

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT TEORİSİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİĞİN MOTİVASYON
KAYNAKLARI

HÜSEYİN TOK
25011391

TEZ DANIŞMANI
DR. ÖĞR. Ü. FİLİZ BALOĞLU

İSTANBUL, 2019



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı : HÜSEYİN TOK

Numarası : 2501111391

Anabilim Dalı /
Anasanat Dalı / Programı : İKTİSAT TEORİSİ

Danışmanı : DR. ÖĞR. ÜYESİ FİLİZ BALOĞLU

Tez Savunma Tarihi : 26.08.2019

Saati : 14.00

Tez Başlığı : TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİĞİN MOTİVASYON KAYNAKLARI

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 36. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABULÜNE OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. VEYSEL BOZKURT		KABUL
2- DR. ÖĞR. ÜYESİ FİLİZ BALOĞLU		Kabul
3- DR. ÖĞR. ÜYESİ ŞENOL BAŞTÜRK		Kabul

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. GÜLDEN ÜLGİN		
2- PROF. DR. AHMET YÖRÜK		

ÖZ

TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİĞİN MOTİVASYON

KAYNAKLARI

HÜSEYİN TOK

Girişimciliğin yalnızca bir kişilik özelliği olmayıp, onu ortaya çıkaran şartlarla birlikte düşünülmesi gereken bir fenomen olduğu görüşü ağırlık kazanmaktadır. Doğuştan gelen kişilik özellikleri belli oranda bunda bir rol oynamakla birlikte, girişimcilik, onu ortaya çıkaran fırsatlardan ve bu fırsatları yaratan ekonomik, sosyal, kültürel ve kurumsal faktörlerden etkilenecek şekilde şekillenmekte ve bireylerin sahip olduğu girişimsel beceriler ile fiziksel imkanlar ve tercihlerin sonucunda hayata geçmektedir. Bu ön kabullerden yola çıkarak; bu çalışma, girişimciliğin kişiler bazında hangi şartlarda ortaya çıktığına, neler tarafından motive edildiğine ışık tutmayı hedeflemektedir. Bu bakımdan iktisat sosyolojisi alanında da bir katkı sunmayı hedeflemektedir. Çalışmada GEM verileri kullanılmıştır. Ekonomik ve demografik değişkenler ile algısal değişkenlerin etkisini ayrı ayrı görebilmek için farklı modeller oluşturulmuş ve lojistik regresyonla analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda, algılar ve kişilik özelliklerinin girişimcilik için önemli ve gerekli olduğu, ancak girişimciliğin hayata geçmesi için yeterli olmadığı sonucu çıkmıştır. Çünkü algılar ve kişilik özellikleri girişimcilik için ne kadar uygun olursa olsunlar, 1- uygun fırsatların yokluğu halinde; 2- bu fırsatları algılayabilecek donanımı sağlayacak asgari bir eğitime sahip olunmaması halinde; 3- Bu fırsatları girişimciliğe dönüştürmekte kullanılacak bir sermaye ve gelire sahip olunmaması halinde, girişimciliğin ortaya çıkma ihtimali düşmektedir. Analiz sonuçlarında ayrıca, algısal değişkenlerden yeteneklere güvenmenin girişimciliği en çok etkileyen özellik olduğu görülmüştür. Başarısızlık korkusu ise negatif etkiye sahiptir. Demografik ve ekonomik değişkenlere baktığımızda, genç, erkek ve üst gelir grubuna dahil olmanın girişimciliği arttırdığı görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Girişimcilik, Türkiye’de girişimcilik, girişimciliği etkileyen faktörler, GEM

ABSTRACT

THE MOTIVATIONAL FACTORS OF ENTREPRENEURSHIP IN TURKEY

It is becoming the prominent view that the entrepreneurship should be dealt not just as a personal trait but also as a phenomenon which should be handled with the conditions that reveal the entrepreneurship. As well as the innate personality traits that play a part, the entrepreneurship takes shape from the economic, social, cultural, institutional factors and opportunities which these factors bring about; and with the entrepreneurial personality traits along with physical assets, constraints and personal choices which individuals have, the entrepreneurship emerges. In this regard, this study aims to shed light on what conditions induce entrepreneurship and with what motives they do so, on the individual basis. In this regard, it also aims to contribute to the field of economic sociology. The GEM data is used in the study. In order to see the effects of economic/demographic and perceptual variables separately, various models are established and analysed using logistic regression. In the results of the analysis, it is found that personality traits and perceptual variables are important and necessary for entrepreneurship but when it comes to entrepreneurship to actualize, they are not sufficient. The reason being, however suitable be the personality traits and perceptions for the entrepreneurship, 1- if there is no corresponding opportunities, 2- if the individuals have no adequate education to perceive these opportunities, 3- if there is no capital and income to exploit and transform these opportunities into goods and services, the probability that the entrepreneurship occur declines. According to the findings, out of perceptual variables, confidence in one's skills and abilities is the prominent variable which affects the entrepreneurship most. Fear of failure has a negative effect on entrepreneurship. When we look at the demographic and economic variables, we see that young males who are from the upper income group are more likely to become entrepreneurs.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurship in Turkey, factors affecting entrepreneurship, GEM.

ÖNSÖZ

Bu tezin yazılması sırasında görüşlerine ve yardımlarına başvurduğum çok değerli hocalarım ve arkadaşlarımla varlığı, tezi bitirmem için bana güç verdi. Danışman hocam Dr. Öğr. Ü. Filiz Baloğlu ve hocam Prof. Dr. Veysel Bozkurt başta olmak üzere;

Regresyon analizinde değerli bilgi ve fikirlerine başvurduğum Doç. Dr. Barış Altaylıgil ve Araş. Gör. Haydar Ekelik'e;

Tezle ilgili gerek bilimsel, gerekse bürokratik her türlü sorum ve sorunumda bana yol gösterip yardımına koşan değerli arkadaşlarım Araş. Gör. E. Kübra Usta ve Araş. Gör. Alper Karaağaç'a candan teşekkür ederim.

İstanbul, 2019

Hüseyin Tok

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ.....	v
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	ix
KISALTMALAR LİSTESİ.....	x
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

LİTERATÜR TARAMASI

1.1. Girişimcilik ve Girişimci.....	5
1.1.1. Girişimcilik	5
1.1.2. Girişimci ve Girişimcinin Özellikleri	12
1.1.3. Girişimciliğin Türleri ve Ölçülmesi.....	16
1.1.3.1. Yenidoğan Girişimciliği.....	16
1.1.3.2. Yeni işletme sahipliği.....	16
1.1.3.3. TEA – Toplam Erken Aşamadaki Girişim Etkinliği.....	17
1.1.3.4. Zorunluluk Kaynaklı Girişimcilik.....	17
1.1.3.5. Fırsat Kaynaklı Girişimcilik.....	17
1.1.3.6. İç Girişimcilik.....	17
1.1.3.7. Kurumsal Girişimcilik.....	17
1.2. Türkiye’de Girişimcilik.....	18
1.2.1. İktisadi ve Demografik Bağlam.....	18

1.2.2. Eğitim.....	22
1.2.3. Kültür.....	23
1.2.4. Girişimci Kişiliği.....	24

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİşİMCİLİğİ ETKİLEYEN VE MOTİVE EDEN FAKTÖRLER.....27

2.1 Makro Boyuttaki Faktörler.....	29
2.1.1. İktisadi Durum.....	30
2.1.2. İşsizlik.....	31
2.1.3. Demografik faktörler.....	32
2.1.4. Kültür.....	33
2.1.5. Devlet ve Kurumlar.....	35
2.1.6. Teknoloji.....	36
2.2. Mikro Faktörler.....	37
2.2.1. Yaş ve Cinsiyet.....	38
2.2.2. Eğitim.....	39
2.2.3. Gelir ve �alışma Durumu.....	41
2.2.4. Kişilik �zellikleri ve Algılar.....	41

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GEM VERİLERİ ÜZERİNDEN TÜRKİYE’DE GİRİşİMCİLİğİN MOTİVASYON KAYNAKLARI

3.1. Araştırma Soruları ve Hipotezler.....	43
--	----

3.2. Veri ve Yöntem.....	46
3.3. Araştırma Bulguları.....	49
3.3.1. Demografik Değişkenlerin Girişimcilik Üzerindeki Etkisi.....	55
3.3.3. Algısal Değişkenlerin Girişimcilik Üzerindeki Etkisi.....	57
3.3.4. Demografik/Ekonomik ve Algısal Modellerin Karşılaştırılması.....	59
SONUÇ.....	65
KAYNAKÇA.....	68

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 3.1.....	47
Tablo 3.2.....	50
Tablo 3.3.....	53
Tablo 3.4.....	58
Tablo 3.5.....	60
Tablo 3.6.....	60
Tablo 3.7.....	60
Tablo 3.8.....	61
Tablo 3.9.....	62
Tablo 3.10.....	62

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1.....	27
----------------	----

KISALTMALAR LİSTESİ

GEM : Global Entrepreneurship Monitor



GİRİŞ

20. yy.ın ilk çeyreğinden itibaren iktisat literatüründen kaybolan girişimcilik, 1970’lerden günümüze sosyal bilimlerin bir çok disiplininin ilgi alanına girmiştir. Bu, teorik düzlemde bir ilgi olmanın ötesinde, özellikle 70’lerdeki yüksek işsizlik ve büyüme sorunlarına çözüm arayışlarının da bir parçası olarak politikacıların gündemine gelmiştir. Bu artan ilgiye paralel olarak sosyal bilimlerin çeşitli alanlarında da girişimcilik üzerine çalışmalarda 90’lardan itibaren önemli bir artış olduğu görölmektedir.

Girişimcilik üzerine yapılan çalışmalarda, girişimciliğın yalnızca bir kişilik özelliğı olmayıp, onu ortaya çıkaran şartlarla birlikte düşünölmesi gereken bir fenomen olduğu konusu ağırlık kazanmaktadır. Doğıştan gelen kişilik özellikleri belli oranda bunda bir rol oynasa da, girişimcilik, onu ortaya çıkaran fırsatlardan, bu fırsatları ortaya çıkaran ekonomik, sosyal, kültürel ve kurumsal faktörlerden etkilenecek şekilde oluşmaktadır. Böyle bir ortamda oluşan kültür ve ekonomik ortamda yer alan bireylerin girişimcilik yapma istekleri ve becerileri bu şartlardan etkilenir ve aynı zamanda bu şartların bir sonucudur da. Kültürel, kurumsal, iktisadi, teknolojik ve demografik verilerle eğitim ve kazanımlar yoluyla edinilen yeterlilikler ile doğuştan gelen kişisel özelliklerin kesişiminde oluşan girişimcilik, sosyal bilimlerin birçok açısından ilgi alanındadır. Kültürel, toplumsal ve iktisadi bağlam açısından bu genişlik girişimciliğı iktisat sosyolojisinin de ilgi alanına sokmaktadır.

Literatürde girişimciliğı ortaya çıkaran faktörler; kültürel, kurumsal, ekonomik, teknolojik ve demografik değışkenlerle makro boyutta incelenmiştir. Yine mikro boyutta yaş, cinsiyet, çalışma durumu, gelir seviyesi ve eğitim gibi değışkenlerle girişimciliğı ortaya çıkaran faktörler de incelenmiştir. Ancak kişilerin kendileri ve çevreleriyle ilgili algılarının girişimcilik özelliklerini ne ölçüde belirlediğı ile ilgili çalışmalar nispeten azdır. Bu alanda yapılacak çalışmalar girişimcilik alanında yeni bilgileri ortaya çıkaracaktır.

Shane ve Venkataraman (2000), girişimcilik alanıyla ilgili yaptıkları teorik çalışmada, bilimsel çalışmalarda girişimciliğın yalnızca girişimci kişiliğı üzerinden

açıklanmaya çalışılmasının alanı çıkmaza sokacağı ve bu fenomenin anlaşılmasında yetersiz kalacağını ifade etmişlerdir. Nitekim girişimciliğin ülkeler arasında böylesine dalgalanma göstermesi onlara göre girişimciliğin statik, değişmez bir kişilik özelliği değil, dinamik ve edinilebilir bir beceri olduğunun göstergesidir. Ayrıca statik girişimci kişiliği üzerinden alana yaklaşan bu yaklaşım konunun en az girişimci kadar önemli olan diğer boyutu, yani girişimciyi ortaya çıkaran fırsat boyutunu da ister istemez indirgemektedir. Girişimcilik literatürü ampirik olarak, fırsatları algılama ve yaratma becerisinin, edinilen bilgi ile arttığını ortaya koymaktadır (Reynolds, Hay ve Camp, 1999; Verheul v.d., 2001). Bilgi ise kişinin içsel, doğuştan gelen statik bir özelliği değil, dışarıdan edinilen bir enstrümandır. Yine girişimci fikirlerin hayata geçirilebilmesi için gereken sermaye, dış finansman bulma sıkıntısını göz önünde bulundurursak, kişinin gelirinin belli bir seviyede olmasını gerektirmektedir. Bu ön kabullerden yola çıkarak; bu çalışma, girişimciliğin kişiler bazında hangi şartlarda ortaya çıktığına, neler tarafından motive edildiğine ışık tutabilmeyi amaçlamaktadır. “Girişimcilik ne ölçüde kişilerin psikolojik, subjektif, algısal ve içsel özelliklerinin bir ürünü ve ne ölçüde de dışsal, objektif, verili imkanlarının ürünüdür” sorusuna cevap aramak bu tezin ana hedeflerinden biridir. İkinci olarak da girişimciliğin hangi etkenler ve özellikler tarafından harekete geçirildiğine cevap aranacaktır.

Bu çalışmada, girişimciliği ortaya çıkaran ve motive eden faktörler mikro düzeyde hem demografik ve iktisadi, hem de algısal olarak incelenecektir. Araştırmada, uluslararası olarak çalışan ve ülkelerin girişimcilik değerlerini ölçen **Global Entrepreneurship Monitor** (GEM)’ün dünya çapında yürüttüğü anket çalışmasının Türkiye’deki verileri kullanılmıştır.

Çalışmanın genel yapısı şu şekilde olacaktır: Birinci bölümde teorik iktisat literatürü taranarak başlangıçtan günümüze teorik literatürde girişimciliğin yeri ele alınacak, girişimciliğin tanımı ve türleri üzerinde durulacaktır.

İkinci bölümde tezin kapsamı dahilinde yapılan ampirik çalışmaların taraması yapılacaktır. Bu çerçevede Türkiye’de girişimcilik çalışmaları ele alınacaktır.

Üçüncü bölüm tezin teorik arkaplanı çerçevesinde girişimciliği etkileyen ve motive eden faktörler makro ve mikro boyutlarıyla ele alınacaktır. Burada girişimciliği etkileyen faktörleri ikiye ayrılmaktadır:

1- Genel ülke koşullarını ortaya koyan sosyal, kültürel, siyasi, iktisadi, demografik ve kurumsal makro veriler.

2- Kişilerin risk ve ödül değerlendirmelerine etki ederek girişimcilik kararına etki eden mikro değişkenler:

- a- Yaş, cinsiyet, eğitim, çalışma ve gelir durumu gibi **sosyo-ekonomik**,
- b- yeteneklerine güven, sosyal ağlar, fırsatlara açıklık ve başarısızlık korkusu gibi **algısal** değişkenler.

Bu ayrımın dayandığı teorik çerçeve bu bölümde ele alınarak, tezin kapsamını oluşturan yukarıdaki 2. madde ayrıntılandırılmaktadır.

Dördüncü bölümde GEM verileri kullanılarak Türkiye’de girişimciliği motive eden faktörler ekonomik, demografik ve algısal değişkenler çerçevesinde analiz edilecektir. “Geçtiğimiz 12 ay içinde yeni bir iş kurmak için herhangi bir çalışma yaptınız mı?” sorusuna olumlu cevap verenler içinden bu girişimi kendi hesabına yapanlar girişimci olarak kabul edilmiş ve modellerde bağımlı değişken olarak kullanılmıştır.

Bağımlı değişkenler içinden sosyo-ekonomik olanlarla algısal olanlar iki farklı grupta toplanıp, her birinin girişimcilik üzerindeki etkisini bağımsız olarak ölçmek için farklı modeller oluşturulmuş ve lojistik regresyon yöntemiyle girişimcilik üzerindeki etkileri analiz edilmiştir.

Değişkenlerin evet-hayır biçimindeki kukla değişkenler olmasından dolayı ikili lojistik regresyon yöntemi uygulanmıştır.

Birinci modelde yalnızca sosyo-ekonomik değişkenlerin girişimcilik üzerindeki etkisi ölçülmüştür. Modelde yaş, cinsiyet, eğitim, çalışma durumu ve gelir durumu bağımlı değişkenlerimizdir.

İkinci modelde bunlara algısal değişkenleri de ekledik. Üçüncü modelde demografik ve ekonomik değişkenleri çıkarıp yalnızca algısal değişkenlerle; yeteneklere güven, başka girişimcileri tanıma, fırsatlara açıklık ve başarısızlık korkusu gibi kişilerin algılarının girişimci olma üzerindeki etkisini ölçtük.

Son olarak yalnızca kadınlar ve yalnızca erkekler için iki farklı model oluşturup kadınlar ve erkekler için durumun ayrı ayrı nasıl olduğuna baktık.



BİRİNCİ BÖLÜM

LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde önce teorik çerçevede iktisatta girişimciliğin bugüne kadar ele alınışı işlenecek, daha sonra girişimcilikle ilgili bazı kavramlar tanıtılacaktır. Daha sonra tezimizin çalışma alanı olan Türkiye’deki ampirik girişimcilik çalışmalarının bir literatür taraması yapılacaktır.

1.1. Girişimcilik ve Girişimci

1.1.1. Girişimcilik

20. yy.ın başlarından 70’lere kadar aslında kendi işini yapanların ve küçük işletmelerin oranı birçok gelişmiş Batı ülkesinde sürekli bir düşüş yaşamıştır. Bu dönem büyük işletmelerin ve ölçek ekonomilerinin gözde olduğu bir dönemdir (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002) ve girişimciliğe olan ilgi başta Avrupa olmak üzere gelişmiş ülkelerin gündemlerinden neredeyse bütünüyle kalkmıştır. Küçük işletmeler yok olmakta olan bir türün örnekleri olarak görülmeye başlanmıştır. İstikrarlı bir talep dengesinin altında işleyen ekonomilerde, neoklasik iktisat ve denge teorisi, ‘inisiyatif’ ve ‘belirsizlik’ gibi kavramlara çok az yer vermektedir. Sonuç olarak “girişimci”, mikro iktisat literatüründen kaybolur. Audretsch ve Thurik (2001, aktaran Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002) bu süreci istikrar, devamlılık ve homojenlik sacayaklarına oturan bir ‘yönetilen ekonomi’ (**managed economy**) olarak adlandırmaktadır.

Yüzyılın son çeyreğine gelindiğinde ise ölçek ekonomilerinin geçerli olduğu bu dengenin bozulup büyük şirketlerin küçüldüğü ve yeniden yapılanmaya gidildiği görülmektedir. 80’lerden itibaren büyük işletmelerden küçük işletmelere kayışın başladığı, emek ve sermaye gibi konvansiyonel üretim faktörlerinin yanı sıra artan oranda bilgi ve yenilikçi fikirlere dayanan bu yeni iktisadi dönem yine Audretsch ve Thurik (2001, aktaran Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002) tarafından ‘girişimci ekonomi’ olarak adlandırılmaktadır.

Ekonomide yaşanan bu dönüşüme paralel olarak sosyal bilimler alanında da girişimcilik kavramının artan oranda bir ilgiye mazhar olduğu görülmektedir. Bu, 18. ve 19. yy.larda kendine geniş yer bulduktan sonra 20. yy. başından itibaren ortadan kaybolan girişimciliğin yeniden sosyal bilimler alanına, özellikle de iktisat bilimine dönüşü olarak okunmaktadır (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002).

Bu artan ilgiye karşılık anaakım iktisat teorisinde girişimciye pek rastlanmamaktadır. Girişimcilik üzerine çalışan iktisatçılar azınlıktalarken, onlar da ya girişimciliği konvansiyonel model içinde bir yere oturtmanın yolunu aramakta ya da alternatif bir model sunmaya çalışmaktadırlar. Bu ikinci grubun açık ara en önemli ismi ise Schumpeter'dir (Swedberg, 2000).

Neoklasik okulun en önemli teorisyenlerinden Marshall ve Walras'ta girişimcinin yeri yok gibidir. Marshall girişimciliği işletme yönetimi ile eş olarak görmekteydi; Walras'ın genel denge teorisi ise girişimciliğin ana akım iktisat literatüründen silinmesinin adeta sembolik bir örneğidir (Swedberg, 2000). Walras'a göre tam rekabet koşullarında denge durumundaki bir ekonomide sermayedar faizinin marjinal üretimi kadar, çalışan da ürettiğinin marjinal ürünü kadar kazanacağından, girişimcinin kârı ya da zararı söz konusu olmamaktadır (Blaug, 2000).

Girişimcilik Schumpeter'de olduğu gibi ekonomi için bir çeşit altın yumurtlayan tavuk mudur her zaman için? Tarihten verilerle William Baumol (1990) buna itiraz etmektedir. Baumol, iktisat tarihindeki sıçramaları ya da düşüşleri çoğunlukla girişimcinin varlığına ya da yokluğuna bağlayan görüşü eleştirmektedir. Çünkü böyle bir görüş baştan bize bir kılavuz sunmamaktadır. Girişimcilerin önemli rolünü bütünüyle reddetmemekle beraber ona göre ekonomideki sıçrama ya da düşüşleri sağlayan girişimciler değil, girişimciliği düzenleyen kurallardır. Çünkü girişimcilik tarih boyu var olsa da her zaman yaratıcı değil, çoğu zaman verimsiz ve parazit bir yapı olarak ekonomiye zarar da vermektedir. Girişimciler doğaları gereği ekonomiyi iyi yöne doğru itmezler (Baumol, 1990).

