

**T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ BİLİM DALI**

**TURİZM SEKTÖRÜNDE GİRİŞİMCİLİK
MOTİVASYONU: YERLEŞİK VE GÖÇMEN
GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI BİR
ANALİZ**

METİN GÜLAL

DOKTORA TEZİ

**DANIŞMAN:
PROF. DR. H. BAHADIR AKIN**

KONYA-2023



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	Metin GÜLAL		
	Numarası	148112013004		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans		
		Doktora	X	
	Tezin Adı	Turizm Sektöründe Girişimcilik Motivasyonu: Yerleşik ve Göçmen Girişimciler Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz		

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Metin GÜLAL



ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	Metin GÜLAL		
	Numarası	148112013004		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans		
		Doktora	X	
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. H. Bahadır AKIN		
	Tezin Adı	Turizm Sektöründe Girişimcilik Motivasyonu: Yerleşik ve Göçmen Girişimciler Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz		

Yapılan bu çalışma ile turizm sektöründe ve turizm ile dolaylı ilişkili sektörlerde bulunan işletmelerde yerleşik ve göçmen girişimcilerin yapmış oldukları girişimcilik faaliyetlerinde hangi Girişimcilik Motivasyonu Kaynakları ile işe başladıklarını tespit etmek amaçlanmıştır. Araştırma, Ağustos-Aralık 2021 tarihleri arasında Konya il merkezinde bulunan turizm sektöründe ve turizm ile dolaylı ilişkili sektörlerde hizmet veren yerleşik ve göçmen 478 girişimci ile yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının, Fırsat Odaklı Motivasyon, Bağımsızlık Odaklı Motivasyon, Maddiyat Odaklı Motivasyon ve Lüks Hayat Odaklı Motivasyon alt boyutlarında olduğu ve yerleşik ve göçmen girişimcilerin girişimcilik motivasyonları arasında Bağımsızlık Odaklı Motivasyon alt boyutunda anlamlı farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer alt boyutlarda ise yerleşik ve göçmen girişimciler arasında anlamlı farklılığın oluşmadığı tespit edilmiştir. Araştırmada oluşan bu sonuçlar, yerleşik ve göçmen girişimcilerin herkesin yaptığından farklı şeyler peşinden giden, özgür ve bağımsız duruşunu önemseyen, alışılmışın dışında girişimlerin öncüsü olma niyetini ortaya koyan Bağımsızlık Odaklı Girişimcilik motivasyonlarında farklılaştıklarını ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Motivasyonu, Göçmen Girişimci, Turizm Sektörü, Göç



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü

ABSTRACT

Author' s	Name and Surname	Metin GÜLAL		
	Student Number	148112013004		
	Department	Tourism Management		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)		
		Doctoral Degree (Ph.D.)	X	
	Supervisor	Prof. Dr. Hilmi Bahadır AKIN		
	Title of the Thesis/Dissertation	Entrepreneurship Motivation in the Tourism Sector: A Comparative Analysis on Resident and Migrant Entrepreneurs.		

The aim of this study is to determine the Entrepreneurship Motivation Sources of the resident and migrant entrepreneurs in the tourism sector and in the sectors indirectly related to tourism. The research was conducted face-to-face with 478 resident and migrant entrepreneurs serving in the tourism sector and indirectly related sectors with tourism in the city center of Konya between August and December 2021. As a result of the research, it was concluded that Entrepreneurship Motivation Sources are formed in the sub-dimensions of Opportunity-Oriented Motivation, Independence-Oriented Motivation, Material-Oriented Motivation and Luxury Life-Oriented Motivation and that there are significant differences in the Independence-Oriented Motivation sub-dimension between the entrepreneurship motivations of established and immigrant entrepreneurs. In other sub-dimensions, it was found that there was no significant difference between resident and migrant entrepreneurs. These results of the research revealed that resident and migrant entrepreneurs differed in their motivations for Independence-Oriented Entrepreneurship, which pursued different things than everyone else does, cared about their free and independent stance, and revealed their intention to be the pioneer of unusual initiatives.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Motivasyonu, Göçmen Girişimci, Turizm Sektörü, Göç

Keywords: Entrepreneurship Motivation, Migrant Entrepreneur, Tourism Sector, Migration

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	ix
KISALTMALAR LİSTESİ	x
ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR.....	xi
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	4
GİRİŞİM VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMLARI	4
1.1. Girişimciliğin Tanımı.....	4
1.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	7
1.3. Girişimci Kişiliğin Özellikleri	8
1.3.1. Yaratıcılık.....	9
1.3.2. Yenilikçilik / İnovasyon.....	10
1.3.3. Başarı İhtiyacı Duymak	10
1.3.4. Kendine Güvenmek.....	10
1.3.5. Risk Alabilmek	11
1.4. Girişimciliğin Türleri.....	11
1.4.1. Kurumsal Girişimcilik.....	11
1.4.2. Sanal Girişimcilik	12
1.4.3. Sosyal Girişimcilik.....	13
1.4.4. Fırsat Girişimciliği.....	14
1.4.5. Yaratıcı Girişimcilik	14
1.4.6. İç Girişimcilik	14
İKİNCİ BÖLÜM.....	16
GİRİŞİMCİLİK MOTİVASYONUNU ETKİLEYEN FAKTÖRLER	16
2.1. Kişisel Faktörler.....	16
2.1.1. Cinsiyet ve Yaş Etkisi	16
2.1.2. Medeni Durum Etkisi.....	17
2.1.3. Eğitim Etkisi	18
2.2. Sosyal Faktörler	19
2.2.1. Aile Etkisi	19
2.2.2. Çevresel ve Kültürel Etki.....	21
2.3. Davranışsal Faktörler	22
2.3.1. Başarma İhtiyacı Etkisi.....	22

2.3.2. Kendine Güven Etkisi	24
2.3.3. Risk Alma Etkisi	24
2.3.4. Yenilikçi Olma İsteği Etkisi.....	25
2.3.5. Güç ve Bağlanma İhtiyacı Etkisi	26
2.3.6. Statü Kazanma ve Kendini Gerçekleştirme Etkisi.....	27
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	29
GÖÇ VE GÖÇMENLİK KAVRAMLARI.....	29
3.1. Göç Kavramı	29
3.2. Göç Çeşitleri	30
3.2.1. İç Göç	30
3.2.2. Dış Göç	31
3.3. Göçmen Kavramı ve Türleri	33
3.3.1 Düzensiz Göçmenler	33
3.3.2. Vasıflı Göçmenler	35
3.3.3. Geçici Göçmenler	36
3.3.4. Zorunlu Göçmenler	36
3.3.5. Sığınmacılar ve Mülteciler.....	38
3.4. Göç Kuramları.....	39
3.4.1. Kesişen Fırsatlar Kuramı	39
3.4.2. Petersen Göç Kuramı	39
3.4.3. İtme Çekme Kuramı.....	41
3.4.4. İlişkiler Ağı Kuramı	42
3.4.5. Göç Sistemleri Kuramı.....	43
3.4.6. Ravenstein Göç Kuramı	44
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	45
GÖÇMEN GİRİŞİMCİLİĞİ	45
4.1. Göçmen Girişimciliği Kavramı ve Tanımı	45
4.2. Göçmen Girişimciliğinin Gelişimi.....	48
4.3. Göçmen Girişimciliği Modelleri.....	51
4.3.1. Etkileşim Modeli.....	54
4.3.2. Sahiplik Modeli.....	57
4.3.3. Karma Yerleşik Model.....	59
BEŞİNCİ BÖLÜM.....	62
ARAŞTIRMA VE BULGULAR	62
5.1. Konya İlinde Turizm Olgusu ve Göçmen Girişimciliği.....	62
5.2. Araştırmanın Konusu ile İlgili Yapılan Çalışmalar	64
5.3. Araştırmanın Amacı ve Önemi	66
5.4. Araştırmanın Yöntemi.....	67
5.5. Evren ve Örneklem	67
5.6. Araştırma Sorusu, Veri Toplama Aracı ve Ölçekler.....	69
5.7. Ölçek Geçerlilik ve Güvenilirlik Sonuçları	72
5.8. Araştırma Bulguları.....	76
5.9. Demografik Özelliklere İlişkin Sonuçlar	76
5.10. Hipotezler ve Karşılaştırma Analizi Sonuçları	86
5.11. Tartışma ve Değerlendirme.....	98

SONUÇ ve ÖNERİ	100
-----------------------------	------------

KAYNAKLAR	105
EK-1: Anket Formu.....	123
EK-2: Etik Kurul İzni.....	130



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 5.1. Konya’da Bulunan Turizm İşletme Belgeli Oteller (2022).....	63
Tablo 5.2. Konya’ya Taşınma Zamanına Göre Yerleşik, Yerli ve Yabancı Göçmen Ayrımı.....	67
Tablo 5.3. Girişimcilik Motivasyon Kaynakları Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları (n=478).....	73
Tablo 5.4. Boyutlara İlişkin Toplam Korelasyon Değerleri.....	74
Tablo 5.5. Girişimcilik Motivasyon Kaynakları Ölçeği ve Alt Boyutlarına İlişkin Tanıtıcı İstatistikler	76
Tablo 5.6. İşletmeye İlişkin Bilgilerin Tanıtıcı İstatistikleri	77
Tablo 5.7. İşletme Sahibine İlişkin Özelliklerin Tanıtıcı İstatistikleri	79
Tablo 5.8. Kişinin Mülkiyet Durumuna ve İşletme Ciroşuna İlişkin İstatistikler	80
Tablo 5.9. Anket Yapılan Sektörlere İlişkin Tanıtıcı İstatistikleri	81
Tablo 5.10. Girişimcilerin Yerleşik ve Göçmen Olma Durumları ve Faaliyet Gösterdikleri Sektörlere İlişkin Tanıtıcı İstatistikleri	83
Tablo 5.11. Girişimcinin İş Kurarken Destek Aldığı Yerlere İlişkin Tanıtıcı İstatistikler	83
Tablo 5.12. İş Kurmada Temel Motivasyon.....	85
Tablo 5.13. Girişimcilik Motivasyon Kaynakları Ölçeği ile Yerleşik ve Göçmen Girişimci İlişkisi.....	89
Tablo 5.14. Turizm Sektörü ile Dolaylı İlişkili İşletmelerinde Faaliyet Göstermeleri Bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynakları Alt Boyutları.....	90
Tablo 5.15. Girişimcilerin Eğitim Durumları Bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynakları Alt Boyutları.....	91
Tablo 5.16. Girişimcilerin Ailelerinin Geldiği Yer Bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynakları Alt Boyutları.....	92
Tablo 5.17. Girişimcilerin Çalıştıkları Sektör Geçmişi Bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynakları.....	93
Tablo 5.18. Girişimcilerin Yaşları Bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynakları Alt Boyutları.....	95
Tablo 5.19. Girişimcilerin Cinsiyeti Bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynakları Alt Boyutları.....	96
Tablo 5.20. Araştırma Hipotezleri Özet Sonuçları.....	97

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1. Zorunlu Göç Modeli	37
Şekil 3.2. İşe Etkileyen Engeller ile Yaşanan ve Göç Edilen Yerlerdeki Faktörler ..	41
Şekil 4.1. Etnik Girişimciliğin Meydana Gelme Süreci.....	55



KISALTMALAR LİSTESİ

OECD	:Organisation for Economic Co-operation and Development
ABD	:Amerika Birleşik Devletleri
TÜSİAD	:Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği
BM	:Birleşmiş Milletler
IOM	:International Organization for Migration
ILO	:International Labour Organization
İHEB	:İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi
TDK	:Türk Dil Kurumu
BMMYK	:Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği
KMO	:Kaiser-Meyer-Olkin Ölçütü
GEM	:Global Entrepreneurship Monitor

ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR

Çalışmamın hayata geçirilmesinde, değerli bilgilerini benimle paylaşan, emeğimi doğru ve etkin bir şekilde yönlendirmek için derin akademik tecrübesi ile bana rehberlik eden, zor koşullarda dahi motivasyonumu sürdürmem için yapıcı iletişim iklimini bozmayan, öğrencisi olmayı büyük bir şans olarak gördüğüm kıymetli danışman hocam Prof. Dr. H. Bahadır AKIN'a minnet ve saygılarımı arz ederim. Yine çalışmamda konu, kaynak ve yöntem açısından ihtiyaç duyduğumda yardım edip yol gösteren Doç. Dr. Yılmaz SEÇİM ve Doç. Dr. Kevser ÇINAR hocalarıma teşekkürlerimi sunarım.

Araştırmamın her aşamasında, desteğini ve güvenini benden hiçbir zaman esirgemeyen, zor zamanlarda sabrı ve hoşgörüsü ile bana güç veren sevgili eşim Emine'ye sonsuz teşekkürler. Çalışmalarım esnasında istemeden kendisine yaşattığım ilgisiz zamanları neşesi ve içten sevgisi ile bana hissettirmeyen güzel yürekli oğlum ilk göz aydınlığım Kerem'e ve bu süreçte dünyaya gelen ailemizin yeni üyesi Eren'e de sonsuz sevgiler.

Son olarak, bugünlere gelmemde büyük emeğe sahip değerli anneme minnetlerimi sunarım. Aramızdan ayrıldıktan sonra hayatımda her zaman eksikliğini hissettiğim, özlem ve hasret ile andığım rahmetli babama hayata dair bana öğrettiklerinden dolayı şükranlarımı sunar, bu çalışmamı şahsına ithaf ederim.

Metin GÜLAL
KONYA-2023

GİRİŞ

Girişimcilik, ekonomik etkileri bakımından irdelendiğinde ülkelerin akademi ve iş çevreleri tarafından kalkınmanın temel kaynaklarından biri olarak görülmektedir. Girişimciliği ekonomik politikaların ayrılmaz bir parçası olarak gören iktisatçılar, ülkelerin kalkınmasında, istihdam sorunlarının çözümünde, büyük ve rekabetçi pazarlarda yer almada girişimciliğin önemli rol oynadığına vurgu yapmışlardır. Girişimciliğin, ülkelerin hem mikro hem de makro ekonomik dinamiklerine olan bu etkisi onu her kalkınma stratejisinde, geleceğe yönelik bütün yapısal kararlarda kritik aşamalarda değerlendirilmesine neden olmuştur. Yeni düşüncelerin, buluşların ve fikirlerin ortaya çıkarılıp hayata geçirilmesi ile mal ve hizmetlerin oluşturulması bunun yanında toplumsal yaşamında daha iyi bir seviyeye getirilmesi, birbirleri ile doğrudan ilişkili bir durumdur. Başarılı olan girişimler, bireylere iş fırsatları yaratmakta ve toplumsal refahın gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Bu kapsamda; bireylerin girişimcilik farkındalıklarının oluşturulması, girişimcilik motivasyonunun arttırılması ve girişimciliğe dair unsurların yaygınlaştırılması gibi düzenlemeler neredeyse bütün ülkelerin ekonomilerinde görülmektedir. Günümüzde risk olarak olanakları inceleyen, yeni ürün, mal ve hizmetleri müşteri ile buluşturarak kar elde edilmesini sağlayan bireyler, girişimci olarak ifade edilmektedir. İşletmeler tarafından insan unsurunun ön plana çıkarılması ile önemi irdelenen motivasyon; ticari işletmelerde modern yönetim anlayışlarının oluşturulmasında etkili olan parametrelerden birisi olarak kabul edilmektedir. Belli bir amacı gerçekleştirebilmek adına bir arada bulunan bireylerin koordine edilmesi, yönlendirilmesi, uyumlaştırılması ve katılımcı bir ortam oluşturulması için yapılan çaba ve uğraşların tamamını motivasyon olarak ifade edebiliriz. Motivasyon kavramı işletmeler için örgüt yapısında yönetim motivasyonu kuramları altında değerlendirilmektedir. Yönetim motivasyonun önemini ise iki temel unsur açıklamaktadır. Bunlardan birincisi, girişimcilik ruhunun olması iken ikincisi ise girişimcilik güdüsünün olması olarak açıklanmaktadır. Girişimcilik motivasyonu, “girişimcilerin belirli amaçlarını gerçekleştirebilmek için türlü güdüler ile

isteklendirilmesi” olarak tanımlanmakta ve bu tanımdaki güdü; istekler, gereksinimler, arzular, ilgi ve dürtüler olarak ifade edilmektedir (Cüceloğlu, 1996: 229). Böylece girişimcilik motivasyonunun, belirli bir hedefe ulaşma arzusunda olan kişinin kendisinde hissettiği güdüleyici durumu ve amaca ulaşmak için yapılan davranışları içerdiğini söyleyebiliriz.

Bir ülke içerisinde göçmen olan bütün gruplar tarafından gerçekleştirilen girişimciliğe, göçmen girişimciliği kavramı ile atıf yapılmaktadır (Aldrich ve Waldinger, 1990: 119). Girişimcilik faaliyetinin önemli bir türü olan göçmen girişimciliği kavramı da, dünyada büyüyen ekonomiler ve artan girişimcilik yaklaşımına paralel olarak son yıllarda daha fazla dikkat çeker hale gelmiştir. Göç olgusunun meydana gelmesi ile farklı coğrafyalardan gelen göçmenlerin, bulundukları ülkelerde çalışıp iş sahibi olarak hayatta kalmaya çalışmaları, göçmen girişimciliğine ilginin temel motivasyonlarından biri olmuş, bu alanda araştırmaların yoğunlaşması gözlemlenmiştir.

Bulundukları ülkeleri genellikle ekonomik nedenlerden ötürü kendi istekleriyle yasal olarak terk edip başka bir ülkeye yetkililerin izni ile giriş yapan ve o ülkenin geçerli yasaları bünyesinde yaşayan bireyler için genel anlamda göçmen ifadesi kullanılmakla birlikte, göç ve göçmen kelimelerine uluslararası camiada, akademide ve çeşitli ortamlarda geniş ve dar tanımlamalar, anlamlar yüklenmektedir. Kimi zaman sığınmacı, mülteci, göçmen kavramları net şekilde ayrıştırılmakta, kimi zaman bu tanım farklılıkları bulanık hale gelmektedir. Bu çalışmada, Türkçede de yaygın ve yerleşik haliyle göçmen ifadesi, herhangi bir sebeple gönüllü ya da zorla ülke içi ya da dışına hareket eden bireyler için kullanılacak, üçüncü bölümde konuya ilişkin detaylı açıklama ve tanımlar aktarılacaktır.

Göçmen girişimciliğini incelemek açısından bakıldığında, girişimcilik faaliyetlerini göç ettikleri ülkelerde gerçekleştiren, bu ülkelerdeki girişimcilik faaliyetleri neticesinde oluşan sosyal ve ekonomik değerlerin bir kısmının göçmenler tarafından ortaya çıkarılması sürecini göçmen girişimciliği olarak belirtebiliriz. Stratejik ve küresel düşünceyle üretim faktörlerinin bir arada olmasını sağlayan, yönetim ve riski üstlenen, yenilik ve değişimlere açık, son hedefi gelişme ve büyüme olan bireyler göçmen girişimci olarak ifade edilmektedir (Sinnya ve Parajuli, 2012: 6).

Diğer yandan girişimci işletmeler, turizm sektöründe de nitelikli ve sürekli büyümeyi teşvik eden önemli unsurlar arasındadır. Nitekim, girişimcilerin faaliyette bulundukları sektörlerde meydana getirdikleri yenilikçi, büyüme ve süreklilik odaklı ekonomik katkıları, turizm sektöründe yapılan girişimcilik faaliyetlerinin sonucunda da görmektediriz. Bu bakımdan girişimcilerin, turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu faaliyet alanlarında yapmış oldukları konaklama, yeme-içme mekanları, turizm acentaları, seyahat işletmeleri vb. yatırımlar, turizm destinasyonlarının alt yapı kalitesini arttırırken aynı zamanda turizm sektörünün önemli ölçüde gelişmesine de katkı sunmaktadır.

Yapılan çalışma da girişimcilik motivasyonu kaynaklarının girişimcilik niyetine etkileri incelenmekte olup yerleşik ve göçmen girişimciler üzerine karşılaştırılmalı bir analiz yapılmıştır. Bu kapsamda çalışma 5 bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde, girişim ve girişimcilik kavramı farklı bakış açıları ile irdelenmiş, tanımların izahatları yapılmıştır. Sonrasında girişimciliğin tarihsel gelişimi üzerine değerlendirmeler yapılmış ve girişimci kişiliğin özellikleri ile girişimciliğin türleri detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Araştırmanın ikinci bölümünde, girişimcilik motivasyonunu etkileyen faktörler farklı başlıklar altında incelenmiştir. Üçüncü bölümde ise, göç ve göçmenlik kavramları, göç çeşitleri ve göç kuramlarına değinilmiş ve detaylı anlatımlar ile kavramlar izah edilmiştir. Dördüncü bölümde göçmen girişimciliği kavramı anlatılmış ve göçmen girişimciliğinin gelişimi ile göçmen girişimciliği modelleri hakkında detaylı bilgiler verilmiştir. Araştırmanın beşinci ve son bölümünde ise; çalışmanın uygulama kısmı yer almaktadır. Bu kapsamda yerleşik ve göçmen girişimcilerin girişimcilik motivasyonlarını ölçmek amacıyla karşılaştırmalı analizler yapılmış ve bu analizler açıklanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİM VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMLARI

Tezin bu bölümünde girişim ve girişimcilik kavramı önce kavramsal çerçevede anlatılmaya çalışılmış, sonrasında girişimciliğin tarihsel gelişimi hakkında bilgiler verilmiştir. Son bölümlerde girişimci kişinin özellikleri ele alınmış ve girişimciliğin türleri hakkında detaylı bilgiler verilmiştir.

1.1. Girişimciliğin Tanımı

Girişimcilik özellikle 1980’li yılların ikinci yarısından itibaren ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmelerin de etkisiyle tüm dünyada popüler hale gelmeye başlamıştır. 1990’larda Sovyet blokunun dağılmasından sonra ise hem bu bölgede hem de dağılan blokun etkisi altındaki farklı bölgelerde farklılaşan ekonomik politikalar, girişimcilik anlayışının daha da hız kazanmasına katkı sağlamıştır. Ülkeler kalkınma stratejilerinde girişimciliğe ağırlıklı olarak yer vermeye başlamışlardır. Böylece girişimcilik, yalnızca gelişmiş ülkelerde değil aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde de kalkınmanın temel kaynaklarından biri haline gelmiştir. Birçok ülke girişimciliğin yaygınlaşması için ekonomik ve sosyal teşvik programları uygulamaya başlamıştır.

Küresel Girişimcilik Monitörü (GEM), yayımlamış olduğu raporlarda, küresel ölçekte girişimcilik faaliyetlerinin büyük oranda arttığını belirtmektedir. Açıklanan raporlara göre dünyada halihazırda milyonlarca aktif girişimci olduğu aynı zamanda çok sayıda girişimcinin de girişimcilik faaliyetlerine hazırlık aşamasında olduğu ifade edilmektedir. Bu sayede her gün binlerce iş fikri ortaya çıkmakta ve oluşan fikirlerin bir kısmı zamanla dünya genelinde faaliyet gösteren büyük işletmeler haline dönüşmektedir. Girişimci, tüm bu sürecin arkasındaki aktör olarak rol oynar ve onun teknolojik unsurları keşfetme atılımları, yenilikçi ticari fırsatların teknoloji transferini teşvik etmekte ve ekonomik büyümeye katkı sağlar (Braunerhjelm vd., 2010: 108). Bir anlamda irili ufaklı, değişik motivasyonlarla hareket eden girişimciler ekonomik hayatın canlılığı ve sürekliliğinin temel unsurlarıdır.

Girişimcilik pek çok farklı bakış açısından tanımlanan bir kavramdır. Peter Drucker (1985: 68), girişimciyi; yeni müşteri kitlesi ve yeni pazarın oluşturulmasını

sağlayarak mal ve hizmetleri standartlaştıran, yönetime dair teknik kavramları uygulayan birey olarak görürken, girişimcilik mevcut fırsatların görülmesi ve değerlendirilmesi, fırsatların elde edilmesi için benzersiz ürünlerin ortaya çıkarılması amacıyla yeni bir işin kurulması, geliştirilmesi, mal ya da hizmet üretilmesi süreçleri (Thomas ve Mueller, 2000: 289), kişisel, toplumsal ve aynı zamanda ekonomik riskleri de göz önünde bulundurarak, farklı ve yeni olan bir ürün, mal ya da hizmetin emek ve zaman harcanarak oluşturulma süreci (Coulter, 2001: 32), değer yaratılması ve kazanç sağlanabilmesi amacıyla çevresindeki değişimi, teknolojiyi, yeniliği ve gelişimi takip ederek bu unsurları yaratıcı fikirler ile bir araya getirerek yeni ürünlerin oluşturulması aynı zamanda ekonomiye ve topluma da hizmette bulunma süreçleri (Bird, 1988: 443) şeklinde daha çok fırsatları ortaya çıkarma, değer yaratma ve ekonomik fayda sağlama vurgularıyla tanımlanır. Daha geniş bir açıdan bakılırsa, Lotulung vd., (2018: 40), girişimciliği tanımlarken 6 temel unsuru ifade etmektedir:

1. Süreç, hedef, ipucu, taktik, itici güç, kaynak ve iş sonuçları olarak gerçekleştirilen girişimcilik; bir davranışlar bütünü somutlaşmasıdır.
2. Girişimcilik, değişik ve yeni şeylerin oluşturulma yeteneğidir
3. Girişimcilik, problemlerin çözülmesinde yaratıcı olma ve inovasyon uygulamalarının yapılması sonucunda iş süreçlerinde iyileştirme fırsatlarının bulunmasıdır.
4. Girişimcilik, bir işin başlatılması ve geliştirilmesi için gereken unsurlar bütünüdür.
5. Girişimcilik, faydalı ve yeni şeylerin uygulanması ve daha fazlasına ulaşma süreçleridir.
6. Girişimcilik, rekabet avantajı sağlayabilmek için kaynakların farklı ve yeni yöntemlerle birleştirilerek katma değer yaratma çabasıdır.

Ünal (2009: 81) işlevleri açısından girişimciliği bir iş fikrini bir iş girişimine dönüştürerek üretip ticarileştirmek, diğer bireylerin gözlerinden kaçan fırsatlardan faydalanmak, potansiyeli olan yeni pazarları oluşturmak, ürünlerin üretiminin sağlanabilmesi için yeni teknolojiler geliştirmek, üretimde yeni ve potansiyel

kaynakları kullanarak, bireylerin görevlerinde kullanabilmelerini sağlamak, iş yaşamında değişiklikler yapmak, istihdamı arttırarak işsizliğin azaltılmasını sağlamak ve iktisadi kalkınmayı sağlamak şeklinde sıralamaktadır.

Girişimciler, insanların yaşam standartlarını yükseltirken, çok sayıda insanın işsizlik sorununun çözülmesine de yardımcı olur (Karabulut, 2009: 12). Bu yolla sosyal bir fayda da üreten girişimciler, bu süreçte farkında olmadan üzerlerine pek çok sorumluluk alırlar. Ulusal ekonomilerde sermayenin en yoksul kesimlere kadar yayılmasını sağlarlar ve aynı zamanda küresel rekabette bir direnç faktörü oluştururlar. Balaban ve Özdemir (2008: 30), girişimciliğin önemini üç alanda vurgulamışlardır: Yenilik, Yeni firmaların ortaya çıkması ve gelişmesi, Yeni çalışma alanlarının yaratılması. Bu tanımlardan yola çıkarak girişimcilik tanımlarını aşağıdaki başlıklar altında değerlendirmek mümkündür (Abdullaeva, 2007: 11):

- Değer Temelli Tanım: Değer (refah, istihdam) yaratan kişidir girişimci. Özellikle ekonomi temelli tanımlarda bu boyut vurgulanır.
- Kişisel Özelliklere Dayalı Tanım: Başarılı olabilen kişidir. Benzersiz bireysel becerileri ve özelliklerinin olabilmesidir. Burada girişimcinin hızlı iş yapabilen bir kişiliğe sahip olduğu belirtilmektedir. Girişimci genellikle, kritik kararları alan, liderlik ve sorumluluk üstlenerek başarı elde etmek için çok çalışan kişi olarak ifade edilir.
- Davranışsal Tanım: Gerekli kaynakları toplayabilen, risk alabilen, yenilikçi olan ve etrafındaki boşlukları ve fırsatları görerek bir girişimi harekete geçirendir. Bu tanımda özellikle girişimciliğin fırsatları değerlendirmek ve risk almak boyutları üzerinde durulmaktadır.

Tüm bunlar dikkate alındığında, genel olarak girişimciliğin avantajları (Tanrıverdi vd., 2016: 6) Özgürlük Hissiyatı, Kar elde etme, Saygı görme, Başarma hissi, Kişisel gelişime katkı ve Toplumsal fayda olarak sayılabilir. Ayrıca meslekler içerisinde en zoru olduğu söylenen girişimciliğin dezavantajları görevin ağırlığı, zarara katlanma zorunluluğu, belirsizliklerle başa çıkma, ailesine yeterince vakit ayıramama (Şen, 2015: 51) gibi hem psikolojik hem de toplumsal riskler çerçevesinde ortaya çıkmaktadır.

1.2. Girişimciliğın Tarihsel Gelişimi

İnsanlar geçimlerini, ilkel toplumlarda doğanın sunduğı kaynaklardan sağlamaktaydı ve sahibi oldukları kaynakları ise takas aracılığıyla değerlendirmektedirler (öğürü, 2016: 69). Dünyada, geçmişten günümüze kadar birçok ekonomik sistem var olmuştur. Tüm bu süreçte günümüze kıyasla daha basit mahiyette de olsa girişimcilik her zaman sınırlı kaynakların risk üstlenilerek kullanılmasıyla ilişkilendirilmiştir.

Grebel (2004: 91) girişimciliğın ne zaman ve nerede başlamış olduğuna dair net bilgilerin olmadığın, tarihin ilk zamanlarından beri risk alan ve kar elde eden bireylerin olduğunu, zamanla dünyada gerçekleşen değışimler ile kavramsal değışikliklerin ortaya çıktığını ileri sürmektedir. Doğal olarak, erken zamanlardan günümüze, ekonomik etkinliklerin artması ile girişimciliğe olan ilgi de önemli derecede artma eğilimi göstermiştir. Drayton (2002: 126), Avrupa’da Roma İmparatorluğu Dönemi’nden 18. yüzyıla kadarki süreçte, kişi başına düşen gelir oranlarında önemli bir artış görüldüğünü, 17. yüzyılda girişimcilik kavramının ortaya çıkması ile kişi başına düşen gelir oranlarında artış olduğunun gözlemlendiğini, 18. yüzyıldan günümüze kadar geçen süre zarfında da hem girişimci sayısının hem de kişi başına düşen gelir seviyesindeki artışın devam ettiğini ifade etmiştir.

Girişimcilik kavramı, endüstri ve uluslararası ticaret alanlarındaki gelişmeler ile önemli derecede değır kazanmaya başlamış; zaman içinde de girişimciliğe olan bakış açıları yenilikçiliği içeren bir yöne doğru evrilmiştir. 1934 yılında Joseph A. Schumpeter iktisat literatüründe yenilikçilik alanına önemli katkılar sunan bir bilim insanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Yenilikçi iktisadın bir öncüsü olan Schumpeter, ekonominin en önemli unsurlarından biri olarak girişimcilik kavramını belirtmiştir. Ayrıca girişimcilik kavramı ile temel sorumluluğın farklı biçimlerde yenilikler ortaya koyarak, toplumdaki refah seviyesinin arttırılmasının amaçlanması gerektiğini vurgulamıştır (Schumpeter, 2008: 22). Schumpeter girişimcilik kavramını ağırlıklı olarak yenilik ve değır oluşturma etkinlikleri ile bunun sonucunda ortaya çıkacak gelişmelere atıfla ele almıştır. Chell (2008: 110) bu durumun dönemin şartlarında devrimci bir tanımlama olarak belirtilse de 2. Dünya Savaşı şartlarında üzerinde pek durulmayan bir kavram olarak görüldüğünü söylemiştir. Fakat 1980 yılından

günümüze kadar olan süreçte, yenilik ve girişimcilik kavramları birbirleri ile çok yakın kavramlar olarak kullanılmaya başlanmıştır. Yine yazara göre, ünlü Avusturya iktisatçısı Carl Menger girişimcilik kavramına önemli oranda katkı sağlamış bir düşünür olarak, ekonomik durumların analiz edilerek bilgi sağlamanın önemli bir girişimcilik etkinliği olduğunu savunmuştur. Ayrıca ekonomik gelişmelerin farkında olan ve anlaşılmasını sağlayan girişimcilerin iktisadi gelişmelere hız kazandırdığını ifade etmiştir. Diğer bir ünlü ekonomist de ekonomide denge teorisinin kurucusu olan Leon Walras'tır. Kazanç fırsatlarını oluşturan girişimcilerin ekonomide dengeyi sağladığını belirten Walras, risk alma unsurunun girişimcilik etkinliklerinin ayırt edici bir özelliği olmadığını savunarak Schumpeter'den ayrılmaktadır (Chell, 2008: 110). Sonuç olarak, girişimcilik önceleri basit olarak ekonomiyi geliştiren unsur olarak kabul edilirken, sonraki dönemlerde yönetici birey temelinde gelişen bir kavram olarak belirtilmiştir.

Çağdaş yönetim yaklaşımında ise girişimcilik kavramı yenilik ve inovasyon kavramları ile bütünleşmektedir. Günümüzde risk olarak olanakları inceleyen, yeni ürün, mal ve hizmetlerin müşteri ile buluşturularak kar elde edilmesini sağlayan bireyler, girişimci olarak ifade edilmektedir (Tanrıverdi vd., 2016: 4).

Bu çalışmada girişimcilik sadece yenilikçi yönüne odaklanılmaksızın, geniş anlamıyla risk olarak kendi nam ve hesabına iktisadi faaliyette bulunan tüm bireyleri içerecek şekilde ele alınacaktır.

