevcut ürünlerinde iyileştirme ve zenginleştirme konularına daha rahat şekilde zaman ayırabilecektir. Elde ettiği kazancın fazlalığından fakir ve yoksulların hakkını vermek suretiyle, pazarın canlı kalmasına katkı sağlayacak ve servet biriktirme yerine yeni işlerle daha fazla kişiye istihdam sağlama çabası içinde olacaktır.

Yaşadığımız günlük hayatın hercümerci içinde ifade edilen bu hususların kimilerine ütöpik gelebileceğinin farkındayız. Çünkü algılarımız, çoğunlukla arzu etmediğimiz şekilde yönlendirilmiş durumda. Çok sayıda girişimci ya da girişimci adayının; “Piyasa böyle ne yapalım?”, “Bu rekabet şartlarında ayakta kalabilmek piyasa şartlarına uyum göstermemizi gerektiriyor.”, “Biz yapmazsak başkası yapıyor.” gibi çok sayıda karşı argüman geliştireceğinin de farkındayım. Ancak şunun da farkındayım: “Biz değilse kim, sorumluluklarımız ve değerlerimize sahip çıkacak?”, “Şimdi değilse ne zaman bu sorumluluk ve değerlerimiz bize referans olacak?” ve “Bu şekilde davranarak elde ettiğim kazanç ile hayır yapmak gibi bir sorumluluğum mu var?”

Girişimcinin örnek olma sorumluluğunu da dikkate aldığımızda, böylesine ağır ve zor şartlar altında elbette yapılması gerekenin ne kadar güç olacağını kestirebiliyoruz.

Bu yükü azaltmanın yolu az sayıda da olsa birbirine bu anlamda destek olma gayretinde olan girişimciden geçiyor. Her geçen gün sayı ne kadar çoğaltılabilirse yük o oranda azalacak.

Kitabın biraz da bu bakış açısıyla okunması temennimizdir. Bu kitap böylesi duyarlılıklara sahip girişimcilerimizin yükünü ne kadar hafifletebilirse, kitabın yazarı kendini o ölçüde huzurlu hissedecektir.

# Giriş

İnsan ihtiyaç ve isteklerinin karşılanması aile ya da ev ekonomisi şartlarında mümkün değildir. Bugün hiçbir birey ya da aile kendi ihtiyaç ve isteklerinin karşılanmasında kendi başlarına yeterli olamamaktadır. Bu yüzden, girişimcilere ihtiyaç vardır. Girişimci zihni ve maharetiyle ekonomiler ayakta durmakta ve gelişmektedir. Bu bağlamda girişimcilik, ekonomiler ve toplumlar için olmazsa olmazdır.

Girişimcilik, toplumu oluşturan bireylerden bir kısmının diğerlerine göre farklı motivasyon ve heyecan içinde hareket etmesidir. Bu motivasyon ve heyecanın kaynağında; insan ihtiyaç ve isteklerinin karşılanmasına doğrudan katkı sağlamak, yeni bir şeyleri keşif ya da icat etme heyecanı duymak, risk almak ve belirsizliklerin üzerine gidip zaman zaman kayıp yaşasa da yeniden deneme azminden vaz geçmemek yatmaktadır. Girişimci, bu azim ve kararlılıkla heyecanının yitirmeden topluma ve insanlığa değer katma çabasını sürdürebilendir.

Girişimci, ekonominin önemli bir aktörüdür ama tek aktörü değildir. Ekonomi teorilerinin üzerine bina edildiği, arz-talep dengesi, fiyatın oluşumu, finansal kurumlar ve nihayet kamu otoritesi de girişimcinin ekonomik faaliyetlerini etkiler. Girişimciler de hem kendilerinin hem de rakiplerinin eylemleriyle ekonominin diğer kurumlarının faaliyetlerini etkileyebilirler. Bir ülkede tercih edilen ekonomik yaklaşım da girişimci için bu tür etki ya da etkilenmeleri farklılaştırabilir. Kapitalist, Marksist ve liberal ekonomik sistemlerde girişimcinin piyasalardaki etkinliği ve rolü artar ya da azalabilir. Toplumlarda dini inançları ile kültürel değerlerinin tercih edilen ekonomik sistem üzerinde etkili olduğu açıktır. Diğer bir ifadeyle, iktisadın temel kavram ve kurumları oldukça benzer olmakla birlikte uygulamada dini inanç ve kültürel değerlerin yansımalarını görmek kaçınılmazdır. İslam inancına sahip çoğunluğu oluşturan toplumlarda da tarih boyunca İslam'ın temel değerlerini esas almaya çalışan ekonomik çabaların olması oldukça doğaldır.