Kavramın iktisat literatüründeki serüvenine bakıldığında özellikle Adam Smith'ten itibaren girişimciliğin İngiliz iktisatçılar arasında kendine pek yer bulamadığı görülmektedir. Smith, eserinde 'girişimci'nin İngilizce karşılıkları

olabilecek ‘undertaker’, ‘projector’ terimlerini kullansa da, günümüzdeki anlamıyla girişimciye ayırdığı bir rol bulunmamaktadır. Ricardo’da da girişimcinin rolü neredeyse hiç bulunmamaktadır. Kavram İngiliz klasik iktisatçıları için genellikle sermayedar ile eşanlamli kullanılmış ve teorik model içinde bir rol verilmemiştir. Girişimcilik kavramını İngiliz iktisatçıları arasında dolaşıma sokan isim ise John Stuart Mill’dir. Ancak o da ‘girişimci’nin sermayedarla eşanlamli ve birbirlerinin yerine kullanılması geleneğini kıramamıştır (Blaug, 2000).

Girişimcinin iktisat literatüründe kendini ilk gösterdiği yere ulaşmak içinse Smith’ten yaklaşık 20 yıl kadar önce yazan Fransız asıllı İrlandalı yazar Richard Cantillon’a gitmek gerekmektedir. Cantillon’a göre piyasadaki arz ve talep uyumsuzlukları, ‘girişimci’ adını verdiği bir kısım insanlara yeni bir iş fırsatı sağlar. Girişimci, ucuza alıp pahalıya satarak piyasanın dengeye oturmasına yardımcı olan kişi rolüyle karşımıza çıkmakta. Cantillon’a göre girişimci bu rolü üstlenirken malı kendisinin üretmesi gerekmiyor, önemli olan öngörü ve riski üstlenmeye istekli olmakta, ya da bir başka deyişle malı belli bir fiyattan satın alıp belirsiz bir fiyata satmaya istekli olmakta (Blaug, 2000).

Cantillon’dan yüz yıl kadar sonra dünyaya gelen Fransız iktisatçı Jean-Baptiste Say ise girişimciliği üretim faktörlerini bir örgüt içinde bir araya getirmek olarak tanımlamaktadır (Swedberg, 2000).

Girişimcinin rolüne dair ilk kapsamlı teorik açıklamaya ise 19. yy.da yaşayan Alman iktisatçı Johann von Thünen’in “The Isolated State” (İzole Ülke) (1850) eserinde rastlıyoruz. Thünen, girişimciye önemli bir rol vermiş ve girişimci kazancını, sermayeye ödenen faiz, yönetime ödenen maaş ve sermaye için ödenen sigorta primleri çıktıktan sonra geriye kalanlar olarak tanımlamıştır (Blaug, 2000).

Hébert ve Link (1989) girişimcilik teorilerini, her biri Cantillon’a uzanan üç ayrı gelenek içinde ele almaktadır. Buna göre birincisi Von Thünen ve Schumpeter’in oluşturduğu Alman geleneği, ikincisi Knight ve Schultz’un başını çektiği Chicago ya da neoklasik gelenek ve üçüncü olarak da Von Mises ve Kirzner’in Avusturya geleneği gelmektedir. Bu geleneklerin her biri girişimcinin farklı işlevlerine işaret etmektedir. Alman ya da Schumpeteryan gelenekte girişimci istikrarsızlığı doğuran

ve yaratıcı yıkım yoluyla oyunun kurallarını değiştiren kişidir. Avusturya okulu girişimcinin genellikle dışsal bir şok sonrasında ortaya çıkan kazanç fırsatlarını farkedebilme becerileri üzerine yoğunlaşmaktadır. Buna göre girişimci giderilmemiş ihtiyaçları karşılar ve piyasa etkinsizliklerini giderir. Nooteboom (1993, aktaran Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002) iki geleneğin yaklaşımını “potansiyel olanın yaratılması Schumpeteryan, bunun gerçekleştirilmesi ise Avusturya ekolü” biçiminde özetlemiştir. Son olarak neoklasik bakış açısında girişimci piyasayı dengeye taşımaktadır.

Schumpeter, 1940’lara kadar girişimciliği iktisat teorisinin bir parçası olarak ele almaktaydı ve bu teoride girişimci değişim ve gelişimin merkezinde yer almaktaydı. Walras’ta değişimi tetikleyen faktörler dışsal iken Schumpeters’te içeriden, yani girişimciden gelmektedir. (Swedberg, 2000) Girişimci yeniliği tetikleyen, dengeyi bozarak ilerlemeyi sağlayan kişidir. Schumpeter yeniliği 5 şekilde ele almaktadır. Buna göre: Yeni bir ürünün ortaya çıkışı, yeni bir üretim biçiminin ortaya çıkışı, yeni bir piyasanın ortaya çıkışı, yeni bir hammadde ya da yarı mamul kaynağının elde edilmesi ve son olarak da herhangi bir endüstride yeni bir organizasyonun gerçekleştirilmesi yeniliktir. Ve bu yenilik halihazırda üretim yapan firmalardan ziyade genellikle piyasaya yeni giriş yapanlar tarafından gerçekleştirilir Schumpeter’ göre (Schumpeter, 2000).

Frank Knight, nl eseri “Risk, Uncertainty, and Profit”te neoklasik düşünce ile girişimcilik teorisini bağdaştırmaya çalışmıştır. Knight’ın ele aldığı belirsizlikle başetmekten gelen girişimci kazancı, tam rekabet ve denge teorileri ile uzun vadede tam bir uyum içinde olarak görülmektedir. (Swedberg, 2000) Knight, Thünen’in izinden giderek belirsizlik ile risk arasında bir ayrım yapmaktadır. Knight’a göre belirsizlikler hesaplanabilir ve dolayısıyla birer maliyet kalemi haline getirilebilmektedir. Risk ise asla öngörülemez ve hesaplanamaz, dolayısıyla bir maliyet kalemi haline getirilemez ve ancak risk sayesinde girişimci kazancı mümkün olabilmektedir. Buna göre tam rekabet şartları ve uzun dönem dengesi altında Knight girişimci kazancının mümkün olduğunu söylemektedir (Blaug, 2000).

Eklektik bir girişimcilik görüşüne sahip olan Mark Casson, girişimciliği ‘kıt

kaynakların nasıl koordine edileceği konusunda karar almakta uzmanlaşmak' olarak tanımlamaktadır (Swedberg, 2000). Casson'a göre kıt kaynakları koordine etme konusunda uzmanlaşan girişimci diğerlerine göre farklı kararlar alır. Bu durum ya diğerlerinin sahip olmadığı bir bilgiden ya da aynı bilgiyi farklı yorumlamaktan kaynaklanmaktadır. Her iki durumda da bu, girişimcinin finansal kaynak bulmasını zorlaştırmakta, çünkü kendisinden farklı karar alan sermayedar ya da dış finans sağlayıcıyı ikna etmesi gerekmektedir. Bu da girişimciyi çevresi ve öz sermayesi ile sınırlayan bir durum haline gelebilmektedir (Blaug, 2000).

Teorisini kendi ifadesiyle büyük oranda Ludwig von Mises ve Friedrich von Hayek'e dayandıran Israel Kirzner ise girişimciliği 'kazanç fırsatlarına karşı tetikte olma' durumu olarak tanımlamaktadır. Schumpeter'de girişimci piyasa dengesini bozuyorken, Kirzner, girişimciyi dengeyi sağlayan bir faktör olarak görmemiz gerektiğini söylemektedir (Swedberg, 2000).

Hayek'in bilgi ve girişimcilik analizinde 'bilginin yokluğu' tam da girişimciliğin varlığı için kurucu bir konumdur. Bu noktada girişimciliğin varlığı bir bilginin önce bilinmemesi ve sonra da o bilginin elde edilmesi anlamında değil, fakat yeni ve bilinmeyen bir bilginin girişimcilik yoluyla 'yaratılması' anlamındadır. Yani girişimci bir keşif sürecini imlemektedir (Swedberg, 2000).

Hayek'in aksine bütünlüklü bir girişimcilik teorisi geliştiren Mises'in çıkış noktası ise, durağan ve kendini tekrar eden bir ekonomide girişimciliğe yer olmaması durumudur. Bu noktada Schumpeter'le benzerlik içindeyse de Mises'in girişimcilik tanımı farklıdır: ona göre girişimcilik yeniliklere değil belirsiz olayların beklentisine dayanmaktadır. Girişimcinin motivasyonu kazanç beklentisidir. Mises ayrıca "girişimci hataları"nın (**entrepreneurial errors**) rolünü ve ekonomideki önemini vurgulayan az sayıdaki teorisyenden biridir (Swedberg, 2000).

Girişimciyi Schumpeteryan manada yenilikçi olarak kullanan Kenneth J. Arrow'a göre yenilik doğası gereği belirsizlik içermektedir. Yenilikle ilgili en net fikre sahip olansa yeniliği yapan, yani girişimcidir. Ancak bu noktada Knight'ın işaret ettiği gibi Arrow da sermaye desteği bulma konusunda bu bilgi asimetrisinden dolayı girişimcinin zorluk yaşayacağını ifade ederek, büyük ve küçük işletmeleri girişimci

fikirleri hayata geçirme konusunda karşılaştırmış ve büyük işletmelerin i süreçlerinde bürokratik hantallık yaşama dezavantajlarına karşılık küçük işletmelerin yenilikleri hayata geçirirken dış finansmana bağımlı olmaları ve yenilik fikirlerini aktarmakta yaşayacakları zorlukları küçük işletmelerin bir dezavantajı olarak görmüştür (Arrow, 2000).

Wennekers, Uhlaner ve Thurik (2002), girişimciliği, kaynakların kullanımı, şekli ve yeri üzerinde kararlar alarak yeni ekonomik fırsatların algılanması ve yaratılması olarak tanımlamaktadır.

Low’a (2001) göre girişimcilik, “fırsatın saptanması, değerlendirilmesi ve elde edilmesi”dir (aktaran Kara, 2014).

Shane ve Venkataraman (2000), girişimciliğin hep girişimcinin kim olduğu ve ne yaptığı üzerinden tanımlanmasının çalışmaları başından yanlışa düşürdüğünü; girişimciliğin fırsatlardan bağımsız olarak dşnlemeyeceği ve tanımlanamayacağını belirtmişlerdir. Onlar girişimciliği, gelecekte mal ve hizmet yaratacak fırsatların nasıl, kim tarafından ve hangi etki ile keşfedildiğinin akademik olarak incelenmesi biçiminde tanımlamışlardır. Ayrıca girişimciliğin kişilerin değişmez kalıcı özellikleri değil, duruma göre gelip geçici, konjonktürel davranışları olduğunu belirtmişlerdir.

Girişimcilik alışmaları girişimciliği ortaya çıkaran ve etkileyen faktörleri mikro ve makro boyutlarda ele almaktadır. Mikro ölçekte kişisel özellikler, sosyal ağlar, finansal destek, algılar, biliş, etik, başarı isteği, aidiyet ihtiyacı, risk alma, yaş, cinsiyet ve diğer demografik verilerin girişimcilik üzerindeki etkileri ele alınmaktadır. Makro ölçekteki çalışmaların odağında ise girişimcilik ile kurumsal, kültürel, ekonomik ve teknolojik faktörler arasındaki ilişki yer almaktadır. Bu faktörler arasındaki değişim, yapılan çalışmalarda ülkelerin ya da bölgelerin girişimcilik seviyesini ve diğer ülkelerle arasındaki girişimcilik farkı açıklamakta kullanılmaktadır (Kara, 2014).

Girişimcilik kavramı statik ya da dinamik bir açıdan ele alınabilmektedir. Statik bakımdan girişimcilik ekonomideki yapının bir unsuru olarak görülebilirken,

dinamik açıdan girişimcilik Schumpeteryan anlamda değişim ve yeniliğin tetikleyicisi, yeni tekniklerin ve üretim organizasyonlarının uygulayıcısı, yeni ürünlerin ve yeni piyasaların oluşmasına önayak olma durumu olarak görülmektedir (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002).

Ülkelerdeki girişimciliğin ölçülmesi için hangi verilerin esas alınacağı çeşitli çalışmalarda değişkenlik göstermektedir. Girişimciliğin hangi boyutuyla ele alındığına bağlı olarak tanımı değişebilmekte ve hangi ölçümlerle ülkelerin girişimcilik seviyelerinin belirleneceği farklılaşabilmektedir. Serbest meslek sahipliği, yeni iş girişi, kurumsal girişimcilik, küçük işletme oranı, toplam girişimci etkinliği (**total entrepreneurship activity – TEA**), kurulu işletme sahipliği oranı, yaratıcı yeni işletme sahipliği oranı gibi ölçütler, girişimcilik seviyesini belirlemede kullanılmaktadır (Kara, 2014).

İşletme sahipliği oranı statik açıdan girişimciliğin en önemli göstergesi olarak görülmektedir. İşletme sahipliği iki kategori altında ele alınabilmektedir. Birincisi kurumsallaşmamış küçük işletmelerin sahipleri ve işletmecileri iken, ikincisi kurumsallaşmış firmaların hem aylık maaş alıp hem de kâra ortak olan yönetici-sahipleridir.

Dinamik açıdan bakıldığında ise yeni doğan girişim hareketliliği (**nascent entrepreneurial activity**) (yeni bir girişime başlama kararı alıp aktif olarak girişim başlatma faaliyeti içinde olan kişi yoğunluğu), yeni işletmelerin piyasaya girişi, net piyasaya giriş (faaliyetine son veren işletmeler düşüldükten sonra kalan yeni girişler) ve türbülans oranı (giriş ve çıkışların toplamı) gibi veriler kullanılabilmektedir (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002).

Bu çalışmada kullanılacak olan GEM (Global Entrepreneurship Monitoring) Girişimci Çerçeve Şartları (**Entrepreneurial Framework Conditions**), sosyal ve kültürel bağlam ile yeni firmaların ortaya çıkışı ve büyümesi arasında ilişki kurarak, girişimciliğin belirlenmesinde kullanılmaktadır (Reynolds v.d., 2001).

Verheul v.d. (2001), “An Eclectic Theory of Entrepreneurship” çalışmalarında girişimciliği etkileyen faktörleri makro ve mikro unsurlarıyla beraber analiz etmişler

ve bunları arz yanlı ve talep yanlı olarak ele almışlardır. Böylelikle kişisel seviyede alınan girişimcilik kararı ile ülkelerin girişimcilik seviyelerini belirleyen faktörleri aynı yapı içinde teorik bir çerçeveye oturtmuşlardır. Talep tarafında, girişimsel fırsatları ortaya çıkaran piyasadaki mal ve hizmet talebi yer alırken, arz tarafında, verili kaynak, yetenek ve tercihleri doğrultusunda bu fırsatları değerlendirebilecek potansiyel girişimcileri ortaya çıkaran unsurlar yer almaktadır. Yani ortaya çıkan iş fırsatı ile bunu değerlendirecek kişilik özelliklerinin uyuşması, girişimciliğin ortaya çıkması için gereklidir. Girişimcilik kararı, kaynaklar, yetenekler ve tercihler doğrultusunda kişisel seviyede alınan bir karardır. Ancak ekonomik gelişmişlik, gelir adaletsizliği, teknolojik seviye, kurumsal güven, kültürel yapı gibi makro boyuttaki talep yanlı faktörler girişimcilik arzını etkilemekte ve ülkelerin girişimcilik seviyesini belirlemektedir.

Ülkeler için belli bir andaki mevcut girişimcilik seviyesinin yanısıra bir de **‘girişimcilik denge oranı’**ndan söz edilebilmektedir. Buna göre, her ekonominin verili ekonomik, teknolojik, sosyal, kurumsal, kültürel vs. yapısına bağlı olarak bir uzun dönem girişimcilik oranı söz konusudur. Mevcut girişimcilik seviyesi bütün ekonomiler için denge noktasında olmak zorunda değildir, ülkelerde girişimcilik oranı zaman zaman denge noktasından sapabilmektedir. Carree v.d. (2002)’nin çalışmasına göre girişimciliğin denge noktasından saptığı ekonomiler, düşük büyüme oranlarıyla karşı karşıya kalmaktadır.

1.1.2 Girişimci ve Girişimcinin Özellikleri

Girişimcilik kavramını literature sokan Richard Cantillon’a göre arz ve talep uyumsuzlukları girişimci diye adlandırdığı kişilere iş fırsatları sunmaktadır. Cantillon’a göre ucuza alıp pahalıya satarak piyasayı dengeye oturtan, girişimcilerdir.

Alman ya da Schumpeteryan gelenekte girişimci istikrarsızlığı doğuran ve yaratıcı yıkım yoluyla oyunun kurallarını değiştiren kişidir. Avusturya okulu girişimcinin genellikle dışsal bir şok sonrasında ortaya çıkan kazanç fırsatlarını farkedebilme becerileri üzerine yoğunlaşmaktadır. Buna göre girişimci karşılanmamış ihtiyaçları karşılar ve piyasa etkinsizliklerini giderir. Nooteboom (1993, aktaran

Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002) iki geleneğin yaklaşımını “potansiyel olanın yaratılması Schumpeteryan, bunun gerçekleştirilmesi ise Avusturya ekolü” biçiminde formülize etmiştir. Son olarak neoklasik bakış açısında girişimci piyasayı dengeye taşımaktadır.

İktisatçılar içinde girişimciliği orijinal biçimde ele alan ilk iktisatçılar Richard Cantillon (1680-1734) ve Jean-Baptiste Say (1776-1832)’dır. Cantillon girişimciyi “belli bir fiyattan alıp belirsiz bir fiyata satmaya istekli kişi” olarak tanımlamaktadır. Cantillon’u okuyan Say’a göre ise girişimcilik “üretim faktörlerini bir organizma içinde bir araya getirmek”tir.

Alman iktisatçı Johann Heinrich von Thünen (1783-1850) girişimci ve girişimci kazancını ele alırken sermayeye ödenen faiz, yöneticiye ödenen maaş ve sigorta primi arasında bir ayrıma gidiyor ve girişimcinin kazancını bütün bu giderlerden geriye kalanlar olarak ele almaktadır. Aynı dönemden bir diğer Alman iktisatçı Has von Mangoldt (1824-1868) girişimci kârını “yeteneğe ödenen kira” olarak ifade etmektedir (Swedberg, 2000: 12-14).

Başlangıçta Walras’ı takip eden, fakat daha sonra giderek Walras’ın teorisinden uzaklaşan Schumpeter, girişimciyi iktisat teorisinde merkezi bir yere oturmaktadır. Walras’ta ekonomiyi yeni bir dengeye oturtup değişimi tetikleyen etkenler dışsal; ancak bu değişim Schumpeter’de içeriden, yani girişimciden gelmektedir (Swedberg, 2000: 19). Yaratıcı yıkımla ekonominin devamlı bir devinim halinde olmasını sağlayan, girişimcidir. Schumpeter’in girişimcisi yenilik peşinde koşmakta, bu süreç içinde ekonomiyi de devindirmektedir.

Schumpeter (2000) yeniliği beş şekilde ele almaktadır: 1- Yeni bir malın/ürünün ortaya çıkışı, 2- yeni bir üretim biçiminin ortaya çıkışı, 3- yeni bir piyasanın ortaya çıkışı, 4- yeni bir hammadde ya da yarı mamul kaynağının elde edilmesi, 5- yeni bir organizasyonun gerçekleştirilmesi.

Mises (1881-1973) Schumpeter’den farklı olarak girişimciliğin arkasında yatan motivasyonu yenilik ile değil, belirsiz olaylarla özdeşleştirmiştir. Ona göre girişimcinin motivasyonu yenilik değil, para kazanma isteğidir (Swedberg, 2000).

Eklektik bir girişimci görüşüne sahip olan Mark Casson, girişimciyi “sınırlı kaynakları nasıl koordine edeceği konusunda uzmanlaşmış kişi” olarak tanımlamaktadır (Swedberg, 2000).

Israel Kirzner’e göre girişimcilik “kar fırsatlarına karşı tetikte olma” durumunu ifade eder. Yani girişimci esas olarak kar peşinde koşar ve bunu yaparken de piyasada dengenin kurulmasına yardımcı olur (Swedberg, 2000).

Weber girişimciye siyasi bir rol de biçmiştir. Girişimciyi, siyasi bürokrasinin ekonomiyi ele geçirmesinin ve baskılamasının önündeki engel olarak görmüştür. Girişimcinin bu noktadaki rolü çok önemlidir, çünkü Weber’e göre bürokrasinin ekonominin kontrolünü tamamen ele alması diktatörlüğü doğuracaktır (Swedberg, 2000).

Girişimciyi Schumpeteryan manada yenilikçi olarak ele alan Kenneth J. Arrow, yenilik için olan sermaye desteğinin geleneksel rekabet piyasası teorisinde yeterince iyi modellenmediğini söylemektedir (Arrow, 2000).

Baumol girişimciyi, işi “yeni fikirleri saptamak ve uygulamak” olan kişi şeklinde tanımlamaktadır (aktaran Kara, 2014). Reynold, Hay ve Camp (1999) ise “bir şahıs, takım ya da kuruluş tarafından gerçekleştirilen, serbest meslek, yeni işletme organizasyonu ya da varolan işletmenin büyütülmesi şeklinde gerçekleşen her türlü yeni iş girişi” olarak tanımlamaktadır.