1.3. Girişimci Kişiliğin Özellikleri

Bireyin diğer bireylerden ayrılmasını sağlayan zihinsel ve bedensel özelliklerin bütünü olarak ifade edilen kişilik kavramı; davranış, tutum, duygu ve düşüncelerin bireyleri diğer bireylerden farklılaştırdığını belirtmektedir (Bozkurt, 2006: 96). Bununla paralel olarak, girişimci kişilik özellikleriyle ilgili uzun süredir araştırmalar yapılmakla birlikte, girişimciler ve diğer bireyler arasında mevcut olan farklar konusunda fikir birliği olmadığı söylenmektedir.

Girişimci olmak isteyen bireylerin, işe yeni atılan girişimcilerin ve başarılı girişimcilerin, kişilik özelliklerinin tespitini amaçlayan araştırmacılar birkaç olumlu kişilik özelliği üzerinde durmaktadırlar. Güçlü başarıma arzusu, risk alma eğilimi, iç

kontrol odağı ve belirsizliğe karşı yüksek tolerans, girişimcilerin olumlu kişilik özellikleri olarak belirtilmektedir (Westhead ve Wright, 2013: 79).

Chell (2008) yaptığı çalışmada girişimci kişiliğin, risk almaya eğilim, iç kontrol odağı ve yüksek başarıma arzusu olmak üzere üç önemli özelliği olduğunu ifade etmektedir. Bu özelliklere sahip olan girişimci bireyler aynı zamanda liderlik, yaratıcılık özelliklerine de sahip oldukları zaman toplumda değer oluşturan bireyler olarak ifade edilmektedirler. Benzer bulgular Özdemir (2017) tarafından Türkiye’de yapılan nitel bir araştırmayla da tespit edilmiştir. Yapılan bu çalışmada, risk alma, başarıma ihtiyacı, yenilikçilik, fırsatları görme, özgüven ve yaratıcılık gibi özelliklerin girişimci bireyleri girişimci olmayan bireylerden ayıran özellikler olduğu ifade edilmiştir. Yine, bireylerin amaçlarına ulaşmasını, fark yaratmasını ve tanınmasını sağlayan başarıma ihtiyacı, bireylerin mesuliyet almaktan çekinmemesini ve makul olan riskleri de üstlenmesini sağlamaktadır (Şeşen ve Basım, 2012: 28). Girişimcilerin taşıdıkları bu kişisel özelliklerin, onların girişimcilik niyetini geliştiren ve yapacakları girişimcilik faaliyetlerinde başarıya ulaşmalarını sağlayacak temel faktörler olduğu söylenebilir (Akın ve Demirel, 2015: 15).

Toplumdaki diğer bireylerden girişimcilerin ayırt edilmesini sağlamada önemli bir özellik olan risk alma eğilimi; girişimcilerin riskleri üstlenerek şanslarının sonuçlarına katlanması şeklinde ifade edilmektedir. Fakat bireyler, içerisinde bulundukları durumları koruma eğiliminde olduğu sürece yeni fırsatların görülmesi yetersiz kalmaktadırlar. Tüm bunlar dikkate alınarak, girişimciliğin genel kişilik özelliklerini, yaratıcılık, yenilikçilik/inovasyon, başarı ihtiyacı duymak, kendine güvenmek ve risk almak olarak belirtebiliriz.

1.3.1. Yaratıcılık

Girişimcilik ve yaratıcılık kavramları birbirleri ile ilişkili ve birbirini tamamlayan kavramlar olarak ifade edilmektedir. Girişimci bireylerin yaratıcı, yaratıcı bireylerin de girişimci ve yenilikçi olması gerekmektedir. Bu nedenle ifade edilen kavramlar birbirleri ile ayrı düşünülmemektedir (Akat vd., 2002: 14). Daha önce olmayan orijinal bir fikir ile ilgili düşünme aşamasında farklı ve yeni düşüncelerin oluşmasını, yeni sonuçların ortaya çıkmasını, yaratıcılık olarak ifade edebiliriz. Yaratıcılığın olduğu bir iklimde yenilikçi fikirlerin meydana gelmesi daha

kolay olabilmektedir. Buna paralel olarak, yaratıcılık ve yenilikçilik gibi özellikli koşulların girişimciliğin başarısında önemli bir yer kapladığını ifade edebiliriz. Uygulanabilir yeni iş düşüncelerinin olması, girişimciliğin asıl etkenlerinden biri olarak belirtilmektedir. Bu nedenle yeni iş düşüncelerinin oluşmasının temel koşullarından birinin yaratıcı düşünce olduğunu söylemek mümkündür.

1.3.2. Yenilikçilik / İnovasyon

Girişimcilik ve yenilik kavramlarını gelişen ekonomik sistem içerisinde birbiri ile bütünleşmiş anlamlar olarak ifade etmek girişimcilik tanımlarına baktığımızda çok da yanlış olmayacaktır. Buna göre, girişimciliğin sentezci ve yenilikçi olmayı gerektirdiği söylenebilir. Bu nedenle güçlü ve yenilikçi vizyonu olan bireyler, pratik zekaya sahip girişimciler olarak karşımıza çıkabilirler. Girişimciler, örgütlerinin başarılı olabilmeleri için değişim yaratmakta, inisiyatif almakta ve yüksek öngörüye sahip olmaktadır. Karşılaştıkları sorunlara karşı girişimciler alışılmışın dışında yeni çözümler bulma yeteneğine de sahip olmaktadır. Bu özelliklerinden dolayı inovasyon oluşturan kişiler aslında girişimci olanlardır. Ayrıca girişimciler; yenilikçi iş süreçleri ile inovatif ürün ve hizmetleri ortaya çıkartarak fırsatların değere dönüştürülmesini sağlamakta ve ekonomide katma değer yaratmaktadır (Erdoğan, 2012: 44). Dolayısıyla yaratıcı bir fikrin ticari başarıya dönüşmesi belki de girişimciliğin kritik ve ayırt edici özellikleri arasındadır.

1.3.3. Başarı İhtiyacı Duymak

Girişimci olabilmenin en temel unsuru başarıma motivasyonu şeklinde ifade edilmektedir (Chell, 2008: 89). Öğrenilmiş bir kişilik özelliği olan başarıma ihtiyacı ile girişimcilik arasında güçlü bir bağ olduğunu birçok araştırma ortaya koymaktadır (Luca, 2017: 23). Bireylerin yeteneklerini kullanarak zorlu hedeflere ulaşmak ve diğer bireylerden değer görme isteği, başarıya duyulan ihtiyaç şeklinde tanımlanmaktadır (Kerr vd., 2018: 280). Girişimcilerin bir işletme oluşturmalarının yüksek başarıma isteğine bağlı olduğu söylenebilir. Tüm girişimler aynı zamanda uzun bir süreci içermekte ve başarısız olma ihtimalleri de bulunmaktadır.

1.3.4. Kendine Güvenmek

Kendine güvenmek, girişimcinin girişimcilik faaliyeti esnasındaki sorumluluğunu ortaya koymasında ihtiyaç duyduğu becerilere sahip olduğuna dair inancını ifade eder (Bowman ve Sexton, 1985: 135). Kendine güveni yüksek olan girişimciler, kısıtlı zaman ve sermayeyi bir araya getirerek, sahip oldukları kaynakları verimli bir şekilde ve doğru yerde değerlendirebilirler. Bu şekilde meşakkatli süreçleri olan girişimlerinin üstesinden başarıyla gelir ilerlemelerine devam ederler. Bunları yaparken de girişimcinin başarı elde etmesi için kendi yeteneklerine inanması şarttır. Girişimcinin motivasyonunu arttıran özgüven, performansını da önemli derecede etkileyebilmektedir. Girişimciler, faaliyetlerini sürdürürken sıklıkla çeşitli güçlükler ve belirsizliklerle karşılaşabilir. Yaşanan bu olumsuz koşullar onların kendilerine olan güvenleri sayesinde süreçlerinin verimli gelişmesini sağlar (Hallak vd., 2011: 418). Girişimciler bu sayede, daha önce tasarladıkları hedefleri doğrultusunda ilerlerler ve bu durum onların girişimlerinde başarıyı yakalamalarını mümkün kılar.

1.3.5. Risk Alabilmek

Girişimcilerin kararlarının eyleme geçirilmesi sürecinin en zorlu adımı risk almak olarak ifade edilmektedir. Girişimcileri yönetici ve diğer bireylerden ayıran en temel özelliklerden biri, girişimcilerin risk almaya eğilimli olması olarak belirtilmektedir (Luca, 2017: 23). Sonucunda başarısız olma ihtimali de olsa bir iş fikrini yürütmeye koymak, risk alma olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda bu riskin oluşabilecek tüm sonuçlarını üstlenen kişi de girişimci olarak ifade edilmektedir. Ayrıca, girişimciler genelde hesaplanması mümkün olabilen riskler almaktadırlar (Chell, 2008: 102). Belki de girişimci olmayı diğer alternatiflerden ayıran en önemli husus geleceği belirsiz projeler kapsamında bu riskleri üstlenmekte yatmaktadır.

1.4. Girişimciliğin Türleri

Girişimciliğin literatürde yaygın ele alınan pek çok türü vardır. Bu çalışmada geniş bir yelpazeyi temsil edeceği düşüncesiyle kurumsal, sanal, sosyal, fırsat, yaratıcı ve iç girişimcilik başlıkları ele alınacaktır.

1.4.1. Kurumsal Girişimcilik

Kurumsal girişimcilik, mevcut kurulu faaliyetlerine devam eden organizasyonların farklılaşmak veya alanlarında daha etkin olmak adına gösterdikleri girişimci davranışlardır. Bu aşama, yeni bir faaliyet alanında bulunma (içsel girişim) ya da örgütün tekrardan şekillendirilmesi (stratejik yenileme) olabileceği gibi, yenilik süreçlerini de kapsayabilir (Ingelstedt vd., 2009: 123). Kurumsal girişimcilik, şirketlerin karşılına çıkacak fırsatlardan yararlanabilmek maksadıyla, mevcut değişimlere etkin ve dinamik bir biçimde uyum sağlayarak yenilik yapma süreci olarak da görülmektedir (Erdem, 2017: 6). İşletmelerde sürekliliğin devamı için rekabet avantajı sağlamanın önemi tartışılmaz. Heinonen ve Korvela (2003: 5), işletmeler için rekabet avantajı sağlamanın yöntemi olarak, değişime çok hızlı yanıt verme kabiliyeti, piyasalarda farklılaşma veya maliyet liderliği, yeni stratejik yön oluşturma, kurum içinde yeni çalışma veya öğrenme yolları geliştirme fonksiyonlarını sıralamıştır. Aynı zamanda kurumsal girişimciliğin bir işletmenin rekabet avantajını koruması için önemli olduğu ve kurumsal girişimcilik süreçlerinin işletmelerin finansal ve finansal olmayan performansları ile alakalı olduğu ifade edilmiştir.

1.4.2. Sanal Girişimcilik

Yeni dünya düzeninde her geçen gün artan dijitalleşme ve sanal ağların yaygınlaşması iş yapma şekillerin ve girişimcilik anlayışına farklı bakış açıları kazandırmıştır. Yapılan iş modellerinin giderek farklılaşması ve bunların sanal ağlar üzerinden yapılabilmesi yeni fırsatlar arayan girişimci bireylere farklı kapılar açmıştır (Erdoğan vd., 2006: 418). Sanal girişimciler, geliştirdikleri yöntemler sayesinde global piyasalarda büyük pazar paylarına erişimin yanında mevcut maliyetleri önemli ölçüde azaltma imkânını yakalamışlardır. Bunun yanında, sanal ortamda iş kurmak için gerekli işletme sermayesinin düşük miktarlarda olması da girişimcinin sektöre ilk adımı atması için önemli bir avantaj sağlamaktadır (Erdoğan vd., 2006: 419). Aynı zamanda sanal girişimler uluslararası (melek yatırımcı, risk sermayesi vb.) yatırım sistemleri sayesinde kolayca fon kaynaklarına erişebilmektedirler. Son yüzyılın girişimciliği olarak ifade edilen sanal girişimciliği, kar elde etme amacı ile internet platformlarında projeler meydana getirme ve bu projeleri yine internet üzerinden müşterilerin hizmetine sunmak eylemi diye de ifade

edebiliriz. (Yelkikalan vd., 2010: 496). Başka bir anlatım ile sanal girişimcilik, muhtemel müşterilere internet aracılığı ile ürün ve hizmetleri sunmayı, aynı zamanda internet ortamında pazarlama ve satış faaliyetleri yürütmeyi içeren internetten fayda sağlayan girişimcilik türlerinden biri olarak ifade edilebilir (Vural ve Çavuş, 2017: 51). Göçmenler ve finansal açıdan büyük sermayeleri toparlaması zor olan bireyler açısından internet üzerinden iş kurup yürütmek günümüzde ciddi bir alternatif haline gelmiştir. Aslında hemen her girişimci bir şekilde internet üzerine faaliyetlerini taşımak durumunda kalmaktadır, bu bir tercihten ziyade mecburiyet haline gelmiştir.

1.4.3. Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişimcilik kâr amacı gütmeyen sektörlerde sıklıkla görülen bir girişimcilik türüdür. Her ne kadar yeni bir kavrammış gibi görünse de sosyal girişimciliği oluşturan dinamikler geçmiş yıllardan gelmektedir. Her dönemde, toplumların çeşitli sosyal girişimcilik yetenek ve özelliklerine sahip bireyleri bünyesinde bulundurduklarını söyleyebiliriz (Dess, 1998: 1). Sosyal girişimciliği en temel bağlamı ile izah ettiğimizde, elde ettikleri kârlarını amaçları doğrultusunda daha iyi koşulların gerçekleştirilmesi için yeniden kullanıma alan organizasyonların farklılıklar, yenilikler üretmesidir diyebiliriz (Austin vd., 2006: 2). Sosyal girişimciliği, toplum içerisinde karmaşıklaşan sosyal ihtiyaçların giderilmesi için yenilikçi bir yaklaşım olarak geliştirildiğini söylemek yanlış olmaz (Peredo ve McLean, 2006: 56).

Başka bir açıdan bakıldığında, kâr amacı olmayan işletmelerin, kendilerine gelir sağlayacak yenilikçi imkanları geliştirmeleri sosyal girişimciliğin belirgin bir özelliği olarak belirtilmektedir. Bu işletmelerin, geliştirilen iş ve projelerden yararlanmak amacıyla kaynakları ekosistemlerine çekme faaliyetlerin tamamı sosyal girişimcilik kavramı olarak açıklanmaktadır. Bu girişimcilik faaliyetlerinde, kişisel zenginlik veya işletme kazancının artırılması şeklindeki işletmeler için öncelikli hedeflerin yerini sosyal etkinliği güçlü projeler vurgusu almaktadır. Aynı zamanda tüm girişimcilik türlerinde olduğu gibi sonuç çıktısında yenilikçilik önem arz etmektedir. (Austin vd., 2006: 2). Kısaca sosyal girişimcilik, her ne kadar amaç ve motivasyon bakımından ticari girişimcilikten farklı da olsa, işin kurulup yürütülmesi

ve ‘sosyal’ amacın gerçekleştirilmesinde açısından her iki girişimcilik türü açısından ciddi bir farklılık bulunmadığı gözlenmektedir.

1.4.4. Fırsat Girişimciliği

Piyasadaki fırsatların gözlemlenip tespitinin yapılması ve oluşacak diğer fırsatların kaçırılmaması, mevcut ürünlerin de piyasaya sunulması fırsat girişimciliği olarak tanımlanmaktadır (Küçük, 2014: 34). Başka bir tanımda ise fırsat girişimciliği; mevcut olan veya olması muhtemel görülen piyasada oluşan değişimleri gözlemleyerek bunu fırsata çevirebilen ve böylece piyasadaki boşluğu doldurulmasını sağlayan girişimci olarak ifade edilmektedir (Kaya, 2007: 69). Girişimcilik türlerinden en geniş alana sahip olan fırsat girişimciliği, piyasadaki ihtiyaçların doğru tespit edilmesini ve kar sağlayan alanlara yatırım yapılmasını sağlamaktadır. Ayrıca fayda sağlayacak konulara yatırımın planlanması, ortaya çıkabilecek fırsatların gözlemlenip değerlendirilmesi de fırsat girişimciliğinin önemli bir özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.4.5. Yaratıcı Girişimcilik

Bir ürünün fiyatı ve kalitesi gibi özelliklerinin iyileştirilip tekrardan şekillendirilmesi, sermaye ile işgücü kaynağının verimli kullanarak yeni bir iş fikrinin kar sağlayacak biçimde planlı bir şekilde pazara sunulması, yaratıcı girişimcilik olarak tanımlayabiliriz. Piyasada yer alan müşteriler incelendiğinde, farklı olan ürünleri denemek istedikleri, sürekli yeni ürünler bekledikleri ve değişen hayat şartlarına göre taleplerinin de değişiklik göstereceği söylenebilir. Yaratıcı girişimcilerden ise bu taleplere yeni buluşlar ve orijinal fikirler ile cevap vermesi beklenmektedir. Özgün ve yeni şeyler bulma yani yaratıcılık ile iş fikri arasında oluşan doğrusal ilişki yaratıcı girişimciliğin oluşmasında temel gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır (Saraçoğlu vd., 2010: 6). Esasında yaratıcı girişimcilik, hem yenilikçiliğin başlangıç noktası, hem de fırsat girişimcisinin mutlaka dayanması gereken bir unsur durumundadır.

1.4.6. İç Girişimcilik

Küreselleşme olgusunun yayılması ile işletmeler arası rekabet artmakta, bunun sonucu olarak da işletmeler özgün ve yeni arayışlar içerisine girmektedirler. Yeni ve özgün arayışların oluşmasıyla da iç girişimcilik kavramı ortaya çıkmaktadır.

1980’li yıllardan itibaren literatür de önemli bir yer edinen iç girişimcilik kavramı, dünyada hızla büyüyen piyasaların küresel anlamda rekabet edebilmelerinde önemli bir unsur olarak ifade edilmektedir. Bu durumun sonucunda ise piyasalarda yeni kurallar oluşturulmakta ve kendi kendini sürekli yenileme gereksinimi, teknolojilere çok fazla bağımlı olan bilgi merkezli ekonomiyi karşımıza çıkarmaktadır (Bartlett ve Ghoshal, 2002: 36). İç girişimcilik temel olarak mevcut bir organizasyon ekosisteminde sürdürülen girişimcilik türüdür. Kurumlar, bünyesinde çalışanların yenilikçi fikirlerini girişimciliğe yönlendirdikleri bu girişimcilik türünde bütçelerini, kaynaklarını yeni ürün ve hizmetler geliştirmek hedefi ile iç girişimci olan çalışanlarına aktarmaktadırlar. Birçok yönden, iç girişimcilik, mevcut bir organizasyonun desteğine sahip olduğu için bağımsız girişimcilikten daha kolaydır. İç girişimcilik ya da farklı bir ifade ile kurum içi girişimcilik bir stratejik plan çerçevesinde yürütülmektedir. İç girişimcilikte paydaş olan tarafların karşılıklı menfaatleri korunmaktadır. Girişimci projesini hayata geçirmek için daha hızlı hareket etme fırsatı elde ederken, kurumlar da yeni ürünler ve hizmetler geliştirerek piyasa paylarını arttırmayı amaçlamaktadır. Her iki noktada yer alan taraflar için zaman kazanımı gibi etkilerde göz önünde bulundurulunca bu girişimcilik türünün her geçen gün yaygınlaşmasının sebebi de ortaya çıkmaktadır.

İşletmelerin sürdürülebilir hale gelmesi için bünyelerinde proaktif davranan, yenilikçi bakış açısı geliştirme yeteneğine sahip bireylerin yer alması, iç girişimcilik çalışmaları ve politikaları geliştirmeleri için önem arz etmektedir. Organizasyonlarda iç girişimcilik bireysel bir eylemden farklıdır. Bu nedenle iç girişimciler bütünün bir parçası olarak, çarpan çoğaltan etkisi ile işletmelerin yeni girişimcilik faaliyetlerine adım atmasında ortak hedefler ile hareket etmelidir.

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK MOTİVASYONUNU ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Bu bölümde girişimcilik motivasyonunu etkileyen faktörler ele alınmış ve bu faktörler hakkında açıklayıcı bilgiler verilmiştir. Kişisel faktörlerin, sosyal faktörlerin ve davranışsal faktörlerin tanımlayıcı alt maddeler şeklinde izahları yapılmış ve literatürde bu konular ile ilgili yapılmış farklı yorumlara yer verilmiştir.

2.1. Kişisel Faktörler

Girişimci bireyi yeni bir işin kuruluşu aşamasında güdüleyen, girişimcilik motivasyonunu etkileyen unsurlar içinde kişisel faktörlerin önemli bir yeri olduğunu söylemek mümkündür. Çalışmanın bu bölümünde kişisel faktörlerin girişimcilik motivasyonuna etkilerinin neler olduğu, cinsiyet ve yaş etkisi, medeni durum etkisi ve eğitim etkisi alt başlıklarında incelenmiştir.

2.1.1. Cinsiyet ve Yaş Etkisi

Yapılan birçok çalışmada girişimcilik ile cinsiyet arasında önemli ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Yapılan bazı araştırmalarda, erkeklerin başarıma arzularının kadınlara oranla daha güçlü olması sebebiyle de daha fazla girişimcilik faaliyetlerinde bulundukları belirtilmiştir (Şeşen ve Basım, 2012: 24). Ortaya konulan başka bir farklılığa göre, erkeklerin yeni girişimlerde bulunmalarının nedeni daha fazla kazanç elde etmek olarak görülürken; kadınlarda ise, hobiler ve farklı alanlara yönelik ilgiler güçlü girişimcilik motivasyon unsurları olarak görülmektedir. Araştırmalara göre; finansman noktasında kadınlar genelde düşük risk olarak ifade edilen öz sermaye ve tasarrufu tercih ederken; erkekler ise banka kredileri kullanmayı tercih etmektedirler (OECD, 2018). Kadın girişimcilerin son yirmi yılda geliştiği gözlemlenebilir bir gerçekliktir ve bu süreç hızlanarak devam etmektedir (Bhardwaj, 2014: 42). Aynı zamanda, girişimcilik potansiyeli olan iş kadınlarının, girişimci olmak isteyen iş adamlarına kıyasla daha dikkate değer sayıda zorluklar ile karşılaştığı söylenebilir. Bu durumun giderilmesi ile kadın girişimci azminin artacağını görmek mümkün olacaktır.

Kadın girişimciler, bağımsız olarak ticari işletmelere sahip olan ve bunları işleten, genellikle kişisel finansal risklerin farkında olan girişimcilerdir. Kadın temelli işletmeler, dünyadaki en hızlı gelişen girişimci nüfuslardan biridir. Bulundukları ekonomilerde gelişmeye, çalışmaya ve zenginleşmeye önemli katkılarda bulunmuşlardır (De Bruin vd., 2006: 586). Kadın girişimciliğin, özellikle göçmenler açısından da gelinen toplumdaki tepkilere bir reaksiyon ve ayakta kalma çabası olarak dikkate değer bir konu olacağı düşünülebilir.

Yaş açısından bakıldığında girişimcilik faaliyetlerinin genelde 22-55 yaş aralığında gerçekleştirildiği ve bu yaş aralığının aslında bireylerin kariyerlerindeki etkili dönem olduğu görülmektedir (Bozkurt, 2006: 91). Ayrıca, yapılan bazı çalışmalarda girişimcilik ve yaş arasında önemli ve anlamlı farklılıkların olduğu ortaya konulmaktadır (Liang vd, 2014: 151). Girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirirken yolun başında olan genç bireyler motivasyon ve enerjiye sahip olurken sermaye açısından ise eksiklikleri olmaktadır. İleri yaşlardaki girişimci bireyler de ise tecrübe ve sermaye fazla olurken motivasyon ve enerji eksikliği yaşanabilmektedir. Bu kapsamda incelendiğinde girişimcilik ve yaş arasında önemli derecede bir ilişkinin olduğu ifade edilmektedir (Bozkurt, 2006: 98). Gençlerin farklı kariyer alternatifleri arasında girişimciliğe yönelmeleri günümüzde pek çok hükümet tarafından da teşvik edilmekte, bu yönde politikalar izledikleri görülmektedir.

2.1.2. Medeni Durum Etkisi

Evli kişilerin girişimcilik konusunda nispeten daha riskten kaçınacak bir durum benimseyecekleri düşünülebilir. Nitekim medeni duruma ilişkin Zhang (2018: 214) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, evli bireylerin düşük risk alma eğiliminde olduğunu ifade edilmiştir. Buna göre evli bireyler bekar bireylerin alabileceği benzer riskleri kolaylıkla üstelenememekte ve önceliklerinin ise eşleri ile çocuklarına karşı sorumlulukları ile ailesinin yaşam maliyetlerinin karşılanması olduğu görülmektedir. Bundan dolayı evli bireylerin yatırım yapmak ve risk almak gibi kişisel istekleri ikinci planda olmaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda medeni durum, riskli bir finansal süreç isteyen girişimcilik üzerinde dolaylı bir etkiye sahip olmaktadır.

Yine de girişimcilik söyleminin hem devlet hem de kamuoyu eliyle yaygınlaştırılması, hem de ekonomik şartların gerekleri evli bireylerin de bir şekilde ihtiyatlı olarak ekonomik aktiviteye katılmalarını teşvik etmektedir.

2.1.3. Eğitim Etkisi

Eğitim, girişimcilik faaliyetlerini etkileyen önemli bir sosyal etken olarak belirtilmektedir. Bireylerin dış dünyayı anlamlandırıp, yorumlamasını sağlayan eğitim aynı zamanda onların karşılaşılabilecekleri problemlerinde üstesinden gelebilmeleri için temel bilgi ve beceriler ile donatılmalarını da sağlamaktadır. Bıçimsel yolların kullanılarak işletmecilik bilgilerinin transfer edilmesi girişimcilik eğitimi ile gerçekleşmektedir. Bu bilgilerin transferi ise yeni iş kurabilme becerisinin geliştirilmesi amacıyla öğrencilerin eğitilmesi, yetiştirilmesi ve bilgilendirilmesini sağlayan programları içermektedir (Bechard ve Toulouse, 1998: 323). Birtakım alanlarda girişimciliğe dair eğitimler, bireylerin girişimcilik başarılarının desteklenmesi amacıyla onlara beceri ve motivasyon sağlamayı amaçlamaktadır.

Yapılan araştırmaların büyük çoğunluğunda, girişimcilik ve eğitim arasında doğrusal ve anlamlı yönde ilişkilerin olduğu görülmektedir. İşletmelerin yaşamını devam ettirebilmesi ve sürekliliğin sağlanmasında nitelikli birey kaynağının ve eğitimin rolünün yüksek olduğu yadsınamaz bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda Akhter ve Sumi (2014: 8), yapmış oldukları çalışmada eğitim seviyesi arttıkça yaratıcılık unsurunun da arttığı ve girişimlerin yaygınlaştığını belirtmektedir.

Genel eğitimin yanında, girişimcilik eğitiminin de bireylere kazandırdığı nitelikler olduğu söylenmektedir (Raposo ve Paço, 2011: 455):

- Fırsatları yakalama konusunda bireylerin yeteneğinin gelişmesini sağlamak.
- Bireylerin taze fikirler üretmesini ve gerekli kaynakları bulduğunda fırsatları değerlendirebilme yeteneğini geliştirmek.
- Bireylerin işletme kurma ve yönetebilme yeteneklerini geliştirmek.
- Bireylerin eleştirel ve yaratıcı düşünme yeteneklerini geliştirmek.

Girişimcilik eğitiminin girişimci bireylere kazandırdığı bu nitelikler, onların girişimcilik faaliyetlerinde başarılı olmalarına önemli katkılar sunabilmektedir. Yine eğitimin genelde girişimcilik odaklı tasarlanması da bireylerin yenilikçilik ve girişimciliklerini arttırma yönünde yararlı olacağına ilişkin veriler bulunmaktadır (Frank, Korunka, Lueger, Mugler, 2005). Ancak bu noktada akılda tutulması gereken bir husus, uzun süren formel eğitimin erken yaşlarda piyasa tecrübesi edinimini kısıtlayarak girişimcilik eğitimini azaltması ihtimalidir.

Mesela Huang, Tani ve Zhou (2021) Çin’de eğitim düzeyi ve girişimcilik üzerine yaptıkları araştırmada eğitim seviyesi yükseldikçe insanların kendi işlerini kurma eğiliminin azaldığını göstermişlerdir. Yazarlar azalan girişimciliğin daha çok küçük işletme tarzı yerler için söz konusu olduğunu, anonim ve limited şirket tarzı iş kurmada üniversite eğitilmiş olanların daha yüksek oranlarda olduğunu tespit etmişlerdir. Dolayısıyla genel anlamda belli alanlar dışında resmi okul eğitiminin girişimciliği arttırıcı etkisi olmayacağı, hatta tersinin söz konusu olabileceği, akılda tutulmalıdır.

2.2. Sosyal Faktörler

Girişimcilik faaliyeti sürecinde girişimci bireyin girişimcilik motivasyonunu etkileyen faktörlerden birinin de sosyal faktörler olduğu, bu faktörün girişimci bireyin motivasyonunu hangi alanlarda etkilediği konusu bu bölümde aile etkisi ile çevresel ve kültürel etki alt başlıklarında izah edilmiştir.

2.2.1. Aile Etkisi

Türkiye’de sanayi sektörü meslek örgütü paydaşları tarafında yapılmış bir çalışmaya göre (TÜSİAD, 2002), girişimcilerin %62’si yaşadıkları aile ve çocukluk çevresinin kendilerine girişimcilikte birey üstünde anlamlı etkiye sahip mücadeleci çalışma kültürüne sahip olma anlamında yardımcı olduğunu, girişimcilik özellikleri edindirdiklerini ifade etmişlerdir. Girişimci bireyler üzerine İngiltere’de yapılan bir araştırmada, aile bireylerinden veya yakın çevresinden biri girişimci olanların önemli bir kısmının girişimci olarak kendi işlerini kurdukları görülmüştür (Bridge, 2017: 745). Bu bağlamda ailesi iş sahibi girişimci olan girişimci bireylerin, iş kurmaları aşamasında aileleri tarafından desteklendiklerini söyleyebiliriz.

Türkiye’de de bu konu ile ilgili yapılan bazı çalışmalarda girişimci bireylerin iş kurma aşamalarında ailelerinden destek aldıklarını ortaya koymuştur. Denizli Kayseri ve Antep illerinde yapılan araştırmalarda, girişimci bireylerin girişimcilik faaliyetlerine başlarken işletme kuruluşu için ihtiyaç duydukları sermayenin tamamının veya büyük bir bölümünün aileleri tarafından karşılandığını görmekteyiz (Özcan, 1995: 103). Benzer şekilde İç Anadolu bölgesinde bulunan bazı illerde girişimci bireylerin sermaye finansmanı temini konusu üzerine yaptıkları araştırmalarda, girişimci bireylerin iş kurma sermayesi konusunda destek aldıkları birincil yerlerden birinin aileleri olduğunu ortaya koymuştur (Esen ve Çongar, 1999: 107).

Ailenin, girişimcilik konusunda bu süreci teşvik edici olmasının pek çok farklı sebebi bulunmaktadır. Daha yüksek gelir elde etmeye bağlı refah seviyesi beklentisi çerçevesinde sosyal, maddi ve duygusal sebepler ile aileler çocukları için esnek çalışma koşullarına sahip olma ve kendi işlerini yapmaları arzusunu taşımaktadırlar (İlhan, 2003: 72).

Üniversiteden yeni mezun öğrenci girişimci adaylarında ailede baba ya da farklı birinin girişimci olmasının bu öğrencilerin girişimciliğe ilk adımlarını atmasında olumlu etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Babasının işi ile aynı sektörde benzer bir iş kurarak bu işi yürüten öğrencilerin %79,6’sı kendilerinin girişimci olduklarını ifade ederken, aynı popülasyondaki öğrencilerin %72,8’i ileride kendi kararları ile kendi ilgi alanlarına göre yeni işlerini kurmayı düşündüklerini belirtmişlerdir (Barutçu ve İrmiş, 2012: 23).

Gerçekleştirilen pek çok araştırmada gözlemlendiği gibi yüksek gelir seviyesine sahip ailelerde büyüyen bireylerin kuracakları işletmeler için ailelerinden maddi ve manevi anlamda destek görme imkanlarının olması, onlardaki girişimcilik eğilimlerini yüksek oranda teşvik etmektedir (Naktiyok ve Timuroğlu, 2009: 92).

Yapılmış çalışmalarda girişimci bireylerin ve toplumsal girişimcilik kültürünün gelişmesinde kıymetli diğer etkenler ise farkındalıklı kişilerden kurulmuş ailenin etkisidir. Bireyi özgün bir değer olarak yetiştirmek ufkuna sahip aynı şekilde bireyin yetişme ortamında hayal gücüne dolayısı ile oyunlara, masal ve kitaplara

okul öncesi dönemde zaman ayıran değer veren ebeveynlerin çocuklarının ötekilere oranla daha çok girişimcilik eğilimleri bulunmaktadır.

Girişimciliğe önem veren özelliklere sahip ailelerin sundukları iç motivasyon ekosisteminde yetişen çocukların girişimcilik çağına ulaştıklarında, büyüdüğü çevrenin de olumlu etkisine bağlı olarak girişimcilik motivasyonları yüksek bireyler olarak hayata atıldıkları değerlendirilmektedir. Ailenin çocuğun güçlü bir karakter gelişiminde örnek bireylerden oluşması sebebiyle önemli olması dikkate alındığında (Aytaç, 2008: 146), ebeveynin mesleği, ailenin sosyal çevresinin kalitesi ile akrabalık bağlarının ve doğum sıralamasının girişimcilik üstünde etkilerinin bulunduğu değerlendirilmektedir (Bozkurt, 2006: 95). Bireylerin toplumsal tüm diğer sosyo-ekonomik modeller gibi ortaklığı ve rekabeti, dünyaya geldikleri ailede bilhassa kardeşleri ile olan iletişim bağları aracılığı ile edindikleri temel bir gerçekliktir. Kardeşler arasında bulunan bağ ile diğer tüm üçüncü şahıslara karşı sergilenecek tutum ve davranışlar, bireylere gelecekte kuracakları ortaklığı ve piyasada karşılaşılabilecekleri rekabet ortamını öğretmek girişimcilik hususunda aileyi, yuvayı doğal bir deneyim merkezine dönüştürmektedir (İrmiş vd., 2010: 86).