Müslümanların devleti olarak uzun yıllar varlığını sürdüren Osmanlı Devleti'nin iktisat sisteminin bu bağlamda; (a) halkın temel ihtiyaçlarının giderilmesini esas aldığı iase, (b) iase ilkesine hizmet etmeyi esas almak üzere üretim-tüketim yani arz-talep dengesini sağlamayı amaçlayan gelenekleri oluşturmak, muhafaza etmek ve korumak anlamında gelenekçilik ve (c) kamu maliyesinde mali dengeye önemseyen, hazine gelirlerinin mümkün olduğunca artırılmaya ve giderlerinin de azaltılmaya çalışılmasını ifade eden fiskalizm olmak üzere üç temel ilke üzerine bina edildiği ifade edilmektedir. Fiyatlar, piyasa düzenlemeleri, esnaf ve sanatkârlara yönelik düzenlemeler gibi tüm ekonomik düzenlemelerin de bu üç ilke çerçevesinde daha anlamlı hale geleceği belirtilmektedir (Genç, 2000, s. 43-52). Bu temel bakış açısından hareket edildiğinde, aşağıdaki değerlendirmenin kıymeti kolaylıkla anlaşılabilir (Tabakoğlu, 2005, s. 274):

Osmanlı sistemimde homo economicusun müşahhas şekli olan burjuva değil, toplum yararını kendi çıkarından üstün tutan, kanaatkâr fakat müteşebbis insan tipi idealize edilmiştir. Anadolu’da iktisadi hayatı örgütleyen ahiler bu tipin müşahhas örnekleri olmuşlardır. Sistem içerisinde toplum çıkarını kendi çıkarından üstün tutan insan tipi, zaman içerisinde zayıflasa da hayatîyetini sürdürme gelmiştir. Hatta Tanzimat döneminden beri bütün özlem ve çabalara rağmen Türkiye’de kapitalizmin muharrik gücü olan burjuva sınıfının oluşmamasının en önemli sebeplerinden biri de bu olmalıdır.

Bu çalışmada böylesi bir bakış açısından hareketle girişimcilik konusu ele alınmaya çalışılmıştır. Çalışmayı diğer çok sayıdaki girişimcilik konulu çalışmalardan ayıran en temel özellik, İslam’ın iktisada ait temel prensiplerini esas alan yaklaşımdan hareketle girişimciliği açıklamaya çalışmış olmasıdır.

İslam’ın temel ilkelerinin iktisadi hayat açısından da rehberlik yapması beklenir. Bu çalışmanın temel konusu olan girişimcilik açısından da temel ilkeler söz konusudur. Yeri geldikçe bu hususlara değinilmektedir. Burada çok önemli olması bakımından İslam Peygamberinin veda hutbesinde ifade etmiş olduğu; “Mallarınız ve canlarınız birbirine haram kılındı.” sözü, aslında girişimcilik bakımından da temel ve çok değerli bir ilkedir. Bu esastan hareketle fertlerin kendi mallarını kamu zararına olacak şekilde imha etme haklarının dahi sınırlandırılabileceğine işaret edilmektedir (Kallek, 2018, s. 23). Dolayısıyla bir girişimci hem müşterisi ve tedarikçisine hem de rakibine zarar vermemesi gerektiği gibi konularla birlikte, karaborsacılık ya da malı imha etme gibi yollarla, piyasada arz-talep dengesini bozacak, fiyatların artışına sebep olacak her türlü eyleme karşı da uyarılmış olur. Başlı başına böylesi temel bir ilke bile İslam’ın iktisadi hayata ait ve dolayısıyla girişimcinin tutum ve davranışlarına ilişkin ne denli güçlü bir sistematik içerdiğini bize göstermektedir.