Hébert ve Link girişimciyi “malların, kaynakların ve kurumların kullanımını, şeklini ve yerini etkileyecek kararları almakta ve sorumluluğunu üstlenmekte uzmanlaşan kişi” olarak tanımlamaktadır. Bygrave ve Hofer’a göre girişimci, “bir fırsatı farkedenden ve onu yakalamak için organizasyon kuran kişidir” (aktaran Kara, 2014).

Yapılan ampirik çalışmalar girişimcilerin özellikleri arasında bir dizi ekonomik, demografik ve psikolojik özelliği ortaya koymaktadır. Başarı ihtiyacı, risk alma, fırsat kovalama (opportunity seeking), inisiyatif alma, yaratıcılık, içsel denetim odağı (internal locus of control), yenilikçilik, girişim odaklılık (entrepreneurial orientation), etik, bilişsel ve algısal özellikler, sosyal ağlarla ilişki, finansal kaynaklara

ulaşım, cinsiyet, yaş, çalışma durumu gibi özellikler bunlar arasında gösterilmektedir (Kara, 2014). Bunların içinden kişisel özellikler kısmen doğuştan geliyor olsa da eğitim ve tecrübe yoluyla geliştirilebildikleri de ifade edilmektedir (Verheul v.d., 2001).

Bir kişinin girişimci olup olmayacağı bir dizi i ve dış faktöre bağlıdır. Bunlar dış kaynaklar, yetenek, kişilik özellikleri ve tercihlerdir. Verheul v.d. (2001), bireysel düzeyde girişimcilik kararını etkileyen faktörler arasında talep ve arz yanlı olmak üzere ikili bir ayrıma gitmektedir. Arz tarafında yetenek ve tercihleriyle girişimci olmaya istekli bireyler, talep tarafında ise iş fikirlerinin hayata geçmesini sağlayan piyasa fırsatları söz konusudur. Bireylerin girişimci olma ya da olmama kararlarını dış kaynaklar ve iş fırsatları ile kişilerin bireysel özellikleri tarafından etkilenmektedir. Bireysel zelliklerin içine yetenek, kişilik özellikleri, tercihler, değerler ve davranışsal özellikler girmektedir. Bir kişinin karşısına çıkan bir fırsat karşısında harekete geçip geçmeyeceğini bu özellikler belirlemektedir (Verheul v.d., 2001).

Bireyler girişimci olma seçeneği ile karşı karşıya kaldıklarında, maaşlı çalışan olmak, işsizlik ve iş sahibi olmak arasında karşılaştırmalı bir kar-zarar hesabı yaparak karar vermektedirler. Bu hesap maddi ve finansal olduğu kadar manevi tatmini de barındırmaktadır. Ancak bireyler sadece bu çeşitli alternatiflerden elde edecekleri kazanımları değil, bunlardan birini seçmeleri halinde karşı karşıya kalacakları maliyet ve riskleri de hesaba katmaktadır. Bu değerlendirme sonucunda girişimci geliri maaşlı işten elde edilen gelire ya da işsizliğin avantajlarına göre ne kadar yüksek ise, girişimcilik o kadar cazip hale gelmektedir. Tabii burada girişimcilik gelirinin oransal yüksekliliği tek belirleyici değildir. Girişimcilikte başarı kesin değildir ve oldukça yüksek bir belirsizlik içerebilir. Ayrıca olası bir başarısızlık durumunda, başarısızlığın maddi yükünün ötesinde insanlarda yol açtığı manevi zarar, sosyal güvenlik sisteminden ık mış olmak gibi hesaba katılan ek külfetleri de söz konusudur (Verheul v.d., 2001).

1.1.3. Girişimciliğin Türleri ve  l  lmesi

Girişimcilik kavramının iktisat ve diğer sosyal bilimler literatüründeki inişli çıkışlı serüveninde de görüleceği üzere, araştırmacıların girişimci ve girişimcilikten kastettiği anlam belli ölçüde farklı olabilmektedir. Schumpeteryan anlamda girişimci ile neoklasik iktisadın anladığı girişimci aynı dokuya bile sahip değildir denilebilir. Girişimciliğin iktisat literatüründe yeniden parlamaya başladığı 20. yy.ın son çeyreğinden bugüne yapılan teorik ve ampirik çalışmalarda da girişimci ve girişimcilik kavramı üzerinde kesin, net sınırlar çizilip anlaşılmış değildir. Her araştırmanın girişimcilik tanımı diğerlerinden belli bir oranda farklılaştığı ölçüde vardığı sonuçların da farklılaştığı, hatta birbiriyle çeliştiği görülmektedir. Örneğin kimi çalışmalar iktisadi gelişmenin girişimciliği olumsuz yönde etkilediğini ortaya koyarken bunun tam tersine iktisadi gelişmenin girişimciliği arttırdığı görüşünü savunan çalışmalar da vardır (Verheul v.d., 2001). Buradaki zorluk kavramın teorik tanımından olduğu kadar ampirik çalışmalarda kullanılmak için ölçülmesindeki zorluktan da kaynaklanmaktadır. Yapılan ampirik çalışmalarda girişimciliği  l  mekte serbest meslek sahipliği, küçük işletme sahipliği oranı, kurulu işletme oranı, yenidoğan girişimciliği, TEA- toplam erken aşamadaki girişim etkinliği gibi veriler kullanılmaktadır (Kara, 2014).

Girişimcilikle ilgili bazı kavramlar ve farklı düzlemlerdeki girişimcilik  eşitleri şu şekildedir:

1.1.3.1. Yenidoğan girişimciliği

Henüz kurulma aşamasında olan ve sahiplerine ve çalışanlarına henüz üç aydan fazla maaş ya da kazanç sağlamamış olan girişimlere yenidoğan girişimciliği (**nascent entrepreneurship**) denilmektedir (Bosma ve Kelley, 2018).

1.1.3.2. Yeni işletme sahipliği

Sahiplerine üç aydan uzun süre ancak üç buçuk seneden az bir süreden beri kazanç sağlayan işletmelerin sahipliğine denilmektedir.

1.1.3.3. TEA – Toplam Erken Aşamadaki Girişim Etkinliği

GEM'im girişimciliği ölçmek için kullandığı kavramlardan biri TEA (**total [early-stage] entrepreneurial activity**), yani toplam erken aşamadaki girişim etkinliğidir. Yenidoğan girişimciler ile yeni işletme sahiplerinin toplamı TEA olarak ele alınmaktadır. Böylelikle örneğin babadan kalan bir işletmenin sahibi olanlar ya da kurduğu işletmede uzun yıllar girişimci faaliyette bulunmayanlar dışarıda tutulabilmektedir.

1.1.3.4. Zorunluluk kaynaklı girişimcilik

Ellerinde başka fırsat olmadığından, emek piyasasında girmekte zorlanmaktan kaynaklı olan girişimcilik türüdür. Özellikle göçmenlerin, çalışma izni olmayanların ya da iş bulmakta zorlanan ya da balsa bile düşük ücretlendirilen dezavantajlı grupların, belli ölçüde kadınların girişimciliği bu şekildeki girişimciliğe örnektir.

1.1.3.5. Fırsat kaynaklı girişimcilik

Zorunlu olmadığı halde, ücretli bir işte çalışıyor ya da çalışabilecek durumda iken karşısına çıkan bir fırsat karşısında daha çok para kazanmak ya da daha istediği şekilde çalışmak gibi sebeplerle yapılan girişimcilik türüdür.

1.1.3.6. İç girişimcilik

Şirket içindeki bireylerin girişimciliğidir. İlk olarak 1983 yılında Giffort Pinchot tarafından ortaya atılan iç girişimcilik (**intrapreneurship**) kavramı, örgüt içindeki girişimcileri ifade eder. (Karaca, 2015)

1.1.3.7. Kurumsal girişimcilik

İç girişimcilik kavramı ile yakından ilişkili ve literatürde zaman zaman birbirlerinin yerine kullanılan bir diğer kavram da kurumsal girişimcilik kavramıdır. Hem şirket içindeki girişimciliği, hem de şirketlerin girişimciliğini ifade etmektedir.

1.2. Türkiye’de Girişimcilik

Türkiye’de girişimcilik üzerine yapılan bilimsel çalışmaların seyrinin genel olarak dünyadaki durumu takip ettiği söylenebilir. Bu bölümde Türkiye’de girişimcilik konusunda ampirik olarak yapılan bilimsel yayınlar ve üretilen doktora tezleri taranacaktır.

Eser ve Yıldız (2015), YÖK sistemine kayıtlı bütün doktora tezleri ile 2004-2014 arasında Ulakbim’de taranan dergilerde yayınlanan makaleler ve sunulan bildiriler içinden toplamda 79 bilimsel çalışmayı inceleyerek Türkiye’de girişimcilik üzerine yapılan akademik çalışmalar üzerine bir inceleme yapmışlardır. Bu şekilde Türkiye’deki girişimcilik çalışmalarının odağını inceleyen çalışmada, ülkemizdeki girişimcilik çalışmalarının büyük oranda girişimcinin kişisel özelliklerine yoğunlaşarak, konunun diğer boyutlarını ıskaladığı saptaması yapılmıştır. Çalışmada girişimcilik çalışmalarının yalnızca “girişimci kimdir”e yoğunlaşması eleştirilmekte, yalnızca girişimci bireye odaklanan çalışmalar yanıltı bulunarak girişimci birey ile girişimcilik süreçlerinin birlikte ele alınması gerektiği ifade edilmektedir. Çalışmaya göre girişimcilik çalışmaları 2009’dan itibaren büyük oranda artmıştır ancak 2009 aynı zamanda en çok yayın yapılan yıldır. Ancak araştırmada her ne kadar bütün doktora çalışmalarına yer verildiği ifade edilse de örnekleme yer yer verilmediği tespit edilen doktora tezleri vardır. Belki de bunun sebebi daha eski çalışmalara ulaşmak için yapılması gereken anahtar kelime aramasının “girişimcilik” değil, “teşebbüs” olması, söz konusu çalışmalara ulaşmada çalışmayı yürütenlere bir engel oluşturmuş olabileceğini düşündürmektedir.

Türkiye’de girişimcilikle ilgili yapılmış çalışmalar ekonomik ve demografik bağlam, eğitim, kültür ve girişimci kişiliği başlıkları altında incelenecektir.

1.2.1. İktisadi ve Demografik Bağlam

Türkiye’de girişimcilik üzerine yapılan belki de ilk ampirik çalışma Alec P. Alexander (1960)’ın Ege bölgesindeki 63 sanayici girişimci üzerinden yaptığı çalışmadır. Çalışmada, son dönemdeki büyümelerinin oldukça hızlı olduğu ifade

edilen sanayici girişimcilerin demografik durumları incelenmiş, sanayici olmadan önceki yaptıkları işler ve baba meslekleri sorulmuştur. Sermaye birikimlerinin nasıl elde edilmiş olduğu incelenen çalışmada ayrıca ülkenin cumhuriyet dönemindeki kalkınma hamlesine değinilmiş, devletin “zaman zaman haşın” reformları sayesinde ülkedeki geleneksel köylü toplumundan ekonomik kalkınmaya geçildiği yorumu yapılmıştır.

Baloğlu (1987), İstanbul Sanayi Odasına kayıtlı ülkenin önde gelen sanayicileri üzerinden saha araştırması yürüttüğü çalışmasında, Türkiye’de girişimciliği etkileyen biyolojik, coğrafi, kültürel, tarihi ve teknolojik faktörler üzerine çalışmıştır. Çalışmaya göre girişimcilerin içinde ilk iş kurduklarında öz kaynakları ve ailelerinden temin ettikleri finansal kaynaklarla iş yapanların oranı oldukça yüksek çıkarken, dış kaynaklardan finansman ihtiyacını karşılayarak iş kurma oranı oldukça düşük çıkmıştır. Girişimcilerin aileleriyle ilgili olarak da en yüksek oranda girişimci ailelerden geldikleri ifade edilmiştir. Çalışmada girişimcileri iş kurarken motive eden faktörlerin başında para kazanma arzusu geldiği görülmüştür.

2006’dan itibaren yıllık raporlarında Türkiye’ye de yer vermeye başlayan GEM’in 2018-19 raporuna göre toplam erken aşamadaki girişimci etkinliği (TEA) 2015’ten bu yana istikrarlı şekilde düşmektedir (Bosma ve Kelley, 2018). Kuruluşun 2006 yılında yaptığı çalışmada Türkiye’den ülke çapında 2417 kişi ile görüşülmüştür. Rapora göre Türkiye’de toplam TEA oranı, yani yeni kurulan ve 42 aydan daha kısa bir süreden beri kurucularına gelir sağlayan işletme sahiplerinin 18-64 yaş arasındaki nüfusa oranı, yüzde 6,1’dir. Bir karşılaştırma yapmak bakımından aynı yıl diğer ülkelerdeki sonuçlar ise Almanya için yüzde 4,2, Fransa yüzde 4,4, İsveç yüzde 3,5, Norveç yüzde 9,1, Yunanistan yüzde 7,9, Kolombiya yüzde 22,5, ABD yüzde 10’dur. Bu rakamlarla Türkiye, çalışmanın yürütüldüğü 42 ülke arasında sıralamanın ortalarına düşmektedir. Kurulu şirketlerin, yani kuruluşu artık tamamlanmış ve 42 aydan daha uzun bir süredir gelir sağlayan şirket sahiplerinin nüfusa oranına bakıldığında ise 6. sırada yer almaktadır. Bu sıralamada Türkiye’nin önünde yer alan ülkeler Filipinler, Endonezya, Tayland, Peru ve Brezilya’dır. Çalışmaya göre Türkiye’de erken aşamadaki girişimcilerin yüzde 60’ı bir fırsatı değerlendirmek için,

yüzde 30'u zorunluluktan bir iş girişiminde bulunmuşlardır. Yüzde 10 ise diğer sebeplerle işe girmişlerdir. Bu anlamda fırsat girişimciliği oransal olarak diğer ülkelerin ortalamasının gerisinde kalmaktadır. Örneğin bu rakam Amerika'da yüzde 80'in üstünde, Norveç, Hollanda, Danimarka'da yüzde 90'ın üstündedir. Ülkeler gelirlerine göre gruplandırıldığında üst gelirli ülkelerin orta gelirliyelerden daha yüksek fırsat kaynaklı girişimcilik oranlarına sahip olduğu ortaya konulmuştur. (Bosma ve Harding, 2007)

Çetindamar v.d. (2012), GEM verilerine dayanarak Türkiye'de insan, aile ve finans sermayesinin kadın ve erkek girişimciliğine etkisini ölçmüştür. Araştırmanın sonucuna göre yaşla girişimcilik arasında önce artıp sonra azalan bir ilişki olduğu, 18'den 25-34 yaş grubuna doğru girişimciliğin arttığı, sonrasında azaldığı bulunmuştur. Ayrıca kişilerin gelirleri arttıkça girişimci olma ihtimalinin arttığı, bir diğer sonuçtur.

Özdemir ve Karadeniz (2011) GEM'in 2006, 2007, 2008 ve 2010 yıllarına ait Türkiye'de yaptığı anket çalışmasına dayanarak yaptıkları ampirik çalışmada Türkiye'de erkeklerin kadınlara göre girişimci olma durumlarının daha yüksek olduğu ve yaş ile girişimcilik arasında negatif ilişki olduğu sonucunu bulmuşlardır. Çalışmada gelir arttıkça girişimciliğin arttığı, çalışıyor olmanın girişimciliği olumlu etkilediği bulunmuştur.

GEM'in Türkiye'de elde ettiği verilere dayanarak hazırlanan bir başka çalışma da Öner ve Kunday'ın (2016), GEM'in 2006 ile 2013 yılları arasındaki verilerinden yola çıkarak Türkiye'de girişimcilik üzerine hazırladıkları çalışmadır.

Yetim (2002)'in Mersin ilinde 224 kadın girişimci ile gerçekleştirdiği çalışmasına göre Türkiye'de kadın girişimciler "orta yaş diliminde girişimci olma potansiyeline erişmektedir." Çalışmada kadınların aile ve çocuk sahibi olmaları girişimcilikleri üzerinde olumsuz bir etkisi olmadığı belirtilmiştir. Eşler, kadınların girişimcilik kararı almasında ve iş kurma aşamasında kadınlar için önemli sosyal sermaye kaynağı olarak ortaya çıkmıştır çalışmada. Kadınların girişimcilik kararının arkasındaki motivasyonlar olarak ise ek gelir sağlama, emek piyasasında niteliklerine

uygun iş olanağı elde edememek gibi zorunluluktan kaynaklı motivasyon kaynaklarının yanı sıra bağımsız hareket etme isteği, üretkenlik gibi sebepler de saptanmıştır.

Çetindamar (2002), Türkiye’de girişimcilik üzerine TÜSİAD için bir rapor hazırlamıştır. Türkiye’deki girişimcilik altyapısını çeşitli ülkelerle karşılaştırarak inceleyen rapora göre Türkiye mevzuat ve bürokratik sıkıntılar dolayısıyla yatırımcılara ve girişimcilere uygun ortamı sağlamamaktadır. İnsan kaynağı bakımından da yetersiz olan ülkede ayrıca finansman sıkıntısı, risk sermayesi gibi girişimciler için önemli araçların yokluğu vurgulanmaktadır. Rekabet yasalarının yeterli olmayışı rapora göre Türkiye’yi haksız rekabet açısından en kötü performansa sahip ülkeler arasına sokmaktadır. Raporda Türkiye’nin yeni işyeri oranının oldukça düşük olduğuna dikkat çekilmektedir.

Bir diğer nokta, gençlerin ve kadınların girişimciler olarak değerlendirilememesidir. Rapora göre Türkiye’nin girişimcilik konusunda bir vizyon oluşturmalı, stratejiler geliştirerek hükümet programlarında buna yer verilmelidir. Piyasaya girişi ve çıkışların önündeki engeller azaltılmalı, fikri mülkiyet hakların işler hale getirilmeli, küçük işletmelerin finansman sorunu giderilmeli, girişimciler desteklenmelidir. Raporda ülke girişimciliği ele alınırken kendini “işveren” veya “kendi hesabına çalışan” şeklinde tanımlayan girişimci olarak ele alınmıştır. Bu ölçüm bütün dünyada da kullanılan bir ölçme biçimidir ancak girişimciliğin dinamik tarafını ölçmekte yetersizdir. Bu ölçüme göre Türkiye 1990 ve 94 yılları OECD verilerine göre Amerika’nın 3,5 katı kendi hesabına çalışan oranına sahiptir. Çalışmada görüşülen girişimcilerin çok az bir kısmının iş kurarken dış finansmana gittiği ifade edilmektedir. Bu da sıklıkla girişimcilerin karşılaştığı finansman sorunun bir diğer göstergesidir.

Özkan v.d. (2003), Marmara ve Doğu Anadolu bölgelerinde 9 ilde girişimciler üzerine bir saha çalışması gerçekleştirmiş ve iki bölgeyi işletmelerin özellikleri bakımından karşılaştırmışlardır. Çalışmada, Marmara Bölgesindeki işletmelerin kaynakları daha etkin kullandığı, Doğu Anadolu’da ise emek-yoğun üretim gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bozkurt v.d. (2012), Antalya ilinde 58 girişimci ile derinlemesine mülakat yöntemi ile yaptıkları nitel çalışmada Türkiye’de girişimcilerin niteliğinin geliştirilmesi ile ilgili girişimcilerin görüşlerine başvurmuşlardır. Araştırmada görüşlerine yer verilen girişimcilere göre Türkiye’de girişimci sayısını arttırmak için yapılması gereken en önemli şey eğitim ve devlet teşvikidir. Türkiye’de girişimciliği olumsuz yönde etkileyen en önemli unsur ise yanlış devlet politikalarıdır.

Kunday (2008), medeni durumun girişimcilik üzerinde kadınlarda ve erkeklerde farklı etkilere sahip olduğu bulunmuştur. Erkekler arasında evli oranı daha yüksekken, boşanmış, dul ve bekar oranı kadın girişimciler arasında daha yüksektir.

Çalışmada, evli kadınların eşlerinden ekonomik destek almaları, onları daha az girişimci olmaya ittiği ifade edilmektedir. Bu da kadınların daha çok zorunluluktan kaynaklı girişimci olmaya daha eğilimli oldukları görüşünü güçlendirmektedir.

Araştırmada Türk girişimcilerin en çok aile ihtiyaçlarını karşılamak üzere girişimciliği seçtiği sonucu bulunmuştur.

1.2.2. Eğitim

Bu alt başlıkta hem genel anlamda eğitimin girişimcilik ile ilişkisini inceleyen çalışmalar, hem de özel olarak girişimcilik eğitiminin girişimciliğe olan etkisini inceleyen çalışmalar ele alınacaktır.

Türkiye’de ve dünyada bireylerin girişimciliklerini geliştirmek amacıyla eğitim programları düzenlenmektedir. Bunlar kişilerin kendi isteği ile çeşitli kurumlardan aldıkları eğitim biçiminde olduğu gibi, belli kuruluşların üniversitelerle anlaşması sonucu üniversite müfredatına uygulamalı girişimcilik dersinin sokulması dünyada olduğu gibi Türkiye’de de olan bir uygulamadır. Ancak bu eğitimlerin ne oranda işlevsel olduğu ile ilgili daha fazla ampirik çalışmaya ihtiyaç vardır (Oosterbeek, van Praag ve Ijsselstein, 2010). Balaban ve Özdemir (2008), Sakarya Üniversitesi İşletme Bölümü öğrencilerinin dönemlik olarak aldığı Girişimcilik dersinin öğrenciler üzerindeki etkisini ölçmüşlerdir. Çalışmaya göre “girişimcilik eğitimi, girişimcilik eğiliminin ortaya çıkmasında gerek şart olmasına karşılık yeter

şart olarak değerlendirilmemektedir.”