2.2.2. Çevresel ve Kültürel Etki

Girişimcilik motivasyonu ve türleri her bir çevrede önemli oranda farklılıklar göstermektedir. Çalışanların zihinsel olarak rahatlamaları için bulundukları tempolu ve yorucu iş ortamlarından uzaklaşarak sosyal ve kültürel faaliyetlere katılması önemli bir durumdur. Bu tür aktivitelerin çalışma motivasyonunun gelişmesinde ve işletmeye bağlılığın artmasındaki etkileri yadsınamaz (Kocaoğlu, 2007: 86). Aynı yazara göre, yapılan sosyal aktiviteler çalışanların işletme kültürü içindeki birlikteliğini ve başarılarını güçlendirir. Onlara çalıştıkları işletmelerde keyifli mesailer geçirir ve ast üst ilişkilerinin daha sıcak ve sağlam temeller üzerine kurulmasını sağlar (Kocaoğlu, 2007: 86).

Kişinin hayatında içerisinde bulunduğu iş grubunun öneminin fazla olduğu görülmektedir. Çalışanın bağlılık ihtiyacının, akrabalarında, ailesinde, mensubu bulunduğu sivil toplum örgütlerinde olduğu kadar geçimini temin ettiği çalışma ortamında da önemli olduğu ve iş ortamında da diğer ilişkilerinde olduğu gibi manevi olarak aidiyet ve doyum hissetmesi gerekmektedir. Bu tespitten yola çıkarak

kurumlar ve tepe yöneticiler iş ortamında sosyalleşme amaçlı geziler, kahvaltılar, yeni yıl ile bayram yemekleri, sportif etkinlikler, kültürel organizasyonlar, doğum günü partileri, tatiller gibi çeşitli faaliyetler düzenlemektedirler. Aynı zamanda yöneticiler bu organizasyonlara bizzat katılım da sağlamaktadırlar.

2.3. Davranışsal Faktörler

Girişimci bireyin girişimci olma sürecinin en başından sonuna kadar geçen zaman diliminde onun girişimci olma motivasyonunu etkileyen faktörlerden biri de davranışsal faktörlerdir. Araştırmanın bu bölümünde davranışsal faktörlerin girişimcilik motivasyonuna etkilerinin neler olduğu, başarıma ihtiyacı etkisi, kendine güven etkisi, risk alma etkisi, yenilikçi olma isteği etkisi, güç ve bağlanma ihtiyacı etkisi ve statü kazanma ve kendini gerçekleştirme etkisi alt başlıklarında incelenmiştir.

2.3.1. Başarma İhtiyacı Etkisi

Başarma ihtiyacı, kişinin bir işi en iyi ve kaliteli şekilde yapabilmesinin temel motivasyonu olmanın yanında birleşen ve büyüyen bir etki ile kişilerin faaliyette bulundukları ekonomilerin de gelişimine önemli katkı sunan bir güdülenmedir (Hansemark, 2000: 634). Her tür birey davranışlarının altında yatan psikolojik bir faktör olan başarıma ihtiyacı; girişimcilik davranışlarını uzun vadede etkileyen bir unsur olarak belirtilmektedir. Güçlü ve yüksek başarıma ihtiyacıyla güdülenen bireyle, başarılı olabilmek adına gereken motivasyon faktörüne sahip olması sebebiyle diğer bireylere göre girişimciliğe yönelik davranışlarını sergilemesine olası bir sonuç olarak bakılmaktadır (Koh, 1996: 14).

Girişimcilik süreçlerini açıklarken, özyeterlik ve başarıma ihtiyacı faktörlerine genellikle değinilmektedir. 1960'lı yılların ikinci yarısında ortaya çıkan ve en geniş manada Mc Clelland tarafından yorumlanan ihtiyaç kuramına göre girişimci bireyleri üç temel şeyin motive ettiği söylenmiştir. Aramand'a (2012: 70) göre bunlar aşağıdaki gibi izah edilmiştir;

- Başarma ihtiyacı (başarıya ulaşma ve üstün olma güdüsü),
- Güç ihtiyacı (etkili olabilme ve diğerlerini kontrol edebilme)
- İlişki ihtiyacı (diğer bireyler ile dostça ve yakın ilişkiler içerisinde olma).

İhtiyaçlar kuramında izah edilen başarıma ihtiyacı, bireyin mevcut işini en zor şartlarda dahi en verimli şekilde yapabilme ve önüne çıkması muhtemel sorunların en iyi şekilde üstesinden gelebilme duygusu olarak izah edilmiştir. Çok fazla başarıma ihtiyacına sahip olan kişiler sorun çözme, durum analizi, olasılık araştırması, risk alma, zorlukları aşabilme ve davranışlarının sonuçlarından sorumlu olabilme gibi özelliklere de sahip oldukları görülmektedir. Aynı zamanda bu kişiler olaylara çok daha iyi odaklanmakta ve bu olayların her an değişim gösterme ihtimallerine hazırlıklı olabilmektedirler (Ceylan ve Demircan, 2002: 3).

Gorski ve Young (2002: 465), girişimci bireyleri başarıya hedeflenmiş ve sosyal ilişki düzeyi yüksek bireyler olarak izah ederken, bağımsız bir şekilde başarıya hedefli kişileri otonomik kişilik; sosyal ilişki düzeyi yüksek kişileri de sosyotropik kişilik olarak ifade etmektedir. Benzer şekilde Barutçu ve Öktem (2003: 46), bireyin yaptığı iş ve iş yaşamındaki uyumu açısından kişilik özelliklerini incelediği araştırmasında, kişilik yapıları otonomik kişilik özelliklerine sahip olan bireylerin, bireysel ve bağımsız işlerde çalışmaya daha yatkın olduklarını belirtmektedir. Başka bir deyişle, başarı odaklı bireylerin girişimciliğe yatkın oldukları sonucuna ulaşmaktadırlar.

Ay (2007: 67), başarı ihtiyacının özelliklerini şu şekilde açıklamaktadır:

- Zor işleri başarmak (düşüncelere, insanlara ve nesnelere sahip olabilmek, onları kullanabilmek ve düzenleyebilmek).
- Engellerin ortadan kaldırılmasını sağlamak.
- Yüksek standartlara ulaşabilmek.
- Kendini aşabilmek.
- Diğer bireyler ile yarışmak ve onları geçebilmek.
- Yeteneklerini başarılı bir biçimde kullanıp, öz saygısını arttırmaktır.

Genellikle çoğu bireyde başarı ihtiyacı bulunmakta ama bu ihtiyacın ortaya çıkarılmasında gerekli ortam ve fırsat olmaktadır. Bunun nedeni ise ihtiyaçların şiddetinin kültürlere, toplumlara ve bireylere göre değişkenlik göstermesi olarak belirtilmektedir. Bireylerin, kendi alanında mükemmel ve başarılı olabilme gibi

duygu ve istekleri başarı güdüsüyle açıklanmaktadır. Fırsatların hayata geçirilmesi, oluşacak risklerin aşılması ve işletme yönetiminin en iyi şekilde sürdürülmesi başarı ihtiyacı yüksek bireylerin ortaya koyabileceği bir davranış hali olarak kaşımıza çıkmaktadır. Başarma motivasyonu çok fazla olan girişimci bireyler, genellikle en zor hedeflere ulaşmaya ve yoğun emek gerektirebilecek fırsatları yakalamaya odaklanabilmektedirler. Bu hedeflere ulaşabilmek için gereken bilgi ve tecrübeyi kazandıktan sonra bu unsurları uygulayacak davranışlar göstermektedirler (Aytaç, 2008: 28).

2.3.2. Kendine Güven Etkisi

Ortalama zekâ seviyesine sahip olan bütün bireyler, her zaman üst seviyelerde başarılı olabilme şansına sahip olabilmektedirler. Hedeflerini gerçekleştirebilmek için çaba gösterebilen, zaman ayırabilen, kendisine güvenebilen tüm bireyler istediği bilgiyi ve beceriyi en iyi şekilde öğrenebilmekte, hedeflerine ulaşabilmektedirler. Ayrıca, kendisine inanan ve güvenen bireyler gerektiği zaman riskler de alarak kendilerini kolaylıkla değiştirebilmektedirler. Başarısızlıklar, gelecek başarılarda yeni yaklaşımların denenmesine katkı sağlayacak yeni fırsatlar olarak ifade edilmektedir (Bozkurt ve Erdurur, 2013:61).

2.3.3. Risk Alma Etkisi

Devam eden bir olgunun sonucunun net bir belirlilikle ifade edilmemesi risk olarak tanımlanmaktadır (Erdoğan, 2004: 30). Risk kavramına ekonomi literatürü açısından baktığımızda; ekonomik ortamda oluşan yüksek belirsizlik sebebi ile kazanç elde etmek için temel alınan yargıların zararlı sonuçlanabilme olasılığını ifade etmektedir (Brindley, 2005: 145).

Örgütsel veya kişisel belirsizliklerden kaynaklanan risk kavramında dış faktörler de risk olarak kabul edilmekte, işletmenin sahip olduğu imkân ve kaynakları ile ilgili bir durumu ifade etmektedir. Konu ile ilgili yapılan çalışmaların bazılarında; girişimcilerin diğer bireylere oranla çok daha yüksek oranda risk aldıkları belirtilmektedir. Bazı çalışmalarda ise girişimcilerin fazla risk üstlenmesinin gereksiz olduğu ve aslında girişimcilerin risk unsurunu yönetebildiği ifade edilmektedir (Erdem, 2001: 44). Gebze ve çevresindeki girişimciler üzerinde Alpkan, Keskin ve Zehir (2002)'in yaptıkları çalışmalarında, girişimci birey olmak ile risk

alma arzusu arasında girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişki olmadığını söylemişlerdir. Ancak, risk alma güdüsünün girişimci bireyin iş kurma aşamasında ve sonrasında taşınması gereken önemli girişimci özelliklerinden biri olduğu vurgusunun yapıldığı birçok araştırma ve yazın olduğu da önemli tespit olarak karşımıza çıkmaktadır.

Girişimcilikte risk faktörünün yönetilmesi gereken bir durum olduğu ve bunun en etkili yollarından birisinin de sosyal etkileşim yoluyla güvenli iletişim kanallarının kurulması olacağı söylenebilir. Bir iletişim yöntemi olan sosyal etkileşim; değişim için uygun şartların oluşturulabilmesi, kaynakların sağlanabilmesi ve belirsizliklerin azaltılıp etkin bilgi kazanımlarının sağlanabilmesi özelliklerinden dolayı girişimcilik süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır (McFadzean vd, 2005: 352).

Belirsizliklerin şekillendirilebilmesi aynı zamanda olası risklerin yönetilmesi amacı ile girişimcilerin uygulayabileceği bir diğer unsur da inovasyon olarak belirtilmektedir. Modern ticaret yönetimi anlayışlarına ek olarak işletmeler, tedarikçiler ve tüketiciler için yeni mal ve hizmetler, prosedürler, çözümler geliştirmek amacıyla yenilik katan ve katma değer sağlayan süreçler inovasyon olarak tanımlanmaktadır (McFadzean vd., 2005: 353).

2.3.4. Yenilikçi Olma İsteği Etkisi

Girişimci bireyin iş kurma sebeplerinden biri olan ve girişimciliğin temel özelliklerinden sayılan iş fikrinde yenilikçi ve farklı olma düşüncesi girişimci faaliyet sürecinin en kritik aşamalarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü yenilikçi bir iş fikri ile yola koyulan girişimci birey faaliyette bulunacağı pazarı, içinde bulunduğu ekonomik şartları ve sektöründeki rekabetçi yapıyı çok iyi analiz ederek sonrasında yoluna devam etmek mecburiyetindedir.

Yenilikçi olma fikri girişimci bireyin farklı iş kollarında faaliyet göstermesine yol açabilir fakat bunun yanında işletmenin devamlılığı için hedeflediği tüketici kitlesinin istek ve beklentilerine kulak vermeli talepleri hızlı bir şekilde hayata geçirmelidir. Bunları yaparken en iyisini başarmak adına nitelikli araştırmalar

yaparak elde ettiği verilere akıllıca ve doğru zamanda işlerlik kazandırabilmelidir (Erdoğan, 2012: 34).

Girişimciler iş kurdukları piyasada farklı ve yeni fikirleri ile yer bulmayı hedeflerler. Fakat bu fikirler bazen başka girişimci bireylerin yapmak istediği fakat hayata geçiremediği fikirlerde olabilir. Girişimci bireyin, başarısız olan bir iş fikrini çeşitli yönleri ile analiz ederek akamete uğramış bu iş fikrine yeni bir bakış açısıyla işlerlik kazandırma arzusu da yenilikçi olma isteğinin başka bir tezahürü olarak karşımıza çıkmaktadır (Marangoz, 2012: 8).

2.3.5. Güç ve Bağlanma İhtiyacı Etkisi

Bireyler ve kaynaklar üzerinde kontrol ya da hakimiyetin önemini güç kavramı ortaya koymaktadır. Bu boyut altında yer alan değerler ise; zenginlik, sosyal güç, kamu imajı, yetki ve sosyal tanınma olarak ifade edilmektedir (Schwartz ve Boehnke, 2004: 239).

Güç güdüsü girişimcileri harekete geçirmekte ve onların hedefleri yönünde ilerlemelerine destek olmaktadır. Fakat girişimcilerin başarılı olabilmeleri için yalnızca güç güdüsü yeterli olmamaktadır. Güç güdüsü başarı güdüsü ile anlam kazanmaktadır. Güç güdüsü davranışı gösteren girişimciler, çalışanları tarafından sevilmeğe onları kontrol altına almayı ve üzerlerinde etki kurmayı tercih etmektedirler. Bu sebepten ötürü girişimci bireyler diğer bireylerin egemenliği altında çalışmayı tercih etmemektedirler (Ceylan ve Demircan, 2002: 4).

Girişimcilerin kişilik özellikleri ve girişimcilik istekliliğiyle güç arasındaki ilişkiyi yaptıkları çalışma ile açıklamaya çalışan Peay ve Dyer (1989: 47), girişimcilerin kişisel ve sosyal güç ihtiyaçlarının ikisi tarafından da motive olduklarını ifade etmektedirler. Bhandari (2006: 177), prestij ve sosyal statünün girişimci niyetini etkilediğini savunmakla birlikte, Hindistan’da öğrenciler üzerinde yapmış olduğu çalışmalarda bu ilişkiyi kanıtlayamamıştır. Hurst ve Lusardi (2004: 320), ise güç değeri içinde yer almakta olan zenginlikle girişimcilik arasında güçlü ve pozitif bir ilişki olduğunu araştırmaları neticesinde ileri sürebilmişlerdir.

Yine, bir takım veya grubun üyesi olarak kabul edilme, insanlar tarafından sevilme, ilişkilerdeki uyumun korunması, yardımsever ve dost bireylerle birlikte

çalışma, sosyal faaliyetlere katılma ve çatışmalardan kaçınma bağlanma ihtiyacı olarak belirtilmektedir (Ay, 2007: 67). Bir başka bakış açısıyla, bağlanma ihtiyacına fazla sahip olan bireylerin, başarılı olabilmek için diğer bireylerle yakın ilişkiler içinde oldukları görülmektedir. Bağlanma güdüsüne sahip bireyler diğer bireylerle pozitif ilişkiler kurmakta, bu ilişkileri sürdürmekte ve sevdikleri bireyler tarafından onaylanma isteğine sahip olmaktadır (Ceylan ve Demircan, 2002: 4).

Kısaca, çeşitli araştırmalar, bağlanma güdüsünün yüksekliğinin girişimcinin çeşitli ağlar oluşturma ya da bu ağlarla ilişkiye girerek başarı sağlamasına dair ipuçları sunmaktadır.

2.3.6. Statü Kazanma ve Kendini Gerçekleştirme Etkisi

Bir üst makama, rütbe ya da göreve yükselme terfi olarak tanımlanmaktadır. Terfi, iş hayatlarında başarılı olan çalışanlara çabaları karşılığında verilmesi gereken ödülün bir çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler yapmış oldukları başarılı çalışmalar sonucunda bir takdir edilme ve ödül beklentisi içerisinde olmaktadır. Bu beklentiler bireylerin kendini kanıtlayabilme, saygı görme ve takdir edilme gereksinimlerinden kaynaklanmaktadır (Çiçek, 2005: 82).

Sürekli aynı bilgiler doğrultusunda çalışma yaşamını sürdüren bireyler zamanla monoton davranışlar sergilemeye başlarlar ve bulundukları konumu, sahip oldukları sorumluklarını yetersiz bulma düşüncesine kapılırlar. Bu durum çalışanların işletme içerisinde alınan eğitimler almaya başlaması ile değişmeye başlar. Bilgi ve becerisi artan bireylerin mesleklerinde terfi alma istekleri yoğun bir şekilde gündeme gelmeye başlar. Bireyin organizasyonel bir yapı içerisinde konumlandırıldığı yer statü olarak tanımlanmaktadır. Çalışanların motive edilmesi için sıklıkla kullanılan statü yönteminde aynı zamanda toplum içerisinde de statü sahibi olmak önem göstermektedir. İnsanların çoğu kendilerini geliştirmek ve ellerinden gelenin en iyisini yapmak istemektedirler. Bu sebepten dolayı statü ve değer çalışanlar açısından çok önemli bir motivasyon aracı olarak belirtilmektedir (Eren, 2022: 573). Özellikle büyük ve kurumsal firmalarda mevki ve gelir bireylerin en önemli motivasyon araçlarından biri olarak görülmektedir. Bireylerin çoğunluğu işletmede çalışmaya başlamadan önce ve sonrasında kısa süre içerisinde gelişme ve yükselme imkanlarını araştırmaktadırlar. Çalışan bireyler, toplumda takdir edilme ve

saygı görme gereksinimi duyarlar ve işletmelerde bu ihtiyaç yeni bir ünvan, ücret artışı veya terfi ile sağlanmaktadır. Terfi ve takdir edilme imkanlarının sunulması bireyleri motive etmenin en konforlu yöntemidir.

Çalışanlar için işletmelerde hazırlanan kariyer planları ve zamanı geldiğinde uygulanan terfi ve oluşturulan uygun ortamlar, çalışan motivasyonunu olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Buna neden olarak da kıdemde yapılan terfinin beraberinde çalışan için farklı imkanları meydana getirmesi belirtilmektedir (Öztürk ve Dündar 2003: 58). Girişimci bireyin girişimcilik niyeti oluşurken onu girişimci olmaya teşvik eden motivasyonların davranışsal olarak tanımlanan etkilerinin, girişimci bireyin harekete geçmesinde belirleyici olduklarını söylemek mümkün. Girişimci bireyin başarıya ulaşma arzusu, kendine güvenerek işin başında mevcut olası belirsizliklere karşın risk alabilmesi girişimci bireyi faaliyete başlamada güdülerken, yeni şeyler ortaya koymak, güçlü bir birey olarak toplum içinde statü sahibi olma istekleri de girişim faaliyetlerinin sürekliliğine etki etmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GÖÇ VE GÖÇMENLİK KAVRAMLARI

Tez çalışmasının üçüncü bölümünde göç ve göçmenlik kavramları ile ilgili tanımsal açıklamalara yer verilmiş ve göç çeşitleri ile göçmen türleri hakkında alt maddeler halinde kavramsal tanımlamalar çerçevesinde izahatlar yapılmıştır. Ayrıca yine bu bölümde göç kuramları hakkında literatürde yapılmış çalışmalar ışığında açıklayıcı bilgiler verilmiştir.

3.1. Göç Kavramı

İnsanların, ilk çağlardan itibaren sürekli yer değiştirme faaliyetleri içinde bulundukları bilinmektedir. Yeme-içme gereksinimlerinden dolayı insanların gezilerde bulunmaları göç kavramının çok eskilere dayanan bir olgu olduğunu göstermektedir (Zülal, 2002: 60).

Yerleşik yaşama geçme aşamasına gelene kadar olan dönemde toplayıcılık ve avcılık işleriyle uğraşan insanoğlu devamlı göç etme halinde bulunmaktadır. Fakat gerçekleştirilen bu toplumsal hareketler yerleşik bir hayattan başka bir yerleşik hayata gerçekleştirilmemesinden ötürü modern anlamda göç konusuna dahil edilmemektedir. Tarımsal anlamda üretimin başlaması, çeşitli hayvanların evcilleştirilmesi, toprağın işlenerek ürünler elde edebilme gibi sebeplerden dolayı yerleşik yaşama geçmenin temelleri atılmış ve daha sonra gerçekleştirilen göç etkinlikleri göç konusu içine dahi edilmektedir. Göç etme kararını vermiş bireylerin yaşadıkları yerleşim bölgelerinden belirli bir zaman diliminde farklı bir yerleşim yerine gitmesi (İçduygu ve Sirkeci, 1999: 415), ya da belirli bir bölgede yaşayan bireylerin doğal afetler, savaş, işsizlik, daha iyi yaşam şartları, terör gibi çeşitli sebeplerden dolayı geçici ya da temelli olarak yaşadıkları bölgeleri terk ederek başka bölgelere hareket etmesi (Parasız ve Bildirici, 2002: 139) göç olarak tanımlanmaktadır. Bu arada, göçün tanımlamaları yapılırken bahsedilen yer değiştirme ifadeleri yeterli olmamakta yerleşim bölgeleri arasındaki uzaklık ölçütünün de göç tanımı içerisinde belirtilmesi gerekmektedir. Bireylerin kendi yerleşim yerlerini kalıcı olarak ve belirli uzaklıklar içerisinde değiştirmesi göç olarak tanımlanmaktadır (Gökdere, 1978: 10). Ayrıca, ekonomik ve toplumsal dönüşümlere

yol açan bir sebep olan göç olgusu; nüfus büyümesi, iş imkanları, insan hakları, güvenlik ve kaynak bakımından ülkeler arasında oluşan farklılıklara karşı doğal bir tepki yani bir sonuç olarak belirtilmektedir (Zülal, 2002: 63).

Tüm bu ifadeler ışığında göç kavramı ile ilgili kapsamlı bir tanım yapmak gerekmektedir. Yalçın'a (2004: 13) göre, bireysel, siyasi, ekolojik, ekonomik ve toplumsal sebeplerle yaşadıkları yerlerden ayrılarak başka bölgelere uzun, orta ya da kısa süreli yerleşme veya geriye dönme hedefi bulunan kültürel, toplumsal ve coğrafik yer değiştirme hareketleri göç olarak tanımlanmaktadır.

3.2. Göç Çeşitleri

Kişilerin çeşitli nedenler ile belli zamanlarda mekânsal yer değişimi olarak ifade edilen göçün tasnifi de bu anlamı dahilinde yapılabilmektedir. Aynı zamanda sosyal bilimler alanındaki bilim dallarının da kendi açısından bir göç tanımı yapması sebebiyle ilgili yazında göç kavramı ile ilgili birçok tür olduğu görülmektedir. Genel olarak göç türleri iç göç, dış göç/uluslararası göç olarak ifade edilmektedir.

3.2.1. İç Göç

Ülkelerin mevcut sınırları içinde belli bir yerden başka bir yere doğru meydana gelen göç hareketleri iç göç olarak ifade edilmektedir (Sağlam, 2006: 34). Farklı bir tanımda ise; bir ülkenin sınırı içinde toplulukların ya da bireylerin yaşadığı yeri bir yıldan daha uzun süreliğine değiştirmesi eylemi olarak belirtilmektedir. Bundan dolayı ülkelerin ekonomilerinin kalkınmışlık seviyesi, yerleşme tarihleri ve büyüklüklerine bağlı olarak iç göç genelde kırsaldan kırsala, kırsaldan şehirlere, şehirden kırsala ve şehirlerden şehirlere doğru gerçekleştirilmektedir (Pazarlıoğlu, 2007: 121)

Bir ülkenin nüfusunun mekânsal açıdan yeniden dağılımı ile ilgili olan iç göç kavramında nüfus etkinliklerinin yönü az gelişmiş bölgelerden gelişen bölgelere doğru olduğu görülmektedir. Dünyadaki bütün toplumlar da bu duruma her zaman rastlanılmakta ve belirli oranlar daima yaşanmaktadır. Fakat ülkelerin bazılarında yoğun ve hızlı göç ve kentleşme yaşanırken bu durum bazı ülkelerde daha yavaş olabilmektedir (Sağlam, 2006: 35). Bundan dolayı iç göç olgusunun oluşum aşamasında veya göç hareketleri meydana geldikten sonra göçün yapıldığı yerlerde

hangi zorlukların olduğu ne gibi olumsuzluklar ile karşılaşıldığı ve göç eden kişilerin beklentilerinin neler olduğu araştırılması önem arz eden bir durum olarak ifade edilmektedir (Özdemir, 2008: 23).

3.2.2. Dış Göç

Bireylerin kalıcı olarak veya belli bir süreliğine yerleşmek ya da çalışmak amaçları ile kendi ülke sınırları dışında gerçekleştirdikleri nüfus hareketleri dış göç şeklinde ifade edilmektedir (Üner, 1972: 72). Dış göç türünü ülkelerindeki az gelişmişlik faktörlerinin bireysel boyutlarda ortadan kaldırmanın bir yolu olarak da tanımlayanlar bulunmaktadır (Yasa, 1979: 1). Birleşmiş Milletler (BM) ise herhangi bir göçün uluslararası düzeyde anlam kazanması için bireylerin kendi ülkelerinden ayrılması ve başka ülkede en az bir yıl süre yaşaması gerektiğini belirtmektedir. Genellikle uluslararası göç kavramı altı kategoride toplanmakta ve bunlar şu şekilde belirtilmektedir Bunlar (Gençler, 2005: 175)

- 1) Kalıcı olarak yerleşenle,
- 2) Belli bir süreliğine sözleşmeli çalışanlar,
- 3) Belli bir süreliğine çalışan profesyoneller,
- 4) Yasal olmayan veya gizli çalışanlar,
- 5) Sığınmacılar,
- 6) 1951 tarihli Cenevre Antlaşması çerçevesinde koruma altına alınan mültecilerden meydana gelmektedir.

Yaygın bir tanımlamaya göre de uluslararası göç veya diğer adı ile dış göç, bir ülkenin sınırı içinde gerçekleştirilen iç göçün aksine mevcut ülkenin sınırını aşarak başka bir ülkeye veya ülkelere gerçekleştirilen göç hareketleri olarak ifade edilmektedir. Ülke nüfuslarının azalmamasıyla birlikte yalnızca bölgeler arasındaki demografik çeşitlilik iç göçte değişiklik göstermektedir. Fakat dış göçte ise, gerçekleşen göç oranı kadar ülke nüfusunda bir azalma olmaktadır. Ayrıca dış göçte nüfus azalmasıyla birlikte ülkelerde ciddi problemler yaşanabilmektedir. Gelişmiş seviyede eğitime ve nitelikli bir yapıya sahip olan işgücünün, çok daha iyi çalışma ve yaşam imkânları sunabilen başka yerlere gitmesi olarak tanımlanan beyin göçünün

dış göç hareketliliği içinde son yıllarda fazlaca ele alınan bir çeşidi olarak görmek mümkündür (Gökbayrak, 2008: 72). Nitekim uzun dönemde bireyler için daha fazla kazanç ve daha müreffeh bir hayat yaşamak maksadıyla meydana gelen dış göç, akıllı ve yetenekli insanların kaybedebilme ihtimali olan göç veren ülkelerin zamanla ekonomik olarak zarar görebilecekleri olumsuz bir süreç yaşamalarına da neden olabilecektir (Gümüş, 2003: 24). Özellikle yetişmiş genç insan kaynaklarının muhafazası açısından bu türden göçlere ilişkin tedbirleri içerecek politik kararlar üzerinde düşünülmesi gerekmektedir.

Günümüzde dünyadaki nüfusun büyük bir kısmı doğdukları ülkelerde yaşamını sürdürmektedir. Bununla birlikte hayatlarının bir bölümünü eğitim görmek, çalışmak hatta emeklilik dönemini yaşamak amacıyla farklı bir ülkede geçirmek isteyen bireylerin sayıları da hızla artmaktadır. Dünya nüfusunun önemli bir kısmının dünyaya geldikleri ülkelere ziyade farklı ülkelere hayatlarını devam ettirdiği bununla birlikte dış göç hareketliliğinin son yıllarda ekonomik anlamda gelişmiş ülkelere doğru artarak devam ettiği görülmektedir (McCann vd., 2010: 362).

Ekonomik olarak daha zengin ülkelere doğru göç hareketliliği dönemsel yaşanan küresel krizlerin, bölgesel yaşanan savaş ve istikrarsızlıkların da etkisi ile dünya genelinde etkisini sürdürmekte ve gelişmişlik düzeyi yüksek ülkelerin göçmen sayıları artmaya devam etmektedir. Küresel anlamda yaşanan bu dış göçler neticesinden Dünya Göç Raporuna (2020) göre 2020 yılı itibariyle dünya genelinde yaklaşık 272 milyona yakın göçmen olduğu belirtilmiştir. (IOM, 2020: 9)

Az gelişmiş ülkelerdeki bireylerin daha iyi yaşam şartlarına sahip olmak ve yüksek gelirler elde etmek amacıyla başka bölgelere göç etmeleri dış göçün dinamiklerinin ortaya konulması bakımından önemli bir durumdur (İçduygu, 2009: 2).

Göçün gerçekleştiği bölgelerde meydana gelen ekonomik ve sosyal problemlerle göç olgusunu yaşayan her ülke farklı yöntemler ile başa çıkmaya çalışmaktadırlar. Ülkelerin maruz kaldıkları dış göçün ortaya çıkardığı sorunların başında göçmen sayılarının fazla olması söylene de bunun yanında göç eden

nüfusun sahip olduğu farklı kültürel ve ekonomik birikimlerde başa çıkılması gereken bir problem olarak gündeme gelmektedir (Niessen, 2003: 2).

Bu nedenlerden dolayı dış göç, son yıllarda göç alan ülkelerin başa çıkılması gereken ulusal veya bölgesel önemli konularından biri haline gelmiştir. Bununla birlikte, dünyanın birçok göç alan gelişmiş ülkesinde göçmen karşıtı düşüncelerin hem toplumsal hem de siyasi mecralarda artmaya başladığı görülmektedir. Bu durumu ülkelerinin bağımsızlık mücadelesi olarak gören ve sert önlemler ile göçlerin durdurulmasını talep eden eğilimler sıklıkla gündemde yerini almaya başlamıştır (Latapi ve Koppenfels, 2003: 125). Bu çerçevede bakıldığında, kişilerin ülkelere ait sınırlar boyunca hareket etmeleri olarak tanımlanan dış göç olgusu yaşadığımız yüzyıl da bazı kesimlerde küresel anlamda bir sorun olarak görülmektedir (Martin ve Widgren, 2002: 3).

Göç kavramı ve sonrasında göç çeşitleri ile ilgili yapılan değerlendirmelerden sonra göçün öznesi durumunda olan göçmen kavramının ne olduğu ve türlerinin neler olduğu hakkında da bilgiler vermek konun bütünlüğünü ifade etmek bakımından önem arz etmektedir.

3.3. Göçmen Kavramı ve Türleri

Çeşitli nedenlerden dolayı kendi ülkelerinden başka ülkelere göç eden bireyler göçmen olarak tanımlanmaktadır (Çakran ve Eren 2017: 3). Uluslararası bağlamda göçmen kavramının genel geçerliliği olan bir tanımı bulunmamakta ve bireylerin göç hareketlerini gerçekleştirmiş olmaları onları göçmen olarak nitelendirebilmek için yeterli olmamaktadır. Ayrıca bireylerin göçmen olarak nitelendirilebilmesi için kendi iradeleriyle göç hareketlerini gerçekleştirmeleri ve sosyal durumlarını iyileştirmek gibi amaçlarının olması gerekmektedir. Bireylerin kişisel beklentilerini karşılamak, yaşam standartlarını daha üst seviyelere ulaştırmak amacıyla herhangi bir baskı ve dayatma olmaksızın kendi istekleri doğrultusunda göç sürecini başlatması durumu göçmen teriminin kapsamı içerisinde yer almaktadır (IOM 2009: 22).

3.3.1 Düzensiz Göçmenler

Ülke sınırları arasında yaşanan bu kurlsız göç hareketliliği her ne kadar bazı tanımlamalarda yasadışı göç olarak adlandırılrsa da bu tanım anlam olarak ceza gerektiren bir suç olarak algılandığı için uluslararası birçok kaynakta ve en son Avrupa Konseyi Parlamenter Meclisi'nin 2006 yılında aldığı kararda düzensiz göç terimi kullanılmak suretiyle ifade edilmiştir. Göçmen kişinin sınırlar arasında yapmış olduğu bu eylemin onun kişiliğinde yasadışılık oluşturmayacağı böyle bir tanımlamanın insan onuruna yakışmayan bir anlam oluşturmamasının önüne geçilmesi amaçlanmıştır (Şenses Özcan, 2015: 25; Sciortino, 2004: 17). Bu izahatlar ışığında yaptığımız çalışmamın bu bölümünde kavram olarak düzensiz göç ve düzensiz göçmen tanımlamalarını kullanmayı uygun bulduk.