İslam'ın iktisadi hayata ilişkin bu ve benzeri temel ilkeleri bağlamında, çalışmanın ilerleyen kısımlarında daha ayrıntılı değinileceği üzere, Müslümanların kurmuş olduğu farklı devletlerde ticareti ve girişimciliği hem teşvik eden hem de denetleyen kurumsal yapılar uzun süre varlığını sürdürmüştür. Ahilik, fütüvvetnameler, lonca, gedik, hisbe teşkilatı gibi çok sayıda kurumsal düzenleme ile aslında girişimcinin İslam'ın temel ilkeleri esas alınmak suretiyle piyasayı olumsuz etkileyebilecek eylemlere aykırı davranmasının ve dolayısıyla arz-talep dengesinin bozulmasının önüne geçilmesine çalışılmıştır. Süreç içerisinde hemen tüm kurumsal düzenleme ve yapılarda yozlaşma ve bozulmaların ortaya çıkması da kaçınılmazdır. Özellikle lonca ve gedik örgütlenmeleri ile ihtisab müessesesindeki yozlaşmaya, yönetim zafiyetinin ortaya çıkması, aşırı kazanma hırısı, yönetenlere yakın olanların ve asker sınıfındakilerin ticaret ile zenginleşme çabaları, rüşvet, haksız rekabete ilişkin eylemler başta olmak üzere, aslında haksız kazanç arzularının yol açtığını anlayabiliyoruz (İnalçık, 2004, Cilt 2, s. 669-679; Faroqhi, 2003, s. 137-150; Bilge, 2018, s. 16-21; Yi, 2018, s. 170-188; Islahi, 2017, s. 73). Bütün bu olumsuz örneklere rağmen, bu kurumsal düzenlemelerin uzun bir süre katkı sağladıklarını ifade etmemiz gerekir. Bugün iş dünyasını ve girişimciliği denetleyebilecek güçlü bir kurumsal düzenlemeden maalesef yoksunuz. Bu noktada elbette Müslümanların temel ilkelerinden uzaklaşmış olmalarının etkisi vardır.

Günümüzde girişimciliği konuşurken, aslında iki tür girişimcilikten söz edildiğini göz ardı etmemek gerekir. Bu iki tür, KOBİ (Küçük ve Orta Ölçekli İşletme) girişimciliği ile inovasyona (yeni ve yaratıcı fikir geliştirmeye) dayalı girişimciliktir. **KOBİ girişimciliğinde** başlangıç esnasında daha yerel ölçekte belirli bir sermaye gücü ile ve aile işletmesi yaklaşımında kurulan ve genellikle devredilmesi ya da elden çıkarılması çok fazla mümkün olmayan işler

gerçekleştirilen, **inovasyona dayalı girişimcilikte** daha işin başlangıcında küresel pazarların hedeflendiği, yeteneklere bağlı olarak aile dışından bireylerle ortaklıkların söz konusu olduğu ve büyürken yatırımcıların sermaye tekliflerine ya da satın alma taleplerine açık girişimler söz konusudur (Aulet, 2015, s. 26-30). Hızla değişen pazarlar, rekabet yapısı ve dijital ekonomiler bakımından inovasyona dayalı girişimciliğin ekonomik gelişime ve refah düzeyine katkısının daha fazla olduğu söylenebilir. Ancak bu, KOBİ girişimciliğinin önemini yitirdiği anlamına gelmez. Nihayetinde inovasyona dayalı girişimciliğin yaygınlaşması ve ekonomilerin dijitalleşmesi bile KOBİ girişimciliği ihtiyacını ortadan kaldırmayacaktır. İnovasyona dayalı girişimciler büyütebildikleri yatırımlarla işlerini küresel ölçekte dijital ekonomilerin önemli bir parçası haline getirirken, onların yerel ve bölgesel ölçekteki operasyon ve işleri de KOBİ girişimcileri sayesinde gerçekleşecektir.

Bu kitapta anlatılan hususların hem KOBİ hem de inovasyon ağırlıklı girişimci için dikkate alınabileceğini düşünmekteyiz.

Girişimcilik sadece seçilmiş insanların yaptığı, sihirli bir iş değildir (Karaarslan, 2017, s. 7). Bu ifadeden yola çıkacak olursak, insanın doğuştan özellikleri sayesinde girişimci olmadığı, sonradan edinip geliştirdiği bazı özellik ve becerilerle girişimci olduğu açıktır. Benzer çok sayıdaki araştırma sonucu gibi bir araştırmaya göre girişimcilerin; belirsizlik ortamında ayakta kalma becerisi, proje geliştirme ve sahiplenme konusundaki tutkulu arzu ile benzersiz ikna becerisi olmak üzere üç ayırt edici özelliği olduğunu ifade edilmiştir. Yine aynı araştırmaya göre, bu özellikleri ile birlikte girişimcilerin tamamının olağanüstü yaratıcı olmaları, ancak diğerlerine göre çok daha meraklı ve azimli oldukları, risk peşinde budalaca koşan değil belirsizlik ve yeniliklerle motive olan bireyler oldukları belirtilmektedir

(Butler, 2020). Dolayısıyla, her özelliği ve becerisiyle standart bir girişimciden bahsetmek mümkün olmayacağı gibi, girişimciliği de çerçevenmiş bir tanımlama ile sınırlamak doğru olmayacaktır.