Çetindamar v.d. (2012)’nin çalışmasına göre ilköğretim düzeyindeki eğitimin, eğitimsizlere göre girişimciliği arttırdığı bulunmuş, ancak bunun üstündeki eğitimin girişimciliğe nasıl etkisi olduğu ile ilgili araştırmada bir sonuç çıkmamıştır. Ancak ilginç bir nokta olarak, lisans düzeyine kadar eğitimin kadınların girişimciliğe girmesinde erkeklere nazaran daha büyük rol oynadığı sonucu çıkmıştır.

Karabey (2009)’a göre eğitim düzeyi arttıkça girişimcilerin piyasa ve ilgili teknolojilerle ilgili bilgi toplama düzeyleri ve fırsatları algılama becerisi artmaktadır.

1.2.3. Kültür

Kültürün girişimcilik üzerindeki etkisi konusu, dünyada olduğu gibi Türkiye’de de girişimcilik çalışmalarında ağırlıklı olarak ele alınmaktadır. Kültürün son derece geniş bir konu oluşu, çalışmaları bir başlık altında toplamayı zorlaştırmaktadır. Diğer alanlarda yapılan girişimcilik çalışmalar da kültürle ilgili sonuçlar içermektedir.

Bozkurt ve Baştürk (2009)’ün çalışmasına göre küçük ve orta boyutta iş yapan Türk girişimcilerin risk alma ve belirsizlikle baş etme özellikleri düşük çıkmıştır. Çalışmada bunun sebebi olarak, küçük işletmelerin geleneksel üretim biçimlerinin devamcısı olarak geçmişten gelen muhafazakar öğeleri içinde barındırıyor oluşu saptanmıştır. Bu geleneksel değerlerin taşıyıcısı olmaları bakımından risk alma, belirsizlikle baş etme gibi modern girişimcilik değerlerine yabancıdırlar.

Çetindamar (2002)’in çalışmasında anket ve yüz yüze görüşmeye katılan girişimcilerin çoğu Türkiye’de girişimcilerin itibarının yüksek olmadığını, girişimcilerin “köşe-dönmece” olarak görüldüğünü ifade etmişlerdir. Ancak çalışmada yine de insanların girişimci olmak istedikleri ifade edilmektedir.

Gürol ve Atsan (2006), Yıldız Teknik ve Akdeniz Üniversitesi öğrencilerinden 362 kişi ile görüşerek, Türkiye’de öğrencilerin girişimcilik değerlerini ölçmüşlerdir.

Araştırmaya göre girişimci olmak isteyenlerin ailelerinde kendi işini yapanların oranı yüzde 53 iken, girişimci olma niyeti olmayanların ailelerinde bu oran yüzde 19 olarak çıkmıştır. Çalışma bu bakımdan girişimcilik tercihinde aile kültürünün etkisini ortaya koymuştur.

Sönmez ve Toksoy (2015) KOSGEB'in "Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi"ne katılan 400 katılımcı üzerinden nicel bir araştırma yapmıştır. Araştırmanın dikkat çeken sonuçlarından biri, katılımcıların çok yüksek oranda ortak girişimlerden uzak durmak istemeleridir.

Karabey (2009) Gaziantep Sanayi Odası'na kayıtlı 246 işletme sahibi üzerinden yaptığı araştırmada, beşeri ve sosyal sermaye ile kendine güven gibi kişisel özelliklerin girişimcilerin fırsatları algılama becerisini nasıl etkilediğini incelemiştir. Çalışmaya göre girişimcilerin çevrelerindeki kişilerden gördükleri destek ve güven duygusu arttıkça, bilgilerini arttırmaya daha çok yöneldikleri, bunun ise fırsatları algılama özelliğini olumlu yönde etkilediği bulunmuştur.

1.2.4. Girişimci Kişiliği

Girişimcilik üzerine yapılan çalışmalar büyük oranda girişimcinin kişiliği üzerine yoğunlaşmakta, hatta bu durum sahanın geleceğine olumsuz etki edeceği gerekçesiyle eleştirilmektedir. (Eser ve Yıldız, 2015) Bu eleştiriler girişimciliğin yalnızca bir kişilik özelliği olmadığı, öyle olsaydı toplumlar arasında girişimcilik faaliyetlerinin bu kadar yüksek oranlarda değişkenlik göstermeyeceği, dolayısıyla konunun girişimcinin kişiliğinin öteki tarafı, yani girişimsel faaliyeti ortaya çıkaran fırsat boyutundan ayı düşünülmemesi gerektiğine yöneliktir. (Shane ve Venkataraman, 2000)

Bozkurt ve Baştürk (2009), Türkiye'de girişimcilerin risk alma ve belirsizliklerle baş etme özelliklerini Bursa örneği üzerinden incelemişlerdir. Büyük ve küçük ölçekli işletmelerin kurucu ve devralıcıları ile çalışanları olmak üzere üç farklı grup üzerinden yapılan çalışmada Türk girişimcilerin risk alma ve belirsizlikle baş etme özelliklerinin düşük olduğu sonucu paylaşılmıştır. Çalışmaya göre büyük ve

küçük işletme girişimcilerinin arasında risk ve belirsizlikle baş etme olguları arasında bir fark olduğuna dair bir sonuca ulaşılmamıştır.

Gürol ve Atsan (2006)'a göre girişimcilik eğilimi gösteren öğrenciler daha yenilikçi, daha başarıya dönük, daha yüksek iç kontrole sahip ve risk almaya daha yatkın çıkmışlardır. Kendine güven ve belirsizlikle baş etme konusunda ise girişimci olmak istediğini söyleyenlerle diğerleri arasında belirgin bir fark bulunamamıştır.

Çetindamar (2002)'in çalışmasına göre, yapılan ankette katılımcılara iş kurma motivasyonları sorulduğunda en önemli sebep olarak bağımsız çalışma isteği gösterilmiştir. Bunu istihdam yaratmak, daha fazla para kazanmak ve kişisel tatmin sebepleri izlemektedir.

Özdemir ve Karadeniz (2011)'e göre, sosyal ağların, fırsatlara açık olmanın ve yeteneklerine güvenmenin girişimcilik üzerinde olumlu etkisi olduğu bulunmuş, ancak başarısızlık korkusuyla ilgili anlamlı istatistiksel bir sonuca ulaşılamamıştır.

Kozan, Öksoy ve Özsoy (2006), girişimci özellikleri ile çevresel zorlukların küçük işletme sahiplerinin büyüme planları üzerindeki etkilerini Türkiye'deki 14 büyük şehirden 526 işletme ile yaptıkları uygulama üzerinden analiz etmişlerdir. Çalışmaya göre girişimci özelliklerindeki yoğunluk büyüme planları üzerinde olumlu etki yapmaktadır. Bu etkinin, çevreden kaynaklı zorluk algısından daha güçlü olduğu saptanmıştır.

Bozkurt v.d. (2012)'ye göre girişimciler en önemli girişimci özelliği olarak özgüveni, ikinci sırada ise ticari ahlak ve dürüstlüğü göstermişlerdir.

Kadın ve erkek girişimcilerin risk alma ve denetim odağı gibi girişimcilik özellikleri açısından benzer özelliklere sahip olduğunun saptandığı Kunday (2008)'a göre, Türk girişimcilerde içsel denetim odağı seviyesi genel olarak oldukça düşüktür.

Karaca (2015), akademik girişimcilik, ekogirişimcilik, iç girişimcilik, kamu girişimciliği, sosyal girişimcilik, stratejik girişimcilik ve ticari girişimcilik olarak belirlediği 7 girişimcilik türü üzerinde kişiliğin etkisini ölçmüştür.

Vardar (2018), Anadolu Üniversitesi Açıköğretim sistemine kayıtlı 7111 öğrenci üzerine yaptığı araştırmada öğrencilerin girişimcilik niyetine etki eden değişkenlerin analizini yapmıştır.

Karabey (2009)'ye göre, piyasa, ürün ve teknoloji hakkındaki bilgi birikimi arttıkça fırsatları algılama becerisi de artmaktadır.

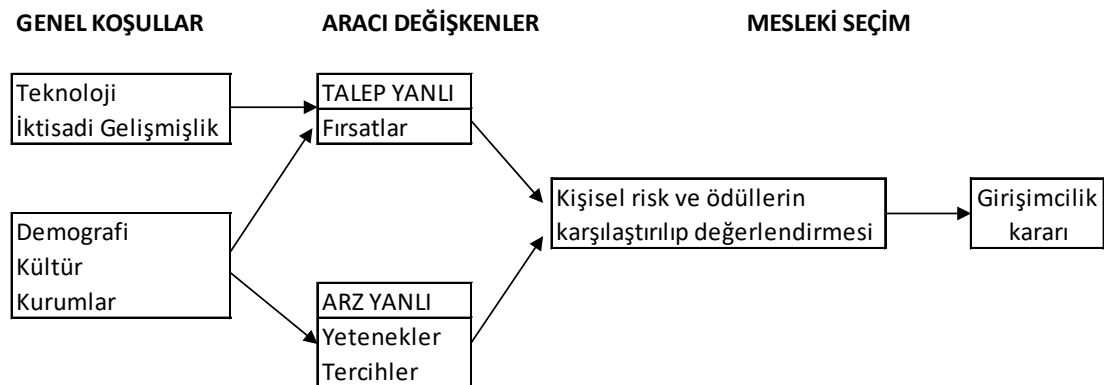


İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN VE MOTİVE EDEN FAKTÖRLER

İş kurmak yalnızca bireysel risk-ödül profilinin bir fonksiyonu değil, aynı zamanda iş çevresi, kurumsal yapı, teknoloji, ekonomik gelişmişlik gibi çevresel etkenlerin de bir fonksiyonudur (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002). Girişimcilik üzerine yapılan çalışmalar, girişimciliği etkileyen faktörleri bir dizi makro ve mikro etkenin başlığı altında incelemektedir. Mikro ölçekte, birinci bölümde belirtildiği gibi bireyler düzeyinde girişimciliği etkileyen faktörler söz konusudur: Başarı ihtiyacı, risk alma, fırsat yakalama, inisiyatif alma, yaratıcılık, içsel denetim odağı, yenilikçilik, girişim odaklılık, etik, bilişsel ve algısal özellikler, sosyal ağlarla ilişki, finansal kaynaklara ulaşım, cinsiyet, yaş, çalışma durumu gibi özellikler bunlar arasında gösterilmektedir. Makro ölçekte ise kurumsal, iktisadi, teknolojik ve kültürel bağlamla girişimcilik arasındaki ilişki incelenmektedir (Kara, 2014).

Şekil 2.1. Girişimciliğin Belirleyenleri



Kaynak: An Eclectic Theory of Entrepreneurship, Verheul v.d. 2001

Şekil 2.1.'de bir ekonomide makro ölçekteki iktisadi, teknolojik, demografik, kültürel ve kurumsal durumla bireysel ölçekte alınan girişimcilik kararının etkileşimi gösterilmektedir. Bireyler içinde bulundukları göz önünde bulundurarak çalışmama, maaşlı iş ya da girişimcilik arasında bir seçimde bulunmaktadır. Bu karar kişilerin yetenekleri, eğitimleri, gelir durumları, kendine güvenleri ya da gelecekte yaşadıkları bölgede iş fırsatları görüp görmedikleri, finansal sermaye bulma güçleri, sosyal ağları gibi çok sayıda kişisel özellik ve verili durum karşısında aldıkları bir karardır. Ancak bu karar yalnızca bu saydığımız kişisel yetenek ve verilerin bir sonucu değil; onların da aynı zamanda bir sonucu olduğu daha büyük makro değişkenlerin de doğrudan ve dolaylı olarak sonucudur. Bu makro değişkenlerin, yani politik, kurumsal, kültürel, ekonomik ortamın içinde ve bunları göz önünde bulundurarak, bireyler sahip oldukları yetenek ve imkanlar içinde girişimcilik kararı alır ya da almazlar. Şekil 2.1. bu işleyişteki makro ve mikro değişkenleri aynı yapı içinde göstermektedir.

Bu bölümde, çalışmanın konusunu oluşturan, girişimcilerin girişimcilik kararını hangi şartlar altında aldığı, bu kararı nelerin etkilediği, bu etkilerin kişisel mi yoksa sosyal mi olduğu gibi konular teorik düzlemde ele alınacaktır. Makro faktörler ve mikro faktörler iki ayrı bölümde her bir etken ayrı bir başlık altında incelenecektir. Ancak aynı konuların hem makro düzeyde toplumsal etkisi, hem de mikro düzeyde bireyler üzerinde etkisi olduğundan aynı konular hem makro faktörler bölümünde, hem mikro faktörler bölümünde ayrı açılardan ele alınmıştır. Bu iç içelik konunun bütünleşikliğinden dolayı zorunlu bir durum olarak görülmelidir.

Verheul v.d. (2001), ülkelerin girişimcilik seviyelerinin belirlenmesinde ekonomik gelişmişlik, teknoloji, kültür, kurumlar ve demografik durum gibi makro veriler ile bireysel ölçekteki girişimcilik özellikleri ve kararları ve bunların girişimcilik üzerindeki etkilerini aynı model üzerinde ele almaktadır. Bütün bu veriler ülkelerin girişimcilik talebini ve arzını belirlemektedir.

Bir bireyin girişimci olma kararı, talep yanlı ve arz yanlı faktörler tarafından etkilenmektedir. Toplumdaki potansiyel girişimcilerin arzını etkileyen faktörlere arz yanlı faktörler denilmektedir. Burada yetenek, finansal kaynaklara ulaşma, başarı ihtiyacı, içsel denetim odağı, risk alma, problem çözme, yenilikçilik ve liderlik gibi

mikro düzeydeki kişisel özelliklerle toplumun demografik yapısı, kaynakların ulaşılabilirliği, sosyal sermaye gibi faktörler girişimci arzını etkilemektedir.

Talep tarafında, girişimcilik fırsatları piyasada mal ve hizmet talebi tarafından belirlenirken, arz tarafında bu fırsatları yakalayabilecek potansiyel girişimcilerin ortaya çıkışı, bu kişilerin kaynak, yetenek ve tercihlerinin bunun için elverişli olup olmaması tarafından belirlenmektedir. Girişimcilik kararı, verili yetenek, tercih ve ulaşılabilir kaynaklarla sınırlı olarak bireysel düzeyde alınan karardır ancak bunun çerçevesini belirleyen de makro ölçekli verilerdir (Verheul v.d., 2001).

2.1. Makro Boyuttaki Faktörler

Yapılan çalışmalar makro boyutta kültür, kurumsal yapı, sosyal güvenlik sistemi, bürokratik yapı, ekonomik gelişmişlik seviyesi, işsizlik oranı, büyüme oranı gibi verilerin girişimcilik üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir. Uluslararası karşılaştırmalı girişimcilik çalışmaları, bu farklılıkları ülkeler arasındaki girişimcilik farkını açıklamakta kullanmaktadır (Kara, 2014).

COMPENDIA 2000.1'in verilerine göre 23 OECD ülkesi içinde en düşük işletme sahipliği oranına sahip olan altı ülkenin dördü İskandinav ülkeleridir: Norveç, İsveç, Finlandiya ve Danimarka. Bu ülkeler ayrıca başka bazı ortak özellikleri de paylaşmaktaydılar: kişi başına düşen gelirin yüksekliği, kadınların işgücüne katılım oranındaki yükseklik, gelir dağılımındaki farkın azlığı, güçlü kamu sektörü ve hayatından memnun olmayanların sayısındaki azlık gibi... Öte yandan yine aynı çalışmanın ortaya koyduğuna göre en yüksek işletme sahipliği oranı görülen dört ülkeden üçü Akdeniz ülkesiydi: Yunanistan, İtalya ve Portekiz. Yine bu ülkelerde de benzer şekilde birbirine yakın özellikler görülmektedir. Yapılan araştırmalar, makro boyuttaki belirli koşulların, orta vadede değişebilen ekonomik göstergelerin yanı sıra çok uzun dönemde değişebilecek kurumsal ve kültürel özelliklerin girişimciliği etkileyip yükseltebildiği ya da aşağı çektiğini ortaya koymaktadır (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002). Nitekim COMPENDIA'nın verileri bu düşünce ile uyumludur.

Bu çalışmada verileri kullanılacak olan GEM (Global Entrepreneurship Monitor) raporlarında sosyal, kültürel ve siyasi bağlamla ulusal koşullar ile girişimcilik arasında bağ kurulmaktadır. Buna göre ülkelerin girişimcilik fırsatları ve kapasiteleri bu genel koşullar tarafından etkilenmektedir. Bunun içinde devletin ve finans kurumlarının rolü, ülkedeki araştırma geliştirme çalışmalarının seviyesi, fiziksel altyapının durumu, emek piyasasının etkinliği, hukuki ve sosyal kurumların istikrarı, yeni işletmeler için finansal kaynağa ulaşma kolaylığı, yeni kurulan işletmeleri desteklemek için uygulanan devlet politikaları ile eğitim programları yer almaktadır (Reynolds, Hay ve Camp, 1999).

OECD tarafından yapılan bir çalışmada, girişimciliği ortaya çıkaran ve etkileyen faktörlerin bir sebeple açıklanamayacağı; teknolojik, kurumsal, kültürel ve ekonomik pek çok sebepler dizisinin ülkelerin girişimcilik seviyesini belirlediğine dikkat çekilmiştir (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002).

2.1.1. İktisadi Durum

İktisadi gelişmenin girişimcilik üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkisi olduğunu ileri süren çalışmalar mevcuttur. Birinci gruptakilere göre gelişmiş bir ekonomide maaşların yükselmesinin yanı sıra gelişmiş bir sosyal güvenlik sisteminin varlığı, girişimciliğin fırsat maliyetini arttıracak, bireyleri girişimci maceralardan uzak tutacaktır. İkinci gruptakiler ise gelişen ekonomilerde yeni endüstrilerin ortaya çıkıp yeni iş imkanları oluşturarak girişimciliği teşvik edeceği görüşündedir (Verheul v.d., 2001).

Carree v.d. (2002) 1970'lere kadar ekonomik büyüme ile girişimcilik arasında negatif bir ilişki olduğunu ancak 70'lerin ikinci yarısından itibaren teknolojik gelişmeler ve küreselleşme, özelleştirme gibi fenomenler aracılığıyla bu ilişkinin tersine döndüğünü ifade etmiştir. Bu konuda yapılan ampirik ve teorik çalışmaların sonuçları muhtelifdir (Kara, 2014).

Acs v.d. (1994, aktaran Karan, 2014), iktisadi gelişme ile girişimcilik arasında negatif yönlü bir ilişki olduğunu bulmuştur. Spencer ve Gomez (2004, aktaran Kara,

2014)’e göre üretim düzeyi basitten gelişmişe doğru kaydıkça, gelişmiş üretim getireceği teknik şartlardan dolayı piyasaya giriş engelleri artacağından, iktisadi gelişme ile girişimcilik arasında negatif bir ilişki söz konusudur.

Yüksek faiz oranları, girişimci olmanın fırsat maliyetini arttırarak girişimcilik kararını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Yüksek faizler ayrıca, çoğu girişimcinin başlangıç aşamasında dış finans kaynağına ihtiyaç duymasından ötürü, iş kurma maliyet ve risklerini arttıran bir diğer kalem olarak hesaba katılmasını gerektirdiğinden de girişimciliği olumsuz yönde etkilemektedir (Verheul v.d., 2001).

Yapılan ampirik çalışmalarda gelir adaletsizliği ile girişimcilik arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (Verheul v.d., 2001). Ilmakunnas, Kanninen ve Lammi, 20 OECD ülkesinin verileri üzerine yaptıkları çalışmada gelir adaletsizliği ile girişimcilik arasında pozitif ilişki bulmuşlardır.

2.1.2. İşsizlik

Knight (1921, aktaran Verheul v.d., 2001)’a göre bireyler para kazanacakları zaman önlerinde üç seçenek bulunur: işsizlik, maaşlı çalışan olmak ya da kendi işini yapmak. Burada bireyler seçim yaparken seçenekleri karşılaştırmaktadır. İşsiz olmak ya da düşük maaşla çalışıyor olmak durumunda girişimcilik daha cazip hale gelecektir. İşsizliğin yükselmesinin girişimciliği bazı bireyler için kaçınılmaz hale getireceğinden ekonomik gelişme ve büyümenin girişimciliği olumsuz etkileyeceğini ifade eden çalışmalar ortaya konmuştur. İşsizlik girişimcilik için itici bir faktör olarak görülmüştür (Verheul v.d., 2001).

Audretsch, Carree ve Thurik (2001) işsizlik ile girişimcilik arasında çift yönlü bir ilişki olduğunu öne sürmüşlerdir: bir yanda girişimciliğin işsizliği azaltan “Schumpeter etkisi”; diğer yanda işsizliğin girişimciliği tetikleyen “mülteci etkisi” (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002). Elbette birinci durumda bahsedilen girişimcilik fırsat kaynaklı girişimcilik, ikincisindeki ise zorunluluktan kaynaklı girişimcilik olmaktadır.

2.1.3. Demografik faktörler

Ülkelerin demografik yapısının girişimcilik üzerinde önemli etkisi olduğu ifade edilmektedir. Uluslararası Çalışma Örgütü'nün 1990 yılında yaptığı bir çalışmaya göre hızlı nüfus artışının olduğu yerlerde girişimciliğin de yüksek olduğu saptanmıştır. Ancak bu etkinin doğum oranının yüksekliğinin dışında göçmenlerden de kaynaklanmış olabileceği, çünkü çalışma izni alma, sosyal güvenlik sisteminden faydalanma gibi konularda sıkıntı yaşayan göçmenlerin zorunlu olarak daha çok girişimci olmaya yöneldikleri ifade edilmektedir. Dolayısıyla girişimcilik her zaman arzu edilen ve isteyerek ortaya konan bir çaba olmayıp birçok durumda zorunluluktan da kaynaklanmaktadır. Özellikle göçmenler, çalışma izni olmayanların yanı sıra dezavantajlı grupların girişimciliği de birçok durumda emek piyasasında iş bulamamaktan kaynaklı zorunlu girişimciliklerdir. Yine göçle beraber değişen etkin azınlık yapısının da girişimcilik üzerinde etkili olduğu ifade edilmektedir.