Günümüzde, yabancıların sınırlardan geçişi ve geçtiği yerlerde kalma ve yaşama kurallarının düzenlenmesi konuları hem göç alanında yapılan akademik çalışmalarda hem de göç alan ülkelerinin politikalarında yerini alan bir konu haline gelmektedir. Her ne kadar bu politikalar ülkeler için önemli olsa da sınırlar arası göç hareketliliği her yıl birçok düzensiz göçmenin başka topraklara göç etmesini engelleyememektedir (İçduygu ve Aksel, 2012: 129). Bu nedenle düzensiz göçü, ülke sınırları arasında kontrol dışı meydana gelen insan hareketliliği olarak tanımlayabiliriz (Castles ve Miller, 2008: 25).

Sınırlar arası geçişlerde ülkelerin uyguladıkları birtakım vize politikaları, bu hareketliliğe çeşitli kısıtlılıklar getirmektedir. Uygulanan bu kurallara göre bireyler ancak yasaların uygun gördüğü sınırlar içinde, çeşitli amaçlarla farklı ülkelerde bulunabilirler. Fakat mevcut uygulanan yasaların ihlal edilmesi, yani devletin belirlediği sınırların aşılaraq kanuna aykırı hareket edilmesi, sınır geçişi yapan birey veya toplulukları düzensiz göçmen durumuna getirmektedir (Atasü Topçuoğlu, 2012: 502).

Düzensiz göç hareketlerinin oluşmasının altında yatan nedenlere baktığımızda, ulusal istikrarsızlıklar ve küresel anlamda meydana gelen krizlerin yanında kişisel beklentilerin de önemi fazladır. 1980'lerden sonra özellikle gelişmiş ülkelere doğru düzensiz göç hareketliliğinin arttığını görmekteyiz. Bu durumun önüne geçmek isteyen gelişmiş ülkeler hem kendi topraklarında hem de uluslararası kuruluşlar nezdinde bu göçün azaltılmasına yönelik yasal tedbirler almanın yanında

sıkı güvenlik politikalarını da hayata geçirmişlerdir. Sermayenin ve bilginin ülkeler arası serbestçe dolaştığı küresel sistem anlayışında, kişilerin serbest dolaşımına uygulanan bu engelleyici güvenlikçi politikalar bazı çevrelerce eleştirilse de dünya genelinde düzensiz göçün kontrol altına alınma çabası ön planda olmaya devam etmektedir.

Açıkça ifade etmek gerekirse, düzensiz göç hareketliliğinin yaşanmasında ulusal veya uluslararası konjonktürler hem makro düzeyde hem de mikro ölçekte yaşanan sosyal veya ekonomik çalkantıları içinde barındırmaktadır (Sirkeci, 2012: 355). Atasü Topçuoğlu'na (2012: 510-511) göre, dünya genelinde ekonominin gelişmesi ve hacminin büyümesiyle birlikte artan maliyetler ile rekabetçi olma arzusu taşıyan işletmelerin ucuz iş gücü talebi de artmaktadır. Yurtiçi piyasalarında bu talebi karşılayamayan işletmeler düzensiz göç ile gelmiş göçmenleri ucuz iş gücü olarak değerlendirme yoluna gidebilmektedirler. Ülkeler düzensiz göç hareketliliğine karşı idari tedbirler almaya çalışsa da ekonomik sistem içerisinden gelen talepler gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere olan düzensiz göçün artmasını engellemek noktasında yetersiz kalmaya başlamışlardır (İçduygu ve Aksel, 2012: 131).

Göçmen türlerinden biri olarak anlattığımız devletlerin kontrolünün dışında sınırları arasında gerçekleşen göç hareketliliğinin meydana getiren bireyler olan düzensiz göçmenlerin yanında bir diğer göçmen türü de vasıflı göçmenlerdir.

3.3.2. Vasıflı Göçmenler

Yerel iş gücü piyasalarında çeşitli yeteneklere sahip işgücü eksikliklerinden dolayı sektörlerde vasıflı göçmenlere ihtiyaç duyulmaktadır (Janta, 2011: 812). Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere gelen göçmenlerin üst düzey teknik ve yönetim pozisyonlarında daha cazip şartlarda ve yüksek ücretlerle görev yapabilmektedirler (ILO, 2012:152).

Yabancı sermaye işletmeleri kendi ülkesindeki vatandaşlar ile çalışmayı istemeleri de sektörde göçmen işçiliğine duyulan gereksinimin açıklayıcısı olmaktadır. Ayrıca işletme sahipleri, sektörlerdeki emek arzının sınırlı olduğu işlerin doldurulması amacıyla da çeşitli alanlarda uzmanlaşan vasıflı göçmenlere istihdam sağlamaktadırlar (Janta, 2011: 813).

3.3.3. Geçici Göçmenler

Yalnız ya da gruplar halinde bireylerin mevsimlik veya kısa süreli olarak kendi yaşadıkları yerlerden başka yerlere gitmeleri geçici göç olarak ifade edebiliriz. Geçici göçlerde en temel ilke bireylerin kendi ülkelerine dönüş yapması olarak belirtilmektedir (King, 2013: 8). Belirli bir amaç için gerçekleştirilen geçici göçlere genelde bir süreliğine başka ülkelere çalışmak için gidilmesi örnek olarak verilebilmektedir. Fakat daha geniş bir yapıya sahip olan geçici göçler yalnızca kısa süreli işçi göçleri ile sınırlandırılmamaktadır (Çavuşoğlu, 2006: 89).

Gezip görmek, tatil yapmak gibi turizm amaçlı etkinlikleri de geçici göçler içerisinde sayabiliriz. Ayrıca eğitim için gerçekleştirilen kısa süreli hareketlilikleri de geçici göç kapsamında belirtmemiz yanlış bir durum olmaz.

3.3.4. Zorunlu Göçmenler

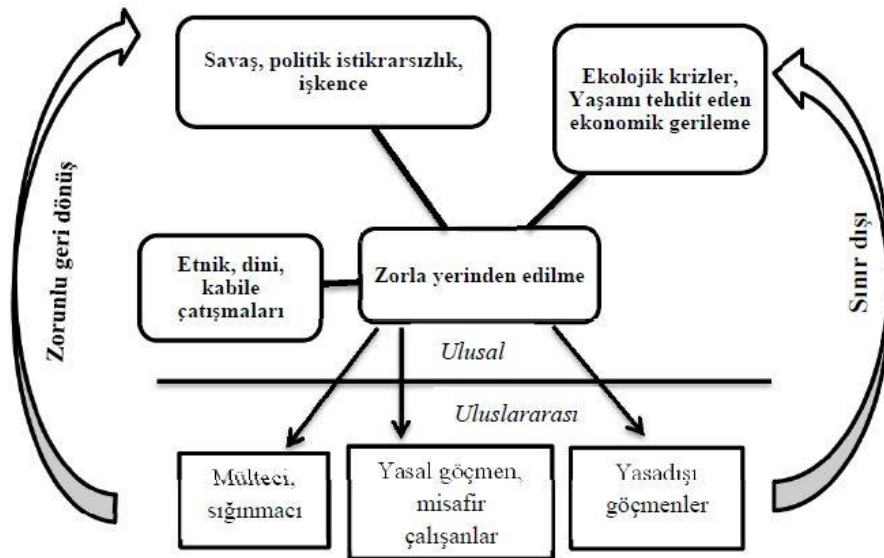
Geçmiş zamanlarda da yaşanan ve günümüze kadar uzanan süreçte farklı toplulukların saldırıları, kaynak yetersizlikleri, doğal afetler, açlık problemleri, kuraklıklar, iklim değişiklikleri gibi durumlar göçü zorunlu hale getiren faktörler olarak belirtilmektedir (Yalçın, 2004: 3). Dolayısı ile tarihsel olarak bakıldığında; toplumsal göç faaliyetlerinin büyük çoğunluğu belli bir zorunluluk sonucunda gerçekleşmektedir. Bu kapsamda 4. yüzyıl ortalarında tarihte yer alan ilk büyük toplumsal göç olayının Çin'in egemenliğinden kurtulmayı hedefleyen Hunların batıya gitmeleri ve Karadeniz'in kuzeyine yerleşmeleri sonucunda buralardan kaçan Cermen kavimlerinin gerçekleştirmiş olduğu Kavimler Göçü olduğu görülmektedir (Kınık, 2011: 55).

Giddens (2010: 522), tarihte yaşanan en büyük zorunlu göçlerden birinin 1974 yılında milyonlarca Müslümanın, Hindistan'ının siyasi bölünmesi sonrası Hindistan'dan Pakistan'a göç etmeleri olduğunu ifade edilmektedir. Meydana gelen bu mecburi göç insanların ters yöne doğru kaçışı şeklinde gerçekleşmiştir. Tarihin en büyük insan hareketinin büyük çoğunluğunda göçmenler kendi istekleriyle yer değiştirmektedirler. Fakat bunun yanında Afrika'dan 15 milyon insan 17. ve 18. yüzyıllarda köle olarak alınarak gemiler aracılığıyla Kuzey Amerika, Karayipler ve Brezilya'ya zorunlu olarak gönderilmiştir. 19. yüzyılda ise Çin ve Hindistan'dan 10 milyon ile 40 milyon arasındaki sözleşmeli işçiler büyük kitleler şeklinde çeşitli

ülkelere gönderilmiştir. 20. Yüzyıla bakıldığında ise Asya ve Avrupa’da savaşların olması sonucunda milyonlarca insan yurdundan göç etmek zorunda kalmıştır (Giddens, 2010: 522). Belirtilen şartlar altında gerçekleştirilen göçlerin tamamı zorunlu nitelikler taşımaktadır.

Politik ve etnik sebeplerden dolayı meydana gelen aşırı kargaşa, iç savaş, ülkeler arasında gerçekleştirilen savaşların neden olduğu göçler de zorunlu göç konusu içinde değerlendirilmektedir. Önemli düzeyde bir kargaşa olmaması ya da bir savaş yaşanmasa da bazı din veya ırka sahip toplumlar ya da bireyler de otoriteler tarafından göç etmeye zorlanmaktadırlar. Ayrıca uzun süreli kıtlıklar ve doğal afetler de bireyleri göç etmeye zorlamaktadır. Tarihsel bir gerçeklik olarak, Amerika’ya ve diğer gelişmiş ülkelere Afrika’dan binlerce insanın köle işçiliği kapsamında gönderilmesi zorunlu göç konusu içerisinde yerini almaktadır (Meilaender, 2007: 10-11). Zorunlu göç ile alakalı yapılan araştırmalarda, zorunlu göç sırasında ayrıştırıcı faktörlerin daha yoğun kullanıldığı belirtilmiş ve bu süreç içerisinde etnik ve dinsel toplulukların yaşadıkları yerlerden uzaklaştırılmada en büyük aday olduğu kanısı pekiştirilmiştir (Çağlayan, 2006: 83).

Şekil 3.1. Zorunlu Göç Modeli



Kaynak: Wood, 1994: 617.

Şekil 3.1. de gösterilen ve Wood'un (1994: 617) araştırmalarında belirttiği üzere; ekolojik krizler, politik istikrarsızlık, savaş, etnik ve dini çatışmalar gibi etkenler, bu koşullar ile karşı karşıya kalan insanları mecburi olarak bulundukları bölgeleri terk etmeye zorlamaktadır. Ülkelerin sınırları arasında meydana gelen bu olgunun sonucunda zorunlu göçmenliğin hayat bulduğunu görmekteyiz. Son tahlilde bu hareketliliğin içinde bulunan insanlar iki seçenekle karşı karşıya kalabilmektedirler. Ülke sınırlarına mecburi geri dönüş veya sınır dışı edilme. Ülke sınırlarına mecburi dönüş verilebilecek en çarpıcı örneğin ülkemize doğru 1989 yılında Bulgaristan'dan gelen göç dalgası olduğunu söylemek mümkündür. 1992 yılına kadar süren bu sosyal hareketlilik, ülke yönetiminin politik ekseninde bunu desteklemesi ile kitlesel göç hareketliliğine evrilmiştir (Çağlayan, 2006: 87). Günümüzde Suriye'deki iç karışıklıklar sebebiyle başta Ürdün ve Türkiye olmak üzere zorunlu göç eden sığınmacı konumundaki kitlelerin durumu da bu kapsamda değerlendirilebilir. Bu konuya bir sonraki kısımda değinilmiştir.

3.3.5. Sığınmacılar ve Mülteciler

Uluslararası alanda yayımlanan İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi (İHEB) içerisinde temel bir hak olarak yerini alan sığınma hakkı, beyannamede geçen anlamı ile, bu hakkın göç alan ülkenin kendilerine has istekleri doğrultusunda bu koşullara yön vermesinden çok bu ülkelerin bunu bir temel görev olarak benimsemesi gerekliliğinden bahseder.

Kavramsal anlamda incelendiğinde TDK (2019)'da sığınmacı, kendi ülkesinden başka bir ülkeye, mekâna veya coğrafyaya sığınan veya sığınmak için bekleyen birey olarak belirtilmektedir.

Belirli metotlar çerçevesinde mülteci statüsü kazanmak amacıyla kendi ülkesinden başka bir ülkeye sığınan ve burada yapmış olduğu başvurun sonuçlarını bekleyen kişi sığınmacı olarak tanımlanmaktadır (IOM 2009: 49).

Yapılan tanımlarda sığınmacı ile mülteci arasındaki temel fark olarak, mültecilikte mülteci olmanın ön şartı mültecilik başvurusunun yapılması olduğu belirtilmiştir. Aslında bu bağlamda mülteci ve sığınmacı kavramları bir bütünün parçaları olarak da ifade edilebilmektedir. Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek

Komiserliği (BMMYK) tarafından imzalanmış olan Mültecilerin Hukuki Durumuna İlişkin Sözleşme de mülteci kavramının tanımı şu şekildedir (Barkın, 2014: 334):

Yaşadıkları ülkelerde meydana gelmiş olan olayların sonucunda uyruğu, ırkı, dini, belirli bir sosyal gruba üyeliği ya da siyasi düşünceleri sebebi ile ülke değiştirmek isteyen, işkenceye uğramaktan korkması gibi haklı sebepler ile de vatandaşı olduğu ülke sınırları dışında bulunması ve ülkesinin korumasından yararlanamaması veya korkuları sebebiyle yararlanmak istememelerinden dolayı göç eden birey mülteci olarak tanımlanmaktadır. Genel olarak uyruğu olmaması ve bahsedilen olaylar sonucunda ikamet ettiği ülke dışında bulunması, ülkesine dönemeyen ve dönmek istemeyen bireyler olarak tanımlanmaktadır.

3.4. Göç Kuramları

Göç üzerine yapılan araştırmalarda göçün meydana gelme sebeplerini farklı açılardan inceleyen çalışmaların var olduğu görülmektedir. Castles ve Miller (2008: 17), toplumsal bir gerçeklik olan göçü incelerken süreci kısıtlı yanları ile ele almaktansa çeşitli disiplinler ile olan etkileşimini dikkate alarak bütüncül yaklaşımlar ile ele alınmasının önemli olduğunu söylemektedir. Meydana gelen her göç kendi içinde farklı dinamikler içerdiğinden göçü bir kuram üzerinden açıklamaya kalkmak anlamsız olacaktır. Bu nedenle göç olgusu bu geniş perspektifte ele alınarak bir takım göç kuramları üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırmamızın bu bölümünde, Kesişen Fırsatlar Kuramı, Petersen Göç Kuramı, İtme-Çekme Kuramı, İlişkiler Ağı Kuramı, Göç Sistemleri Kuramı ve Ravenstein Göç Kuramı başlıkları altında göç kuramları ele alınacaktır.

3.4.1. Kesişen Fırsatlar Kuramı

Belirli bir bölgeye giden bireylerin sayısının, gitmiş oldukları bölgelerdeki fırsatların fazlalığı ile orantılı olduğunu ifade etmek için oluşturulan bir kuramdır (Jansen, 1970: 11). Açıklanan bu kuram ile, göçmenlik olgusu temel sosyal faktör olarak belirlenirken aynı zamanda bireylerin göç etmesindeki sebeplere ve göç kararına odaklanılmaktadır.

3.4.2. Petersen Göç Kuramı

Petersen itme ve çekme faktörleri üzerine yapmış olduğu çalışma ve analizlerini bu faktörlerin altında yatan temel sebepler doğrultusunda ilerletmek

istemmiş ve bu alanda yapılmış farklı teoriler ve önermelerden fikirler edinerek yeni bir göç kuramını ortaya koymuştur. Petersen (1958: 258), Göçün Genel Tipolojisi (A General Typology of Migration) adlı eserinde Fairchild'ın bu alanda yapmış olduğu araştırmasında dile getirdiği kültür sınıflandırmasına ve “*insan zorla hareket etmedikçe yerleşiktir*” bulgusuna değinmiştir. Bununla beraber “*Doğal olarak yerleşik olan insanların neden bazıları göç ediyorken bazıları göç etmiyor?*” sorusunun tatmin edici cevabını aramıştır.

Petersen, alışla gelmiş çekme-itme faktörlerinin bütün koşullarda geçerlilik arz etmediğini, göç edecek olan bireylerin motivasyonları ile göçe sebep olan toplumsal sebeplerin ayrımının yapılmasının analizlerin mantıksal olarak açıklanmasında önemli olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca ekonomik şartlar başta olmak üzere politik ve dini özgürlük ortamının tüm sosyal sınıflarda farklı anlamlara sahip olmasından dolayı bütün sosyal sınıfların göç etme eğilimlerinin de birbirinden farklı olduğunu belirtmektedir (Petersen, 1958: 258-259).

Bütün bu unsurların birlikte incelenmesi ile ileri seviye bir göç türünün bulgusuna ulaştığını ifade eden Petersen, beş değişik göç tipinin varlığından bahsetmiştir. Petersen'a (1958: 259) göre bunlar:

1. İlkel Göç: çevresel sebeplere bağlı olan itici faktörlerin sonucunda ortaya çıkmaktadır. Endüstri öncesindeki toplumlarla ilişkilendirilmekte, doğa olayları ile başa çıkamayan bireylerin göç hareketleridir.

2. Zorunlu Göç: Sosyal yapıların itici faktörleri oluşturduğu göç türü. Bireyin göç etmeye karar vermesinde kendi iradesinin olmaması. Yani bireyin göç etmesine başkaları tarafından karar verilmiştir.

3. Yönlendirilmiş Göç: Bireyin göç etme kararını vermesi kendi iradesi ile olmaktadır. Yani, toplumsal bir baskı olsa dahi bireyin göç etmesi kendi iradesine bağlı olarak gerçekleşmektedir.

4. Serbest Göç: Bireyler kendi istekleri doğrultusunda göç etmektedirler.

5. Kitlesele Göçler: Bireysel şekilde hareket etmiş olan öncü göçmenlerin kazanım ve izlerinin daha sonra göç eden kişiler tarafından benimsenerek aynı

süreçlerin uygulanması sonucunda ortaya çıkmaktadır. Ulaşım imkânlarının gelişmesi sonucunda kitlesel göç hareketleri artmaktadır.

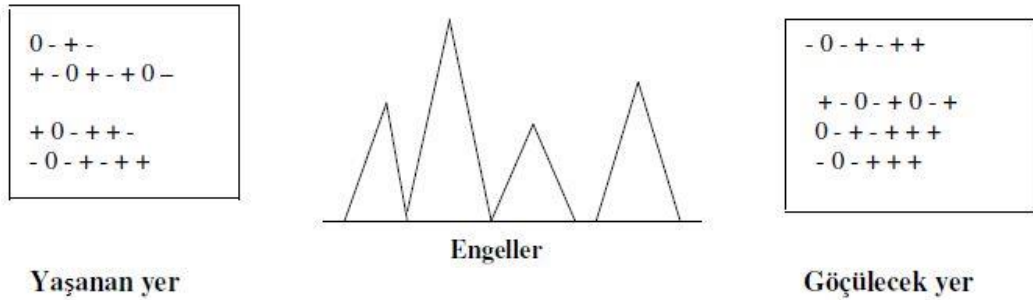
3.4.3. İtme Çekme Kuramı

1966 yılında Everett Lee itme çekme teorisinin formülünü “Bir Göç Teorisi” (A Theory of Migration) isimli makalesinde yayınlamıştır (Yalçın, 2004: 30). Bu çalışmada Lee, ortaya koyduğu itme çekme teorisi göç olayını dört temel faktör aracılığı ile izah etmektedir:

1. Bireysel faktörler,
2. Bireylerin yaşadıkları yer ile ilgili faktörler,
3. Bireylerin gitmeyi düşündükleri yer ile ilgili faktörler ve
4. Bireylerin çalışmak istedikleri işlerde karşılaştıkları engellerdir.

Bu faktörlerin nasıl işlediği ise şekil 3.2.’de açıklanmaktadır:

Şekil 3.2. İş Etkileyen Engeller ile Yaşanan ve Göçün Edilen Yerlerdeki Faktörler



Kaynak: Yalçın, 2004: 30.

Yukarıdaki şekilde ‘-’ sembolü itici faktörleri temsil ederken ‘+’ sembolü ise çekici faktörleri temsil etmektedir. ‘0’ ise nötrü temsil etmekte ve herkes için eşitliği ifade ederek hiçbir etkinin olmadığını göstermektedir. (Yalçın, 2004: 31).

Lee’nin itme ve çekme teorisinde; yaşanan yer ve gitmesi düşünülen yerlerde çekici ve itici faktörler bulunmaktadır. Ayrıca Lee, göç olayının artı ve eksilerinin toplanmasında artıların fazla çıktığı bir durum olmadığı da belirtilmektedir. Bu durum teorisinin yalnızca ilk şartı olmaktadır. Her iki çekici neden (artı puan) arasında kesinlikle engel faktörleri de ortaya çıkmaktadır. Bu engel

faktörünün ilk sırasında ise gidilecek bölgeye olan mesafe gelmektedir. Lee'nin itme çekme teorisine Mac Donald farklı bir yaklaşımda bulunmuş ve kişisel faktörleri de analizlerine dâhil etmiştir. Mac Donald göçün oluşmasını sağlayan çekici ve itici sebeplerin kişisel farklılar ile değişiklik gösterebileceğini savunmaktadır. Çocuk sahibi olma, yaş, cinsiyet, medeni hal gibi kişisel belirleyici etkenler insanların göç kararı almasında önemli olmaktadır (Yalçın, 2004: 37).

3.4.4. İlişkiler Ağı Kuramı

Göç veren ülkeler ile göç alan ülkelerde bulunan göçmenlerin kendi aralarında oluşturmuş olduğu sosyal ilişkiler ve bu ilişkilerin yeni bir göçün oluşması üzerindeki etkisi ilişkiler ağı kuramının temelini oluşturmaktadır. İlişkiler ağı kuramında, göç kavramı incelenirken kavramın bütün boyutları ile ele alınması gerekmekte ve daha önce yaşanan benzer durumlarla analiz edilmektedir (Çağlayan, 2006: 89). Ayrıca ilişkiler ağı kuramında göçün başlamasına sebep olan unsurlardan önce göç süreçlerinin devam ettiği zaman ve mekân gibi faktörler üzerinde durulmaktadır.

Bireylerin kendi ülkeleriyle yeni geldikleri ülkelerde bulunan eski göçmenler, göçmen olmayanlar ve diğer göçmenler arasında ortak soydaşlık, dostluk ve köken bağından oluşturduğu bağlantıları ilişkiler ağı olarak ifade edilmektedir. Bu bağların oluşması sonucunda, bireyler aralarında yardımlaşmada bulunmakta ve sosyal sermayeye katkı sağlamaktadırlar. Bu ağ ilerleyen süreçlerde ise yaygınlık göstererek göçmen gönderen ülkelerin hepsini etkilemekte ve göç olgusunun kesintisiz biçimde devam etmesini sağlamaktadır (Abadan, 2006: 34). Abadan (2006), göçmen ağı kuramında altı önemli işlevden bahsetmekte ve bunlar şu şekilde belirtilmektedir:

1. Göçün neden olduğu olumsuzluk ve masraflardan ötürü göçmenlere olumlu katkılar sağlamaktadır.
2. Göç başlangıcını ve göç edilecek yerin belirlenmesini sağlayarak göç edecek bireylerin kimler olduğunun tespit edilmesine katkı sağlamaktadır.
3. Göç eden bireylerin göç ettiği bölgelerdeki adaptasyon süreçlerine katkılar sağlamaktadır.

4. Bireylerin göç ettikleri ülkelerde toplum içerisinde bir bütün olarak kalmaları ve kendi ülkeleriyle olan ilişkilerin sürekliliğini sağlamaktadır.
5. Göçün süresini ve büyüklüğünün tespit edilmesini sağlamaktadır.
6. Göç etmiş olan bireylere ve yeni göç edecek bireylere her konuda bilgi verilmekte ve yardımda bulunmaktadır.

3.4.5. Göç Sistemleri Kuramı

Göç sistemleri kuramında göç olgusu ekonomik, politik ve uluslararası ilişkiler çerçevesinde ele alınmaktadır. Birden fazla ülkenin göçmen değişiminde bulunması sonucunda bir göç zincirinin kurulabileceği bu kuram ile açıklanmaktadır (Güllüpinar, 2012: 76). Bu kuramın izahı yapılırken Latin Amerika'nın güneyinde ve Güney Pasifik deki gibi bölgesel göç düzenlerinin analizlerini kapsayan ifadeler yer verilmiştir. Göç veren ülkeler ve göç alan ülkeler arasında sömürgecilik, kültür, yatırım ve ticaret gibi unsurlardan dolayı göç hareketlerinin oluştuğu savunulmaktadır (Castles ve Miller, 2008: 37). Faist (2003: 82) bu kuramı bir geçiş ya da bağlantı kuramı olarak ifade etmektedir. Aynı zamanda dünyadaki sistem kuramlarının benimsemiş olduğu makro yaklaşımları kendisinin benimsediği mikro yaklaşımla sentezlemektedir.

Ülkelerin coğrafi yakınlıkları da kuramın hipotezi olarak belirtilmekte ve önem taşımaktadır. Ülkelerin birbirleri arasındaki fiziki yakınlık politik ve ekonomik ilişkileri olumlu veya olumsuz biçimde etkilemektedir (Özcan, 2017: 201). Faist (2003: 82), göç sistemleri kuramının üç ana özelliğinden bahsetmekte ve bunlar şu şekilde açıklanmaktadır:

1. Göç hareketlerinin gerçekleştiği anda oluşan etkileri inceleyen göç kuramları aynı zamanda bu etkilerin olumlu veya olumsuz olmaları noktasında belirleyici bir etken olmaktadır. Bağımlılık kuramlarıyla dünya sistemi kuramları arasında oluşan ilişkinin boyutları genişlediği zaman bu kuramda bireylerle daha kapsamlı bir oranda ilgilenilmektedir. Örneğin; güvenlik, ticaret, bilgi ve hizmet akışları anlaşma noktasında katkılar sağlamaktadır.

2. Göç hareketleri uzunca bir süreci kapsayan ve sadece bir defaya mahsus olmayan hareketlilikler olduğundan göç sistemleri kuramı bu süreçleri incelemektedir.
3. Göç alan ülkenin uygulamış olduğu politikalardan dolayı oluşan ekonomik ve sosyal uyumsuzluklar nedeniyle bireyler ve aileler, göç ile ilgili olarak gidiş ve kalışlar için çeşitli alternatifler, stratejiler ve çıkış yolları belirlenmektedir.

3.4.6. Ravenstein Göç Kuramı

1885 ile 1889 yılları arasında Ravenstein tarafından yazılan “Göç Kanunları” (The Laws of Migration) isimli makale göç ile ilgili bilinen ilk bilimsel çalışma olarak belirtilmektedir. Makalede ifade edilen kanunlarda göçün yayılma süreci, göçün mesafeler ile olan ilişkisi, göçe dair oluşan basamaklar, göç ile ortaya çıkan kırsal bölge ile kent yerleşimcileri arasındaki davranışsal farklar ile göç durumunda kadın ve erkeğin ortaya koyduğu eylem farkları belirtilmiştir. Ortaya konulan bu kurama göre; zorlu ekonomik vergiler, zorba yasalar, kötü iklimsel koşullar gibi baskılayıcı koşullar göç hareketinin nedenleri arasında gösterilmekte, fakat en başta ekonomik kaygılar ile bireylerin yaşam konforlarını iyileştirme isteğinin en önemli göç sebebi olarak öne çıktığı belirtilmektedir (Ravenstein, 1885: 286). Ravenstein’in bu çalışmasında dile getirdiği kanunlar meydana gelen tüm göçler ve her tarihsel zaman dilimi için açıklayıcı olmasa da göçe dair oluşan süreçleri kavramsal bir bakış ile anlatması açısından önemli bir yere sahiptir.

Göçe ilişkin yukarıda tanımladığımız kuramlardan anlaşılmaktadır ki, göç çok farklı eğilim ve aşamalara sahiptir. Göçün meydana gelme sebepleri irdelendiğinde olayı sadece bir boyutu ile kuramlaştırmanın durumu izah etmekte yetersiz kaldığını görmekteyiz.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

GÖÇMEN GİRİŞİMCİLİĞİ

Bu bölümde göçmen girişimciliği kavramı detaylı bir şekilde ele alınmış ve kavramın tanımı güncel bilgiler ışığında ele alınmıştır. Göçmen girişimciliğinin gelişimi hakkında açıklayıcı bilgilere yer verilmiş ve göçmen girişimciliği modelleri hakkında alt maddeler halinde izahatlar yapılmıştır.

4.1. Göçmen Girişimciliği Kavramı ve Tanımı

Kapsamlı bir kavram olarak kabul edilen girişimcilik, yapılan birçok çalışmada farklı şekillerde tanımlarla ifade edilmiştir. Yapılan tanımlamalarda, bir kişinin bir işletmeye sahip olduğunda girişimci olarak kabul edildiğini, bu kişinin sermaye ve faaliyetlerle ilgili riskleri göz önünde bulundurduğunu, kaynakların verimli kullanımını başardığını ve işletmenin günlük yönetiminden sorumlu olduğunu ifade eder.

Göçmenliğin tanımı yapılırken, bulundukları ülkeleri genellikle ekonomik nedenlerden ötürü kendi istekleriyle yasal olarak terk edip başka bir ülkeye yetkililerin izni ile (yasal yollardan) giriş yapıp o ülkenin geçerli yasaları bünyesinde yaşayan bireylerin göçmen olarak tanımlandığını görmekteyiz (Deniz, 2014: 177).

Başka bir tanımlamada göçmen, sosyal ve maddi koşullarının iyileştirilmesi amaçlarının yanında ailesinin ve kendisinin gelecek beklentilerinin arttırılması için başka bir bölge ya da ülkeye göç eden bireyler ve yakınları olarak ifade edilir (ILO, 2012: 229).

Kendi ülkelerini belirli nedenlerden dolayı terk ederek gittikleri ülkelerde girişimcilik faaliyetlerinde bulunan kişilerde göçmen girişimcilik kavramını oluşturmaktadır (Anderson ve Blinder, 2011: 4).

Alanyazın çalışmalarında, göçmenlerin yerleşmeyi düşündükleri ülkelerde veya bölgelerde, yeni bir iş kurabilmek için ekonomik anlamda fırsatları belirleyip, üzerinde değerlendirmeler yaptıktan sonra o fırsatları kullanıp hayata geçirdikleri süreç, göçmen girişimciliği olarak ifade edilmektedir (Shane, 2012: 12).

Girişimcilik faaliyetlerini göç ettikleri ülkelerde gerçekleştiren, sosyal ve ekonomik değerlerin göçmenler tarafından ortaya çıkarılması süreci göçmen girişimcilik olarak belirtilmektedir. Stratejik ve küresel düşünceyle üretim faktörlerinin bir arada olmasını sağlayan yönetim ve riski üstlenen, yenilik ve değişimlere açık, son hedefi gelişme ve büyüme olan bireyler göçmen girişimci olarak belirtilmektedir (Sinnya ve Parajuli, 2012: 22).

Kültürel, sosyal, politik, demografik ve gönüllü veya zorunlu olmasına bakılmaksızın göç hareketleri sonucunda yurtlarını terk eden kişilerin ev sahibi ülke üzerindeki sosyal ve ekonomik etkilerinin süreç içerisinde görülebileceğini söylemek mümkündür. Örneğin, savaşların ve iç karışıklıkların olduğu ülkelerden Avrupa Birliği ülkelerine olan göçlerin 2015 yılından sonra giderek artmaya başlamasıyla Avrupa'nın önemli büyük ülkeleri tarafından göçmenler ile ilgili yeni kararlar alınması gereği gündeme gelmiştir (Hopyar, 2016: 5). Avrupa ülkeleri, yaşanan göçlerden çok da memnun olmamalarına rağmen konuyu ekonomik açıdan değerlendirme yoluna gitmişlerdir. Her geçen sene yaşanan nüfusta meydana gelen artış, Avrupa ülkelerinin gelen göçmenlerin ekonomik çalışma yaşamında verimliliklerini azami ölçüde değerlendirmelerini kaçınılmaz olarak ortaya koymuştur. Yapılan değerlendirmelerde, ülkelere gelecek nitelikli göçmenlerin iş gücü olarak hizmet ve endüstri sektörlerinde kullanılması ve göçmenler arasından çıkacak göçmen girişimcilerin de ülke ekonomisine farklı açılardan katkı sağlayacağı ve bunun ülkelerinin karşılaşmaları muhtemel ekonomik krizlerin aşılmasında destekleyici bir unsur olabileceği tespiti yapılmıştır.

Avrupa ülkelerinden Almanya ve İngiltere, en fazla göçmen kabul eden ülkelerin başında gelmektedir. Bu ülkelerde yaşanan genç iş gücündeki azalmaların açığa çıkaracağı olumsuz ekonomik etkilerin giderilmesinde göçmenlerden sağlayacakları dinamizmi kullanmaları bu ülkelerde ekonomik bir politika haline gelmiştir. Doğum oranlarının düşük ve yaşlı nüfusun fazla olduğu bu ülkelerde yaşanacak bir ekonomik durgunluğa çözüm olarak ülkeye gelecek göçmenlerin niteliği ve sürekliliğin, ekonomik gelişmeyi arttıracak düşünceyi giderek kabul gören bir çözüm olarak görülmeye başlanmıştır (Miegel, 2016: 1).