Girişimciliğin tanımı, girişimcilik kùltürü, girişimciliği olumlu ya da olumsuz etkileyen çevresel faktörler ile girişimci nitelik ve becerilerine ilişkin çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu çalışmaların önemli bir kısmında benzer sonuçlar yanında bazı farklılıklara da dikkat çekilmiştir. Özgüven ya da öz yeterlilik, yeniliğe açık olma, liderlik, risk alma, öngörü yeteneğine sahip olma gibi girişimci özellik ve becerilerinden söz edilebilir. Benzer şekilde girişimciliğin önündeki engeller olarak da uzun çalışma saatleri, düzensiz gelir ve stres altında bir hayattan söz edilmektedir (Özgöl, 2019, s. 17-18). Girişimcilik doğuştan gelen bir özellik olarak nitelendirilmez. Her toplumda girişimci potansiyel olduğunu söyleyebiliriz. Kişisel bazı özellikler yanında kùltürel unsurlar, örf adet ve gelenekler ile aile ve eğitim kurumları gibi kurumsal yapı ve normlar, bir toplumda girişimciliği teşvik edebileceği gibi zayıflatabilir.

Toplumsal yapı ve kurumların değişimi kaçınılmazdır. Girişimciliği teşvik ya da girişimciler için uygun zemin olmaları bakımından aile, kurumsal yapılar ve toplumlar da değişim süreçlerine bağlı olarak girişimciliği farklı yönlerde etkileyebilir. Avcı-toplayıcılıktan tarım toplumuna, endüstri toplumundan bilgi toplumuna ve nihayet beşinci endüstri devrimi olarak da isimlendirilen internet toplumuna geçtiğimiz süreç dikkate alındığında, iktisadi sistem ve yapıların kendilerinin de değiştiği ve toplumsal değişim ve dönüşümde etkili oldukları açıktır.<sup>1</sup> Son zamanlarda değişim ve dönüşümlerin geçmişe göre çok daha hızlandığı

---

1 Toplumsal değişimde iktisadi faktörlerin etkisine ilişkin daha ayrıntılı açıklamalar için bkz. Sunar, L. (2018), *Değişim Sosyoloğisi-Kavramlar, Kuramlar ve Yaklaşımlar*, Ankara: Nobel.

bu tür toplumsal değişim süreçlerinin girişimcilik zemini ni etkilemesi yanında, aile, kurumsal yapılar, işletmeler ve ekonomik süreçlerdeki değişimle birlikte girişimci özellik ve nitelikleri ile girişimci tiplerini etkilemesi kaçınılmazdır. Bu bağlamda da girişimci özellik ve becerilerinin standart bir listesini vermek uygun olmayabilir.

Bu çalışmanın amacına uygun olarak girişimci özellik ve becerileri mümkün olduğunca özgün ve anlaşılır bir şekilde özetlenmeye çalışılmıştır. Aşağıda kısaca açıklanmaya çalışılan girişimci özellik ve becerileri, yukarıda ifade etmeye çalıştığımız üzere, başka kaynaklarda farklı liste halinde bulunabilir. Önemli olan, girişimci için temel bazı özellik ve becerilere dikkat çekilmesidir. Ve en önemlisi ise, bu çalışmada İslam'ın iktisadi ilkeleri bağlamında girişimcilerin sahip olmaları gereken nitelik ve değerlerin ifade edilmeye çalışılmış olmasıdır. Dini inanç ve kültürel değerleri yok sayan girişimcinin piyasaları ve dolayısıyla ekonomileri sürükleyeceği noktanın çok da olumlu olmayacağı söylenebilir. İslam'ın ilkelerinin iktisadi alanda da güçlü olmasının yolu aslında girişimcilerin bu ilkeleri gözetken sorumluluklarını yerine getirmeleriyle mümkün olacaktır. İşte bu çalışmada böylesi bir bakış açısından girişimcilere rehberlik yapılması amaçlanmıştır.