Nüfus artışının bir diğer çıktısı ise, işgücünün artmasıyla beraber maaşlar üzerinde aşağı yönlü bir etkisi olacağından girişimciliğin fırsat maliyetini de aşağı çekecektir (Verheul v.d., 2001). Yani göç ya da doğal nedenlerle nüfus artışının girişimcilik üzerinde çok yönlü olarak arttırıcı bir etkisi söz konusudur. Göçmenlerin sayısındaki artış doğrudan etkilerinin dışında dolaylı olarak da girişimcilik üzerinde etkilidir. Dolaylı etki olarak, göçün hem nüfus artışı hem de toplumun yaş kompozisyonu üzerinde etkisi vardır çünkü göçmenler genelde daha genç nüfusa ve daha fazla çocuklu ailelere sahip olduğu ifade edilmektedir (Verheul v.d., 2001).

Ayrıca toplumun yaş kompozisyonu da girişimcilik üzerinde bir etkiye sahiptir. Yapılan çalışmalar yaş gençleştikçe girişimci olma durumunun arttığını ortaya koymaktadır (Levesque ve Minniti, 2006).

Kadınların işgücüne katılımının girişimciliği olumsuz etkilediğini gösteren çalışmalar vardır. Bu durum mikro düzeyde ampirik olarak yapılan girişimcilik çalışmalarının bulgularıyla da uyumludur (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002). Bunda muhtemel bir sebep olarak kadınların girişimciliğe yönelmesinde temel motivasyonun zorunluluktan olması; bu zorunlulukta da işgücü piyasasında eşit

şartlarda erkeklerle aynı ücreti alamamaları, daha ucuz işler bulabilmeleri gibi sebeplerle girişimciliğe yöneliyor olmaları akla gelen bir düşüncedir. Nitekim yapılan çalışmalarda kadınlarla erkeklerin girişimciliğe girerken farklı motivasyonlar taşıdığını ortaya koymaktadır. Bu motivasyon farklılığının yanı sıra toplumlardaki kadın-erkek eşitsizliğinin bir sonucu olarak kadınların insan sermayesi ve sosyal sermayesinin erkeklere göre daha düşük düzeyde olması da diğer bir farklılıktır (Verheul v.d., 2001).

2.1.4. Kültür

Hukuki, idari, bürokratik, mali kurumlar ile kültürün insan davranışlarını etkilemeleri bakımından girişimcilik üzerinde de etkileri söz konusudur. Kültür ve kurumlar kimi çalışmalarda “formel kurumlar” ve “enformel kurumlar” olarak da geçmektedir (Kara, 2014).

Verheul v.d. (2001), teorik çerçevelerinde girişimciliğin belirleyenlerini araştırırken kültür ile kurumlar arasında bir ayırma gitmek gerektiğini belirtmişlerdir. Güven, bağlılık, otorite ilişkileri gibi kültüre ilişkin kavramlar kimilerince arka plan kurumlarıdır ve gözlemlenemezler; mülkiyet hakları, sermaye piyasaları, eğitim, hukuk ise gözlemlenebilen sosyal kurumlardır (Verheul v.d., 2001).

Yapılan çalışmalar gerek formel gerek enformel kurumlar açısından güvenin önemine işaret etmektedir. Granovetter (2000), güven yokluğunun ekonomide kurumsallaşmayı ve kalıcılığı geriye götürdüğünü, yapılan saha çalışmalarından örneklerle açıklamaktadır.

Kültür ve değerler hem ülkelerin kurumlarını hem de bireylerin davranış kalıplarını belirliyor ve etkiliyor olması bakımından girişimcilik açısından önemlidir. Değerler, inançlar ve davranışlar arasındaki ilişkiyi araştıran çok sayıda çalışma vardır. Değer ve inançların, girişimcilik kararını da içeren davranışları etkilediği ifade edilmektedir (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002).

Inglehart’ın post-materyalizm değerleri ile ülkelerin girişimcilik seviyeleri arasındaki ilişkiyi ölçmek için yapılan bir çalışmada, bireylerin maddi ihtiyaçlarını

karşılıklıca yöneldiği gelişmiş post-materyalist değerler ile girişimcilik arasında negatif bir ilişki ortaya çıkmıştır (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002). Yine sosyal refahın artmasıyla ilişkili olarak aynı çalışmada yaşam tatmini, ibadetlerini sürdürmek, sağ-sol aşırılığı gibi konularla da girişimcilik arasındaki ilişki incelenmiş, yaşam tatminsizliği, ibadetlerine devam ve siyasi aşırılık ile girişimcilik arasında pozitif yönlü ilişki saptanmıştır.

Inglehart'ın kültür yaklaşımının yanı sıra Hofstede'in geliştirdiği kültürel boyutlar yaklaşımıyla girişimcilik arasındaki ilişki de ölçülmüştür. Güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, bireycilik, erkeklik ve uzun dönemli intibak şeklindeki beş kültürel boyutun girişimcilik üzerindeki etkisi ölçülmüş ve düşük belirsizlikten kaçınma ve düşük güç mesafesi ile yüksek bireyciliğin girişimciliği tetiklediği belirlenmiştir (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002).

Öte yandan bu sonuçların aksine Wildeman v.d. (aktaran Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002) 22 OECD ülkesinin verileri üzerinden yaptıkları çalışmada güç mesafesi ve belirsizlikten kaçınma ile girişimcilik arasında pozitif yönlü ilişki bulmuşlardır.

Belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu toplumlarda sosyal güvenlik sistemine kayıtlı dolgun maaşlı işlerin cazibesi insanlar için çekici bir faktör olurken, riskli ama kazanç sağlama ihtimali yüksek olan bir teşebbüse belirsizlikten kaçınmanın düşük olduğu bir ülkede görece olarak daha yüksek bir yönelme gözlenmesi beklenebilmektedir.

22 OECD ülkesinin 1974-1994 verilerinden yola çıkarak yapılan bir araştırmada, belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu dokuz ülkede kişi başına düşen gelirin girişimcilik üzerinde olumsuz etkisinin olduğu bulunmuştur. Aynı araştırmada belirsizlikten kaçınmanın düşük olduğu on üç ülkede ise kişi başına düşen gelirin girişimcilik üzerinde bir etkisi bulunamamıştır (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002).

Kültürü oluşturan değerler son derece yavaş değişmektedir. Hofstede bunu aile, eğitim, siyaset ve yasama gibi kurumların kültürel değerleri güçlendiriyor

oluşuna bağlamaktadır, ki yine bu kurumlar da hakim değerler sisteminin birer ürünüdür (Verheul, 2001).

Hofstede kültürel değişimin üç farklı süreci olduğunu ifade etmektedir. Birincisi zeitgeist etkisi: değerlerin devrimsel bir teknolojik yenilik, savaş ya da durgunluk gibi dışsal şoklar aracılığıyla değişmesi. İkincisi kuşak etkisi: kuşaklar arasında değerlerin değişmesi. Ve son olarak da olgunlaşma etkisi, yani yaşlandıkça değerlerin değişmesi şeklindedir (Verheul, 2001).

Derinde yatan ve ancak uzun vadede yavaşça değişen içsel değerlerin yanı sıra, girişimcilik üzerindeki etkisi bakımından daha hızlı bir değişimi getirdiği ifade edilen bir diğer kültürel öge de rol modellerdir. Rol modellerin girişimciliği tetiklemekte önemli rolü olduğu düşünülmektedir. Yazılı ve görsel basında girişimcilerin hikayelerinin varlığı ve sunuluş biçimi, girişimcilikle ilgili hızlı bir kültürel tutum değişikliğine yol açabilmektedir (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002).

Reynolds, Hay ve Camp (1999) on farklı ülkeden elde edilen veriler üzerinden yaptıkları çalışmada, ülkelerde insanların girişimcilere nasıl baktığı ve girişimcilerin itibarı ile yeni iş kurma arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışma sonucunda iki değişken arasında pozitif yönlü korelasyon bulunmuştur.

2.1.5. Devlet ve Kurumlar

Ülkedeki kurumsal işleyiş girişimcilik kararını etkileyebilmektedir. Bu durum kurumların gerçekte nasıl işlediğine ek olarak bu işleyişin bireyler tarafından nasıl algılandığına da bağlıdır (Kara, 2014). Algılar girişimcilik kararını etkilemektedir. (Arenius ve Minniti, 2005). Kişilerin kurumlara olan güveni, ister gerçeği yansıtсын ister önyargılı olsun, girişimcilik kararını etkilemektedir. Kara (2014) kurumlara olan güven arttıkça girişimciliğin arttığını bulmuştur.

Girişimciliğe uygun ortamın varlığında yasal düzenlemeler, vergilendirme gibi konular önem arz etmektedir. Vergilendirmenin girişimcilik üzerindeki etkisi, sonuçları bakımından çok yönlü olarak ele alınmaktadır. OECD'nin girişimcilik üzerine 1998'de yayınladığı çalışmada yüksek vergilerin girişimciliği olumsuz

etkilediği, yeni firma kurulmasını ve hali hazırda var olanların genişlemesini sekteye uğrattığı ileri sürülmüştür (Verheul v.d., 2001). Öte yandan serbest meslek sahipliği, maaşlı çalışan olmaya göre vergilerden kaçınmanın daha iyi fırsatlarını da sunduğundan, daha yüksek vergiler bir yandan da kişileri maaşlı çalışan olmaktansa serbest meslek sahibi olmaya yönlendirecektir (Verheul, v.d., 2001).

Kimi çalışmalar emek piyasasının düzenlenmesinin, güçlü sendikacılığın, sosyal refah uygulamalarının, iş güvencesinin sağlamlığının girişimciliği olumsuz etkileyeceğini, çünkü girişimcilerin piyasa dalgalanmalarına karşı personel sayılarını ayarlamakta böyle bir ortamda zorluk yaşayacağını iddia etmektedir. Emek piyasasına yönelik iş güvencesizleştirme politikalarının girişimciliği arttırdığını ifade eden çalışmalar vardır (Verheul v.d., 2001).

Sosyal güvenlik sisteminin de girişimcilik üzerinde etkisi vardır. Yeni iş kurarken sadece maaşlı iş bırakılmayıp aynı zamanda sosyal güvenlik sisteminden de çıkılmaktadır. Kimi çalışmalar iyi işleyen bir sosyal güvenlik sisteminin girişimcilik üzerinde olumsuz etki yapacağı, insanların işsiz kalmayı girişimci olmaya tercih edeceğini ileri sürmektedir (Bosch ve Westhof, 1997, aktaran Verheul v.d., 2001.) Bu anlamda girişimciliği Baumol'un (1990) da üzerinde durduğu gibi tek başına mutlak olarak iyi ya da kötü olarak düşünmemek lazımdır. Girişimciliğin ekonomiye ve işsizliğe olumlu katkısı olabildiği gibi bazı durumlarda toplum yararına olan kimi şeyler girişimcilik açısından negatif bir etkiye sahip olabilmektedir.

Devlet politikaları girişimcilerin risk ve ödül değerlendirmelerini de etkileyebilmektedir. Ücretlerde düşüşe yol açan politikalar işletmenin maliyetlerini aşağı çekecektir. Carree v.d. (2002) 23 OECD ülkesi üzerinden yaptıkları çalışmada milli gelirden ücretlilerin aldığı pay arttıkça işletme sahipliği oranının düştüğü sonucunu bulmuşlardır.

2.1.6. Teknoloji

Yeni buluşlar ve teknolojik ilerlemeler, özellikle bilgi teknolojisi konusundaki gelişmelerin, küçük işletmelerin daha ucuz sermaye mallarına ulaşmalarını

kolaylaştırarak, üretim için gereken optimum şirket ölçeklerinin daha küçülmesini sağlayıp esnek üretim için küçük işletmelerin önünü açarak girişimciliği olumlu etkilediği ifade edilmektedir. Bu şekilde teknolojik ilerlemelerle küçük işletmelerin daha iyi rekabet etmelerinin sağlandığı belirtilmektedir (Verheul v.d., 2001). Bununla beraber yine teknolojik gelişmelerle daha ileri Ar-Ge çalışmalarının maliyetlerinin artacağı, dolayısıyla yeni şirketlerin piyasaya girme ve rekabet etme şartlarının zorlaşacağı yolunda görüşler de vardır (Verheul v.d., 2001).

2.2. Mikro Faktörler

Bireyler maaşlı çalışan olmakla işletme sahipliği arasında seçim yaparken her ikisinin de potansiyel maddi ve manevi kazanımları ile riskleri arasında bir değerlendirme ve karşılaştırma yaparlar. Bu kazanım ve riskler hakkındaki değerlendirmeler, kişinin fırsatları nasıl algıladığı ve kişisel yetenek ve tercihleri gibi etmenler altında yapılmaktadır. Kişilerin bu verili yetenek ve tercihleri doğrultusunda yaptıkları kazanç/risk değerlendirmeleri bir ülkedeki toplam girişimcilik oranını belirleyen meslek seçimlerinin yapılmasına yol açmaktadır (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002).

Ülkelerin teknoloji, ekonomik gelişmişlik, demografi, kültür ve kurumlar gibi makro verileri ile bireylerin yetenek ve tercihleri doğrultusunda aldıkları mikro kararlar bir araya karşılıklı etkileşim içindedir. Buna göre kültür, kurumlar ve demografik durum gibi makro veriler bireylerin yetenek ve tercihlerini belirleyerek girişimciliği arz yanlı olarak etkilerken, yine bu makro veriler ve bunlara ek olarak teknoloji ve ekonomik gelişmişlik seviyesi de ülkelerin girişimcilik fırsatlarını, yani girişimcilik talebini belirlemektedir. Bu girişimcilik talebi ile arzının buluşması ülkelerin girişimcilik seviyesini belirlemektedir (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002).

Talep ve arzı oluşturan faktörler, bireysel seviyedeki girişimcilik kararı için belirleyici olan koşulları ortaya çıkarmaktadır. Bu koşullar dışsal kaynaklar ve fırsatlar ile bireyin içsel özelliklerinden oluşmaktadır. Bireysel özellikler yetenek, kişisel özellikler ve tercihler, değerler ve tutumları içermektedir. Bir bireyin karşısına

çıkan bir fırsat karşısında nasıl hareket edeceğini kişinin dışsal kaynakları, yeteneği, kişisel özellikleri ve tercihleri belirlemektedir (Verheul v.d., 2001).

Bireylerin girişimci olmaya karar verirken çeşitli alternatiflerin getiri ve götürülerini karşılaştırdıklarını ve buna göre harekete geçtiklerini yukarıda ifade etmiştik. Buradaki süreç sadece maddi getirilerini karşılaştırmak değil, riskleri, olası götürüleri ve diğer sosyal sonuçlarını da karşılaştırmak biçiminde olmaktadır. Girişimci olmanın getirileri maaşlı çalışan olmaya ya da işsizliğe oranla ne kadar yüksek olursa, o kadar fazla sayıda insan girişimci olmaya istekli olacak, yani girişimcilik arzı atacaktır. Ancak sadece girişimciliğin getirilerini maaşlı çalışan olmakla karşılaştırmak yeterli değildir. Girişimci olmak, beraberinde sosyal güvenlik sisteminden çıkışın yanı sıra, belirsizlik ve olası bir kayıp riski karşısındaki stres gibi maddi manevi olumsuzlukları da beraberinde getirebilmekte, bu da iki durumu karşılaştırırken kişilerin tercihlerine yansımaktadır. Burada tercihi yapan kişilerin belirsizlikle başetme, risk üstlenme kişilik özellikleri de etkili olmaktadır (Verheul v.d., 2001).

Mevcut çalışma (ya da çalışmama) durumundan tatminsizlik kişilerin girişimci olma kararını olumlu yönde etkilemektedir. Mevcut durumdan tatminsizlik, bu gerek işin kendisinden, gerekse yükselme ve terfi imkanlarından kaynaklı bir tatminsizlik olabilir, çoğu durumda girişimcilik için önemli bir tetikleyici olarak görülmektedir. Öte yandan diğer olumsuz sosyal gelişmeler de girişimciliği arttırmaktadır. İşyeri içindeki istenmeyen atama ve tayinler, göç ve iltica gibi sosyal olumsuzluk ve felaketler girişimciliği arttırabilmektedir (Verheul v.d., 2001).

2.2.1. Yaş ve Cinsiyet

Lévesque ve Minniti (2006), yaştan girişimcilik üzerindeki etkisi üzerine kurdukları modelde bireylerin girişimcilik için belli bir eşik yaşı olduğunu, bu yaştan sonra girişimciliğin azaldığını modellemişlerdir. Buna göre maaşlı çalışan olmaya karşılık girişimcilikte kazanç gelecekte ve belirsizdir, zaman ise kısıtlıdır; dolayısıyla zaman geçtikçe bireylerin bu belirsiz kazanç için beklemeyi göze alma ihtimali azalmaktadır. Ayrıca yaş ilerledikçe tecrübe de artacağından maaşlı çalışandan

elde edilecek kazanç artacak, bu da girişimciliğin fırsat maliyetini arttıracaktır. (Lévesque ve Minniti, 2006). Reynolds v.d. (2003) kişilerin en çok 25 ile 34 yaşları arasında girişimci oldukları sonucunu bulmuştur. Aynı çalışmaya göre erkekler kadınlara göre iki kat fazla iş kurma oranına sahiptir.

Kadınların girişimciliğe katılım oranının erkeklere göre düşük olduğunu gösteren birçok çalışma vardır (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002). Bunun altında kadın ve erkeklerin girişimciliğe girerken farklı amaç ve motivasyonlara sahip olmasının yattığı düşünülebilmektedir. Brush (aktaran Arenius ve Minniti, 2005) kadın girişimcilerin erkeklere göre demografik ve psikolojik değişkenler bakımından çok az bir farklılık arz ettiğini, buna karşılık iş hedefleri ve yönetim biçimleri bakımından aralarında daha büyük bir farklılaşmanın var olduğunu bulmuştur. Yine Langowitz ve Minniti'nin çalışmasına göre (aktaran Arenius ve Minniti, 2005) kadın ve erkeklerde girişimciliği etkileyen faktörler aynı olmasına rağmen, kadınların girişimcilik oranı erkeklerinkinin sistematik olarak altında kalmaktadır.

Kadınlarla erkekler arasındaki girişimcilik oranları, motivasyonları ve içinde bulundukları girişimcilik türleri açısından farklılığın bir dizi sebebi bulunmaktadır. Finans ve insan sermayesindeki kadın ve erkekler arasındaki farklılık, kadınları girişimcilik yapacakları zaman dezavantajlı duruma sokabilmektedir. Bir diğer fark olan kadınların farklı motivasyonlarla girişimciliğe yönelmesinde kadınların daha çok zorunluluktan kaynaklı olarak girişimciliği tercih ettiği gözlemlenmektedir. Buda işgücü piyasasında kadınların erkeklerle eşit şartlarda ve aynı ücretlerde iş bulamıyor oluşu bir etken olabilmektedir (Verheul v.d., 2001).

2.2.2. Eğitim

Eğitimin girişimcilik üzerindeki etkisi üzerine hem teorik hem de ampirik çalışmalarda farklı görüş ve sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Teorik çalışmalarda genel olarak eğitimin girişimciliği olumlu etkileyeceği belirtilse de (Kara, 2014; Oosterbeek, van Praag ve Ijsselstein 2010) ampirik çalışmalarda farklı sonuçlarla karşılaşılmaktadır. Reynolds, Hay ve Camp (1999) bilgi arttıkça girişimcilerin karşılarına çıkan fırsatları değerlendirme becerilerinin yükseldiğini belirtmektedir.

Karabey (2009)'a göre de eğitim düzeyi arttıkça girişimcilerin fırsatları algılama becerisi artmaktadır. Verheul v.d. (2001), eğitimin dört açıdan girişimciliğe katkı sağlayacağını belirtmektedir: birincisi bireyler eğitimle özerklik kazanıp kendilerine güvenleri artar; bu da girişimci için önemli bir özelliktir; ikinci olarak eğitim aracılığıyla kişiler alternatif kariyer seçeneklerinden haberdar olup bilgilenir; üçüncüsü, eğitim kişileri fırsatlar tanıma konusunda daha donanımlı kılar ve dördüncü ve son olarak da kişileri yeni girişimcilik fırsatlar yaratma konusunda bilgiyle donatır. Bu sonuncu türde bilgiyi belki de Hayek'in girişimcilik analizinde bahsettiği bilgi olarak kabul edebiliriz: yani bilinmeyen bir şeyin sonradan bilinmesi anlamında değil, yeni bir bilginin girişimcilik yoluyla yaratılması anlamında bilgi... Reynolds, Hay ve Camp (1999) da bilgi ve yeterliliklerin fırsatları değerlendirmek açısından büyük önem taşıdığını belirtmektedir. Bates (aktaran Kara, 2014), küçük işletmelerin ömürleri ile girişimcilerin özellikleri arasındaki ilişkiyi test ettiği çalışmasında girişimcilikte kalıcılık ile daha yüksek seviyede eğitim alma arasında pozitif bir ilişki tespit etmiştir.