Ekonomik açıdan özellikle uluslararası göçün bir sonucu olarak farklı din, kültür, dil, ırk ve milletlerden gelen göçmenler, göç ettikleri ülkelerin ekonomilerinin işgücü piyasalarında hem işçi hem de işletme sahibi olarak yer almaya başlamışlardır. Meydana gelen durum özellikle girişimcilik açısından değerlendirildiğinde süreç yeni kavramların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu durumun bir sonucu olarak göçle ilgili birçok farklı girişimcilik türü literatüre girmiştir. Birkaç başlık altında sıralamak gerekirse, etnik girişimcilik, azınlık girişimciliği, göçmen girişimciliği ve diaspora girişimciliğini örnek olarak gösterebiliriz.

Literatürler incelendiğinde etnik girişimcilik, azınlık girişimcilik ve diaspora girişimcilik kavramları göçmen girişimcilik kavramının yerine kullanılan kavramlar olduğu görülmektedir. Fakat yapılan araştırmalar sonucunda bu kavramların tanımları arasında farklar olduğu belirtilmektedir (Drori vd., 2009: 1006).

Etnik girişimcilik incelendiğinde, kendi gruplarında aynı kültüre ve kökene sahip olma şartının ve grup dışında yer alan üyelerin de aynı özellikleri taşıması şartının iş sahibinden istendiği girişimcilik türü olarak ifade edildiğini görmekteyiz. En önemli özelliklerinin ise bireysel davranışlarının ve ekonomik yapılarının bu sosyal yapı içinde kısıtlanması olduğu belirtilmektedir (Aldrich ve Waldinger, 1990: 125).

Etnik girişimciler üzerine yapılan çalışmaların çoğunda, ulusal kültürün çeşitli ekonomik ve idari davranışlar üzerindeki etkisini destekleyen bulgulara ulaşılmaktadır. Girişimcilik faaliyetlerinin kültürel iklime ilişkin olduğu ve kültürün girişimcilik faaliyetinin motivasyon unsurlarını beslediği ifade edilmektedir. Ülkeler ve bölgeler arasındaki kültürel farklılıkların bireylerin iş uygulamaları üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğu ve girişimcilik davranışlarını şekillendirdiği genellikle karşılaşılan bir durum olmaktadır (Thomas ve Mueller, 2000: 299).

Azınlık girişimci kavramının tanımlaması yapılırken öncelikle azınlık kavramını açıklamak gerekmektedir. Bir devletin vatandaşı olan fakat egemenlik noktasında bulunmayan, sayısal olarak nüfusunun diğer bireylere göre daha az olan, diğer bireylerden dinsel, dilsel ya da etnik olarak farklı özelliklere sahip olan; üzeri

kapalı olarak dillerini, dinlerini, geleneklerini ve kültürlerini korumaya yönelik dayanışma duygusu içerisinde olan bir kısım grup azınlık olarak ifade edilmektedir (Çavuşoğlu, 2006: 95). Bu azınlık grubundaki bireylerin başlatmış olduğu girişim hareketleri azınlık girişimcilik şeklinde tanımlanmaktadır.

Kayalar ve Yıldız (2017: 53), bir ülkedeki azınlıkların o ülke halkının bir parçası olmalarına rağmen ayrı düzenlemelere tabi tutulabileceklerini, bir ülkede farklı etnik kökene sahip kişilerin her zaman göçmen olarak kabul edilemeyeceğini ve nüfus kayıt yasalarının belirleyici olduğunu belirtmiştir.

Diaspora, bir ulusun ana yurdundan ayrılan kolu ya da bir inanç mensuplarının veya ulusun ana vatanları dışında azınlık olarak yaşadığı yer şeklinde tanımlanmaktadır (Ulusoy, 2017: 147). Diaspora girişimcilik, göçmen girişimci, etnik girişimci ve azınlık girişimci ile girişimci faaliyet özellikleri bakımından benzerlikleri olan bir girişimcilik çeşididir (Kayalar ve Yıldız, 2017: 58).

4.2. Göçmen Girişimciliğinin Gelişimi

Doğdukları ya da vatandaşı oldukları ülke dışında başka bir ülke veya bölgede 12 ay veya daha uzun süre kalan bireyler göçmen olarak tanımlanırken bu bireylerin iş kurma girişiminde bulunması ise göçmen girişimciliği olarak ifade edilmektedir (Baycan ve Nijcamp, 2009: 375).

Doğdukları ülkelerden ayrılarak bir seneden az olmamak üzere başka bir bölgeye yerleşen göçmenlerin göç ettikleri ülkede iş girişiminde bulunması göçmen girişimciliği kavramının temelini oluşturmaktadır. Kendine özgü yapısı ve sosyo-kültürel özelliği olan belli ülke kökenli göçmenler tarafından gerçekleştirilen iş aktiviteleri şeklinde tanımlanmaktadır (Şahin 2010: 104).

Dünyada bilgi çağına geçişle birlikte toplumlarda bilgiye dayalı bir ekonomik yapı ortaya çıkmaktadır. Bilgi ekonomilerinin ortaya çıkmasını sağlayan iki ana güçten söz etmek mümkündür. Bu ana güçlerden birincisi ekonomik ilişkide küreselleşmenin yükselmesi; ikincisi ise faaliyetlerde bilgi yoğunluğunun artış göstermesi olarak söylenebilir (Sheehan ve Houghton, 2000: 302). Bu iki önemli gücün kullanılmasında girişimcilik ve göçmen girişimciliği kavramları stratejik öneme sahip olmaktadır.

Gelişmişliğin temel değeri bilgi toplumlarında girişimcilik olarak ifade edilmektedir (Gibb, 2000: 32). Bu değeri etkili bir şekilde kullanan ülkeler başta ekonomik olmak üzere: sosyal, toplumsal, teknolojik, siyasal ve bilgi temelli kalkınmada daha fazla gelişme göstermektedir. Bu bakış açısının dünyanın küreselleşmesiyle birlikte gelişmekte olan sistemler içerisinde önemli bir etken olarak yerini alacağı görülmektedir. Küreselleşme aşamasında karlılıklarının maksimum seviyeye ulaşabilmesi için çalışmalarda bulunan girişimciler, 1980 yılından itibaren yalnızca karlılık ve üretimi değil aynı zamanda pazarlarında dünya ölçeğine taşınmasını sağlayarak ekonominin küreselleşmesine öncülük etmektedirler (Dulupçu, 1999: 150). Devletlerin ekonomilerdeki etkinlik alanlarını ve rollerini küreselleşme unsuru değiştirmektedir. Bu süreçte devletler hakem rolünü üstlenmek suretiyle kurallarını belirleyerek sonrasında da girişimci bireylerin kurallara uyabilmesini sağlamaktadırlar. Devletlerin ekonomilerde oynadıkları bu yeni rol girişimcilik ruhunun oluşmasını sağlayan bir yapı olarak ifade edilmektedir (İraz, 2005:230).

Girişimcilik kavramının literatürü incelendiğinde üç ana kuram üzerine oluşturulduğu görülmektedir. Bunlardan kültürel kuram sürükleyici faktörlerle, yapısal kuram zorlayıcı faktörlerle, karışık yerleşik kuram ise kültür temelli gelişmeler çerçevesinde oluşan faktörleri incelemektedir (Karadal, 2016: 39).

Kültürel Kuram: Bir grubun veya bireyin diğer bir grup veya bireye göre girişimciliğe daha yetenekli oldukları durumları izah eden kuram olarak belirtilmektedir (Basu, 2006: 580). Ayrıca bu kuram literatürde çeken faktörler (pull factors) olarak da ifade edilmektedir (İnal ve Biçkes 2006: 9). Bu yaklaşım, kişisel özellikler ve davranışsal kalıplar ile kültürlerinden kaynaklanan geleneksel değerlerin göçmenleri girişimciliğe doğru yönelttiğini, dolayısıyla oluşan sürecin göçmenleri zorlu ekonomik hayatın bir parçası yaptığını savunmaktadır.

Yapısal Kuram: Göçmenlerin çalıştığı iş yerlerinde terfi alma ve yükselme olanaklarının kısıtlanması, dil sorunları ve kendilerine uygun iş imkânlarının yetersizliği vb. dışsal faktörlerin yönlendirmesi ile ortaya çıkan kuramdır (Karadal, 2016: 40). Bu kuram aynı zamanda iten faktörler (push factors) olarak da ifade edilmektedir (İnal ve Biçkes 2006: 9).

Karışık Yerleşik Kuram: Küçük ölçekli kültürel bağlantıların ve ağların üzerine kurulan, kurumsal ve ekonomik bağlamların göçmen girişimciliği faaliyetinde etkisinin olduğu bu kuramda belirtilmektedir (Granovetter ve Soong 1983: 170).

Göçmen girişimciliği; işsizliğin giderilmesi, istihdam olanaklarının artırılması, krizin önlenmesi, ekonomik sistemlerin güçlendirilmesi, problemlerin ortadan kaldırılması, bilgilerin üretilip hayata geçirilmesi, kültürel çeşitlilik ve zenginliğin küresel bir boyuta ulaşması, ikili ilişkilerin güçlendirilmesi gibi unsurlar sonucunda dünyadaki bütün coğrafyalarda toplumsal refahın artmasında fonksiyonel olarak büyük önem taşımaktadır.

Göçmen girişimciliği konusundaki araştırmalar ilk olarak 1972 yılından sonra yapılmaya başlanmıştır. 1973 yılında Bonachich, 1990 yılında ise Waldinder, Aldrich ve Ward ABD’de göçmen girişimciler üzerine çeşitli araştırmalar yapmışlardır. Yapılan bu çalışmalarda göçmen girişimcilerin sayılarının göç olgusunun artmasına paralel olarak artış gösterdiğini ifade etmektedirler (Baycan ve Nijcamp, 2009: 378).

2. Dünya Savaşından sonrasında Avrupa’da büyük sanayi işletmelerinde işçi talepleri oluşana kadar ekonomik sektörlerin homojen olduğu bilinmektedir. Bundan dolayı Avrupa ve Avusturalya’da yapılan çalışmaların yakın tarihlerde yürütüldüğü görülmektedir (Volery, 2007: 32). Yakın tarihlerde göçmen girişimciliği konusunun popülerlik kazanmasının nedeni ise Avrupa ülkelerinde ve dünyadaki göçmen sayılarının giderek artması, göçmenlerin kurmuş olduğu küçük ve orta ölçekli işletmelerin ülke ekonomileri içerisinde yer almalarıdır. Korelilerin New York’taki bakkalları ve çamaşırhaneleri, Paris’teki Çin lokantaları, Amsterdam merkezindeki yemek fabrikaları, Silicon Valley’de yer alan Tayvan, Çin ve Hint ileri-teknoloji işletmeleri göçmenlerin kurmuş olduğu işletmelere örnek olarak gösterilebilmektedir. Ayrıca; Fransa’daki Kuzey Afrikalı işletmeler, Amerika’daki Meksikalı ve Çinli işletmeleri, İngiltere’deki Hintli işletmeleri de farklı ülkelere artan göçmen girişimci işletmelere örnek olarak gösterebiliriz (Wang ve Li, 2007: 172).

Yaşadıkları ülkelerden ayrılarak başka ülkelere yerleşen göçmenler birçok zorluklarla karşılaşabilmektedirler. Öncelikle gittikleri yerler alışmış oldukları sosyal çevreden tamamen farklı olabilmektedir. Bu yerlerde çoğu zaman, dil, din, kültür farklılarının yanı sıra idari yapı ve siyasi yapıda çok farklı olabilmektedir. Be sebeplerle göçmenlerin kendi ülkelerindeki ekonomik şartlar gittikleri ülkelere farklı olduğu için göçmenler, göç sonrası durumlara bağlı olarak dil bilmeme, diploma geçerlilik problemleri, sermaye sıkıntıları, gittikleri ülkedeki işleyişlere uzak olmaları gibi problemler yaşayabilmektedirler. Bu problemlerden dolayı göçmenler özel bilgi gerektirmeyen, düşük riskli, yoğun emek isteyen fakat büyük sermaye istemeyen küçük ölçekli işletme girişiminde bulunmayı tercih etmektedirler.

4.3. Göçmen Girişimciliği Modelleri

Literatür incelendiğinde göçmen girişimciliği kavramının birçok yaklaşıma dayandığı görülmekte ve göçmenlerin yerleştikleri ülkelere girişimcilik faaliyetlerinde bulunmalarını etkileyen etmenler bu yaklaşımlar içerisinde incelenmektedir.

İlk olarak klasik yaklaşım ile ortaya çıkan göçmen girişimciliği kavramı bu yaklaşımda; göçmenleri girişimcilik faaliyetlerine yönlendiren dil, kültür gibi unsurların belirleyici bir etkisinin olmadığı ifade edilmektedir (Ndofor, 2004, 1020). Klasik yaklaşımın arabulucu azınlık ve Anklav olmak üzere iki teorisi bulunmaktadır. Anklav teorisinde göçmen girişimci öncelikle kendi kültürel çevresindeki gereksinimleri gidermek için hareket etmektedir. Arabulucu azınlık teorisinde ise göçmenler gittikleri ülkelere yerleşmek amacıyla değil para kazanıp kendi ülkesine dönmek amacıyla hareket etmektedir (Zhou, 2004: 1040).

Neo klasik yaklaşım “*göçmen girişimcilerin birbirleri arasındaki girişim sürecine başlarken farklılıklar oluşmasının sebepleri nelerdir?*” sorusunu temel alarak bu soruyu cevaplayabilmek için bazı sebeplere bağlandığını öne sürmektedir. Sorunun cevaplanması için yapılan araştırmaların bazıları bu sebepleri, göçmenlerin kültürlerinin yatkınlık derecesine; bazıları ise aile dayanışmasının güçlülük derecesine göre belirlendiğini ifade etmektedirler. Ayrıca Neoklasik yaklaşım göçmen girişimcilerin dil yeterliliği, daha evvelki iş tecrübeleri, ailesel durumu, yaş vb. özelliklerinin belirleyici unsurlarıyla da ilgilenmektedir (Wang, 2010: 432).

Kültür yaklaşımı toplumların kültürel kaynakları ile ilgilenmekte ve literatür de ajans yaklaşımı (agency approach) ya da arz yönlü yaklaşım (supply-side approach) olarak da ifade edilmektedir. Kültür yaklaşımında göçmen girişimciliği köken ve sınıfsal yapı ile açıklanmaktadır. Mal, ürün, para gibi maddi varlıklar sınıfsal yapı kaynakları içerisinde yer almaktadır. Bireyin kökenine ilişkin kaynaklar içerisinde ise; kültürel değerler, bilgi kanalları, liderlik potansiyeli ve dayanışma unsurları yer almaktadır. Ayrıca köken ve sınıfsal kaynakları bireysel sermaye, iş tecrübesi, bireysel eğitim gibi unsurların yanı sıra sosyal ortam faaliyetlerini kolaylaştıran sosyal sermayenin de bir araya gelmesini sağlamaktadır (Volery, 2007: 32).

Grup üyelerinin birbirlerine karşı olan güveni, dayanışması ve sorumlulukları sosyal sermaye kavramını açıklamaktadır. Mesleki beceri, iş deneyimi, finansal sermayenin elde edilmesi ve sahip olunması gibi sınıf kaynakları başarıya ulaşabilmek için önemli bir etkene sahip olmaktadır (Hall, 1990: 167).

Kültürel yetenekler, grup alışkanlıkları, grup içerisindeki dayanışma ve grubun özelliklerini kapsayan kökene ilişkin kaynaklar da aile, grup içinde oluşturulan bağlar, grup içi güven, etnik kimlik vb. sosyal ağların oluşmasını sağlayan unsurlar yer almaktadır. Sosyal ağlar sınıfsal kaynakların oluşturulmasını sağlayarak grup üyelerine eğitim, hammadde, iş gücü, sermaye ve pazara ulaşabilme kolaylığı sağlamaktadır. Kökene ilişkin kaynak içerisinde grubun ilişkili olduğu din faktörünün de girişimcilik açısından teşvik edici unsur olup olmadığı da incelenmektedir. Bazı göçmen gruplar; grup içindeki güçlü bağlılık, risk anlayışı, sıkı çalışma, birlik, tutumluluk, sadakat, kabul edilen sosyal değerler ile girişimciliğe yatkınlık gibi kültürel normlar ve sosyal kurumlara sahip olmaktadır. Gruplar arasındaki performans ve girişimcilik farklılıkları kültürel yaklaşım ile açıklanmaktadır (Valdez, 2003: 160).

Literatürde yapısal yaklaşım olarak da ifade edilen talep yaklaşımında kültür yaklaşımında belirtilen unsurlar kabul edilmekte fakat bu unsurların göçmen girişimciliği konusu üzerinde yetersiz olduğu ileri sürülmektedir. Talep yaklaşımında göçmen girişimciliğinin oluşmasını sağlayan fırsatlar ve kısıtlamalara odaklanılmaktadır (Çetin ve Özdemirci, 2011: 29).

Talep yaklaşımında göçmenlerin bulundukları ekonomilerde kendi kültürel bağlantılarının onlara sağladığı avantajlardan bahsedilirken aynı zamanda göçmenlerin dil bakımından yetersiz olmalarından dolayı gereken bağlantıyı kuramamaları, ayrımcılığa maruz kalarak işgücü piyasasında yer alamamaları gibi dezavantajlardan da bahsedilmektedir (Brettell ve Alstatt 2007:383).

Talep yönlü yaklaşım ya da yapısal yaklaşım (demand-side approach) olarak da ifade edilen yaklaşımda kültürel yaklaşıma benzer olarak etnik ve sınıf kaynakları belirli bir gruba girişimcilik konusunda çeşitli avantajlar sağlamasına rağmen yetersiz kalmaktadır. Ev sahibi olan ülke de ekonomik, politik ve sosyal faktörler göçmenlere girişimde bulunma konusunda fırsat sağlayabilmektedir. Hall (1990: 172) etki eden faktörleri 5 madde de özetlemektedir:

1. *Geleneksel Topluluklar*: Portekiz’de yer alan Arap topluluğu ve İspanya’da bulunan Yahudi topluluğu 17. ve 18. yüzyıllarda üzerlerinde bulunan sosyal damgayı kaldırmak ve düşük statülerini geliştirmek amacıyla ticari işletmeler açma konularında çeşitli teşvikler elde etmişlerdir.

2. *Pazarlar*: Etnik ve kültürel gruplarına yönelik mal ve hizmet alanlarında yaratılan boşluklar göçmen gruplar için fırsatlar olabilmektedir. Benzer şekilde yerli halk tarafından ana pazarların cazip görünmemesi veya karlı olmaması nedeniyle terk edilen alanları da göçmen veya etnik gruplara avantajlar sağlamaktadır.

3. *Endüstriyel Yapı*: Kanada’da 20. Yüzyılın başlarında tekstil sektöründe endüstrinin büyüyüp gelişmesiyle tekstil alanında kendisini geliştiren büyük orandaki Doğu-Avrupalı Yahudi işçiler Kanada’ya göç etmişlerdir. Fakat Kanadalı büyük yerli kuruluşlar 1920 yıllarından itibaren söz konusu Doğu-Avrupalı Yahudi işçilerin kurmuş oldukları küçük ölçekli giyim işletmelerin rekabet tehdidiyle karşılaşmışlardır. Küçük ölçekli işletmelerin büyük ölçekli işletmelerden daha esnek olan yapısından dolayı ve ailelerinden sağladıkları ucuz iş güçleriyle daha rekabetçi olarak hareket edebildikleri görülmüştür.

4. *Yerleşim*: Büyük şehirlere ve metropollere yerleşmek göçmenler açısından küçük şehirlere yerleşmekten daha fazla fırsatlar sağlamaktadır. Yoğun etnik ağların

olması, etnik çeşitliklerin fazlalığı ve etnik işlerdeki bolluklar göçmenlerin kalabalık bölgeleri tercih etme sebepleri olarak belirtilmektedir.

5. *Kurumsal Politikalar*: Ülkelerin yerel ya da genel çaplarda yürütmüş oldukları kurumsal politikalar göçmenleri girişime teşvik etmektedir. Örneğin; Kanada yerel ve federal yönetimler, destekleme (sübvansiyon), işyeri için yer sağlama, teknik yardım ve pazarlama alanlarında yerel girişimciler ve göçmen girişimcilere destek programları sağlamada gerekli kolaylıkları sağlamıştır.

Yalnızca arz durumundan oluşan avantajları değil aynı zamanda oluşan dezavantajları da kapsayan talep yönlü yaklaşımda göçmenlerin kendi ülkelerinde olan yüksek işsizlik oranları, endüstrilerin yapısı, hukuki açıdan sınıflandırmalar, sosyal dışlanma ve ayrımcılıklar işyerlerinde olan yüksek rekabet gibi etkenler girişimde bulunmaları açısından zor olabilmektedir (Brettel ve Allstatt, 2007: 194).

4.3.1. Etkileşim Modeli

Kültürel model ve yapısal modelin bir birleşimi olarak kabul edilen etkileşim modelinde göçmen girişimciliğinin fırsat yapısının ve grup karakteristiklerinin etkisi altında olduğu görülmektedir. Grup karakteristiğinin ortaya koyduğu kaynak hareketliliklerini ve evvelinde istenen faktörlerin, fırsat yapılarının etkisi ile oluşan pazar şartları ve iş sahipliklerine ulaşabilme konu başlıklarından meydana gelen etkileşim modeli, etnik stratejilerinin oluşmasına neden olmaktadır (Waldinger vd., 2000: 356).

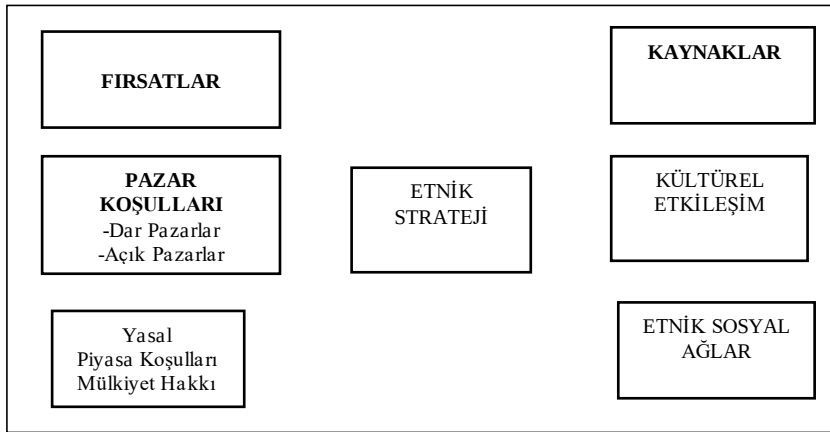
Bu model göçmenlerin etnik kaynaklarını kullanarak ekonomik faaliyetlerini harekete geçirmekte ve oluşan fırsatlardan yararlanmasını sağlamaktadır. Göçmenlerin grup içerisindeki etnik kökenden kaynaklanan faktörler ve bireysel faktörleri etnik stratejilerinin gelişmesini sağlamaktadır. Tüm bu açıklamaların dışında göçmenlerin bulundukları ülkelerde iş kurabilmek için incelemesi gereken bazı faktörler olmaktadır. Bu faktörler; Pazar şartlarının incelenmesi, pazarda oluşan gereksinimlerin analiz edilmesi, ülkenin uygulamış olduğu politikalar, rekabet şartları vb. faktörler olarak ifade edilmektedir (Waldinger vd., 2000: 390).

Grup kaynakları ve fırsat olguları etnik işletmelerin başarısını oluşturan unsurlar olarak belirtilmektedir (Volery, 2007: 34). Yapısal kültürel özelliklerin

etkisi ile oluşan bu bakış açısında karşılıklı güven ilişkileri, piyasa değişimi ve dağıtım etkenlerini göçmenlerin girişimlerinde uygulamasıyla başarı oranlarının etkilendiği görülmektedir (Valdez, 2003: 10).

1990 yılında Waldinger, Aldrich ve Ward tarafından geliştirilen etkileşim modelinde, spesifik etnik grupların başarılarını tanımlayan sadece bir etken olmamakta; grup özellikleri ve fırsat yapısı (opportunity structure) olmak üzere iki yöndeki faktörlerin etkileşiminden bahsetmek gerekmektedir. Bu model kültürel ve yapısal modellerin karması şeklinde ifade edilmektedir. Şekil 4.1.'e etkileşim modelinin şeması gösterilmektedir. Etnik kaynaklar ve fırsat yapıları girişimci stratejilerini şekillendirmektedir. Etnik kaynakların oluşumunda etnik kökene sahip bireylerin girişimciliğe yönlendiren heveslendirici faktörleri ve kaynak hareketliliği ele alınırken; fırsat yapısının oluşmasında ise iş sahipliğine ulaşım ve pazar şartları ele alınmaktadır. Fırsat yapılarının meydana gelmesinde pazar koşulları öne çıkarken, etnik kaynakları oluşturanlar ise kaynakların hareketliliği olmuştur. (Volery, 2007: 34).

Şekil 4.1. Etnik Girişimciliğin Meydana Gelme Süreci



Kaynak: Volery, 2007: 34.

Pazar Koşulları: Genellikle etnik mallara ve hizmetlere kendi etnik grubu tarafından gazete, dergi, film, kıyafet, yemek gibi kültürel ürünler ya da dil bilmeyenlere yardımcı olabilmek için kurulan seyahat ajansları gibi talepler oluşturarak girişimlerde bulunmak için boşluklar oluşmaktadır. Bu taleplere cevap verirken dikkat edilmesi gereken bazı unsurlar bulunmaktadır. Bunlar; yalnızca tek

bir etnik pazarla sınırlı kalmayarak etnik faktör dışında da pazara ulaşılabilir. Bu unsurlar karşılanmazsa işletmeler faaliyetlerini sürdürememektedirler. Etnik olmayan pazarlarda yöre insanı tarafından kabul görmeyen işler söz konusu olabilmektedir. Taksi, lokanta, bakkal işletmeciliği gibi küçük ölçekli işletmeler ya da istikrarsız ve belirsiz ekonomilerde oluşan riskli boşluklar da iş kurmak isteyen göçmenler açısından iyi fırsatlar olabilmektedir. Diğer bir ifadeyle korunmuş pazarlar ve teknik engeli az olan işler göçmen girişimciler açısından kolaylıklar sağlamaktadır.

İş Sahipliğine Erişim: 1980 yılından itibaren ülkelerin büyük çoğunluğunda göçmenlerin iş sahibi olabilmeleri için yasalar hafifletilmektedir. 20. Yüzyılda büyümedeki hız düşmesine rağmen göçmenlerin girişimlerde bulunabilecekleri iş boşlukları ve ekonomik boşlukların olduğu görülmektedir.

Önceden Heveslendirici Faktörler: Bir yapının girişimci olabilmesinde psikolojik, sosyal ve ekonomik faktörlerin etkileşimi söz konusu olabilmektedir. Blocked mobility de denilen yükselme engeli, yaş, dilde yabancılık, denk olmayan yetenekler, ayrımcılık vb. unsurlar göçmenleri iş kurmaya itebilmektedir. Benzer şekilde düşük maaşlar verilmesi ve iş olanaklarının sınırlı olması da göçmenleri iş kurmaya yönlendirebilmektedir. Bu unsurlar haricinde ise göçmenlerin göç tecrübesinden ötürü risk alma anlayışı yerli bireylere göre daha fazla olabilmektedir.

Kaynak Hareketliliği: Göçmen girişimciler için genelde güçlü akrabalık ilişkileri ile göç süreci içerisinde oluşan bağlar önemli olurken teknik destek ve kredi desteğine ulaşım ise sınırlı olabilmektedir. Yasalar ve güvenilir piyasa araştırmaları ile, müsait iş alanları hakkında bilgi edinebilir ve çeşitli birliklerin desteğinden yararlanabilmeliler.

Volery (2007: 36) girişimcilik sürecinin etkilenmesinde 3 temel etkenin olduğunu ileri sürmektedir. Bunlar:

- Göçün öncesi,
- Göç şekli ve
- Göçten sonrasındır.

Göçün Öncesi Etkenler: Göçmenlerin göçe başlamadan önce girişimci olabilmelerini etkileyen girişimsel tutumları, dil bilme, sahip olduğu yetenekler, iş tecrübesi, akrabalık ilişkileri ve göç edecekleri ülkenin sanayileşme, şehirleşme vb. özellikleridir.

Göç Şekli: Göçmenlerin hangi amaçlarla kalıcı ve geçici olarak göç etmesiyle ilgili olmaktadır. Kalıcı göçmenlerin işi yerlerinde yükselmelerinin engellenmesi ya da ayrımcılığa maruz kalmaları onları girişimciliğe itebilmektedir. Geçici göçmenlerde ise kaybedilecek bir korkularının olmaması onları iş kurmaya yönlendirebilmektedir.

Göçten Sonrası Etkenler: Göç gerçekleşmeden önce göçmenlerin kendi ülkelerinde edinmiş oldukları yetenekler ve birikimler, göç ettikleri ülkelerde yerli toplum tarafından farklı algılanabilmektedir.

Göçmen girişimciler beceri, sermaye, tedarik, dağıtım, eğitim gibi sorunlara karşı çözüm arayışı içerisinde olmalıdırlar (Volery, 2007: 35).

Göçmenlerin daha çok tercih edeceği kendi kültürel köklerine ait olan özellikteki sosyal elemanlar, kitap, dergi, gazete, gıda, giyim vb. unsurların ev sahibi ülkelerin politikalarında yer alması sonucunda göçmen girişimciler bu alanlarda çalışma fırsatlarını daha kolay elde edebilmektedirler (Nestorowicz, 2011: 36).

4.3.2. Sahiplik Modeli

Göçmen girişimciliğini etkileyen unsurları girişimciliği etkileyen nedenlerden bağımsız görmememiz gerekir. Bununla birlikte, göçmen girişimciliği belirli bir girişimci türü olduğundan, göçmen girişimciliğine etki eden kendine has unsurlar vardır. Göçmenlerin kendi işletmelerini hayata geçirme arzularını açıklayan bazı çalışmalar, bir kısım göçmenlerin bunu milliyetlerinden ve sahip oldukları kültürel kaynaklar nedeniyle içinde bulundukları avantajlı koşulları bir fırsat olarak gördüklerini, bir kısmı ise bu anlayışın tam tersi olarak bu şartların oluşturduğu dezavantajlı konumlarının bu durumu girişimcilikten uzaklaşma nedeni olarak açıkladıklarını göstermektedir. Bu, aile ve toplum üyeliği tarafından sağlanan kültürel kaynakların oluşturduğu kazanç, bilgi, zaman ve iletişimi içerir. Bu koşulların etkisiyle göçmen bireylerin girişimciliğe katılmaları avantajlıdır.

Birincil iş piyasası, yüksek ücret seviyeleri, iyi eğitim becerileri ve yetenek gerektiren işlerden bazılarıdır. Göçmenlerin bu eğitim eksikliği veya farklı eğitim sistemi beceri veya yetenek eksikliği, iş yerinde ayrımcılığa neden olabilir ve onların yükselişini engelleyebilir.

Göçmen girişimciliğinin hayat bulması ve devamlılığı açısından karşılaştığı kimi zaman avantajlı kimi zamanda dezavantajlı durumları göçmen girişimciliğine dair çekici ve itici faktörlerin varlığı olarak izah edip bunlardan çekici faktörleri şu şekilde sıralayabiliriz (Deniz ve Reyhanoğlu, 2018: 36).

1.Yüksek Gelir Fırsatı: Bölgelerarası yaşanan göç türlerinin ortaya koyduğu temel unsur göre, göç edilen bölgede olan iş gücü fırsatları ile yüksek kazanç elde etme arzusu göç kararının başlıca nedenleridir. Göç hareketliliğinin ana nedeni gidilen bölgelerde daha fazla kazanç elde etmek veya bölgede var olan iş fırsatlarını yakalamaktır. Bu koşulları içeren göç modellerinde gelir ve istihdamın temel açıklayıcı değişken olduğu belirtilmektedir (Greenwood, 1985: 537).

2. Ekonomik Koşullar: Göçmenlerin göç etme niyetlerinin ana nedenlerinden biri olan yüksek kazanç elde etmek ve iş sahibi olmak koşullarının gerçekleşmesi göç edilen bölgenin ekonomik durumu ile yakından ilişkilidir. Ekonomik olarak gelişmiş bölgelerde iyi gelir elde etme ve iş imkanlarının fazla olması başka yerlerden kalkınmış olan bu bölgelere olan göç hareketliliğini arttırmaktadır (Greenwood, 1985: 538).

3.Etkin Kamu Hizmetleri: Göç etmeyi düşünen bireyler göç kararı alırken içinde bulundukları kişisel veya çevresel ekonomik faktörlerin yanında parasal olmayan unsurları da göz önünde bulundurdular. Göç edecekleri bölgenin sahip olduğu altyapı yatırımları ile sağlık ve eğitim gibi temel hizmetlerin kalitesi göçmenlerin göç kararlarında onları etkileyen dışsal faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır (Gür ve Ural, 2004: 28).

4. Akraba ve Tanıdıklık İlişkisi: Göç edilecek bölgedeki akraba ve tanıdıklık ilişkisi iki açıdan önemlidir. Birincisi göçmenler şehir hakkında kolay ve hızlı bir şekilde bilgi sahibi olurlar. İkincisi de bölgeye gelen yeni göçmenler konut ve beslenme konularında bu yakın ilişkileri sayesinde etkin destek alabilmektedirler. Bu

nedenle, şehirdeki akrabaların ve tanıdıkların göç yerinin belirlemesi üzerindeki etkisi kaçınılmazdır. Çünkü, göç edilen şehirde bulunan akraba ve tanıdıklar, yeni göçmenler için iş, konut, mali ve sosyal destek bulma açısından önemli görevler üstlenmektedirler (Boyer ve Hatton, 1997: 711).