Eğitimin belli bir düzeye kadar girişimciliği arttırdığı, belli bir düzeyden sonra ise düşürdüğünü ortaya koyan çalışmalar da vardır. Buna göre eğitim yükseldikçe emek piyasasında elde edilecek ücretler de artacağından girişimciliğin çekiciliği azalacaktır. Ancak eğitim yalnızca girişimcilerin profili üzerinden girişimciliği etkilememekte; iş kurma durumunda ihtiyaç duyulacak donanımlı iş gücünün piyasaya sürülmesi ve böylelikle kurulan işletmelerin insan kaynaklarını karşılaması anlamında da girişimciliği etkilemektedir (Kara, 2014).

Genel olarak eğitimin yanı sıra özel olarak girişimcilik eğitiminin girişimcilik üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik dünyanın çeşitli yerlerinde ampirik çalışmalar da yapılmakta ancak sonuçları farklılık göstermektedir. Örneğin Oosterbeek, van Praag ve Ijsselstein (2010), eğitim üzerine örgütlenen uluslararası sivil toplum kuruluşu Junior Achievements'in Hollanda'da bir üniversitede uyguladığı girişimcilik eğitiminin başarısı üzerine yaptıkları ampirik çalışmada, girişimcilik eğitiminin bireylerin girişimcilik yetileri üzerinde olumlu bir değişime sebep olmadığını, hatta olumsuz etkilerinin olduğunu bulmuşlardır.

Okullardaki genel eğitimin girişimcilik üzerinde olumlu etkisi olduğunu gösteren çalışmalar vardır (Oosterbeek, van Praag ve Ijsselstein 2010).

2.2.3. Gelir ve Çalışma Durumu

Mevcut çalışma durumundan memnuniyetsizlik, düşük kazanç elde ediyor olmak ya da işsizlik gibi durumların, girişimciliğin fırsat maliyetini düşüreceğinden, girişimcilik üzerinde pozitif bir etkisi olmaktadır (Knight, 1921, aktaran Kara, 2014).

Çalışmalar girişimcilik kariyerine başlayanların genellikle çalışanlardan oluştuğunu göstermektedir (Arenius ve Minniti, 2005).

2.2.4. Kişilik Özellikleri ve Algılar

Shane ve Venkataraman (2000), girişimciliğin yalnızca girişimcinin kişiliği üzerinden açıklanmasının girişimcilik alanını çıkmaza düşüreceğini belirtmiştir. Bunu söylerken de girişimcilik eğer yalnızca bir kişilik özelliği olsaydı ülkeler ve dönemler arasında girişimciliğin bu kadar büyük dalgalanmalar gösteremeyeceğini göstermişlerdir. Bizim çalışmamız da bu noktada bir bakıma girişimciliğin ne oranda sübjektif olarak kişisel ve algısal özelliklerin etkisinde, ne oranda da kişilerin objektif olarak verili demografik ve ekonomik yeterliliklerinin sonucu olduğuna cevap aramaktadır. Her ne kadar Shane ve Venkataraman (2000) girişimciliğin kişilerin kalıcı ve değişmez özellikleri olmayıp konjonktürel davranışları olarak görseler de kişisel özelliklerin bundaki etkisini de bütünüyle reddetmemektedir.

Girişimcinin kişilik özellikleriyle ilgili oldukça geniş bir literatür vardır. Başarı ihtiyacı, risk alma, fırsatlara açıklık ya da **fırsat algısı**, inisiyatif alma, **yeteneklerine güven**, yaratıcılık, içsel denetim odağı, yenilikçilik, girişim odaklılık, etik, bilişsel ve algısal özellikler, sosyal ağlarla ilişki gibi özellikler bunlar arasında gösterilmektedir (Kara, 2014). Bunların içinden kişisel özellikler kısmen doğuştan geliyor olsa da eğitim ve tecrübe yoluyla geliştirilebildikleri de ifade edilmektedir (Verheul v.d., 2001).

Kişilik özelliklerinin daha geniş bir kurumsal ve kültürel dünyanın aslında bir

yansıması olduğunu da unutmamak lazımdır, çünkü bireyler de içinde bulundukları kültürler ve değerler sisteminin bir ürünüdür. Girişimcilik davranışlarının da içine dahil olduğu kişilerin davranış şablonları, sahip oldukları değer ve inançlardan etkilenmektedir (Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002).

Literatürde girişimcilerin belirsizlikle başetme özelliğine atıf yapan çok sayıda çalışma vardır. Hofstede belirsizlikten kaçınmanın girişimciliği aşağı çektiğini saptamıştır (aktaran Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002). Belirsizlikten kaçınma özelinde, girişimciliğin kişisel özelliklerle toplumsal koşullarının kesişiminde yer aldığını gösteren güzel bir örnek, Noorderhaven v.d. (1999, aktaran Wennekers, Uhlaner ve Thurik, 2002)'nin 22 OECD ülkesinin 1974 ile 1994 arasındaki verilerinden yola çıkarak yaptıkları çalışmadır. Buna göre belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu ülkelerde gelirin girişimcilik üzerinde negatif bir etkisi gözlenirken, belirsizlikten kaçınmanın düşük olduğu ülkelerde gelirin girişimcilik üzerinde bir etkisi bulunamamıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GEM VERİLERİ ÜZERİNDEN TÜRKİYE’DE GİRİŞİMLİĞİN MOTİVASYON KAYNAKLARI

3.1. Araştırma Soruları ve Hipotezler

Shane ve Venkataraman (2000), girişimcilik alanıyla ilgili yaptıkları teorik çalışmada girişimciliğin yalnızca girişimci kişiliği üzerinden işlenemeyeceğini, girişimciliğin, girişimciyi ortaya çıkaran ‘fırsat’tan ayrı düşünölemeyeceğini belirtmişlerdir. Yapılan çalışmalar fırsatları algılama ve yaratma becerisinin, edinilen bilgi ile arttığını ortaya koymaktadır (Reynolds, Hay ve Camp, 1999; Verheul v.d., 2001). Bilgi ise kişinin içsel bir özelliğı değil, dışarıdan edindiğı bir enstrümandır. Yine girişimci fikirlerin hayata geçirilebilmesi için gereken sermaye çoğı durumda dışarıdan bulunamamakta, kişinin gelirinin belli bir oranda olması gerekebilmektedir. Bu ön kabullerden yola çıkarak; bu çalışma, girişimciliğın kişiler bazında hangi şartlarda ortaya çıktığına, neler tarafından motive edildiğine ışık tutabilmeyi amaçlamaktadır. “Girişimcilik ne ölçüde kişilerin psikolojik, subjektif, algısal ve içsel özelliklerinin bir ürünü ve ne ölçüde de dışsal, objektif, verili imkanlarının ürünüdür” sorusuna cevap aramak bu tezin ana hedeflerinden biridir. İkinci olarak da girişimciliğın hangi etkenler ve özellikler tarafından harekete geçirildiğine cevap aranacaktır.

Yapılan ampirik çalışmalar yaş ile girişimcilik arasında negatif bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır (Reynolds v.d., 2003; Levesque ve Minniti 2006; Bosma ve Kelley, 2018). Levesque ve Minniti (2006)’nin yaş ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi ele alan teorik çalışmalarına göre, bireyler her yaş grubunda zamanlarını gelir sağlayıcı aktiviteler ile boş zaman aktiviteleri arasında bölüştürmektedir ve bu bölüştürmenin kompozisyonu her yaş için o yaşa özel olarak beklenen faydayı sağlayacak şekilde farklı olmaktadır. Maaşlı bir çalışan, bir iş kurmaya giriştiğı zaman, zamanının bir kısmını girişimcilik için ayıracaktır. Bu kişi maaşlı olarak

çalıştığı durumda eş zamanlı olarak gelir elde etmektedir. Ancak zamanını iş kurmaya tahsis ettiğinde yeni bir iş hemen kar sağlamaya başlamayacağından gelir bu sefer eş zamanlı olarak değil, gelecekte kazanılacaktır. Dolayısıyla yaş ilerledikçe kişiler gelecekteki kazançtansa bugünkü eş zamanlı kazancı tercih edecekler, dolayısıyla girişimcilikten gençlere göre daha uzak duracaklardır. Bu doğrultuda yaş ile girişimcilik arasındaki ilişkiye dair hipotezimiz şöyledir:

H1: Yaş ile girişimcilik arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

Girişimcilik üzerine yapılan ampirik çalışmalar cinsiyet ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi kapsamlı şekilde incelemiştir. Kadınların ve erkeklerin girişimciliğe başlama motivasyonlarından ve iş yapma ve yönetme anlayışlarından kaynaklı farklılıklar olmasının yanı sıra, içsel kişilik özellikleri bakımından kadınlar ve erkekler arasında önemli bir fark gözlenmemektedir. Bununla beraber, yapılan çalışmalarda genel olarak erkeklerin kadınlara oranla daha fazla girişimcilik faaliyetinde bulunduğu ortaya konmaktadır (Bosma ve Kelley, 2018; Arenius ve Minniti, 2005).

H2: Erkek olma ile girişimcilik arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Finansman varlığı girişimcilik için kritik öneme sahiptir. Risk sermayesi ve melek yatırımcılık gibi olguların gelişmediği Türkiye gibi gelişmekte olan piyasalarda girişimciler daha çok kendi finansal imkanlarıyla harekete geçmektedir (Baloğlu, 1987; Çetindamar, 2002). Ancak gelir bir seviyeden sonra arttıkça girişimciliğin azalması beklenmektedir (Arenius ve Minniti, 2005).

H3: Gelir arttıkça girişimcilik önce artar, sonra azalır.

Girişimcilerin fırsatları gerek kullanabilmeleri, gerek yeni fırsatlar yaratabilmeleri ve gerekse de fırsatların varlığından haberdar olup algılayabilmeleri için bilgi önemli bir enstrümandır (Reynolds, 1999; Karabey, 2009). Bilginin artması birçok açıdan eğitimle mümkün olmakla beraber eğitimin girişimcilik üzerindeki etkisini ölçen çalışmaların sonuçları muhtelifdir. Genel olarak yapılan çalışmalar belli bir noktaya kadar eğitimin girişimciliği pozitif etkilediği, belli bir seviyeden sonraki

eğitimin girişimciliği negatif olarak etkilediği şeklindedir. Çünkü yüksek eğitimliler emek piyasasında daha iyi şartlarda iş bulabilmektedirler.

H4: Eğitim ile girişimcilik arasındaki ilişki U biçimindedir. Temel eğitim girişimciliği pozitif yönlü etkilerken, yüksek öğretim negatif yönlü etkiler.

Başka girişimcileri tanımak bireylerin kendilerine rol model seçmesine imkan sağlayabilmektedir. Girişimcilikte rol modellerin varlığı girişimcilik açısından önemli olarak görülmektedir (Bosma ve Kelley, 2018; Bozkurt ve Baştürk, 2009).

H5: Başka girişimcileri tanımak girişimciliği artırır.

Bireysel düzeyde girişimcilik kararını etkileyen faktörler arasında kişilerin sahip oldukları finansal ve fiziksel kısıt ve imkanların yanı sıra bireysel özellikler ile bu özellikler doğrultusunda yapılan tercihlerin de önemi vardır. Yetenekler ve bunların nasıl algılandığı girişimcilik kararını etkilemektedir (Verheul v.d., 2001; Arenius ve Minniti, 2005).

H6: Yeteneklerine güven arttıkça girişimcilik artar.

Girişimcilik literatürü, girişimcilikte en az girişimci kadar fırsatın da önemli olduğunu çeşitli ölçülerde ortaya koymaktadır. Shane ve Venkataraman (2000), fırsatın girişimcilik çalışmalarının odağında olduğunu belirtmektedir. Fırsatlara ilişkin kişilerin algılarının da girişimciliği olumlu yönde etkilediği önceki çalışmalar tarafından ortaya konmaktadır (Arenius ve Minniti, 2005).

H7: Fırsat algısı girişimciliği olumlu yönde etkiler.

Ülkelere, kültürlere ve kurumsal yapıya göre değişiklik arz etmekle birlikte başarısızlık korkusu bireyleri girişimci faaliyetlerden uzak tutmaktadır (Bosma ve Kelley, 2018).

H8: Başarısızlık korkusu girişimciliği olumsuz yönde etkiler.

Toplamda sekiz adet hipotezimizi test edeceğimiz verimizi sıradaki bölümde tanıttıktan sonra analizlerimize geçeceğiz.

3.2. Veri ve Yöntem

Tezimde veri setini kullandığım GEM (Global Entrepreneurship Monitor), dünyada ülkelerin girişimcilik değerlerini ölçmeyi amaçlayan ve 1999'dan beri dünya çapında yüzü aşkın ülkede çalışma yürüten Londra merkezli bir kuruluştur.¹ Çalışmamızda kullanılan veriler projenin 2013 yılında elde ettiği veri setinden alınmıştır. İlgili çalışmada dünya çapında 70 ülkeden 18-64 yaş aralığında 244 bin 471 kişi ile görüşülmüştür. Türkiye'den ise toplam 33 bin 287 kişi ile görüşülmüştür. Tablo 3.1'de özet istatistiği sunulmuştur.

Girişimcilerin belirlenmesi amacıyla GEM anketinde katılımcılara “Tek başınıza ya da başkalarıyla birlikte, hali hazırda yeni bir iş kurmaya çalışıyor musunuz?” sorusu sorulmuş; bu soruya olumlu cevap verenlere ek olarak geçtiğimiz on iki ay içinde bu girişim için herhangi bir faaliyette bulunup bulunmadığı ile bu yeni girişime kısmen ya da tamamen sahip olup olmadığı sorulmuştur. Her üç soruya da olumlu cevap verenler bu çalışmada girişimci olarak ele alınmıştır.

Çalışmamızda girişimciliği belirleyen motivasyon kaynaklarını ele alırken, verileri iki grupta topladık. Birinci grupta katılımcıların demografik ve ekonomik durumlarını, ikinci grupta katılımcıların algısal durumlarını gösteren veriler yer almıştır.

¹ GEM hakkında ayrıntılı bilgiye <https://www.gemconsortium.org/> adresinden ulaşılabilir.

Tablo 3.1 Özet İstatistik

	Tüm Örneklem			Girişimci olanlar			Girişimci olmayanlar		
	Gözlem S.	Mean	St. Sapma	Gözlem S.	Mean	St. Sapma	Gözlem S.	Mean	St. Sapma
Girişimci olanlar	32610	0,063	0,243	2051			30559		
Girişimci tanıdığınız var mı?	32745	0,344	0,475	2032	0,638	0,481	30049	0,318	0,466
6 ay içinde fırsatlar çıkacak mı?	27552	0,406	0,491	1865	0,612	0,487	25091	0,387	0,487
Yeteneklerinize güveniyor musunuz	32488	0,566	0,495	2028	0,875	0,331	29809	0,54	0,498
Başarısızlık korkusu	32593	0,337	0,472	2033	0,225	0,418	29902	0,346	0,475
Çalışma durumu									
Çalışıyor	33287	0,416	0,493	2051	0,777	0,417	30559	0,384	0,486
Çalışmıyor	33287	0,118	0,323	2051	0,034	0,182	30559	0,126	0,332
Emekli/Öğrenci	33287	0,153	0,36	2051	0,031	0,173	30559	0,164	0,37
Gelir seviyesi									
Alt Gelirli	33287	0,383	0,486	2051	0,224	0,417	30559	0,396	0,489
Orta Gelirli	33287	0,219	0,413	2051	0,187	0,39	30559	0,221	0,415
Üst Gelirli	33287	0,281	0,449	2051	0,5	0,5	30559	0,264	0,44
Eğitim									
Eğitimsiz	33287	0,156	0,363	2051	0,086	0,28	30559	0,161	0,368
İlköğretim	33287	0,127	0,333	2051	0,115	0,319	30559	0,128	0,334
Ortaöğretim	33287	0,283	0,451	2051	0,3	0,459	30559	0,282	0,45
Lise Üstü	33287	0,375	0,484	2051	0,42	0,493	30559	0,371	0,483
Yükseköğretim	33287	0,059	0,235	2051	0,079	0,27	30559	0,057	0,232
Cinsiyet									
Erkek	33287	0,704	0,456	2051	0,829	0,377	30559	0,694	0,461
Yaş	32945	39,933	11,33	2035	37,124	9,597	30243	40,172	11,411

Yaş: Katılımcıların yaş ortalaması 39,9'dur. Girişimcilerde yaş ortalamasının 37,1'e düştüğü görülmektedir.

Cinsiyet: Görüşülenlerin 23 bin 436'sı erkek, 9 bin 851'i kadındır.

Eğitim: Katılımcılar eğitim seviyelerine göre sıralandığında, örneklemin binde 6'sı yüksek öğrenimli, yüzde 38'i liseyi bitirmiş ayrıca yüksek okul okumuş ya da üniversiteye girmiş ancak mezun olmamış; yüzde 28'i ortaöğrenimini tamamlamış, yüzde 13'ü ilk öğretim mezunu, yüzde 16'sı ise eğitimsizdir. Girişimci olanların eğitim durumları bütün örnekleme karşılaştırıldığında çok büyük bir farklılık göze çarpmamaktadır. Temel farklılığın eğitimsizler ile yüksek öğretim mezunlarının oranlarında olduğu görülmektedir. Özellikle eğitimsiz kişi oranında genel kitleye göre girişimci olanlarda yaklaşık yarı yarıya bir düşüş görülmektedir: genel kitlede eğitimsizlerin oranı yüzde 16 iken bu oran girişimcilerde yaklaşık yüzde 9'dur. Yükseköğretime sahip kişilerin oranı girişimcilerde genel kitleye göre biraz daha yüksektir (binde 6'ya binde 8). Lojistik regresyon analizinde ortaöğretim referans kategori olarak alınmıştır.

Gelir: Katılımcıların yüzde 38'i alt gelirli, yüzde 22'si orta gelirli, yüzde 28'i ise üst gelirli olarak görünmektedir. Girişimciler arasında üst gelir grubunda olduğunu ifade edenlerin oranının yüzde 50 gibi yüksek bir rakam olduğu görülmektedir. Yine girişimciler arasında orta gelirlilerin oranı yüzde 19, alt gelirli oranı ise yüzde 22'dir. "Orta gelirli", analizimizde referans kategori olarak alınmıştır.

Çalışma durumu: Çalışma durumu ise şu şekildedir: katılımcıların yüzde 42'si çalışıyor, yüzde 12'si çalışmıyor, yüzde 13'ü ise emekli/öğrenci olduklarını ifade etmiştir. Çalışma durumları karşılaştırıldığında girişimci olanlarda çalışıyor olma durumu olmayanlara göre büyük oranda yoğunluk kazanmakta, çalışmayan ve emekli/öğrenci sayısı azalmaktadır. Çalışanlar, referans kategorisi olarak kullanılmıştır.

Yukarıdaki demografik ve iktisadi verilerin yanı sıra katılımcıların kendileriyle ilgili algılarını ölçen sorular sorulmuştur.

Başka girişimcileri tanıma: Katılımcılara geçtiğimiz iki sene içinde yeni bir iş kuran girişimci tanıdıkları olup olmadığı sorulmuştur. Tüm örnekleme katılımcıların yüzde 34'ü bu soruya olumlu cevap vermiştir. Girişimci olanlarda ise bu oranın yüzde 64'e yükseldiği görülmektedir.

Fırsat algısı: Katılımcılara yaşadıkları bölgede önümüzdeki altı ay içinde iyi iş fırsatları çıkıp çıkmayacağı sorulmuştur. Katılımcıların yüzde 41'i bu soruya olumlu yanıt verirken girişimciler arasında gelecek altı ay içinde iş fırsatları çıkacağını düşünenlerin oranı yüzde 61'dir.

Yeteneklerine güven: Katılımcılara yeni bir iş kurmak için gereken bilgi, yetenek ve tecrübeye sahip olup olmadıkları sorulmuştur.

Başarısızlık korkusu: Katılımcılara başarısızlık korkusunun onları bir iş kurma girişiminden alıkoyup alıkoymayacağı sorulmuştur.

3.3. Araştırma Bulguları

Tablo 3.2'de Korelasyon Tablosu sunulmuştur. Buna göre 18 değişkenden 16'sı, girişimci olma durumu ile güçlü korelasyona sahiptir. Korelasyon Tablosuna göre: Girişimci olma ihtimali yaş arttıkça azalmaktadır. ($r=-0,065$) Erkeklerde girişimci olma durumu kadınlara göre artmaktadır. Çalışanların çalışmayanlara, emekli ve öğrencilere göre girişimci olma ihtimalinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Girişimci olma ile üst gelir grubuna ait olma arasında pozitif korelasyon görülürken, alt ve orta gelir grupları negatif bir korelasyona sahiptir. Eğitim durumuyla girişimci olma durumu arasındaki korelasyonlara bakıldığında, eğitimsizlerin girişimci olma ihtimalleri düşerken, lise üstü ve yüksek öğretime sahip bireylerin girişimci olma ihtimallerinin arttığı görülmektedir.