İtici faktörleri ise şu şekilde sıralayabiliriz (Deniz ve Reyhanoğlu, 2018: 38);

1. Tarım Arazisinin Azlığı: Kırsal bölgelerde yaşayan bireylerin temel geçim kaynağı tarımsal faaliyet olan çiftçiliktir. Tarımsal arazilerin az olması veya tarımsal toprak alanlarının adaletsiz dağılımı, o bölgelerde ekonomik olarak ayakta kalmayı zorlaştırmaktadır. Buna ek olarak, tarımsal bölgelerde artan makineye dayalı tarım faaliyetleri bölgede işe ihtiyaç duyan kişiler için zor olan koşulları daha da zor hale getirmekte ve iş talebi olan bireylerin şehirlere göç etmesinin önünü açmaktadır. Bu nedenlerden dolayı, tarım arazilerinin az olduğu bölgelerde tarımsal arazi ile göç arasında doğrusal bir ilişkinin olduğu saptanmıştır (Parnwell, 1993: 79).

2. Gelirin Az Olması ve İşsizlik: Ekonomik koşulları kötü olan ülkelerde yaşayan bireylerin maruz kaldığı düşük kazanç ve iş imkanlarının azlığı sorunu, bireyin başka bölgelere göç etmek suretiyle bu yoksunluktan kurtulma arzusunu ciddi anlamda güdülediği görülmektedir. Ülke ekonomileri arasında görülen mevcut bu ekonomik üstünlük farklılığı, bölgeler arası oluşan göç çeşitliliğinin temel dinamik itici gücü olarak karşımıza çıkmaktadır (Greenwood, 1985: 538).

3. Dışsal Nedenler: Temel anlamda göç durumu, gönüllü göç ve zorunlu göç olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Gönüllü göçler bireylerin talebi üzerine gerçekleşen göçlerdir. Öte yandan, bireylerin iradesi dışında gerçekleşen terör ve kan davası gibi olaylar sonucunda bir göç hareketliliği yaşanabilir, bu şekilde arızı olarak gerçekleşen bölgeler arası göçler de zorunlu göçler olarak ifade edilir.

4.3.3. Karma Yerleşik Model

Etkileşim modelindeki fırsat yapısı yönünü daha kapsamlı inceleyen karma yerleşik modelde göçmen girişimciliği konusu bütünsel olarak ele alınmaktadır. Ev sahibi olan ülkenin politik, sosyolojik ve ekonomik ortamında girişimciyle potansiyel bir iş fırsatının bir araya gelme süreçlerini incelemektedir. Aynı zamanda bu kuram ile araştırmacılar, göçmen gruplarının yalnızca sosyo/ekonomik durumuna değil aynı

zamanda göç ettikleri ülkelerdeki politik durumlarına da bakmaktadırlar. Ayrıca bu modelde, grup özellikleri ile yer kavramlarının önemine vurgu yapılmaktadır. Bunlara ek olarak; kültür özellikleri, tarihi siyasi sistem, iş piyasasında yer alan işletmeler, işsizlik oranları, talep ve tedarik, bölgesel yapı, hizmet sektörünün yoğunluğu, endüstriyel yapı vb. unsurların da girişimcilik davranışını etkileyen faktörler olduğu belirtilmektedir (Wang, 2010: 215).

Ekonomik koşullar, her yerde aynı olmamakla birlikte devamlı değişim göstermektedirler. Bundan dolayı iş fırsatlarının yakalanmasının sosyal bir olgu olması sebebiyle daha kapsamlı bir şekilde ele alınması gerekmektedir. Bu yapıların zaman ve mekâna göre değişiklikler gösterdikleri de belirtilmektedir (Fregetto, 2004: 103). Bu model, yerel, bölgesel ve ulusal olmak üzere üç seviyede incelenmekte ve her seviyedeki farklı etkenler fırsat yapılarını etkilemektedir (Volery, 2007: 41).

Ulusal seviyede yapılan incelemelerde ise kurumlarda yasalar düzenlemeler ve kurallar önemli olmaktadır. Göçmen girişimciler için ulusal düzeyde fırsatlar sağlanırken, belli alanlarda işletme açmalarına sıcak bakmama, belli sektörlerin tercih edilmemesi ve girişimcilik kültürlerinin olmaması gibi unsurlar bu durumu olumsuz etkilemektedir (Kloosterman ve Rath, 2001: 196).

Bölgesel seviyede yapılan incelemeler ile kendi arasında iş bölümünün olduğu ve zaman geçtikçe birbirine bağlı olan bölgeler ifade edilmektedir. Göçmenlerin iş kurmalarında bankacılığın yoğun olduğu şehirler, üretim bölgesi, turizm destinasyonları gibi bölgelere özgü olan özellikler bu duruma etki eden koşullar olarak görülebilir. Ayrıca bölge ve şehir bazında oluşturulan projeler, kurallar, yasalar ve düzenlemeler fırsat yapısının şekillenmesini sağlamaktadır (Kloosterman ve Rath, 2001: 197).

Yerel seviyede yapılan incelemelerde sosyal sermaye ve sosyal ağların önemi vurgulanmaktadır. Göçmenlerin yoğun olduğu bölgelerde pazarlara ulaşılabilirlik ve gelişme potansiyelleri göçmenler açısından verimli girişim alanları olarak belirtilmektedir (Kloosterman ve Rath, 2001: 198).

Ayrıca Kloosterman ve Rath (2001: 199) bu modelde şu 3 çıkarımdan bahsetmektedir:

1. Yeni girişimcilerin pazara giriş şartları ekonomik açıdan engellenmemeli, mevcut fırsatlar ulaşabilir olmalıdır. Katı işletme kuralları ve hükümet düzenlemeleri olmamalıdır.

2. İşin başlatılması için uygun olan fırsatların girişimci için yeterli kazancı sağlayacağı bilinmelidir.

3. Fırsatlar ciddi olarak takip edilmeli ve yakalanmalı sürekli yeni bir iş girişiminde bulunulmalıdır.

Göçmen girişimciliğini, göç edilen ülkelerde göç nedeniyle oluşması muhtemel toplumsal ve ekonomik kırılmaların etkisini azaltmaya yönelik yapılan önemli bir girişimcilik faaliyeti olarak değerlendirebiliriz. Ekonomik sistem içerisinde, güçlü sosyo-ekonomik dinamizmi sayesinde göçmen girişimciliğinin giderek artan etkiye sahip olduğunu görmekteyiz. Göçmenlerin göç ettikleri yerlerde, girişimci özellikleri ile ekonomik fırsatları değerlendirmek suretiyle inovatif fikirleri hayata geçirdikleri bu süreci göçmen girişimciliğinin etki alanı olarak ifade edebiliriz.

Araştırmamızın buraya kadar olan bölümlerinde, girişimcilik, girişimcilik motivasyonu, göç ve göçmen girişimciliği kavramları detaylı ve kavramsal bir bütünlük içerisinde izah edilmeye çalışılmıştır. Bu kavramların pratik hayatta yapılan girişimcilik faaliyetlerinde anlamlı bir karşılığının olup olmadığı hususu yaptığımız anketin konusunu oluşturmuştur. Yapılan anketten ortaya çıkan veriler, teknik analizler marifetiyle yorumlanarak mevcut hipotezlerin sonuçları değerlendirilmiştir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA VE BULGULAR

Çalışmanın bu kısmında Göçmen Girişimciliği üzerine Konya il merkezinde gerçekleştirilen araştırma bulguları ele alınacaktır. Kısaca Turizm sektörü ve Konya'daki durumuna değinildikten sonra araştırmanın yöntemi ve bulguları üzerinde durulacaktır.

5.1. Konya İlinde Turizm Olgusu ve Göçmen Girişimciliği

Yaşadıkları bölgeleri terk ederek başka bölgelere göç eden bireylerin, geldikleri yerlerdeki toplumsal ve ekonomik süreçlere entegrasyonunu sağlayan önemli bir girişimcilik türü olarak karşımıza çıkar göçmen girişimciliği. Girişimci göçmenlerin aynı bölgede yaşayan yerleşik girişimci bireyler ile girişimcilik motivasyonları bakımından aralarında anlamlı farklılıkların var olup olmadığının tespiti bu bölümün konusunu teşkil edecektir. Bu hususta Konya il merkezinde yapılan ankete ait verilerin analizleri yapılmak suretiyle yerleşik ve göçmen girişimciler ile ilgili ortaya çıkan sonuçların değerlendirilmesi yapılmıştır.

Göçmenlerin iş imkanlarıyla ilgili çalışmalarda, nispeten emek yoğun olması, sermaye ve uzmanlık ihtiyacının düşüklüğü, ayrıca düşük ücretle emek kullanabilme imkânı gibi sebeplerle turizmin genellikle bir mülteci için çalışma amacıyla ilk tercih edilecek sektör olduğu düşünülebilir. Bu çalışmada göçmenler için ilk akla gelebilecek iş alanlarının genel anlamda hizmet ve özellikle Konya'da potansiyel taşıdığı için turizm olduğu düşüncesiyle Turizmle doğrudan veya dolaylı ilgili hizmet sektörlerinden girişimciler seçilerek çalışma gerçekleştirilmiştir.

Kısaca şehrin turizm niteliğinden bahsetmek gerekirse, Konya, yerleşik bir yaşam merkezi olduğu ilk zamanlardan bugüne kadar geçen dönemde önemini yitirmemiş bir şehir olmasına rağmen, tam anlamıyla şehir kimliğine ve kültürel zenginliğine Selçukluların yönetimi altındayken ulaşmıştır. Şehir, Anadolu Selçuklu Devletinin başkenti olduğu dönemde ilim, kültür ve sanatta zamana çok kıymetli

eserlerin verildiği, dönemin ünlü âlimlerinin, şairlerinin, mutasavvıf ve sanatkârlarının yaşadığı bir zenginlik diyarı olmuştur. Günümüze gelene kadar birçok medeniyetin ve devletin önemli bir merkezi olması, bu dönemlerde sanat ve kültür ile yoğrulmuş olması ve çevresinde bulunan tabiat çeşitliliği, Konya'yı turizm çeşitliliği bakımından zengin bir şehir konumuna getirmiştir (Tapur, 2009: 476). Konya ve çevresinde bulunan arkeolojik kalıntılar, doğal sit alanları, cami ve külliyesi, medrese, kilise, hamam, saray, han gibi tarihi varlıkları ile yiyecek içecek konusundaki çeşitliliği gibi değerleri şehrin inanç ve kültür kaynakları açısından zengin olduğunu bize göstermektedir (Maç, 2006: 3). Kültür ve inanç turizminin dışında, sağlık, kongre, gastronomi ve spor gibi alternatif turizm çeşitleri açısından da Konya önemli bir lokasyona sahiptir.

Konya il merkezinin sahip olduğu turizm çeşitliliği sayesinde her yıl artan ziyaretçi sayısını ile kentin turizm işletme belgeli otelleri de oluşan talebi karşılayabilmek adına çoğalmaktadır. Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından açıklanan verilerine göre, 2022 yılı itibarıyla Konya il merkezinde toplam 38 adet turizm işletme belgeli otel bulunmaktadır. Turizm işletme belgeli otellerin 8 adedinin 5 yıldızlı, 8 adedinin 4 yıldızlı, 18 tanesinin 3 yıldızlı ve geriye kalan 4 tanesinin de özel belgeli olduğu ve turizm işletme belgeli bu otellerin toplam oda sayısının 3.462 adet ve toplam yatak sayısının da 6.953 adet olduğunu görmekteyiz. Tablo 5.1.'de Konya il merkezinde faaliyette bulunan turizm işletme belgeli otellerin yıldız türleri, otel sayıları, oda ve yatak kapasiteleri yer almaktadır.

Tablo 5.1. Konya'da Bulunan Turizm İşletme Belgeli Oteller (2022)

Türü	Otel Sayısı	Oda	Yatak
5 Yıldızlı	8	1.742	3.542
4 Yıldızlı	8	856	1.715
3 Yıldızlı	18	815	1.600
Özel Belgeli	4	49	96
Toplam	38	3.462	6.953

Kaynak: Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022.

Kültür ve Turizm Bakanlığının yayımlamış olduğu istatistiklere göre Konya il merkezinde 7 ve ilçelerinde 3 olmak üzere toplamda 10 adet müze bulunmaktadır (<http://konyakultur.gov.tr> Erişim: 10.12.2022). Bu müzelerde hem arkeolojik kazılardan elde edilen eserler, hem de başka kültür ve medeniyetlere ait kültürel ve mimari eserler sergilenmektedir (Tapur, 2009: 483). Konya’da bulunan müzeleri ziyaret eden turist sayılarına bakıldığında en çok ziyaret edilen müzenin Mevlâna Müzesi olduğunu görmekteyiz. 2021 yılında Konya’da bulunan müzeleri ziyaret eden toplam turist sayısı 1.846.519 kişi olurken bunların 1.507.264 kişisi Mevlâna Müzesini ziyaret etmiştir.

5.2. Araştırmanın Konusu ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Girişimcilik ve göçmen girişimciliğine dair yazılan literatür tarandığında, dünyada ve ülkemizde yayımlanmış çalışmaların olduğunu görmek mümkün. Uluslararası alanda yapılan birçok çalışmada ekonomik olarak yoksul ülkelerde yaşayan bireylerin refah arayışı veya savaş ve iç kargaşalar nedeniyle ülkelerinden ayrılmak zorunda kalan göçmenlerin gittikleri ülkelerde ekonomik ve sosyal açıdan hayata tutunma süreçlerine değinilmiştir. Türkiye’de girişimcilik ve göçmen girişimciliği konularında yapılan araştırmalarda ise Balkanlardan gelen göçmenler ile son yıllarda başta Suriye olmak üzere ekonomik seviyesi düşük ülkelerden gelen göçmenlerin girişimcilik çabalarına yer verilmiştir. Bu çalışmada Türkiye ve dünyanın farklı ülkelerinde göçmen girişimciliği üzerine yapılan araştırmalar incelenmiş ve bunların bir kısmı aşağıdaki gibi özetlenmiştir.

Masurel vd. (2002) Hollanda’nın Amsterdam şehrinde yaşayan Hintliler, Faslılar ve Türkler’den oluşan üç farklı milliyete sahip göçmen girişimciler üzerinde yaptıkları araştırmada göçmenlerin milliyetlerinin, girişimciliklerini etkileyen eğitim durumları ve resmi olmayan iletişim kanallarının kullanımı gibi başarı faktörleri üzerindeki etkisini ortaya koymaya çalışmışlardır. Araştırma sonucunda göçmen girişimciler arasında başarı koşullarında farklılaşmaların olduğu görülmüştür.

Basu ve Altunay (2002) tarafından yapılan çalışmalarda altı farklı bölgeden göç etmiş göçmen girişimciler üzerine çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Araştırma

kapsamında göçmen girişimciler ile yapılan görüşmelerde, göçmenlerin kültürel değerleri ile girişimcilik arasındaki etkileşimin boyutlarının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Araştırma sonunda kültürel değer faktörlerinin girişimcilik olgusuna etkisinin başlangıç aşamalarında olduğu fakat girişimciliğin ilerleyen aşamalarında farklı girişimcilik motivasyon kaynaklarının etkisini daha fazla olduğu saptanmıştır.

Taş ve Çitçi (2009), yapmış oldukları araştırmada, Türkiye'ye Balkan bölgesinden gelen göçmenlerin girişimci olmalarını etkileyen etmenlerin neler olduğu ve yaşadıkları girişimcilik süreçlerinin göçmenlerin hayatları üzerinde oluşturduğu etkiler irdelenmiştir. Yapılan araştırmada, göçmen girişimciler ile yerleşik girişimciler arasındaki farklılıkların, göçmen girişimcilerin girişimcilik motivasyonlarına nasıl yansıdığı, farklı motivasyon kaynaklarının göçmen girişimcilerin başarılı olmalarında ne derece etkili olduğu sorularına cevaplar aranmıştır. Çalışmada sonuç olarak göçmenlik ve girişimcilik ilişkisi bağlamında göçmen girişimcilerin girişimcilik davranışlarının temelinde yatan motivasyon kaynaklarının girişimci kişilik özellikleri ve ekonomik etki odaklı gerçekleştiği tespiti yapılmıştır.

Deniz ve Reyhanoğlu (2018) yapmış oldukları çalışmada ülkemize göç etmiş Suriyeli göçmenlerin, girişimci olma sebeplerini itme-çekme modelini kullanarak göçmenler açısından ihtiyaçların etkisi ve oluşan fırsatları değerlendirme kapsamında araştırmışlardır. Araştırmada sonuç olarak, göçmenleri girişimciliğe iten temel faktörlerin, düşük ücret seviyesi olması, çalışma şartlarının ağır olması, ötekileşme ve dil farklılığından kaynaklanan iletişim güçlüğü olduğu ifade edilmiştir. Bunun yanında çeken temel faktörlerinde, oluşan fırsatları değerlendirme arzusu, kendi işini yapma güdüsü, çok kazanç elde etme isteği, toplumsal saygı görme arzusu olarak ifade edilmiştir.

Vinogradov ve Gabelko (2010), ortaya koydukları çalışmada, Norveç'e göç etmiş Rus girişimcilerin sahip oldukları girişimcilik motivasyon nitelikleri ile kendi ülkelerinde iş kuran Norveçli girişimcilerin sahip oldukları girişimcilik motivasyonu niteliklerinin aynı olup olmadığı üzerine çalışmışlardır. Göçmen Rus girişimcilerin, girişimciliklerini etkileyen motivasyon faktörlerinin, Norveçli yerel girişimcilere

göre daha fazla olduğu ve Rus kökenli girişimcilerin özgüven ve beşeri sermaye gibi motivasyon faktörlerinin Norveçli yerel girişimcilere göre daha fazla olduğu tespit etmişlerdir.

Ramadani vd, (2014) yapmış oldukları araştırmada Makedonya devletinde yaşayan Arnavut kökenli göçmen girişimcilerin girişimci olmalarını etkileyen motivasyon kaynaklarının neler olduğu ve bu motivasyon kaynaklarının göçmen girişimcilerin elde etmiş oldukları başarılarla etkilerini ortaya koymaya çalışmışlardır.

Nişancı (2015) yapmış olduğu çalışmada, Amerika'nın Pittsburgh şehrinde yaşayan Türk kökenli girişimcilerin girişimci olmalarını etkileyen motivasyonlar kaynaklarının neler olduğunu ve Türk girişimcilerin bunlara olan eğilimlerini, Smith'in fırsatçı girişimci sınıflamasından yola çıkarak ele almıştır.

Özkul ve Dengiz (2018: 1044), yaptıkları araştırmada Türkiye'ye göçmüş ve Hatay'a yerleşmiş Suriye kökenli göçmenlerin girişimci olmalarında rol oynayan temel etkenleri ortaya koymuşlardır. Göçmen girişimciler üzerinde yapılan ankette, göçmenlerin girişimci olmalarında, aylık kazançlarının, medeni hallerinin, iş tecrübelerinin ve yeni bir iş kurma becerilerinin önemli etkiye sahip olduğu kanaatine varılmıştır.

5.3. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Girişimcilik ile göç olgusunun, göçün gerçekleştiği ülke ve de göçü veren ülke açısından birbirinin zıttı yönde etkiler yarattıkları söylenebilir. Sosyolojik ve siyasi açıdan etkileri bir yana bırakıldığında, göçün ve sonrasında göçmenlerin girişimcilik yolu ile ekonomik dinamizm içinde var olmaları, ülke ekonomileri bakımından göç olgusunu çok daha önemli bir hale getirmektedir. Bu etki bazen öylesine kuvvetli olabilmektedir ki, göçün bir ülkede ekonomik değer yaratma üzerindeki etkisinin ciddiyetle araştırılması gerekliliği fikri karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışmada, dış göç veya iç göç marifeti ile ülkeden başka bir ülkeye veya ülke içinde bir bölgeden farklı bir bölgeye göç eden göçmenlerin, ekonomik anlamda yaşamlarını sürdürebilmek için turizm sektöründe ve turizm ile dolaylı ilişkili

sektörlerde yer alan işletmelerde yapmış oldukları girişimcilik faaliyetlerinde, girişimci olmalarına etki eden motivasyon kaynaklarının neler olduğunun tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Benzer şekilde araştırmanın yapıldığı bölgede bulunan yerleşik girişimcilerin turizm sektöründe ve turizm ile dolaylı ilişkili işletmelerde yapmış oldukları girişimcilik faaliyetlerinde hangi girişimcilik motivasyon kaynakları ile işe başladıklarının tespit edilmesi de amaçlanmaktadır.

5.4. Araştırmanın Yöntemi

Göçmenlerin girişimcilik faaliyetlerinde turizm işletmelerini ve turizm ile dolaylı ilişkili işletmeleri tercihlerinin hangi girişimcilik motivasyon faktörlerinden etkilenilerek yapıldığı ve yerleşik girişimciler ile göçmen girişimciler arasındaki ilişki boyutu incelenmiştir. Araştırmanın algı düzeyleri, etki ve ilişki boyutlarının ölçülmesi için veriler anket yöntemi ile hesaplanmıştır. Anket sahada profesyonel bir kurum aracılığıyla yüz yüze tablet aracılığı ile uzman anketörlerce gerçekleştirilmiştir. Tüm sorular, anketörler tarafından sorularak deneklerin boş bırakmadan cevaplaması sağlanmıştır. Kullanılan tablet yazılımında anketlerin konum bilgisi, anket süreleri kayıt altına alınmış olup verilerde güvenilirlik sağlanmıştır. Ayrıca veriler MS-Excel ortamından SPSS programına aktarıldığı için gerek sahada gerekse veri girişinde veri kaybı yaşanmamıştır.

5.5. Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evrenini, Ağustos-Aralık 2021 tarihleri arasında Konya ili merkezi sınırları içerisinde bulunan turizm sektörü ve turizm ile dolaylı ilişkili sektörlerde farklı faaliyet alanlarında işletmeler kuran, yöneten ve sahibi olan yerleşikler, yurtiçi ve yurtdışından gelen göçmen girişimciler oluşturmaktadır.

Çalışmada amaca göre örnekleme yöntemi ile yargısal örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden amaca göre örnekleme yönteminde araştırmacı, ilgisine, uzmanlığına, seçeceği örneğin ana kütleye benzeyip benzememesi ile ilgili değerlendirmesine dayanarak, bilgi alınacak ana kütlenin bir alt grubu veya parçası olan daha küçük bir gruptan örnek seçmektedir (Ünüvar vd., 2018: 27). Yargısal örnekleme yöntemi ise, rahat

ulaşılabilir birimlerin seçilmesiyle örneğin ortaya koyulması yöntemidir. Araştırmacı yöntemi bu şekilde kullanırken, bir kıstasa göre kendinin belirlediği kısımları ana yapıdan seçerek kullanmaktadır. Bu nedenle sadece merkez ilçelerde bulunan işletmeleri kuran ve yöneten yerleşik ve göçmen girişimciler tercih edilmiştir. Toplam 500 anket doldurulmuş, ancak bu anketlerin 22'si eksik/hatalı doldurulduğu için uygulamaya dâhil edilmemiştir. Böylece geriye kullanılabilir toplam 478 anket kalmıştır.

Araştırmamızda anket yapılan girişimcileri yerleşik ve yerli göçmen olarak tasnif ederken bu konuda yapılan araştırmalarda ortaya konulan kıstaslar dikkate alınmıştır. Türkiye İstatistik Kurumuna ait 5 yıllık periyotlar ile yapılan nüfus sayımı istatistikleri incelendiğinde, 1960 yılından sonra Türkiye'nin tarımsal ekonomik büyüme yerine üretim ve sanayileşme temelli büyüme modeline geçmesi ile başlayan ve sanayileşmenin olduğu büyükşehirlerle yönelen gn 1990 yılına gelindiğinde 16 milyonu aştığı görülmekte ve bu rakam ülke nüfusunun önemli bir kısmının yer değiştirmiş olduğunu ifade etmektedir (zgr, 1998: 38). 1960 yılından 1990 yılına gelindiğinde aynı zamanda ulaşım ve alt yapı olanaklarının da gelişmesi i g hızını arttırmış ve ülkenin büyük şehirlerinde yaşayan nüfusu %26 dan %51,3 e yükselmiştir.

Toplumsal hayat içerisinde bireylerin yaşam süreleri, kültürleri, deneyimleri ve gelenekleri ile oluşturulan kuşak sınıflandırması yapılırken ortalama yirmi yıllık zaman döngüleri dikkate alınmıştır. Sessiz kuşak olarak adlandırılan dönemin 1925-1945 yılları arasında olması, bebek patlaması kuşağının 1946-1964 yılları arasında kabul edilmesi, x kuşağının 1965-1979 yılları arasında doğanlardan oluşması ve y kuşağının 1980-2000 yılları arasını kapsaması, kuşak sınıflandırmasında yaklaşık bir süre zarfının dikkate alındığını göstermektedir (Lehto vd, 2008, Zemke vd., 2013).

Bu değerlendirmeler doğrultuda çalışmada yerleşik ve yerli göçmen ayrımı yapılırken 1990 yılına kadar olan i g hareketliliğin çok fazla olması ile kent nüfuslarının iki katına çıkması ve yerleşiklik için iki kuşak ve sonrasının göç edilen şehirde bulunması kıstasları dikkate alınmıştır. Bu nedenle 1990 yılı öncesinde şehre göç etmiş ve yerleşmiş girişimciler yerleşik olarak kabul edilmiştir.

Tablo 5.2. Konya'ya Taşınma Zamanına Göre Yerleşik, Yerli ve Yabancı Göçmen Ayrımı

	Şehre Geliş Zamanı	N	%
Yerleşik Girişimci	1990 yılından önce taşındı veya burada doğdu	258	54
Yerli Göçmen Girişimci	1990 yılından sonra taşındı	141	29
Yabancı Göçmen Girişimci	Yabancı ülkeden geldi	79	17
Toplam		478	100

Tablo 5.2. incelendiğinde, araştırmada görüşleri değerlendirilen 478 girişimcinin yarıdan fazlasının 1990 yılı öncesinde Konya il merkezine göç etmiş veya burada doğmuş olduğu, 1990 yılı sonrası Konya il merkezine göç etmiş Türk vatandaşlarının yerli göçmen girişimci olarak tanımlandığı ve araştırma örnekleminin yüzde 29'unu oluşturduğu görülmüştür. Konya il merkezine yurtdışından gelen 79 girişimci ise yabancı göçmen girişimci olarak tasnif edilmiştir. Konya'da eskiden beri kitlesel yabancı göç durumu olmadığı gözlemi dikkate alınarak, yabancı göçmen girişimcilerin çok büyük kısmının 2011 yılı sonrasında Suriye'de yaşanan iç savaş sonrası ülkeye gelen sığınmacılardan oluştuğu söylenebilir.

5.6. Araştırma Sorusu, Veri Toplama Aracı ve Ölçekler

Çalışmada temel araştırma problemi yerleşikler, ülke içinden göç edenler ve yurtdışından gelen göçmenler arasında girişimcilik motivasyonu arasında bir farklılık olup olmadığıdır. Göçmen (kimisi zaman mülteci, azınlık, etnik) girişimcilik üzerine yapılan çalışmalarda çok değişik konulara vurgu yapılmıştır. Bu vurgular çok geniş bir yelpazede göçmen girişimciliğin ekonomiye katkı ya da olumsuz etkisi, kültürel yönleri ve sonuçları üzerinde yoğunlaşmıştır (konuya ilişkin detay için bkz. Sahin, Nijkamp, Suzuki, 2014: 2 vd). Bu çalışmada, göçmen girişimciliği ihtiyaç-fırsat yönelimli girişimcilik yaklaşımları kapsamında ele alınmaya çalışılacaktır. Suriye ve sonrasında Afganistan'da gelişen olaylar sonucu yoğun sığınmacı akımına uğrayan Türkiye'de göçmenlerin büyük ölçüde ve belli bir dönem boyunca ihtiyaç yönelimli olarak iş kurma motivasyonuna sahip olacakları varsayılmıştır. Chrisostome (2012)

tarafından konuya özgü yazılan bir makalede özellikle az gelişmiş ülkelerden gelen göçmenlerin ihtiyaç yönelimli olmasının muhtemel olacağı, bu kişilerin hem yetersiz sermaye sahibi olacağı hem de kendi ülkelerinde aldıkları eğitim sonucu düşük profesyonel birikim ve uzmanlığa sahip olacakları belirtilmektedir. Türkiye’deki özel durum dikkate alındığında yurtdışından gelen göçmenlerin girişimcilik motivasyonlarının yerleşik ve yurtiçi göçmenlere göre daha ihtiyaç ve zorluklara karşı reaksiyon içeren bir yapıda olacağı varsayılmıştır. Dolayısıyla, Konya özelinde yurtdışından gelen göçmenlerin yüksek maddi beklenti, bağımsızlık, yenilikçilik, fırsat odaklılık gibi motivasyonlarının nispeten düşük olması beklenmektedir. Bu kapsamda araştırmanın temel sorusu şu şekilde kurgulanmıştır:

Konya’da yerleşik, yurtiçi göçmen ve yurtdışı göçmenlerin girişimcilik motivasyonları birbirinden farklıdır.

Ayrıca, girişimcilik motivasyonunun bazı demografik özelliklere göre de farklılaşabileceği düşüncesiyle ilave hipotezler eklenmiştir. Bu kapsamda girişimcilik motivasyonunun turizmle doğrudan ve dolaylı ilgili sektörlerde çalışma, eğitim, sektörel geçmiş gibi konularda farklılaşıp farklılaşmadığı da hipotezlerle test edilmeye çalışılmıştır. Buna göre araştırmanın hipotezleri aşağıdaki şekilde kurgulanmıştır.

H.1. Girişimcilik Motivasyon Kaynakları alt boyutlarında Yerleşik ve Göçmen girişimciler arasında anlamlı şekilde farklılıklar vardır.

H.2. Faaliyette bulundukları sektörler bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.

H.3. Eğitim durumları bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.

H.4. Girişimcilerin ailelerinin geldiği yer bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.

H.5. Girişimcilerin çalıştıkları sektördeki geçmişleri bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.

H.6. Girişimcilerin yaşları bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.

H.7.Girişimcilerin cinsiyetleri bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.

Oluşturulan hipotezler ve sonuçlarına çalışmanın 5.10. kısmında yer verilmiştir. Ayrıca, alışmada Turizm sektörü girişimciliği esas alınmakla birlikte, kıyaslama amaçlı olarak turizm sektörüyle dolaylı ilişkisi kurulabilecek işletme sahipleri de dikkate alınmıştır. Bu amaçla değerlendirmeye alınan 478 girişimcinin 182 tanesinin doğrudan turizm, 296 tanesinin dolaylı olarak turizme katkı sağlayacak işlerle uğraştığı görülmüştür. Girişimcilik motivasyonları açısından bu iki kesim arasında herhangi bir fark olmadığı görülmüştür. Bu konunun detayları bulgular kısmında Tablo 5.10’da verilmiştir. Dolayısıyla, alışma boyunca Turizm sektörü girişimcileri yerine kolaylık sağlaması amaçıyla yerleşik ya da göçmen girişimci ifadesinin kullanılması tercih edilmiştir.

Araştırma kapsamında kurulan hipotezlerin test edilmesi amaçıyla araştırma verileri bir anket yardımıyla toplanmıştır. Ankette kullanılan ölçekler, geçerlilik ve güvenilirlikleri daha önceki çalışmalarda onaylanmış sorulardan oluşmaktadır. Kullanılan sorular akademisyenlerin görüşleri alınıp araştırma amaçları doğrultusunda uyarlanarak uygulama için hazır hale getirilmiştir. İfadeler, beşli likert leği kullanılarak olumsuzdan (Kesinlikle Katılmıyorum) olumluya (Kesinlikle Katılıyorum) doğru derecelendirilmiştir.

Yaptığımız araştırmada veri toplamada Vijaya ve Kamalanabhan (1998) tarafından geliştirilen Girişimcilik Motivasyonu leğinden ve Aksoy, B., Koanci, M., ve Namal, M. K. (2019) tarafından aynı ölçek kullanılarak Türkçeye çevrilen ve 2019 yılında Yönetim ve Ekonomi dergisinde yayımlanan *Girişimcilik Motivasyonu: Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Katılımcıları rneği*, adlı makalede kullanılan ölçekten faydalanılmıştır. Bu ölçeğin üzerinde uzman akademisyen görüşü alınarak bazı düzenlemeler yapılmış ardından gerekli hazırlıklar yapıldıktan sonra alan araştırmasına başlanmıştır. Araştırmamızda model ölçek olarak kullandığımız her iki çalışmada Girişimcilik Motivasyon Kaynakları beş boyutta oluşmuşsa da, bu

çalışmada Girişimcilik Motivasyon Kaynakları aynı sayıda boyut teşkil etmemiştir. Faktör analiziyle tüm maddeler beş alt boyuta zorlansa da, mevcut veriler dört alt boyut oluşturmuştur. 5.7. kısımda detayları verildiği üzere, bireyleri girişimci olmaya yönlendiren Girişimcilik Motivasyonu Kaynakları; Fırsat, Bağımsızlık, Maddiyat ve Lüks Hayat olmak üzere dört alt boyutta gruplandırılmıştır.

5.7. Ölçek Geçerlilik ve Güvenilirlik Sonuçları

Güvenilirlik, bir ölçek veya testin ölçmek istediği maddeleri istikrarlı ve tutarlı bir şekilde ölçme derecesidir (Altunışık vd., 2007: 114) ve araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilir olması için güvenilirlik katsayılarının (Cronbach's Alpha) en az 0,70 olması gerekmektedir (Peterson, 1994: 383). Tablo 5.4 girişimcilik motivasyon kaynaklarına ilişkin keşfedici faktör analizi sonuçlarını göstermektedir. Daha önce de değinildiği üzere, orijinal ölçeklerden farklı olarak analizde 4 alt boyut oluşmuş, tek faktöre yüklenen 8. Madde ve iki faktöre birden yüklenen 7. Madde analizden çıkarılmıştır. Oluşan 4 faktörün güvenilirlik değerleri .767 ile .907 arasında değişmektedir. Detaylar Tablo 5.3'te verilmiştir.

Tablo 5.3. Girişimcilik Motivasyon Kaynakları Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları (n=478)

Girişimcilik Motivasyon Kaynakları	Toplam korelasyon	Faktör Yükleri			
		Fırsat	Bağımsızlık	Maddiyat	Lüks Hayat
1.) Para Sıkıntısından Kurtulmak	0,346			0,655	
2.) Çocuklarıma Maddi Açıdan İyi Bir Gelecek Sağlamak	0,406			0,766	
3.) Ailemi Zengin Etmek	0,491			0,601	
4.) Aile Gelirine Katkıda Bulunmak	0,508			0,801	
5.) Borçlarımı Kapatacak Parayı Kazanmak	0,435			0,623	
6.) Sahip Olduğum Yeteneğin Maddi Karşılığını Almak	0,593		0,580		
10.) Bağımsız Olmak	0,527		0,728		
23.) Kendi Tercihim Olan Bir İş ve Yaşam Tarzına Sahip Olmak	0,555		0,768		
24.) Monotonluktan Kurtularak Değişimi Yaşamak	0,618		0,670		
26.) Yaptığım İşten Tam Bir Tatmin Duymak	0,612		0,568		
13.) Başkaları İle Rekabet Ederek En İyi Olduğumu Kanıtlamak	0,621	0,684			
14.) İşletmecilik Tutkumdan İstifade Etmek	0,660	0,695			
15.) Yaratıcı Yenilikçi Bir Şeyler Yapmak	0,685	0,724			
16.) Başkalarının Genelde Yapmadığı Bir Şeyi Yapma/ Başarma Arzusu	0,699	0,697			
17.) Karar Verme/ Problem Çözme Becerilerimi Bir Kariyerde Fayda Yaratmak İçin Kullanmak	0,712	0,693			
18.) Yüksek Sosyal Statüye Erişmek	0,646	0,742			
19.) İyi Bir İşveren Olmak	0,679	0,615			
20.) İnsanların Saygısını Kazanmak	0,587	0,708			
21.) Hiç Kimseden Bir Eksiklik Olmadığını Göstermek	0,595	0,699			
22.) Lider Olmak	0,588	0,570			
25.) Çok Lüks Bir Hayat Yaşamak	0,447				0,839
27.) Kendim İçin Büyük Servete Kavuşmak	0,447				0,836
Öz değer		5,319	3,271	2,841	1,908
Açıklanan varyans (%)		24,179	14,868	12,915	8,672
Cronbachs' Alpha		0,907	0,815	0,767	0,788
Toplam Açıklanan Varyans Oranı= 60,634					
Kaiser Meyer Olkin (KMO) = 0,927					
Bartlett Sınaması Değeri=5195,915 p<0,001					
Toplam Cronbachs' Alpha (α)=0,918					

Analizler sonucunda 0,927 olarak elde edilen KMO testi puanı, dağılımın faktör analizi için yeterli olduğunu, Barlett testi sonucu 5195,915 ($p<0,05$) da ölçümü yapılan değişkenin evren parametresinde çok değişkenli normal dağılıma uygun olduğunu ortaya koymaktadır. Bu araştırmada, faktör sayısına herhangi bir sınırlama getirilmemiştir. Analiz sonucu öz değeri 1 ya da 1'den daha büyük olan dört faktörden oluştuğu görülmüştür. Bu faktörlerin toplamda ölçeği açıklama oranı % 60,634 olarak bulunmuş ve bu oranın yeterli olduğu kabul edilmiştir. Tablo 5.3'te Fırsat boyutunda yer alan soruların faktör yükleri 0,570 ile 0,742 aralığında, Bağımsızlık boyutunda yer alan soruların faktör yükleri 0,568 ile 0,768 aralığında, Maddiyat boyutunda yer alan soruların faktör yükleri 0,601 ile 0,801 aralığında ve Lüks Hayat boyutunda yer alan soruların faktör yükleri 0,836 ile 0,839 değerlerini almıştır.

Tablo. 5.4. Boyutlara İlişkin Toplam Korelasyon Değerleri

	Lüks Hayat	Maddiyat	Bağımsızlık	Fırsat
Lüks Hayat	1			
Maddiyat	,371**	1		
Bağımsızlık	,323**	,461**	1	
Fırsat	,397**	,416**	,704**	1

Tablo 5.4 ölçekte bulunan boyutların toplam korelasyon değerlerinin 0,323 ile 0,704 aralığında ($P<.01$ düzeyinde anlamlı) değiştiğini göstermektedir. Bu sonuçlara göre, ele alınan örneklem çerçevesinde çalışmanın temel sorusu için bu ölçeğin kullanılmasında mahzur olmayacağı kanaatiyle analize devam edilmiştir. Elde edilen boyutların isimlendirilmesi açısından, faktör analizi neticesinde ortaya çıkan alt boyutlardan;

Fırsat odaklı motivasyon boyutunun, Başkaları İle Rekabet Ederek En İyi Olduğumu Kanıtlamak, İşletmecilik Tutkumdan İstifade Etmek, Yaratıcı Yenilikçi Bir Şeyler Yapmak, Başkalarının Genelde Yapmadığı Bir Şeyi Yapma/ Başarma Arzusu, Karar Verme/ Problem Çözme Becerilerimi Bir Kariyerde Fayda Yaratmak İçin Kullanmak, Yüksek Sosyal Statüye Erişmek, İyi Bir İşveren Olmak, İnsanların Saygısını Kazanmak, Hiç Kimseden Bir Eksiklik Olmadığını Göstermek ve Lider Olmak girişimcilik motivasyon faktörlerini kapsayacak şekilde oluştuğu

görülmüştür. Bu boyutta belirtilen motivasyon kaynaklarının, girişimci bireyin toplum nezdinde sahip olduğu alanı önemsediği ve yaptığı işlere yönelik çevresel değerlendirmelerin onu nasıl bir toplumsal statüye yerleştirdiğini görmek istediği durumları ve girişimcilik çabasının, girişimcinin kendine ve çevresine bu yetkinliğini ispatlama imkânı olarak görmesini ifade etmektedir.

Bağımsızlık odaklı motivasyon boyutunun, Sahip Olduğum Yeteneğin Maddi Karşılığını Almak, Bağımsız Olmak, Kendi Tercihim Olan Bir İş ve Yaşam Tarzına Sahip Olmak, Monotonluktan Kurtularak Değişimi Yaşamak ve Yaptığım İşten Tam Bir Tatmin Duymak olarak tanımlanan girişimcilik motivasyon kaynaklarından meydana geldiğini, bu boyutu oluşturan motivasyon faktörleri ile girişimci bireyin, herkesin yaptığından farklı şeyler peşinden giden, özgür ve bağımsız duruşunu önemseyen, alışılmışın dışında girişimlerin öncüsü olma niyetini ortaya koyan bir motivasyonu benimsediğini söyleyebiliriz.

Maddiyat odaklı motivasyon boyutunun, Para Sıkıntısından Kurtulmak, Çocuklarıma Maddi Açıdan İyi Bir Gelecek Sağlamak, Ailemi Zengin Etmek, Aile Gelirine Katkıda Bulunmak ve Borçlarımı Kapatacak Parayı Kazanmak şeklinde ifade edilen girişimcilik kaynaklarından oluştuğunu ve bu odakta bir araya gelen faktörler ile girişimcilerin önemsediği ekonomik açıdan güdülenme ve parasal kazanç ile bir takım ekonomik sıkıntıdan kurtulma ihtiyacına karşılık geldiğini ifade edebiliriz.

Lüks Hayat odaklı motivasyon boyutunun, Çok Lüks Bir Hayat Yaşamak ve Kendim İçin Büyük Servete Kavuşmak faktörlerinden oluştuğunu görmekteyiz. Girişimci bireyin toplum nezdinde sahip olduğu alanı ekonomik refah açısından önemsediği ve yaptığı işlere neticesinde elde ettiği yüksek kazanç ile çevresel değerlendirmelerin onu maddi serveti açısından nasıl bir toplumsal statüye yerleştirdiğini görmek istediği durumları ifade eden olgulardır.

Tablo 5.5. Girişimcilik Motivasyon Kaynakları Ölçeği ve Alt Boyutlarına İlişkin Tanıtıcı İstatistikler

	Ort±SS	(Min. - Maks)	Madde sayısı
Fırsat	3,86±0,91	1-5	10
Bağımsızlık	4,13±0,76	1-5	5
Maddiyat	3,87±0,89	1-5	5
Lüks Hayat	3,09±1,31	1-5	2

Tanıtıcı istatistikler ortalama ± standart sapma ve (Minimum Maksimum) değer olarak verilmiştir.

Tablo 5.5’de Girişimcilik Motivasyon Kaynakları ölçeğinin, Fırsat boyut ortalaması 3,86±0,91 puan, Bağımsızlık boyut ortalaması 4,13±0,76 puan, Maddiyat boyut ortalaması 3,87±0,89 puan ve Lüks Hayat boyut ortalaması 3,09±1,31puan olarak bulunmuştur. Bu sonuçlara göre, Fırsat boyutunda 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20,21 ve 22. sorular, Bağımsızlık boyutunda 6, 10, 23, 24 ve 26. sorular, Maddiyat boyutunda 1, 2, 3, 4 ve 5. sorular ve Lüks Hayat boyutunda 25 ve 27. sorular yer almaktadır. Ölçek boyut ve toplam skorları, tüm soruların toplanarak soru sayısına bölünmesi ile yani soruların ortalaması alınarak elde edilmiştir.

5.8. Araştırma Bulguları

Araştırmanın bu bölümünde ilk olarak görüşme yapılan katılımcıların ve işletmelerin demografik bilgilerine yer verilecektir. Burada frekans değerleri ve yüzdeleri ele alınacaktır.

5.9. Demografik Özelliklere İlişkin Sonuçlar

Görüşme yapılan katılımcıların vermiş olduğu cevaplar ekseninde hazırlanan demografik istatistiklere ilişkin tabloya bakıldığında katılımcılara toplam 8 ana başlıkta soru yöneltildiği görülmektedir. Bunlar demografik sorular olmakla birlikte, yaş, cinsiyet, medeni durum, doğum yeri/memleket, doğum yeri yerleşim birimi, eğitim durumu (dede, anne, baba, çocuk), çocuk sayısı, Meslek (dede, anne, baba, çocuk) grubu frekansları ve yüzdeleri verilmiştir.

Tablo 5.6. İşletmeye İlişkin Bilgilerin Tanıtıcı İstatistikleri

		n	%
Sektör	Restaurant / Kafe	75	16
	Market / Büfe (Gıda - İçecek)	79	17
	Hediyelik eşya	51	10
	Halı / Mobilya / Ev eşyaları	52	11
	Turizm Seyahat acentaları vb.	53	11
	Otel vb konaklama tesisleri	3	1
	Giyim Mağazası	93	19
	Emlak danışmanlığı	16	3
	Kişisel Bakım / Kuaför vb	56	12
Konya İl merkezine taşınma zamanı	1990 yılından önce taşındı veya burada doğdu	258	54
	1990 yılından sonra taşındı (Yerli Göçmen)	141	29
	Yabancı Uyruklu (Yabancı Göçmen)	79	17
Aile üyeleri dahil toplam çalışan sayısı	0-3 çalışanlı	177	37
	4-10 çalışanlı	175	37
	11 ve üzeri çalışanlı	126	26
Çalışma geçmişi	Hayır Çalışmıyordum	172	36
	Memurdum	21	4
	İşçiydim	238	50
	Farklı işte işverendim	35	7
	Aynı işi evden yapıyordum	10	2
	Emekli olduktan sonra kurdum	2	1
Sektör geçmişi	Evet	241	50
	Hayır	237	50
İşletme faaliyet geçmişi	1-10	297	62
	11 20	110	23
	21 30	49	10
	31 40	14	3
	41 ve üzeri olarak	8	2
Ailede kendi işini yapan birey	Yok	279	58
	Anne	8	2
	Baba	102	21
	Dede/Büyükanne	2	0
	Eş	12	3
	Kardeş	63	13
	Çocuk	12	3
İş kurmada teşvik edilmenin önemi	Önemsiz	42	9
	Kısmen Önemli	78	16
	Çok Önemli	358	75

Kategorik Veriler için Sayı (Yüzdelik) değer olarak verilmiştir.

Tablo 5.6. incelendiğinde araştırmada değerlendirilen 478 adet işletmenin sektör dağılımlarına bakıldığında, işletmelerin %16'sını oluşturan restoran veya kafenin, %10'nu oluşturan hediyelik eşya işletmesinin, %11'ni oluşturan turizm seyahat acentelerinin, %1'ni oluşturan otel vb. konaklama tesislerinin, %19'nu oluşturan giyim mağazalarının ve %12'ni oluşturan kişisel bakım veya kuaför işletmelerinin sayısının 331 adet ile turizm sektörü işletmesi olduğu, %17 Market veya Büfe, %11 halı, mobilya veya ev eşyaları ve %3 emlak danışmanlığı olarak faaliyetini sürdüren 147 adet işletmenin de turizm sektörü ile dolaylı ilişkili işletmeler olduğu görülmüştür. Şirket kurucularının %54'ünün 1990 yılından önce Konya il merkezine taşınmış veya Konya'da doğmuş olduğu, %29'unun 1990 yılından sonra Konya il merkezine taşınmış ve %17'sinin de yabancı uyruklu olduğu tespit edilmiştir. Çalışan sayılarına bakıldığında %37'si üç kişiden az, %37'si üç ile on kişi arasında ve %26'si de on kişi ve üzeri şeklinde dağılmıştır. Araştırmaya katılan girişimci işletme sahiplerinin %50'sinin işletmelerini kurmadan önce başka bir işte işçi olarak çalıştığı, %36'sının da herhangi bir işte çalışıyor olmadığı anlaşılmıştır. Şirket sahiplerinin %50'sinin daha önce aynı sektörde çalıştığı görülmüştür. İşletmelerin %62'si bir ile on yıl arasında, %23'ü on bir ile yirmi yıl, %10'u yirmi bir ile otuz yıl, %3'ü otuz bir ile kırk yıl ve %2'si kırk yıldan uzun süredir faaliyetlerini sürdürmektedir. Girişimci işletme sahiplerinin ailesinde aynı işi yapanların oranına baktığımızda %58 ile aynı işi yapan aile üyesinin olmadığı, babasının da aynı işi yaptığını söyleyen girişimci sayısının 102 ve oranın da %21 olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan şirketlerin sahibi girişimcilerin %75'i iş kurmada teşvik edilmenin çok önemi olduğunu belirtmiştir.

İşletme sahiplerinin genel bilgiler tablo 5.7'de sunulmuştur.

Tablo 5.7. İşletme Sahibine İlişkin Özelliklerin Tanıtıcı İstatistikleri

		n	%
Cinsiyet	Erkek	372	78
	Kadın	106	22
Doğum yeri	Türkiye	394	82
	Suriye	78	17
	Diğer	6	1
Doğum yeri- Yerleşim birimi	Büyük Şehir Merkezinde	296	62
	İl/İlçe Merkezinde	102	21
	Köy/Kasaba	80	17
Yaş	18-25	107	22
	26-35	142	30
	36-45	129	27
	46-55	59	12
	56 ve üzeri	41	9
Eğitim durumu	Okumamış/İlkokul	91	19
	Ortaokul/Lise	234	49
	Üniversite	123	26
	Lisansüstü	30	6
Yabancı bil bilgisi	Evet	127	27
	Hayır	351	73
Bilinen yabancı dil	İngilizce	92	72
	Arapça	26	21
	Diğer	9	7
Yabancı dil seviyesi	Başlangıç	13	10
	Temel	24	19
	Orta	64	51
	İleri	26	20
Medeni durum	Evli	295	62
	Bekar	165	35
	Dul/Boşanmış	18	3
Çocuk sayısı	Yok	184	39
	Tek çocuk	53	11
	İki çocuk	112	23
	Üç çocuk	84	18
	Dört çocuk	45	9

Özet istatistikler Sayısal Veriler için *ortalama ± standart sapma*, Kategorik Veriler için *Sayı (Yüzdelik)* değer olarak verilmiştir.

Tablo 5.7. incelendiğinde araştırmada değerlendirilen 478 şirket sahiplerinin %78'inin erkek %22'sinin de kadın olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan girişimcilerin doğum yerlerine bakıldığında %82'sinin Türkiye, %18'sinin Suriye ve

diğer ülkeler olduğu görülmüştür. İşletme sahibi girişimcilerin doğduğu yerleşim yerlerinin %62'sinin büyük şehir, %21'inin il veya ilçe merkezi ve %17'sinin de köy veya kasaba olduğu görülmüştür. Girişimcilerin yaşlarına bakıldığında, yaş aralığı 26-35 yaş olan girişimcilerin %30 orana sahip olduğu, yaş aralığı 36-45 olan girişimcilerin ise oranının %27 olduğu görülmüştür. Eğitim durumları açısından incelediğimizde, girişimcilerin %68'nin okumamış/ilkokul ve ortaokul/lise mezunu olduğu, %32'sinin de lisans/lisansüstü üniversite mezunu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Girişimci işletme sahiplerinin %73'ünün yabancı dil bildiği, yabancı dili bulunanların %92'sinin İngilizce, %20'sinin de Arapça bildiği tespit edilmiştir. Bildikleri yabancı dil seviyesi de, %10 başlangıç, %19 temel, %50 orta ve %20 ileri düzeydedir. İşletme sahiplerinin %62'si evlidir. Girişimcilerin %38'inin çocuğu bulunmazken %11'inin tek, %23'ünün iki, %18'inin üç ve %9'unun da dört çocuğu olduğu görülmüştür.

Varlık ve mülkiyet dağılımı

Tablo 5.8. Kişinin Mülkiyet Durumuna ve İşletme Cirosuna İlişkin İstatistikler

		n	%
Oturduğunuz Evin Mülkiyet Durumu	Kira	178	37
	Aileme Ait	82	17
	Kendimin	218	46
İşyerinizin Mülkiyet Durumu	Kira	386	81
	Aileme Ait	18	4
	Kendimin	74	15
Otomobil durumu	Yok	157	33
	Kiralık	1	0
	Aileme Ait	41	9
	Kendimin	279	58
İşletmenizin Yıllık İş Hacmi	100.000 TL ve Altı	248	52
	100.001 TL-500.000 TL Arası	123	26
	500.001-900.000 TL Arası	45	9
	900.001 TL ve Üzeri	62	13
İşletme Cironuzda	Bir Önceki Yıla Göre Düşer	86	18

Önümüzdeki Yıl Sonunda Beklenen Artış	Bir Önceki Yıl ile Aynı Olur	126	26
	En az %10 Artar	118	25
	En az %20 Artar	68	14
	En az %30 ve üzeri Artar	80	17

Özet istatistikler Sayı (Yüzdelik) değer olarak verilmiştir.

Tablo 5.8. incelendiğinde işletme sahiplerinin %37'si kirada otururken %17'sinin evi ailesine aittir. %46'sının ise oturdukları evlerinin mülkiyeti kendilerindir. Girişimci işletme sahiplerinin işyerlerinin mülkiyet durumuna baktığımızda ise bunların %81'nin kira, %4'ünün aileye ait ve %15'inin de işletme sahibinin kendisine ait olduğunu görmekteyiz. İşletme sahiplerinin %33'ünün aracı bulunmazken, %9'u ailesinin aracını kullanmakta, %58'i ise kendi aracını kullanmaktadır. Araştırmaya katılan girişimcilerin %52'sinin yıllık işletme cirosu 100.000 TL altında iken, %26'sının cirosunun 100.001 TL ile 500.000 TL arasında, %9'unun cirosunun 500.001 ile 900.000 TL arasında ve %13'ünün cirosunun da 900.000 TL ve üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Girişimcilerin bir sonraki yıl için ciro beklentilerinin de yüzde 56'sının belli düzeylerde artış beklentisinde olduğu görülmüştür.

Sektörel Dağılım

Tablo 5.9. Anket Yapılan Sektörlere İlişkin Tanıtıcı İstatistikleri (n=478)

		n	%
Turizm Sektörü İşletmeleri	Restaurant / Kafe	75	15,7
	Hediyelik Eşya	51	10,6
	Turizm Seyahat Acentaları vb.	53	11,1
Toplam	Otel / Konaklama Tesisleri	3	0,6
		182	38
Turizm Sektörü ile Dolaylı İlişkili İşletmeleri	Market / Büfe (Gıda - İçecek)	79	16,5
	Halı / Mobilya / Ev eşyaları	52	10,9
	Giyim Mağazası	93	19,5
	Emlak danışmanlığı	16	3,3
	Kişisel Bakım / Kuaför vb.	56	11,8
Toplam		296	62
Genel Toplam		478	100

Bir yerden başka bir yere yolculuk eden turistlerin, konaklama, yeme-içme, eğlenme, dinlenme, gezme ve buna benzer ihtiyaçlarını karşılamak ve kazanç sağlamak amacıyla kurulan işletmeler turizm işletmeleri olarak ifade edilir. Her geçen gün büyüyen ve gelişen Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çeşitlenerek artış göstermektedir. Büyüyen sektörün içinde bulunan işletmeleri gerektiği gibi tanımlayabilmek için Turizm sektöründe birtakım sınıflandırmalar yapılmıştır. Gıda işletmeleri, konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri, eğlence işletmeleri gibi yapılan bu sınıflandırmalara ek olarak özel işletmeler, kamu destekli işletmeler, kâr amacı olmayan işletmeler, turizm işletmeleri ve turizm ile dolaylı ilişkili işletmeler biçiminde tasniflerin yapıldığını görmekteyiz (Şengül vd., 2021: 166).

Çalışmamızda, Turizm sektörüyle doğrudan ilgili olan ve olmayan işletmelerdeki girişimcilik faaliyetinin farklılaşıp farklılaşmayacağını görmek için bu hususta bir ayrıma gidilmesinin yerinde olacağı değerlendirilmiştir. Bu sebeple girişimcilerin faaliyette bulundukları sektörler, turizm sektörü işletmeleri ve turizmle dolaylı ilişkili sektör işletmeleri şeklinde tasnif edilmiştir. Buna göre; Restaurant / Kafe (n: 75), Hediyelik Eşya (n: 51), Turizm Seyahat Acentaları vb. (n: 53) ve Otel / Konaklama Tesisleri (n: 3) olarak belirtilen işletmeler, Turizm sektörü işletmeleri olarak tasnif edilirken, Market / Büfe (Gıda-İçecek) (n: 79), Halı Mobilya / Ev Eşyaları (n: 52), Giyim Mağazası (n: 93), Emlak Danışmanlığı (n: 16) ve Kişisel Bakım / Kuaför vb (n: 56) olarak belirtilen işletmeler de Turizm sektörü ile dolaylı ilişkili işletmeler olarak gruplandırılmıştır.

Genel olarak girişimcilerin yerleşik ve göçmen olma durumları ile faaliyet gösterdikleri sektörler tablo 5.10'da gösterilmiştir.

Tablo 5.10. Girişimcilerin Yerleşik ve Göçmen Olma Durumları ve Faaliyet Gösterdikleri Sektörlere İlişkin Tanıtıcı İstatistikleri

Sektör	Yerleşik	Yerli Göçmen	Yabancı Göçmen	Toplam
Restaurant / Kafe	41	22	12	75
Market / Büfe (Gıda - İçecek)	38	20	21	79
Hediyelik eşya	30	15	6	51
Halı / Mobilya / Ev eşyaları	28	13	11	52
Turizm Seyahat acentaları vb.	32	17	4	53
Otel vb konaklama tesisleri	1	1	1	3
Giyim Mağazası	53	23	17	93
Emlak danışmanlığı	8	5	3	16
Kişisel Bakım / Kuaför vb	27	25	4	56
Toplam	258	141	79	478

Sermaye Temini

Girişimcinin iş kurarken sağladığı finansal kaynakların da yerleşik veya göçmen olmasına göre farklılaşacağı düşünülmektedir. Bu amaçla öncelikli olarak hangi tür finansal kaynak kullandıkları girişimcilere 1-Hiç Kullanmadım, 5-Önemli Ölçüde Kullandım aralığında sorulmuş, alınan cevapların ortalamaları Tablo 5.11’de gösterilmiştir.

Tablo 5.11. Girişimcinin İş Kurarken Destek Aldığı Yerlere İlişkin Tanıtıcı İstatistikler (n=478)

		N	Ortalama	SS
Kendi Birikimlerim	Yerleşik	258	3,85	1,623
	Yerli Göçmen	141	3,77	1,605
	Yabancı Göçmen	79	4,22	1,346
	Toplam	478	3,89	1,579
Aile, Eş, Dost, Akraba, vb.	Yerleşik	258	1,60	1,190
	Yerli Göçmen	141	1,64	1,185
	Yabancı Göçmen	79	1,75	1,391
	Toplam	478	1,63	1,223
Bankalar	Yerleşik	258	1,39	1,031
	Yerli Göçmen	141	1,45	1,105
	Yabancı Göçmen	79	1,19	,752
	Toplam	478	1,37	1,015
Sermaye Temini İçin	Yerleşik	258	1,24	,716
Gayrimenkul/Otomobil vs. Satmak	Yerli Göçmen	141	1,38	,961

	Yabancı Göçmen	79	1,59	1,306
	Toplam	478	1,34	,918
Devlet Kuruluşlarından Sağlanan Destek	Yerleşik	258	1,09	,514
	Yerli Göçmen	141	1,23	,743
	Yabancı Göçmen	79	1,15	,718
	Toplam	478	1,14	,626
Ticaret Odası, Meslek Birliklerinden Sağlanan Destek	Yerleşik	258	1,05	,382
	Yerli Göçmen	141	1,13	,537
	Yabancı Göçmen	79	1,04	,338
	Toplam	478	1,07	,428
Sivil Toplum Kuruluşları, Dernekler vs. Desteği	Yerleşik	258	1,03	,285
	Yerli Göçmen	141	1,11	,517
	Yabancı Göçmen	79	1,04	,338
	Toplam	478	1,05	,377
Uluslararası Kuruluşlar (Dünya Bankası, vb.) Desteği	Yerleşik	258	1,02	,186
	Yerli Göçmen	141	1,09	,485
	Yabancı Göçmen	79	1,04	,338
	Toplam	478	1,04	,328

Buna göre çok büyük kısmı küçük işletme sınıfında olan girişimlerin bekleneceği üzere ilk sermayelerini ağırlıklı olarak kendi birikimlerinden temin ettikleri anlaşılmaktadır. Düşük oranlarda olmakla birlikte aile ve çevre desteği ile bankalardan yararlanma da söz konusudur. Bu kaynakların kullanımında Yabancı göçmenlerin kendi birikimleri ve çevreden sermaye temini düzeylerinin Yerleşik ve Yurtiçi göçmenlere göre daha yüksek olması anlaşılabilir bir durumdur. Nitekim Yabancı göçmenlerin bankalardan yararlanma oranı da ilk iki gruba kıyasla daha düşük düzeydedir. Bu da hukuki açıdan geçici koruma altında olması muhtemel gruplar için formel finans sistemine erişimdeki zorluklarla ilişkili bir husus olarak değerlendirilebilir.

Çalışmada hipotezler kapsamındaki motivasyon faktörleri dışında, girişimcilere genel olarak hangi sebeple iş kurdukları sorulmuş ve cevaplar Tablo 5.12’de gösterilmiştir.

Tablo 5.12. İş Kurmada Temel Motivasyon

		N	Ortalama	SS
Bir Hobiye Ticarete Dönüştürmek	Yerleşik	258	2,62	1,763
	Yerli Göçmen	141	3,01	1,757
	Yabancı Göçmen	79	2,56	1,803
	Toplam	478	2,72	1,774
Bir Aile Geleneğini Sürdürmek	Yerleşik	258	2,54	1,756
	Yerli Göçmen	141	2,06	1,655
	Yabancı Göçmen	79	1,84	1,454
	Toplam	478	2,28	1,701
Bir Arkadaşımdan Almış Olduğum Cesaret	Yerleşik	258	2,11	1,543
	Yerli Göçmen	141	2,09	1,497
	Yabancı Göçmen	79	2,30	1,682
	Toplam	478	2,14	1,552
Çok Para Kazanmak	Yerleşik	258	3,32	1,683
	Yerli Göçmen	141	3,23	1,653
	Yabancı Göçmen	79	3,24	1,611
	Toplam	478	3,28	1,660
Etrafımda Oluşmuş Bir Fırsattan Yararlanmak	Yerleşik	258	2,62	1,686
	Yerli Göçmen	141	2,68	1,618
	Yabancı Göçmen	79	2,76	1,673
	Toplam	478	2,66	1,661
Başarılı Girişimci Örneklerinden Etkilenmek	Yerleşik	258	2,78	1,771
	Yerli Göçmen	141	2,89	1,781
	Yabancı Göçmen	79	2,82	1,789
	Toplam	478	2,82	1,774
Piyasadaki Bir Açığı Kapatmak	Yerleşik	258	2,36	1,687
	Yerli Göçmen	141	2,35	1,648
	Yabancı Göçmen	79	2,27	1,615
	Toplam	478	2,34	1,661
Ücretli İş Bulma Zorluğu	Yerleşik	258	2,43	1,700
	Yerli Göçmen	141	2,70	1,776
	Yabancı Göçmen	79	2,52	1,746
	Toplam	478	2,52	1,731

Tablo 5.12 verilerine göre genel olarak tüm sınıflardan girişimcilerin öncelikle maddi durumlarını iyileştirme motivasyonu ile hareket ettiklerini söylemek mümkündür. Yine bu verilerden, bekleneceği üzere yerleşik girişimcilerin diğer

gruplara göre yüksek oranlarda aile işini sürdürdükleri, yerli ve özellikle yabancı göçmenlerin ise bu imkana doğal olarak sahip olmadıkları düşünülebilir.

5.10. Hipotezler ve Karşılaştırma Analizi Sonuçları

Araştırma yöntemi kısmındaki açılama tekrarlanacak olursa, çalışmada, göçmen girişimciliği ihtiyaç-fırsat yönelimli girişimcilik yaklaşımları kapsamında ele alınmıştır. Türkiye’deki sığınmacı orijinli göçmenlerin büyük ölçüde ve belli bir dönem boyunca ihtiyaç yönelimli olarak iş kurma motivasyonuna sahip olacakları varsayılmış, Chrisostome (2012) tarafından konuya özgü yazılan bir makalede vurgulandığı şekliyle, özellikle az gelişmiş ülkelerden gelen göçmenlerin ihtiyaç yönelimli olmasının muhtemel olacağı, bu kişilerin hem yetersiz sermaye sahibi olacağı, hem de kendi ülkelerinde aldıkları eğitim sonucu düşük profesyonel birikim ve uzmanlığa sahip olacakları dikkate alınarak, Türkiye’ye yurtdışından gelen göçmenlerin girişimcilik motivasyonlarının yerleşik ve yurtiçi göçmenlere göre daha ihtiyaç ve zorluklara karşı reaksiyon içeren bir yapıda olacağı varsayılmıştır. Dolayısıyla, Konya özelinde yurtdışından gelen göçmenlerin yüksek maddi beklenti, bağımsızlık, yenilikçilik, fırsat odaklılık gibi motivasyonlarının nispeten düşük olması beklenmektedir. Çalışmanın amaçları çerçevesinde uygulamayla ilgili geliştirilen hipotezleri şu şekilde sıralamak mümkündür.

- H.1. Girişimcilik Motivasyon Kaynakları alt boyutlarında Yerleşik ve Göçmen girişimciler arasında anlamlı şekilde farklılıklar vardır.
 - H.1a. Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının Fırsat odaklı alt boyutunda, Yerleşik ve Göçmen girişimciler arasında anlamlı şekilde farklılıklar vardır.
 - H.1b. Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının Bağımsızlık odaklı alt boyutunda, Yerleşik ve Göçmen girişimciler arasında anlamlı şekilde farklılıklar vardır.
 - H.1c. Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının Maddiyat odaklı alt boyutunda, Yerleşik ve Göçmen girişimciler arasında anlamlı şekilde farklılıklar vardır.

- H.1d. Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının Fırsat odaklı alt boyutunda, Yerleşik ve Göçmen girişimciler arasında anlamlı şekilde farklılıklar vardır.
- H.2. Faaliyette bulundukları sektörler bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.
- H.3. Eğitim durumları bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.
- H.4. Girişimcilerin ailelerinin geldiği yer bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.
- H.5. Girişimcilerin çalıştıkları sektördeki geçmişleri bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.
- H.6. Girişimcilerin yaşları bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.
- H.7. Girişimcilerin cinsiyetleri bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.

Birinci Hipotez

Araştırma kapsamında yerleşik ve göçmen girişimcilerin girişimcilik niyetleri ve faaliyetleri esnasında onları etkileyen girişimcilik motivasyon kaynaklarından hangileri arasında anlamlı farklılıkların olduğu bu farklılıkların yerleşik ve göçmen girişimcilerin hangilerinde belirginleştiği irdelenmiştir. Yapılan analizler sonucu belirlenen hipotezlerin anlamlı sonuçlarına ilişkin değerlendirmeler, ilişkileri ve anlamlılıkları gösteren tablolar ile ortaya konularak yorumlanmıştır.

Hipotezlerin test edilmesinde bağımlı değişkenler faktör analizi ile elde edilen 4 girişimcilik motivasyonu boyutudur (Fırsat, Bağımsızlık, Maddiyat, Lüks Hayat). İlk hipotezin test edilmesinde bağımsız değişken girişimcilerin Konya il merkezine gelme tarihleri ile belirlenen Yerleşik ve Yerli Göçmen ile büyük kısmı Suriyeli olan sığınmacı vb. niteliğinde yabancı göçmenlerdir. Hipotezin test edilmesinde varyans analizi kullanılmıştır.