Tablo 3.2 Korelasyon Tablosu

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 Girişimci*	1								
2 Başka girişimci tanıma	0,165*	1							
3 Fırsat algısı	0,117*	0,224*	1						
4 Yeteneklerine güven	0,165*	0,255*	0,162*	1					
5 Başarısızlık korkusu	-0,063*	-0,034*	-0,06*	-0,195*	1				
Çalışma durumu:									
6 Çalışıyor	0,194*	0,13*	0,051*	0,172*	-0,044*	1			
7 Çalışmıyor	-0,069*	-0,101	-0,047*	-0,092*	-0,048*	-0,309*	1		
8 Emekli/Öğrenci	-0,089*	-0,098*	-0,043*	-0,125*	-0,005*	-0,359*	-0,156*	1	
Gelir seviyesi:									
9 Alt Gelirli	-0,086*	-0,141*	-0,102*	-0,084*	0,024*	-0,046*	0,178*	0,101*	1
10 Orta Gelirli	-0,02*	0,021*	0,022*	-0,003	-0,002	-0,023*	-0,076*	-0,018*	-0,417*
11 Üst Gelirli	0,128*	0,15*	0,091*	0,099*	-0,015*	-0,067*	-0,153*	-0,094*	-0,493*
Eğitim:									
12 Eğitimsiz	-0,05*	-0,119*	-0,056*	-0,099*	0,001	-0,028*	0,184*	0,022*	0,237*
13 İlköğretim	-0,01	-0,038*	-0,02*	0,012*	-0,033*	0,05*	0,027*	-0,01*	0,148*
14 Ortaöğretim	0,01	0,022*	0,001	0,03*	-0,025*	0,021*	-0,001	0,046*	0,058*
15 Lise Üstü	0,024*	0,078*	0,041*	0,032*	0,04*	-0,044*	-0,13*	-0,033*	-0,281*
16 Yükseköğretim	0,023*	0,034*	0,024*	0,015*	0,012*	0,023*	-0,055*	-0,041*	-0,109*
Cinsiyet:									
17 Erkek	0,072*	0,115*	0,038*	0,13*	-0,041*	0,14*	-0,333*	-0,042*	-0,031*
18 Yaş	-0,065*	-0,085*	-0,025*	-0,025*	0,033*	-0,094*	-0,056*	0,177*	0,042*

10	11	12	13	14	15	16	17	18
1								
-0,331*	1							
-0,102*	-0,183*	1						
-0,049*	-0,117*	-0,164*	1					
0,024*	-0,094*	-0,27*	-0,239*	1				
0,086*	0,243*	-0,333*	-0,295*	-0,487*	1			
0,003	0,127*	-0,107*	-0,095*	-0,157*	-0,194*	1		
0,057*	0,064*	-0,083*	0,029*	0,018*	0,027*	-0,002	1	
0,001	-0,045*	0,2*	0,054*	-0,07*	-0,108*	-0,03*	0,083*	1

Bireylerin algıları ile ilgili değişkenlere bakıldığında ise yeteneklerine güven, başka girişimcileri tanıma ve fırsat algısı değişkenlerinin girişimci olma durumuyla pozitif korelasyona, başarısızlık korkusunun ise negatif korelasyona sahip olduğu görülmektedir.

Çalışmamızda lojistik regresyona dayanan 5 model oluşturduk. Modellerden birincisinde lojistik regresyon analizine yalnızca demografik ve ekonomik

değişkenlere yer verildi. Bu şekilde yaş, cinsiyet, çalışma durumu, gelir ve eğitimin girişimci olma üzerindeki etkisini ölçtük. İkinci modelde bunların yanına algısal motivasyonlarını ölçen değişkenler eklendi: başka girişimcileri tanıma, yeteneklerine güven, fırsat algısı ve başarısızlık korkusu. Üçüncü model, demografik değişkenlerin devreden çıkarılıp yalnızca algısal verilerin girişimcilik üstündeki etkisi ölçüldü. Dört ve beşinci modellerde ise bütün değişkenler yer aldı ancak bunların cinsiyetler arasında nasıl bir dağılım gösterdiğini ölçmek için dördüncü modelde yalnızca kadınlar, beşinci modelde yalnızca erkekler içinde lojistik regresyon analizi yapıldı.



Tablo 3.3 Regresyon Tablosu

	Model 1 <i>Demografik</i>		Model 2 <i>Genel</i>		Model 3 <i>Algılar</i>		Model 4 <i>Kadın</i>		Model 5 <i>Erkek</i>	
	Odds Oranı	Katsayı (St Hata)	Odds Oranı	Katsayı (St Hata)	Odds Oranı	Katsayı (St Hata)	Odds Oranı	Katsayı (St Hata)	Odds Oranı	Katsayı (St Hata)
<i>Algısal Değişkenler</i>										
Başka Girişimci Tanıma			1,987***	0,687 (0,054)	2,427***	0,886 (0,053)	2,344***	0,851 (0,13)	1,914***	0,649 (0,06)
Fırsat Algısı			1,675***	0,516 (0,053)	1,768***	0,57 (0,052)	1,734***	0,55 (0,128)	1,661***	0,507 (0,058)
Yeteneklerine Güven			3,645***	1,293 (0,077)	4,082***	1,406 (0,075)	3,885***	1,357 (0,171)	3,575***	1,274 (0,086)
Başarısızlık Korkusu			0,78***	-0,248 (0,061)	0,753***	-0,283 (0,06)	0,846	-0,167 (-0,141)	0,766***	-0,266 (0,068)
<i>Demografik Değişkenler</i>										
Çalışma durumu:										
Çalışıyor										
Çalışmıyor	0,331***	-1,105 (0,128)	0,431***	-0,84 (0,138)			0,474***	-0,747 (0,198)	0,394***	-0,932 (0,201)
Emekli/Öğrenci	0,188***	1,669 (0,13)	0,258***	-1,356 (0,139)			0,237***	-1,439 (0,291)	0,266***	-1,324 (0,158)

Gelir seviyesi							
Alt Gelirli	0,774***	-0,257 (0,067)	0,918	-0,085 (0,073)		0,931 -0,072 (0,173)	0,916 -0,088 (0,081)
Orta Gelirli							
Üst Gelirli	2,156***	0,7689 (0,056)	1,934***	0,66 (0,062)		1,732*** 0,549 (0,148)	1,979*** 0,683 (0,068)
Eğitim							
Eğitimsiz	0,784***	-0,243 (0,091)	0,927	-0,075 (0,1)		0,8 -0,223 (0,244)	0,952 -0,049 (0,11)
İlköğretim	0,945	-0,056 (0,081)	0,977	-0,023 (0,09)		0,531** -0,633 (0,268)	1,07 0,068 (0,096)
Ortaöğretim							
Lise Üstü	0,769***	-0,263 (0,057)	0,874**	-0,134 (0,063)		0,854 -0,158 (0,149)	0,88* -0,128 (0,069)
Yükseköğretim	0,851*	0,16 (0,956)	0,963	-0,378 (0,104)		0,71 -0,342 (0,248)	1,035 0,034 (0,115)
Cinsiyet							
Erkek	1,669***	0,512 (0,063)	1,407***	0,342 (0,069)			
Yaş	0,975***	-0,025 (0,002)	0,979***	-0,021 (0,003)		0,99 -0,009 (0,006)	0,976*** -0,024 (0,003)
Pseudo R²	0,076		0,144	0,104		0,154	0,133
Model x²	1160,01		1883,39	1367,85		378,73	1384,31
Gözlem Sayısı	32278		25610	25845		7097	18513
Doğru Tahmin Yüzdesi	89,1		90,4	85,7		94,6	88,8

3.3.1. Demografik Değişkenlerin Girişimcilik Üzerindeki Etkisi

Model 1’de sadece demografik ve ekonomik değişkenlerin sokularak yapıldığı analizde, yaş arttıkça girişimciliğin azaldığı görülmektedir. H1 hipotezimiz "yaş ile girişimcilik arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu" biçimindeydi. Yine kadınlara göre erkeklerde 1,669’luk odds oranıyla girişimcilik oranı daha yüksektir. H2 hipotezimiz ise "erkek olma ile girişimcilik arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu" biçimindeydi. Model 1’deki analizimiz her iki hipotezimizi de doğrulamaktadır, dolayısıyla H1 ve H2 hipotezlerimizi reddedilmemiştir. Girişimcilerin daha çok genç erkekler arasından çıktığı biçiminde ifade edilebilecek olan bu sonuç, girişimcilerin demografik özellikleri ile ilgili yapılan diğer çalışmalarla uyumludur (Levesque ve Minniti 2006; Reynolds v.d., 2003; Bosma ve Kelley, 2018; Arenius ve Minniti, 2005). Çalışma durumuna baktığımızda, çalışanların girişimci olma ihtimalinin çalışmayanlara oranla 3 kat, emekli ve öğrencilere göre ise yaklaşık 5 buçuk kat arttığı görülmektedir.

Eğitim değişkenine bakıldığında, ortaöğretimini tamamlayanların girişimci olma ihtimalinin daha yüksek eğitim alan bireylere ve hiç eğitim almayanlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Girişimci olma ihtimalinin en düşük olduğu kesimi eğitimsizler oluşturmaktadır. Buna göre girişimci olmak için belli bir eğitim seviyesine sahip olmak avantaj gibi görünmektedir. Öte yandan lise sonrası eğitim alanlarla üniversite mezunlarının ortaöğretim mezunlarından daha düşük bir odds oranına sahip oldukları, dolayısıyla girişimci olma ihtimallerinin daha düşük olduğu görülmektedir. H4 hipotezinde eğitim ile girişimcilik arasındaki ilişkinin U biçiminde olduğu ifade edilmiştir. İlköğretim almış olanlarla ilgili istatistiksel açıdan anlamlı bir sonuç çıkmasa da eğitimle ilgili hipotezimizin Model 1’deki analizlerimiz sonucunda doğrulandığı görülmektedir. Bu sonuç genel olarak literatürdeki çalışmalarla uyumludur (Kara, 2014; Oosterbeek, van Praag ve Ijsselstein 2010; Reynolds, Hay ve Camp, 1999).

3.3.2. Ekonomik Değişkenlerin Girişimcilik Üzerindeki Etkisi

Yaptığımız çalışmaya göre gelir arttıkça girişimci olma ihtimali de artmaktadır. Orta gelirli bireylerin girişimci olma ihtimali düşük gelirli bireylere göre daha yüksekken, özellikle üst gelirli bireylerin girişimci olma ihtimalinin daha da yükseldiği görülmektedir. Alt gelirli bireyler için odds oranı 0,774'tür. Orta gelirli bireylere oranla üst gelirli bireylerin girişimci olma ihtimali ise 2 kattan daha fazladır (odds oranı: 2,156). H3 hipotezimiz gelirin girişimciliği önce arttıracak, belli bir gelir seviyesinden sonra azaltacak şekildedir. Ancak yaptığımız analiz H3 hipotezini doğrulamamıştır, dolayısıyla hipotez reddedilmiştir. Gelir durumu ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi ölçen çalışmaların sonuçları farklılık arz etmektedir. Örneğin Özdemir ve Karadeniz (2011)'in Türkiye için yaptıkları çalışmanın sonucu ile bizim bulduğumuz sonuç uyumludur. Öte yandan Arenius ve Minniti (2005), 28 ülke verilerinden yola çıkarak yaptıkları çalışmada gelirin girişimcilik üzerindeki etkisinin ters U biçiminde olduğunu tespit etmiş, orta gelirden üst ve alt gelir gruplarına gidildikçe girişimciliğin arttığı sonucunu bulmuşlardır.

Model 2'de, Model 1'deki değişkenlere ek olarak algısal değişkenleri de analize dahil ettik. Bunlar: başka girişimcileri tanıma, fırsat algısı, yeteneklerine güven ve başarısızlık korkusu değişkenleridir. Model 2'de yaptığımız regresyon analizine göre eğitim seviyesinin açıklayıcılığının azaldığı görülmektedir. Model 1'de yüksek anlamlı sonuç veren eğitimsiz olma durumu, Model 2'de istatistiksel açıdan anlamsız hale gelmiştir. Yine yükseköğretim mezunu olma hali de anlamlı iken anlamsız olmuştur.

Benzer bir etkinin gelir değişkeninde olduğu görülmektedir. Alt gelirli olmak Model 1 için anlamlı sonuç vermişken Model 2'de anlamsız olmuştur.

Yaş, cinsiyet ve çalışma durumu ise önemini korumuştur.

3.3.3. Algısal Değişkenlerin Girişimcilik Üzerindeki Etkisi

Modele yeni dahil edilen algısal değişkenlerin ise her birinin yüksek seviyede anlamlı ve önemli oldukları görülmektedir. Buna göre başka girişimcileri tanımak, girişimci olmakta önemli etkiye sahip olmaktadır. Odds oranının 1,987 olduğuna bakılırsa başka girişimcileri tanıyanların, tanımayanlara göre girişimci olma ihtimalleri yaklaşık 2 kat fazladır. H5 hipotezimizde "başka girişimcileri tanımanın girişimciliği arttıracak" ifade edilmektedir. Başka girişimcileri tanımanın bireylere rol modeller sunması bakımından girişimciliği arttırması şeklindeki bu sonuç, girişimcilik literatürüyle uyumludur (Bosma ve Kelley, 2018).

Girişimci olmaya etki eden algısal değişkenler içinde en çok öne çıkanın yeteneklerine güven olduğu görülmektedir. Bir işe girişmek için yeteneklerine güvenenlerin, diğerlerine oranla girişimci olma ihtimallerinin 3,7 kat arttığı görülmektedir. İlgili değişkenin odds oranı 3,645'tir. H6 hipotezimiz yeteneklere güven arttıkça girişimciliğin artacağını ifade etmekteydi. Yaptığımız analizle H6 hipotezimiz doğrulanmıştır. Bu sonuç literatürdeki teorik ve ampirik çalışmaların sonuçlarıyla uyumludur (Verheul v.d., 2001; Arenius ve Minniti, 2005).

Fırsat algısı girişimciliğin motivasyon kaynaklarını açıklamakta önemli bir değişken olarak öne çıkmaktadır. 1,675 odds oranıyla ankete cevap verilen tarihten itibaren 6 ay içinde yaşadıkları bölgede olumlu ekonomik gelişmelerin olacağını düşünenlerin girişimci olma ihtimalleri, diğerlerine göre 1,7 kat daha fazladır. H7 hipotezimiz fırsat algısı arttıkça girişimci olma ihtimalinin artacağını ifade etmektedir. Analiz sonucunda H7 hipotezi doğrulanmıştır. Girişimcilik literatüründe fırsatın girişimciliğin en önemli ayaklarından olduğu ifade edilmektedir (Shane ve Venkataraman, 2000). Fırsatlarla ilgili algıların ise girişimciliği arttırdığı, yapılan ampirik çalışmalarda ortaya çıkmıştır (Arenius ve Minniti, 2005; Özdemir ve Karadeniz, 2011).

H8 hipotezimiz başarısızlık korkusunun girişimciliği olumsuz etkileyeceğini ifade etmektedir. Başarısızlık korkusunun girişimcilik üzerinde olumsuz etkisi görülmektedir. Başarısızlık korkusu yaşayanların diğerlerine oranla girişimci olma

ihtimalleri yüzde 22 daha azdır. Bu sonuç literatürdeki diğer çalışmalarla uyumludur (Bosma ve Kelley, 2018).

Tablo 3.4 Özet Hipotez Tablosu

Hipotez	Kabul	Red
H1: Yaş ile girimcilik arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.	✓	
H2: Erkek olma ile girişimcilik arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	✓	
H3: Gelir arttıkça girişimcilik önce artar, sonra azalır.		X
H4: Eğitim ile girişimcilik arasındaki ilişki U biçimindedir. Temel eğitim girişimciliği pozitif yönlü etkilerken, yüksek öğretim negatif yönlü etkiler.	✓	
H5: Başka girişimcileri tanımak girişimciliği artırır.	✓	
H6: Yeteneklerine güven arttıkça girişimcilik artar.	✓	
H7: Fırsat algısı girişimciliği olumlu yönde etkiler.	✓	
H8: Başarısızlık korkusu girişimciliği olumsuz yönde etkiler.	✓	

Tablo 3.4'te bu çalışmadaki hipotezlerin durumları bir tablo olarak verilmiştir. Buna göre kurduğumuz 8 hipotezden 7'si kabul edilmiş, biri reddedilmiştir.

3. modelimizde bu sefer demografik ve ekonomik veriler analiz dışı bırakılmış ve girişimcilik yalnızca algısal değişkenler üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır. Bu durumda algısal değişkenler yüksek anlamlı olma durumlarını korumuş ve etkilerini arttırmışlardır. Başka girişimcileri tanımının odds oranı 1,987'den 2,427'ye çıkmış; yani yeni modelde başka girişimcileri tanımının girişimci olma üzerinde etkisi güçlenerek, girişimci olma ihtimalini diğerlerine göre 2 buçuk kat daha fazla olma

durumuna getirmiştir. Benzer şekilde fırsat algısının odds oranı yaklaşık 0,1'lik bir artışla 1,768'e; yeteneklere güven ise 0,4'lük bir artışla 4,082'ye çıkmıştır. Yani yeni modelde yeteneklerine güvenenlerin diğerlerine göre girişimci olma ihtimali 4 kattan daha fazladır. Başarısızlık korkusu ise negatif etkisini yaklaşık olarak aynı seviyede korumuştur.

3.3.4. Demografik/Ekonomik ve Algısal Modellerin Karşılaştırılması

Bu çalışmanın araştırma sorularından biri de; Shane ve Venkataraman (2000)'in teorik çalışmasından yola çıkarak, algısal ve kişisel özelliklerin girişimciliği açıklamaya yetip yetmeyeceğiydi. Bu soruya cevap aramak açısından kişisel/algısal değişkenlerle kurduğumuz modelle ekonomik/demografik değişkenlere dayanan modeli karşılaştırdık.

Model 1'in pseudo R²'si 0,076, Model 2'nin 0,144, Model 3'ün ise 0,104'tür. Yani yalnızca demografik ve ekonomik değişkenlerle kurulan modele algısal değişkenler eklenince modelin açıklayıcılığı oldukça yükselmiştir. Demografik ve ekonomik değişkenleri çıkararak yalnızca algısal değişkenlerle kurulan modelin açıklayıcılığı tekrar düşmüştür. Bu noktada Model 1 ve Model 3 arasında bir karşılaştırma yapmak gerekirse, yalnızca algısal değişkenlerle kurulan modelin açıklayıcılığının, yalnızca demografik/ekonomik değişkenlerle kurulan modelinkinden daha yüksek olduğu görülmektedir.

Modeller arasındaki karşılaştırmayı daha farklı bir açıdan görebilmek amacıyla modellerin doğru tahmin yüzdelerinin karşılaştırılması da faydalı olacaktır. Aşağıda Model 1, Model 2 ve Model 3'ün 0,20'lik kesim değerleri ile elde edilmiş sınıflandırma tabloları sunulmuştur.

Tablo 3.5 Sınıflandırma Tablosu (Model 1)

Gözlenen			Tahmin Edilen		
			Girişimcilik		Doğru Tahmin Yüzdesi
			,00	1,00	
Step 1	Girişimcilik	,00	16442	1520	91,5
		1,00	1115	457	29,1
Toplam Yüzde					86,5

*Kesim noktası ,200

Tablo 3.6 Sınıflandırma Tablosu (Model 2)

Gözlenen			Tahmin Edilen		
			Girişimcilik		Doğru Tahmin Yüzdesi
			,00	1,00	
Step 1	Girişimcilik	,00	12723	1599	88,8
		1,00	740	654	46,9
	Toplam Yüzde				85,1

*Kesim noktası ,200

Tablo 3.7 Sınıflandırma Tablosu (Model 3)

Gözlenen			Tahmin Edilen		
			Girişimcilik		Doğru Tahmin Yüzdesi
			,00	1,00	
Step 1	Girişimcilik	,00	24030	0	100,0
		1,00	1815	0	0,0
	Toplam Yüzde				93,0

*Kesim noktası ,200

Yukarıdaki Sınıflandırma tablolarında modellerin gözlenen değerleri ne oranda doğru tahmin ettikleri verilmektedir. Kesim noktasının düşük olarak alınmasının sebebi, bağımlı değişkenin 1 aldığı değerlerin, yani girişimci sayısının toplam örneklem içinde son derece az olmasından (yüzde 1'in altında) kaynaklanmaktadır.

Model 1'in doğru tahmin yüzdesi 86,5 iken, algısal değişkenlerin de devreye sokularak oluşturulan genel modelimizde bu oran küçük bir farkla yüzde 85,1'e gerilemektedir. Yani değişken sayısı artmasına rağmen modelin toplam doğru tahmin oranı gerilemiştir. Ancak modellerin kimlerin girişimci olacağını tahmin etme güçlerine baktığımız zaman toplam doğru tahmin oranı gerilemiş olmasına rağmen Model 2'nin kimlerin girişimci olacağını bilmekte Model 1'e göre çok daha yüksek başarı oranı yakaladığı görülmektedir. Model 1'in kimlerin girişimci olacağını doğru tahmin etme oranı 29,1 iken bu oran Model 2'de yüzde 46,9'dur.

Model 3'ün doğru tahmin oranına baktığımızda ise toplamda yüzde 93 gibi diğer iki modelin de üstüne çıktığını görüyoruz. Ancak model anlamlı olsa da girişimci olanları tahmin etme oranı sıfırdır. Daha iyi bir fikir vermesi açısından 0,15 kesim noktası ile modellerin doğru tahmin oranını tekrar oluşturup sonuçlarına baktığımızda tablolar aşağıdaki şekilde olmaktadır.

Tablo 3.8 Sınıflandırma Tablosu (Model 1)

Gözlenen	Tahmin Edilen		
	Girişimcilik		Doğru Tahmin Yüzdesi
	,00	1,00	
Step 1 Girişimcilik ,00	15257	2705	84,9
1,00	858	714	45,4
Toplam Yüzde			81,8

*Kesim noktası ,150

Tablo 3.9 Sınıflandırma Tablosu (Model 2)

Gözlenen			Tahmin Edilen		
			Girişimcilik		Doğru Tahmin Yüzdesi
			,00	1,00	
Step 1	Girişimcilik	,00	11805	2517	82,4
		1,00	579	815	58,5
Toplam Yüzde					80,3

*Kesim noktası ,150

Tablo 3.10 Sınıflandırma Tablosu (Model 3)

Gözlenen			Tahmin Edilen		
			Girişimcilik		Doğru Tahmin Yüzdesi
			,00	1,00	
Step 1	Girişimcilik	,00	20849	3181	86,8
		1,00	1105	710	39,1
Toplam Yüzde					83,4

*Kesim noktası ,150

Kesim noktasının 0,15 olarak alındığında sonuçlar şu şekilde gerçekleşmektedir: Model 1'in toplam doğru yüzdesi 81,8 ve girişimci olanları doğru tahmin yüzdesi 45,4'tür. Model 2'de toplam doğru yüzdesi 0,20'lik kesim noktasında olduğu gibi yine biraz düşüp 80,3 olmuştur ama girişimci olanları doğru tahmin oranı yine önemli ölçüde artarak 58,5'e çıkmıştır. Model 3'te bu sefer 0,15 kesim noktası olarak alınınca toplam doğru yüzdesi 83,4 olmuş ve bu sefer girişimci olanları da yüzde 39,1 oranında doğru tahmin edebilmiştir.

0,20 ve 0,15 kesim noktalarıyla yaptığımız sınıflandırma tablolarından çıkan sonuç, her iki durumda da Model 3 toplam doğru tahmin oranı bakımından daha yüksek çıkmıştır. Ancak Model 3 genel toplamdaki doğru tahmin oranının

yüksekliğinin yanında, kimlerin girişimci olacağını tahmin etmekte diğer modellere göre daha zayıf kalmaktadır. Yani Model 3 kimlerin girişimci *olmayacağını* doğru tahmin etmekte daha iyi sonuç verirken kimlerin girişimci *olacağını* Model 1 daha iyi vermektedir. Yani bir başka değişle kişilerin algısal değişkenlerine bakarak kimlerin girişimci olmayacağını daha iyi tahmin edebiliyorken, kimlerin girişimci olacağını kişilerin ekonomik ve demografik verilerinden daha iyi çıkarabilmekteyiz. Bunun muhtemel bir yorumu şu şekilde olabilmektedir: Kişilerin yeteneklerine güven, fırsat algısı gibi kişisel ve sübjektif algısal özellikleri, kişilerin girişimci olmak için gerekli özelliklerdir, ancak yeterli değildir; bunun için aynı zamanda verili dış gerçekliklerin, yani gelir, eğitim gibi finansman, bilgi gibi dış verilere de ihtiyaç duymaktadır. Bu sonuç bize göre Shane ve Venkataraman (2000)'in vurguladığı gibi girişimciliğin yalnızca kişilerin özellikleri üzerinden araştırılamayacağını, girişimcilik konusunun, konunun diğer boyutlarından, başta girişimciliği ortaya çıkaran fırsat boyutundan ayrı düşünölemeyeceğini hatırlatmaktadır. Kişisel özellikler elbette önemlidir; nitekim Model 1'e algısal değişkenleri eklediğimiz zaman modelin açıklayıcılığı ve kimlerin girişimci olacağını doğru olarak tahmin etme gücü artmaktadır. Ancak fırsat algısı ya da yeteneklerine güven girişimci kişiliği için elbette önemlidir ancak fikirleri hayata geçebilmesi için, girişimciliğin diğer boyutu olan fırsatları değerlendirebilmek için fırsatları saptamayı gerektirecek bilgi, yani eğitim, finansman için gelir gibi ekonomik ve demografik veriler önemlidir.

Model 4 ve Model 5'te ise yalnızca kadın ve yalnızca erkek katılımcılar seçilerek bütün değişkenlerin yer aldığı model tekrar kurulmuştur. Buna göre kadınlarda başka girişimcileri tanımanın girişimci olma ihtimalini erkeklere göre erkeklere göre gözle görünür oranda daha fazla arttırdığı görönmektedir. Başka girişimcileri tanıyanların girişimci olma ihtimali erkeklerde diğerlerine göre 1,9 kat arttırdığı; buna karşılık bu oranın kadınlarda 2,3 kat olduğu görölmektedir. Yani kadınlar içinde girişimci olma durumunu, girişimcilerin olduğu bir çevreden gelmenin önemli ölçüde etkilediği görölmektedir. Aynı durum erkekler için de geçerli olsa da kadınlardaki yüksek orana sahip değildir.

Fırsat algısında her iki cinsiyetin de odds oranlarının birbirine yakın olduğu görölmektedir, ancak burada da yine kadınlarda gelecek altı ay içinde olumlu

ekonomik gelişmelerin yaşanacağını düşünenlerin girişimci olma ihtimali erkeklere oranla bir miktar daha fazla olduğu görülmektedir.

Yeteneklerine güvenmenin girişimci olması ihtimali diğerlerine göre kadınlarda 3,9 kat arttığı görülmektedir. Erkeklerde bu oran biraz daha düşüktür: 3,6.

Kadınlarda da erkeklerde olduğu gibi çalışıyor olmak girişimci olmakta önemli olmakla beraber, çalışıyor olma durumunun erkeklerde girişimciliği daha fazla etkilediği görülmektedir. Çalışan kadınlarda girişimci olma ihtimali diğerlerine göre 2,1 kat daha fazla iken, çalışan erkeklerin girişimci olma ihtimali çalışmayanlara göre 2 buçuk kat artmaktadır. Bunun yanında gelir durumlarına bakıldığında, hem kadınlarda hem erkeklerde üst gelirli olanların girişimci olma ihtimalinin orta gelirli olanlardan yüksek olduğu görülürken bu oran erkeklerde daha yüksek olarak artmaktadır. Üst gelirli erkeklerin girişimci olma ihtimali orta gelirli olanlara göre 2 kat artarken, üst gelir grubundan kadınların girişimci olma ihtimali orta gelirli olanlara göre 1,7 kat artmaktadır. Çalışma ve gelir durumuyla ilgili elimizde bulunan verilerden yola çıkarak kadınlarda fırsat kaynaklı bir girişimcilik ihtiyacı dolayısıyla yapılan girişimcilik faaliyeti daha yüksektir; bunu tersinden söylersek erkekleri girişimcilğe iten motivasyonlara bakıp bunu kadınlarla karşılaştırdığımızda görece olarak erkeklerde fırsat, kadınlarda ihtiyaç kaynaklı girişimcilik birbirlerine göre bir adım daha önde gelmektedir.

Eğitim konusunda her iki modeldeki sonuçlar kadınlarla erkekler arasında karşılaştırma yapmamıza olanak verecek bir anlamlılık durumunda değildir. Yaşla ilgili sonuçlar her iki cinsiyet açısından da benzerdir.

SONUÇ

Girişimcilik bireyler ölçeğinde mikro olarak, toplumsal ölçekte makro olarak birçok etkenin etkisi altında ortaya çıkmaktadır. Makro boyutuyla iktisadi, kurumsal, siyasi, demografik etkenler; mikro boyutuyla gelir ve eğitim durumu, yaş, cinsiyet, kişisel özellikler, algılar ve tercihler gibi etkenlerin kesişiminde yer alan girişimcilik, bunların her birinin belli oranda etkisi altında şekillenmektedir. Bireyleri girişimci olmaya iten bütün bu faktörlerin etkisinde girişimcilik arzı ortaya çıkarken, diğer tarafta da girişimcilik talebini ortaya koyan fırsatlar, yine bu makro boyuttaki etkenlerle şekillenmektedir.

Bu çalışmada girişimciliği mikro düzeyde etkileyen ve motive eden faktörleri GEM verileri üzerinden bir analiz yaparak ele aldık. Shane ve Venkataraman (2000), akademik girişimcilik çalışmalarının yalnızca girişimcinin kişiliği üzerinden hareket etmesinin yanıltıcı olduğunu ve ülkeler arasındaki girişimcilik açısından oluşan farklılığı da açıklamakta yetersiz kaldığını belirtmektedir. Bu düşünceden hareketle, bireylerin kişilik özellikleri ile sahip oldukları verili demografik/ekonomik durumlarını hem farklı modellerde, hem de aynı modelde ele alarak, bu değişkenlerin girişimcilik üzerindeki etkisini ölçtük. Yaptığımız analizler sonucunda algıların girişimciliği etkilediğini, ama algılarla kurulan modelin gücünün, kimlerin girişimci *olmayacağını* doğru tahmin etmesinden geldiğini gördük. Kimin girişimci *olacağını* ise kişilerin ekonomik ve demografik verilerine bakarak daha iyi anlaşılabilceği sonucuna ulaştık. Bir başka deyişle, çalışmamızda, kişilerin algılarının girişimcilik için önemli ve gerekli olduğu, ancak girişimciliğin hayata geçmesi için yeterli olmadığı sonucu çıkmıştır. Çünkü algılar ve kişilik özellikleri girişimcilik için ne kadar uygun olursa olsunlar, 1- uygun fırsatların yokluğu halinde; 2- bu fırsatları algılayabilecek donanımı sağlayacak asgari bir eğitime bireylerin sahip olmamaları halinde; 3- Bu fırsatları girişimciliğe dönüştürmekte kullanılacak bir sermaye ve gelire sahip olmamaları halinde, girişimciliğin ortaya çıkma ihtimali düşmektedir. Yani bireyler yeteneklerine güveniyor, fırsat algısı taşıyor olsalar bile, girişimci fikirlerini hayata geçirebilmek için gereken sermaye için gelir, belli bir eğitim gibi enstrümanlara da sahip olmaları gerekmektedir.

Analizler sonucunda girişimcilerin demografik özelliklerine baktığımızda, genel girişimci profilinde genç ve erkeklerin ağırlık kazandığı görülmektedir. Yaş ve cinsiyet bakımından bu sonuç literatürdeki diğer çalışmalarla uyumludur (Levesque ve Minniti 2006; Reynolds v.d., 2003; Bosma ve Kelley, 2018; Arenius ve Minniti, 2005). Eğitimin girişimcilik üzerindeki etkisine bakıldığında ortaöğretimini tamamlayanların diğer eğitim seviyelerine göre en yüksek girişimci olma ihtimalini taşıdığı sonucu çıkmıştır. Eğitim değişkeni farklı modellerde zaman zaman istatistiksel açıdan anlamlı sonuç vermese de bulduğumuz sonuç genel olarak literatürdeki çalışmalar tarafından da desteklenmektedir (Kara, 2014; Oosterbeek, van Praag ve Ijsselstein 2010; Reynolds, Hay ve Camp, 1999).

Ekonomik değişkenlere bakıldığında gelir arttıkça girişimciliğin arttığı sonucu çıkmıştır. Bu sonuç, gelirin önce girişimciliği arttıracak, sonra azaltacak biçimindeki hipotezimizi geçersiz kılmıştır. Girişimcilik literatüründe gelirle ilgili yapılan çalışmaların sonuçları çeşitlilik arz etmektedir. Örneğin Arenius ve Minniti (2005), 28 ülkenin verilerinden yola çıkarak yaptıkları çalışmada gelirin girişimcilik üzerindeki etkisinin, orta gelirden yukarı ve aşağı inildikçe azaldığını bulmuşlardır. Özdemir ve Karadeniz (2011)'in ampirik çalışması ise bizim sonucumuzla uyumludur.

Kişileri girişimci olmaya iten algısal faktörlere bakıldığında yeteneklerine güvenmenin yüksek bir oranda öne çıktığı görülmektedir. Yeteneklerine güvenmenin diğerlerine göre girişimci olma ihtimali 3,7 kat artmaktadır. Bu sonuç teorik ve ampirik literatür tarafından da desteklenmektedir (Verheul v.d., 2001; Arenius ve Minniti, 2005). "Yeteneklerine güven" değişkenini, "başka girişimcileri tanıma" izlemektedir. Başka bir girişimciyi şahsen tanıyan insanların girişimci olma ihtimalinin diğerlerine göre 2 kat arttığı sonucu çıkmıştır. Başka girişimcileri tanımanın bireylere rol model sunduğu ve bu yolla onları etkilediği yapılan diğer çalışmalar tarafından da ifade edilmektedir (Bosma ve Kelley, 2018).

Fırsat algısı da üçüncü sırada girişimci olmakta önemli bir motivasyon kaynağı olarak öne çıkmaktadır. Fırsat, girişimciliğin üzerine oturduğu en önemli ayaklardan olarak görülmektedir. Fırsat algısının da girişimciliği arttırdığı önceki çalışmalar tarafından ortaya konmuştur (Arenius ve Minniti, 2005; Özdemir ve Karadeniz,

2011). Başarısızlık korkusunun ise girişimcilik olma durumunu olumsuz yönde etkilediği görülmektedir.

Çalışmadan politika yapıcılarının dikkate alabileceği bir dizi sonuç çıkmıştır. Örneğin gerek literatürde, gerek bu çalışmanın sonucunda bireylerin girişimcilikte karşılaştığı sorunlardan birinin finansman sıkıntısı olduğu ortadadır. Nitekim çıkan sonuçlarda gelir arttıkça girişimciliğin artıyor olması bize göre dış finansman bulma sıkıntısını da gösterir niteliktedir. Çünkü bireyler dış finansman bulamamakta, dolayısıyla büyük oranda kendi öz kaynaklarını kullanarak girişimci bir faaliyette bulunmaktadırlar. Bu da gelir arttıkça girişimciliğin arttığı biçiminde bir sonuçla karşımıza çıkmaktadır.

Çalışma algısal değişkenlerin girişimcilik üzerinde etkili olduğunu göstermiştir. Bunların bir kısmı doğuştan gelen kişilik özellikleri olarak değiştirilmesi son derece zor değişkenler iken bir kısmı eğitim yoluyla değiştirilebilir niteliktedir.

Son olarak elbette girişimcilik mutlak iyi bir şey olarak görülmemeli, Baumol (1990)'un belirttiği gibi verimli, verimsiz ve hatta zaman zaman yıkıcı olabilmektedir. Dolayısıyla girişimciliğin verimli ve üretken yanına işlerlik kazandırabilmek için gereken düzenlemelerin de yapılması gerekmektedir.

Bu çalışmanın kısıtlarından biri şüphesiz ankete cevap veren katılımcılardan girişimci olanların ne tür bir girişimci olduğunun bilinmemesidir. Örneğin girişimci olarak ele alınan kişi zorunluluktan, iş bulamadığından, ya da mevcut çalışma koşullarından memnuniyetsizlikten, daha fazla para kazanmak için ya da karşısına çıkan bir fırsatı değerlendirmek için yenilikçi bir saikle girişimciliğe yönelmiş olabilmektedir. Bunların farklı girişimcilik türleri olarak farklı biçimlerde ele alınabilmesi bizi girişimcilik olgusunu daha iyi kavramaya ve daha doğru sonuçlar bulmaya götürecektir.

KAYNAKÇA

- Alexander, A.P.: 1960 “Industrial Entrepreneurship in Turkey: Origins and Growth”, **Economic Development and Cultural Change**, Vol. VIII, No. 4, pp. 349-365.
- Arenius, P., M. Minniti: 2005 “Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship”, **Small Business Economics**, Vol. XXIV, Issue 3, pp. 233-247.
- Arrow, K. J. : 2000 “Innovation in Large and Small Firms”, **Entrepreneurship: The Social Science View**, Ed. Richard Swedberg. Oxford University Press.
- Audretsch, D.B., M. A. Carree, A.R. Thurik: 2001 “Does entrepreneurship reduce unemployment?”, **Tinbergen Institute Discussion Paper**, TI01-074/3, Erasmus University Rotterdam.
- Balaban, Ö., Y. Özdemir: 2008 “Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt III, Sayı 2, s.133-147.
- Baloğlu, B.: 1987 “Türkiye’de Teşebbüs Faktörü ve Müteşebbisler”, doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Baumol, W.J.: 1990 “Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive”, **Journal of Business Venturing**, Vol. XI, Issue 1, pp. 3-22.

- Blaug, M.: 2000 “Entrepreneurship Before and after Schumpeter”, **Entrepreneurship: The Social Science View**, ed. Richard Swedberg, p. 76-88.
- Bosma, N., D. Kelley: 2018 “Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report”, (çevrimiçi) <https://www.gemconsortium.org/report>. (Mart 2019)
- Bosma, N., R. Harding: 2007 Global Entrepreneurship Monitor 2006 Summary Results, (çevrimiçi) <https://www.gemconsortium.org/report>. (Kasım 2018)
- Bozkurt, Ö. v.d.: 2012 “Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, sayı 15, s.229-247.
- Bozkurt, V., Ş. Baştürk: 2009 “Kobi Girişimcilerinde Risk ve Belirsizlik Algıları: Bursa Örneği”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, Cilt: 64-Sayı:2.
- Carree, M., A. van Stel, R. Thurik, S. Wennekers: 2002 “Economic Development and Business Ownership: An Analysis Using Data of 23 OECD Countries in the Period 1976–1996”, **Small Business Economics**, Volume XIX, Issue 3, pp. 271–290.
- Çetindamar, D. v.d.: 2012 “What the numbers tell: The impact of human, family and financial capital on women and men’s entry into entrepreneurship in Turkey”,

Entrepreneurship & Regional Development,
Volume XXIV, Issue 1-2, pp. 29-51.

- Çetindamar, D.: 2002 “Türkiye’de girişimcilik”, İstanbul, Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği.
- Eser, G., M. Yıldız: 2015 “Türkiye’de Girişimcilik Araştırmalarının Odağı Nedir? – Yazın Üzerine Bir İnceleme”, **Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi**, Cilt XI, Sayı 43, s.91-117.
- Granovetter, M.: 2000 “The Economic Sociology of Firms and Entrepreneurs”, **Entrepreneurship: The Social Science View**, ed. Richard Swedber, pp.244-275.
- Gürol, Y., N. Atsan: 2006 "Entrepreneurial characteristics amongst university students", **Education + Training**, Vol. XLVIII, No. 1, pp. 25-38.
- Hébert, R.F., A.N. Link: 1989 “In Search of the Meaning of Entrepreneurship”, **Small Business Economics**, Volume I, Issue 1, pp 39–49.
- Kara, A.: 2014 “Linking Institutional, Economic, Technological and Cultural Context to Entrepreneurship in Regions of Europe”, dissertation, Florida, Florida Atlantic University.
- Karabey, C.N.: 2009 “Girişimcilikte Fırsat Tanımlamayı Etkileyen Bireysel Faktörler: Beşeri ve Sosyal Sermaye Perspektifi”, doktora tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

- Karaca, M.: 2015 "Girişimciliği Belirleyen Kişilik Özellikleri", doktora tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Kozan M., D. Öksoy, O. Özsoy: 2006 "Growth plans of small business in Turkey: Individual and environmental influences", **Journal of Small Business Management**, Vol. XLIV, Issue 1, pp.114–129.
- Kunday, Ö.K.: 2008 "Effect of Personal Characteristics and Gender on Entrepreneurship and Innovativeness: A Comparative Study on Turkish Entrepreneurs", doktora tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Levesque, M, M. Minniti: 2006 "The effect of aging on entrepreneurial behavior" **Journal of Business Venturing**, Volume XXI, Issue 2, pp. 177-194.
- Oosterbeek, H., M. van Praag, A. Ijsselstein: 2010 "The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation", **European Economic Review**, Volume LIV, Issue 3, pp. 442-454.
- Öner, M.A., Ö. Kunday: 2016 "A study on Schumpeterian and Kirznerian entrepreneurship in Turkey: 2006–2013", **Technological Forecasting and Social Change**, Volume CII, pp. 62-71.
- Özdemir, Ö., Karadeniz, E. (2011) "Investigating the factors affecting total entrepreneurial activities in Turkey", **METU Studies in Development**, 38 (December), 2011, 275-290.

- Özkan, Ş., F. Gündoğdu, S. Emsen, H. Aksu: 2003 “Türkiye’de Girişimcilik ve Belirleyicileri: “Marmara ve Doğu Anadolu Bölgesi Üzerine Bir Uygulama”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, Cilt:LVIII, Sayı: 4, s.145-172.
- Reynolds, R.D., M. Hay, S. M. Camp: 1999 “Global Entrepreneurship Monitor 1999 Executive Report”, (çevrimiçi) <https://www.gemconsortium.org/report> (Ocak 2019)
- Reynolds, P. D., v.d.: 2001 “Global Entrepreneurship Monitor 2001 Executive Report”, (çevrimiçi) <https://www.gemconsortium.org/report> (Şubat 2019)
- Reynolds v.d.: 2003 “Global Entrepreneurship Monitor 2003 Executive Report”, (çevrimiçi) <https://www.gemconsortium.org/report> (Ocak 2019)
- Schumpeter, J.: 2000 “Entrepreneurship as Innovation”, **Entrepreneurship: The Social Science View**, ed. Richard Swedberg, p. 51-75.
- Shane, S., S. Venkataraman:2000 “The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research”, **Academy of Management Review**, Vol. XXV, No: 1, pp. 217-226.
- Sönmez, A., A. Toksoy: 2015 “Türkiye’de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz”, **Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: XXI, Sayı: 2, s. 41-58.

- Swedberg, R.: 2013 “The Social Science View of Entrepreneurship: Introduction and Practical Applications”, **The Entrepreneurship: Social Science View**, ed. Richard Swedberg, pp. 7-44.
- Vardar, A.: 2018 “Girişimcilik Niyetine Etki Eden Değişkenlerin Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Analizi: Açıköğretim Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma”, doktora tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Verheul, I. S. Wennekers, D. Audretsch, R. Thurik: 2001 “An Eclectic Theory of Entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture”, **Entrepreneurship: Determinants and policy in a European-US comparison**, pp. 11-81.
- Yetim, N.: 2002 “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”, **Ege Academic Review**, Volume II, Issue 2, pp. 79 – 92.
- Wennekers, A.R.M., L.M. Uhlaner, A.R. Thurik: 2002 “Entrepreneurship and its Conditions: a Macro Perspective” **International Journal of Entrepreneurship Education (IJEE)**, Volume I, Issue 1, p. 25- 64.