ANOVA, MANOVA ve benzeri parametrik fark testlerinde verilerin normal dağılımı ön koşul olarak görülür. Bu çalışmada dört bağımlı değişkenin için normal dağılım durumu incelendiğinde Shapiro-Wilks testi sonuçlarına göre ($p < .000$) tüm

değişkenler için normal dağılım söz konusu değildir. Bu durumda genelde ANOVA, MANOVA gibi testler yerine parametrik istatistiklerin kullanılması önerilmektedir. Diğer taraftan, Likert tipi ölçeklere dayalı varyans analizlerinde normallik dahil tüm varsayımların katı şekilde dikkate alınması gerektiğine dair görüşlerin aslında çok da anlamlı olmadığı, parametrik testlerin bu tür ölçeklerde herhangi bir şart aranmaksızın kullanılabileceği de belirtilmektedir (Norman, 2010). Bu sebeple önce ANOVA ve gereken yerlerde bağımsız örneklem t-testleri yapılabileceği, sonra bu testlerin parametrik olmayan muadilleri ile kontrolünün sağlanabileceği düşünülmüştür.

Ancak çok sayıda bağımlı değişkenle bireysel t-testleri ve ANOVA yapılmasının Tip-I hatayı arttıracak ve bu fark testlerinde bağımlı değişkenler arasındaki korelasyonların dikkate alınmadığı (Hair, Black, Babin, Anderson, 2014: 677; Hahs-Vaughn, 2017: 172; Tabachnick & Fidell, 2018: 246-247) gibi gerekçelerle ANOVA yerine öncelikle iki bağımsız değişkenin de kullanılmasına imkân tanınması sebebiyle MANOVA yapılmasının yerinde olacağı değerlendirilmiştir.

MANOVA uygulaması için gözlemlerin bağımsızlığı, kovaryans matrislerinin tüm gruplar için homojen olması, bağımlı değişkenlerin çok değişkenli normallik şartlarının sağlanması beklenmektedir (Hair vd, 2014: 684). Dolayısıyla hipotezlerin testinde öncelikle MANOVA, gerektiğinde ANOVA ve parametrik olmayan fark testleri de kullanılmıştır.

Tablo 5.13. Girişimcilik Motivasyon Kaynakları Ölçeği ile Yerleşik ve Göçmen Girişimci İlişkisi (Tanımlayıcı İstatistikler)

		Ortalama	Std. Sapma	N
Lüks Hayat Boyutu	Yerleşik	3,0969	1,30411	258
	Yerli Göçmen	3,2092	1,38507	141
	Yabancı Göçmen	2,8481	1,17766	79
	Toplam	3,0889	1,31151	478
Maddiyat Boyutu	Yerleşik	3,8961	,86689	258
	Yerli Göçmen	3,8979	,89367	141
	Yabancı Göçmen	3,7570	,97648	79
	Toplam	3,8736	,89326	478
Bağımsızlık Boyutu	Yerleşik	4,1791	,74124	258
	Yerli Göçmen	4,1560	,72115	141
	Yabancı Göçmen	3,8962	,85327	79
	Toplam	4,1255	,76043	478
Fırsat Boyutu	Yerleşik	3,9128	,91717	258
	Yerli Göçmen	3,8546	,89741	141
	Yabancı Göçmen	3,7152	,89142	79
	Toplam	3,8630	,90803	478

Varyansların homojenliği için Box's M testi yapılmış ($M=42,219$, $F=2,078$, $p=0.003$), ve $p<0.001$ (Tabachnick & Fidell, 2018: 254) olduğu için varyansların eşitliği varsayılmıştır. Hipotezin testi için anlamlı derecede farklılık gösteren Roy's Largest Root değeri ($F=2.636$, $P=0.036$) tercih edilmiştir. Çalışmamızın değişkenleri açısından Pillai's Trace, Wilk's Lambda ve Hotelling's Trace değerleri farklılığa işaret etmemektedir. Roy's Largest Root değeri dikkate alındığında, Girişimcilik Motivasyonuna ilişkin dört bağımlı değişkenden hangisinde göçmenlerle yerleşiklerin farklı olduğuna bakıldığında, ANOVA sonuçlarına göre bu değişkenin "Bağımsızlık" alt boyutu olduğu görülmüştür ($F=4.407$, $P=0.013$). Buna göre yabancı uyruklu göçmenlerin bağımsızlık motivasyonu ($X=3,89$) Yerleşiklere ($X=4,17$) ile Yerli Göçmene ($X=4,15$) göre daha düşük durumdadır. Fırsat, Maddiyat ve Lüks Hayat boyutlarında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Dört boyuta ilişkin parametrik olmayan Kruskal-Wallis testi de MANOVA ve ANOVA gibi "Bağımsızlık" boyutunda gruplar arasında farklılık olduğunu göstermektedir ($p=0.024$). Bununla birlikte, istatistik olarak anlamlı olmasa da yabancı göçmenlerin tüm boyutlarda ortalamalarının Yerleşikler ve Yerli

Göçmenlere nazaran daha düşük olduğu Tablo 5.13 verilerinden izlenebilmektedir. Bu durumda İlk ana hipoteze ilişkin dört alt hipotezden sadece 1b, “Bağımsızlık” hipotezi reddedilmiş, diğer hipotezler kabul edilmiştir.

- H.1a. Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının Fırsat odaklı alt boyutunda, Yerleşik ve Göçmen girişimciler arasında anlamlı bir fark vardır-Red
- H.1b. Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının Bağımsızlık odaklı alt boyutunda, Yerleşik ve Göçmen girişimciler arasında anlamlı bir fark vardır -Kabul
- H.1c. Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının Maddiyat odaklı alt boyutunda, Yerleşik ve Göçmen girişimciler arasında anlamlı bir fark vardır-Red
- H.1d. Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının Fırsat odaklı alt boyutunda, Yerleşik ve Göçmen girişimciler arasında anlamlı bir fark vardır-Red

İkinci Hipotez

“H.2. Faaliyette bulundukları sektörler bakımından Girişimcilerin Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır” hipotezi ile ilgili yapılan analizlerde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 5.14. Turizm Sektörü ile Dolaylı İlişkili İşletmelerinde Faaliyet Göstermeleri Bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynakları Alt Boyutları

	Sektör	N	X	Ss
Fırsat	Turizm Sektörü İşletmeleri	182	3,85	1,02
	Turizm Sektörü ile Dolaylı İlişkili İşletmeler	296	3,87	0,84
Maddiyat	Turizm Sektörü İşletmeleri	182	3,79	0,94
	Turizm Sektörü ile Dolaylı İlişkili İşletmeler	296	3,92	0,86
Bağımsızlık	Turizm Sektörü İşletmeleri	182	4,08	0,84
	Turizm Sektörü ile Dolaylı İlişkili İşletmeler	296	4,15	0,70
Lüks hayat	Turizm Sektörü İşletmeleri	182	3,11	1,38
	Turizm Sektörü ile Dolaylı İlişkili İşletmeler	296	3,08	1,27

Tablo 5.14’te tanımlayıcı istatistikleri verilen bağımlı değişkenlerin Turizm sektörüyle doğrudan ya da dolaylı sektörlerde farklı ortalamalara sahip olup olmadıklarını test için yapılan MANOVA analizinde, varyansların homojenliği için Box’s M testi yapılmış ($M=15,015$, $F=1,487$, $p=0.137$) ve $p<0.001$ (Tabachnick & Fidell, 2018: 254) olduğu için varyansların eşitliği varsayılmıştır. Hipotezin testi için ilk hipotezde kullanılan Roy’s Largest Root değeri ($F=0.953$, $P=0.433$) tercih edilmiştir. Pillai’s Trace, Wilk’s Lambda ve Hotelling’s Trace değerleri de farklılığa işaret etmemektedir. Roy’s Largest Root değeri dikkate alındığında, Girişimcilik Motivasyonuna ilişkin dört bağımlı değişken de Turizmle doğrudan ya da dolaylı ilişkili sektörlerle göre farklılık göstermemektedir. Ayrıca, göçmenlik durumuyla birlikte sektör geçmişi ele alınarak MANOVA analizi yapıldığında da yine farklılığın anlamlı olmadığı görülmektedir.

Üçüncü Hipotez

“H.3. Eğitim durumları bakımından Girişimcilerin Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır” hipotezi ile ilgili yapılan analizlerde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 5.15. Girişimcilerin Eğitim Durumları Bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynakları Alt Boyutları

	Eğitim Durumu	N	X
Lüks hayat	Okumamış/İlkokul	91	3,35
	Ortaokul/Lise	234	3,06
	Üniversite	123	2,87
	Lisansüstü	30	3,38
Maddiyat	Okumamış/İlkokul	91	4,03
	Ortaokul/Lise	234	3,92
	Üniversite	123	3,72
	Lisansüstü	30	3,66
Bağımsızlık	Okumamış/İlkokul	91	4,23
	Ortaokul/Lise	234	4,10
	Üniversite	123	4,09
	Lisansüstü	30	4,17
Fırsat	Okumamış/İlkokul	91	3,98
	Ortaokul/Lise	234	3,79
	Üniversite	123	3,94
	Lisansüstü	30	3,81

Tablo 5.15'te tanımlayıcı istatistikleri verilen bağımlı değişkenlerin girişimcilerin eğitim durumu açısından farklı ortalamalara sahip olup olmadıklarını test için yapılan MANOVA analizinde, varyansların homojenliği için Box's M testi yapılmış ($M=56,50$, $F=1,832$, $p=0.004$) ve $p<0.001$ (Tabachnick & Fidell, 2018: 254) olduğu için varyansların eşitliği varsayılmıştır. Hipotezin testi için ilk hipotezde kullanılan Roy's Largest Root değeri ($F=4,022$, $P=0.003$) tercih edilmiştir. Buna göre, Girişimcilik Motivasyonuna ilişkin dört bağımlı değişken eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir. Farklılık gösteren boyut Lüks Hayat olarak tespit edilmiştir. Hangi eğitim düzeylerinin istatistiki olarak farklılaştığını görmek için yapılan post-hoc Bonferroni testine göre, Lüks Hayat arzusu açısından üniversite mezunları ($X=2,87$) ile ilkokul mezunları ($X=3,35$) önemli ölçüde farklılaşmışlardır. Ayrıca, göçmenlik durumuyla birlikte eğitim ele alınarak MANOVA analizi yapıldığında da yine farklılığın anlamlı olmadığı görülmektedir.

Dördüncü Hipotez

“H.4. Girişimcilerin ailelerinin geldiği yer bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır” hipotezi ile ilgili yapılan analizlerde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 5.16. Girişimcilerin Ailelerinin Geldiği Yer Bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynakları Alt Boyutları

		N	X	Ss
Lüks hayat	Konya Merkezden	232	3,20	1,32
	Konya İlçelerden	122	3,19	1,29
	Diğer illerden	46	2,83	1,35
	Yurtdışından	78	2,74	1,24
Maddiyat	Konya Merkezden	232	3,88	0,91
	Konya İlçelerden	122	3,94	0,80
	Diğer illerden	46	3,97	0,91
	Yurtdışından	78	3,71	0,97
Bağımsızlık	Konya Merkezden	232	4,17	0,79
	Konya İlçelerden	122	4,17	0,70
	Diğer illerden	46	4,28	0,71
	Yurtdışından	78	3,84	0,75
Fırsat	Konya Merkezden	232	3,95	0,89
	Konya İlçelerden	122	3,77	0,98
	Diğer illerden	46	3,95	0,85
	Yurtdışından	78	3,68	0,84

Tablo 5.16’da tanımlayıcı istatistikleri verilen bağımlı değişkenlerin girişimcilerin Konya’ya geldikleri yer açısından farklı ortalamalara sahip olup olmadıklarını test için yapılan MANOVA analizinde, varyansların homojenliği için Box’s M testi yapılmış ($M=44,179$, $F=1,440$, $p=0.056$) ve $p<0.001$ (Tabachnick & Fidell, 2018: 254) olduğu için varyansların eşitliği varsayılmıştır. Hipotezin testi için ilk hipotezde kullanılan Roy’s Largest Root değeri ($F=4,534$, $P=0.001$) tercih edilmiştir. Buna göre, Girişimcilik Motivasyonuna ilişkin dört bağımlı değişken kişilerin memleketine göre farklılık göstermektedir. Farklılık gösteren boyutlar Lüks Hayat ve Bağımsızlık olarak tespit edilmiştir. Hangi göç türünün istatistiki olarak farklılaştığını görmek için yapılan post-hoc Bonferroni testine göre, Lüks Hayat arzusu açısından Konya Merkez doğumlular ($X=3,20$) ile Yurtdışı doğumlular ($X=2,74$) ve Bağımsızlık açısından Yurtdışı doğumlular ($X=3,84$) diğer tüm kategorilerden istatistik olarak önemli ölçüde farklılaşmışlardır. Göçmenlik durumuyla birlikte göç edilen yer ele alınarak MANOVA analizi yapıldığında benzer şekilde farklılığın anlamlı olmadığı görülmektedir.

Beşinci Hipotez

“H.5. Girişimcilerin çalıştıkları sektördeki geçmişleri bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır” hipotezi ile ilgili yapılan analizlerde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 5.17. Girişimcilerin Çalıştıkları Sektör Geçmişi Bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynakları

	Sektör Geçmişi	N	X	Ss
Lüks hayat	Evet	241	3,19	1,32
	Hayır	237	2,99	1,30
Maddiyat	Evet	241	3,85	0,88
	Hayır	237	3,90	0,91
Bağımsızlık	Evet	241	4,16	0,75
	Hayır	237	4,09	0,77
Fırsat	Evet	241	3,98	0,83
	Hayır	237	3,74	0,97

Tablo 5.17’de tanımlayıcı istatistikleri verilen bağımlı değişkenlerin girişimcilerin sektörde geçmiş tecrübeleri bulunması açısından farklı ortalamalara sahip olup olmadıklarını test için yapılan MANOVA analizinde, varyansların homojenliği için Box’s M testi yapılmış ($M=13,424$, $F=1,330$, $p=0.207$) ve $p<0.001$ (Tabachnick & Fidell, 2018: 254) olduğu için varyansların eşitliği varsayılmıştır. Hipotezin testi için ilk hipotezde kullanılan Roy’s Largest Root değeri ($F=3,396$, $P=0.009$) tercih edilmiştir. Buna göre, Girişimcilik Motivasyonuna ilişkin dört bağımlı değişken kişilerin sektör tecrübesine göre farklılık göstermektedir. Farklılık gösteren boyut Fırsat olarak tespit edilmiştir ($F=8.090$, $p=0.005$). Sektör tecrübesi olanlar ($X=3.98$) olmayanlara göre ($X=3,74$) daha fırsat odaklı girişimci motivasyonuna sahiptir.

Göçmenlik durumuyla birlikte sektör geçmişi ele alınarak MANOVA analizi yapıldığında, yine farklılığın anlamlı olduğu görülmektedir. Roy’s Largest Root değeri ($F=5,335$, $P=0.000$).

Altıncı Hipotez

“H.6. Girişimcilerin yaşları bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır” hipotezi ile ilgili yapılan analizlerde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 5.18. Girişimcilerin Yaşları Bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynakları Alt Boyutları

	Yaş	N	X	Ss
Lüks hayat	18-25	107	2,89	1,33
	26-35	142	3,10	1,29
	36-45	129	3,28	1,36
	46-55	59	2,99	1,21
	56 ve üzeri	41	3,13	1,31
Maddiyat	18-25	107	3,93	0,82
	26-35	142	3,88	0,88
	36-45	129	3,86	0,99
	46-55	59	3,88	0,81
	56 ve üzeri	41	3,73	0,94
Bağımsızlık	18-25	107	4,09	0,74
	26-35	142	4,10	0,78
	36-45	129	4,16	0,77
	46-55	59	4,21	0,73
	56 ve üzeri	41	4,07	0,75
Fırsat	18-25	107	3,80	0,96
	26-35	142	3,87	0,90
	36-45	129	3,91	0,90
	46-55	59	3,86	0,96
	56 ve üzeri	41	3,86	0,77

Tablo 5.18’de tanımlayıcı istatistikleri verilen bağımlı değişkenlerin girişimcilerin yaşı ağıısından farklı ortalamalara sahip olup olmadıklarını test için yapılan MANOVA analizinde, varyansların homojenliği için Box’s M testi yapılmış (M=39,021, F=0,953, p=0.556) ve $p<0.001$ (Tabachnick & Fidell, 2018: 254) olduğu için varyansların eşitliği varsayılmıştır. Roy’s Largest Root değeri (F=2,181, P=0.070) fark olmadığını göstermektedir. Buna göre, Girişimcilik Motivasyonuna ilişkin dört bağımlı değişken de yaşıa göre farklılık göstermemektedir. Bu noktada yoruma açık bir sonuç, MANOVA analizinde Yaş ve Göçmenlik durumu birlikte incelendiğinde Bağımsızlık boyutunda bir farklılık olduğu anlaşılmaktadır (Roy’s Largest Root, F=2,317, P=0,019).

Yedinci Hipotez

“H7: Girişimcilerin cinsiyeti bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır” hipotezi ile ilgili yapılan analizlerde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 5.19. Girişimcilerin Cinsiyeti Bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynakları Alt Boyutları

	Cinsiyet	Mean	Std. Deviation	N
Lüks Hayat	Erkek	3,0430	1,32294	372
	Kadın	3,2500	1,26350	106
	Total	3,0889	1,31151	478
Maddiyat	Erkek	3,8941	,88050	372
	Kadın	3,8019	,93747	106
	Total	3,8736	,89326	478
Bağımsızlık	Erkek	4,0957	,77152	372
	Kadın	4,2302	,71383	106
	Total	4,1255	,76043	478
Fırsat	Erkek	3,8376	,93153	372
	Kadın	3,9519	,81815	106
	Total	3,8630	,90803	478

Tablo 5.19’da tanımlayıcı istatistikleri verilen bağımlı değişkenlerin girişimcilerin yaşı açısından farklı ortalamalara sahip olup olmadıklarını test için yapılan MANOVA analizinde, varyansların homojenliği için Box’s M testi yapılmış ($M=6,911$, $F=0,681$, $p=0.743$) ve $p<0.001$ (Tabachnick & Fidell, 2018: 254) olduğu için varyansların eşitliği varsayılmıştır. Roy’s Largest Root değeri ($F=2,137$, $P=0.075$) fark olmadığını göstermektedir. Buna göre, Girişimcilik Motivasyonuna ilişkin dört bağımlı değişken de cinsiyete göre farklılık göstermemektedir.

Tüm bu veriler dikkate alınarak araştırmada oluşturulan hipotezlerin sonuçları Tablo 5.20’de gösterilmiştir.

Tablo 5.20. Araştırma Hipotezleri Özet Sonuçları

H.1a. Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının Fırsat odaklılık alt boyutunda, Yerleşik ve Göçmen girişimciler arasında anlamlı şekilde farklılıklar vardır.	RED
H.1b. Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının Bağımsızlık alt boyutunda, Yerleşik ve Göçmen girişimciler arasında anlamlı şekilde farklılıklar vardır.	KABUL
H.1c. Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının Maddiyat alt boyutunda, Yerleşik ve Göçmen girişimciler arasında anlamlı şekilde farklılıklar vardır.	RED
H.1d. Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının Lüks Hayat alt boyutunda, Yerleşik ve Göçmen girişimciler arasında anlamlı şekilde farklılıklar vardır.	RED
H.2. Faaliyette bulundukları sektörler bakımından Girişimcilerin Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.	RED
H.3. Eğitim durumları bakımından Girişimcilerin Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.	KABUL
H.4. Girişimcilerin ailelerinin geldiği yer bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.	KABUL
H.5. Girişimcilerin çalıştıkları sektördeki geçmişleri bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.	KABUL
H.6. Girişimcilerin yaşları bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.	RED
H.7. Girişimcilerin cinsiyetleri bakımından Girişimcilik Motivasyon Kaynaklarının alt boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır.	RED

5.11. Tartışma ve Değerlendirme

Göç hareketliliğinin göç edilen bölgelerde meydana getirdiği sosyal ve ekonomik etkilerin ortaya çıkmasında hem göçün ana aktörü olan göçmenlerin hem de göç edilen bölgelerde yaşayan yerleşiklerin bu sürece ilişkin aldıkları aksiyonların rolü olduğunu görmekteyiz. Göçmenlerin gittikleri bölgelerde sadece ucuz iş gücü olarak hizmet etmediklerine, girişimcilik faaliyetlerinde bulunmak suretiyle ekonomik sistem içerisinde kendilerine alanlar oluşturdıklarına ilişkin tespitler yapılmaktadır. Girişimci göçmenleri girişimcilik faaliyetlerine yönlendiren motivasyonların neler olduğu ile ilgili birtakım çalışmalar yapılmış ve girişimcilik güdüsünü etkileyen temel girişimcilik motivasyonlarının neler olduğu hakkında analizler ortaya konulmuştur.

Yerli Göçmenler ve Yerleşiklerin araştırmada tespit edilen dört girişimcilik boyutu açısından önemli bir farkları olmadığı, yurtdışından (ağırlıklı olarak Suriye'den) gelenlerin ise “Bağımsızlık” boyutunda istatistiki olarak farklılaştıkları ve temel motivasyon olarak bu boyutun diğer girişimcilerden düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun yabancı göçmenler açısından Konya’da iş yapmanın bir tür bağımsız hareket etme güdüsünden ziyade daha ziyade maddi olarak ayakta kalabilme anlamı taşıdığını söylemek hatalı olmayacaktır. Bu bulgunun, araştırma sorusu oluşturulurken vurgulanan az gelişmiş bölgelerden gelen ve bizim örneğimizde belki yakın zamanda sığınmacı olarak şehirde iş yapmaya çalışan insanlarda *ihtiyaç odaklı girişimciliğin daha yüksek olacağı* sonucuyla paralel olduğu değerlendirilmektedir.

Bu genel bulgu dışında, araştırmamıza ilişkin yapılan analizlerde, girişimcilik motivasyon kaynaklarının bağımsızlık odaklı alt boyutunu oluşturan Sahip Olduğum Yeteneğin Maddi Karşılığını Almak, Bağımsız Olmak, Kendi Tercihim Olan Bir İş ve Yaşam Tarzına Sahip Olmak, Monotonluktan Kurtularak Değişimi Yaşamak ve Yaptığım İşten Tam Bir Tatmin Duymak olan motivasyon kaynakları bakımından göçmen ve yerleşik girişimciler arasında anlamlı farklılıkların olduğu ve göçmen girişimcilerin bağımsızlık odaklı alt motivasyon kaynaklarından daha az beslendiği tespiti yapılmıştır. Ortaya konulan bu analizin, Taş ve Çitçi (2009), Vinogradov ve Gabelko (2010) ve Deniz ve Reyhanoğlu (2018) yapmış oldukları çalışmalarda

göçmen girişimcilerin girişimci olma güdülerini etkileyen motivasyonların neler olduğu ile ilgili tespitleri ile benzerlikler gösterdiği görülmüştür.

Girişimcilik motivasyon kaynaklarının maddiyat odaklı motivasyon alt boyutunu oluşturan, Para Sıkıntısından Kurtulmak, Çocuklarıma Maddi Açıdan İyi Bir Gelecek Sağlamak, Ailemi Zengin Etmek, Aile Gelirine Katkıda Bulunmak ve Borçlarımı Kapatacak Parayı Kazanmak gibi motivasyon kaynaklarının hem göçmen girişimcilerin hem de yerleşik girişimcilerin girişimcilik niyetlerini etkilediği araştırmamızda elde ettiğimiz bir sonuç olarak karşımıza çıkmış ve bu durumun Deniz ve Reyhanoğlu (2018) yaptığı araştırma sonuçları ile benzerlik gösterdiği tespit edilmiştir. Fakat bu motivasyon kaynaklarının etkileri bakımından göçmen girişimciler ile yerleşik girişimciler arasında anlamlı farklılıkların olmadığı da ortaya konulan sonuçlardan biri olmuştur.

Yerleşik veya göçmen girişimcilerin yaş ve cinsiyetinin girişimcilik motivasyonları açısından fark etmediği, sektör tecrübesine sahip girişimcilerin daha fazla fırsatları gözettileri, ilkökul mezunu olan ya da okula gitmemiş girişimcilerde üniversite mezunlarına nazaran lüks hayata ilişkin motivasyonun daha yüksek olduğu görülmüştür.

SONUÇ ve ÖNERİ

Girişimcilik son kırk yıldır hemen her ülkede, akademik ve popüler işletme, ekonomi yazınında kalkınmanın temel kaynaklarından biri olarak gösterilmekte, üzerinde sayısız tartışma yürütülmektedir. Buna göre girişimcilerin keşif ve yenilik yönündeki atılımları ekonomik hayatın devamını sağlayan temel unsurlardan biri, belki de en temeli konumundadır.

Girişimcilik bireylerin kişisel gelişimlerine katkı sağlamanın yanında onların bağımsızlık duygusu kazanma, kar elde etme, saygı görme ve başarıma hissiyatı güdülerinin giderilmesini de sağlamaktadır. Ayrıca, girişimciler, insanların yaşam standartlarını yükseltirken, çok fazla sayıda insanın işsizlik sorununun çözülmesine de yardımcı olmakta ve toplumsal faydaya katkı sağlamaktadır.

Bu çalışmanın ana konusu olan göçmen girişimciliğinin temel unsuru göç ve göçmenlik gerçeğidir. Ekonomik ve toplumsal dönüşümlere yol açan bir sebep olan göç olgusu; nüfus büyümesi, iş imkanları, insan hakları, güvenlik ve kaynak bakımından ülkeler arasında oluşan farklılıklara karşı doğal bir tepki yani bir sonuç olarak belirtilmektedir. Göçmenlerin yerleşmeyi düşündükleri ülkelerde yeni bir iş kurabilmek için ekonomik anlamda fırsatların belirlenmesinde, değerlendirilmesinde ve hayata geçirilmesinde kullandıkları süreç, göçmen girişimciliği olarak ifade edilmektedir. Göçmen girişimciliği; işsizliğin giderilmesi, istihdam olanaklarının artırılması, krizin önlenmesi, ekonomik sistemlerin güçlendirilmesi, problemlerin ortadan kaldırılması, bilgilerin üretilip hayata geçirilmesi, kültürel çeşitlilik ve zenginliğin küresel bir boyuta ulaşması, ikili ilişkilerin güçlendirilmesi gibi unsurlar sonucunda dünyadaki bütün coğrafyalarda toplumsal refahın artmasında fonksiyonel olarak büyük önem taşımaktadır.

Dünyadaki birçok ülkede göçmen girişimciler, toplumsal, sosyal ve ekonomik gelişmelere ve refah seviyesinin arttırılmasına katkı sağlamaktadır. Göç ettikleri ülkelerde değişimi takip ederek yenilikçi fikirleri hayata geçiren, bunları yaparken de risk alan göçmen girişimciler bulundukları ülkenin ekonomisinin büyümesine ve gelişmesine önemli katkılar sunmaya başlamışlardır.

Göçmen girişimcilerin girişimcilik niyetine etki eden motivasyon kaynaklarının girişimci bireyin kişilik özelliklerinden bağımsız olarak etki edemeyeceğini söylemek mümkündür. Küçükaltan (2015: 23) yapmış olduğu çalışmada girişimci birey özelliklerinden bahsederken, girişimcilerin bağımsız olma, ekonomik kazanç sağlama ve sorumluluk sahibi bir yönetici olma güdülerine sahip olduklarını belirtmiştir. Bununla birlikte Coulter ve Robbins (2003) yaptıkları çalışmada girişimcilik motivasyonuna etki edecek girişimci birey özelliklerinin hem doğuştan gelen hem de sonradan kazanılan yeteneklerden kaynaklı olduğunu ifade etmiştir. Aynı zamanda Bozkurt vd. (2012: 233) çalışmasında, girişimci bireyin başarılı olma isteğinin de girişimci motivasyonunu etkileyen kişisel özelliklerden biri olduğundan bahsetmiştir.

Çeşitli nedenlerle başka ülkelere göç eden göçmenlerin ekonomik ve sosyal hayata entegre edilmeden geçirdikleri her anın bulundukları ülkenin ekonomisine büyük bir maliyet unsuru olacağını bilerek, göçmenleri girişimciliğe yönlendirmek suretiyle bu ekonomik yükün hafifletilebileceğini ve bu sayede toplumsal hayatta ilave istihdam alanlarının da açılabilceğini söyleyebiliriz. Bu nedenle ülke politikalarının göçmenlerin girişimci olmalarının önündeki engelleri azaltmaları ve bunu teşvik edici politikalar ortaya koymaları gerekmektedir. Göç sonrası ülkeye yerleşen bireyleri girişimci olmalarında motive edecek girişimcilik motivasyonlarının olumlu etkisinin, ancak göçmenlerin bu faaliyetlere yönelme aşamalarında karşılaşmaları muhtemel engellerin ortadan kaldırılmış olmasıyla ile mümkün hale gelebileceği açık bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dünya'nın birçok bölgesinde çeşitli ekonomik veya sosyal nedenlerle göç ve göçmen sayıları her geçen gün artarak devam etmektedir. Bununla birlikte göçün olduğu her ülkede göçmenlerin ve de göçmen girişimcilerin ülkenin ekonomik ve toplumsal düzeni içerisindeki nüfuzu giderek artmaktadır.

Girişimcilik faaliyetlerinde bulunan göçmen girişimcilerin sahip oldukları özellikler, göç edilen ülkede bulunan yerleşik girişimcilerin sahip olduklarından çok farklı değildir. Yerleşik girişimciler gibi göçmen girişimcilerde, yüksek gelir elde etme, kendi işinin patronu olma, bağımsız bir konumda olma, risk alma gibi girişimci

refleksleri ile hareket etmekte, girişimcilik hikayelerine bu girişimcilik motivasyon kaynaklarını kullanarak devam etmektedirler.

Araştırmanın ortaya koyduğu bulgulardan biri de girişimci bireylerin büyük kısmının kuruluş sermayelerini ağırlıklı olarak kendi birikimlerinden temin etmeleri olmuştur. Banka kredileri ile aile ve çevre desteğinden yararlanma oranlarının girişimci bireylerde daha düşük gerçekleştiği görülmektedir. Yabancı göçmenlerin bankalardan finansman kullanma oranının yerleşik ve yerli göçmenlere göre daha düşük olduğunun tespit edilmiş olması ise yabancı göçmen girişimcilerin finans sisteminde bulunan kaynaklara erişimde zorluklar yaşadığını ortaya koymaktadır. Körpe vd. (2022: 98) çalışmasında benzer şekilde göçmen girişimcilerin girişimcilik faaliyetini sürdürdükleri birçok aşamada banka finans kaynaklarına erişimde büyük zorluklar yaşadığını ifade etmiştir.

Girişimcilerin iş kurma ve girişimci olma süreçlerinde aileden gelen işin sürdürülmesi motivasyonunun yerleşik girişimcilerde yerli ve yabancı göçmenlere göre daha fazla olması girişimci bireyin uzun zamana yayılan yerel aidiyetinin, aileden gelen iş geleneğinin devamlılığında önemli yere sahip olduğunu göstermektedir.

Araştırmada ulaşılan başka bir bulguda ise, yeni bir iş kurmanın diğer temel motivasyonlarından olan, çok para kazanmak, oluşan bir fırsatı değerlendirmek ve başarılı olmuş bir girişimcilik hikayesinden etkilenmek gibi olguların hem yerleşik girişimcilerde hem de yerli ve yabancı göçmen girişimcilerde birbirine yakın oranlarda etki oluşturduğu görülmüştür. Solano (2020: 2078) aynı milliyete tabi göçmenlerin farklı ülkelerdeki girişimcilik faaliyetleri üzerine yapmış olduğu çalışmada, göçmen girişimci bireylerin çevrelerindeki başarılı girişimcilik örneklerinden etkilendiklerini ve yüksek refah seviyesine ulaşma arzusunu taşıdıklarını belirtmiştir. Yaptığımız araştırma ile benzer sonuçlar ortaya koyan bu çalışma göstermektedir ki çok para kazanmak, başarılı bir girişimcilik hikayesinden etkilenmek gibi bazı girişimcilik motivasyon kaynakları girişimci bireylerin iş kurma motivasyonlarında benzer oranda etkiye sahip olmaktadır.

Bu doğrultuda, göç nedeniyle yer değiştiren ve geldikleri ülkede göçmen olarak yaşamak zorunda kalan bireylerin ekonomik ve toplumsal düzen içerisinde maliyet unsuru olarak kalmasının engellenmesi için, göçmen girişimcilerin politik prosedürlerden ve toplumsal ötelemelerden arındırılarak yaşayan eko sistemin bir parçası olmalarının önünün açılması önerilmektedir.

Göçmen girişimciliğin teşvik edilmesi amacıyla mevcut ekonomik sistem içerisinde uygulanan politikaların göçmen girişimciliğinin önünde engel olmayacak şekilde nasıl yenilenebileceğinin değerlendirilmesi ve bu konu ile ilgili yenilikçi politikaların ve destek programlarının geliştirilmesi önerilmektedir. Göçmen girişimcilerin girişimci olma süreçlerinde ihtiyaç duydukları desteklerin sağlanması için hazırlanacak politikalarda, göçmenlerin bulundukları bölgelerdeki kültürel ve sosyolojik uyumun gözetilmesi yapının sağlam temeller üzerine inşa edilmesini kolaylaştıracaktır.

Göç edilen bölgelerde bulunan göçmen girişimcilerin sahip oldukları iş fikirlerinin sağlıklı bir şekilde hayata geçirilmesi için girişimci bireyler ile risk sermayedarları, girişim fonları ve melek yatırımcılar gibi sermaye odaklarının kolayca buluşacağı platformların geliştirilmesi önerilmektedir. Böylece kuruluş sermayesine erişimi kolaylaşan girişimci, iş fikrini daha hızlı hayata geçirecek ve ekonomik sisteme olan parasal ve istihdam katkısının önü açılacaktır.

Göçmen girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirmelerinden önce ve işin kurulmasından sonra ihtiyaç duydukları eğitim, sosyal, ekonomik ve hukuki desteklerin meslek örgütleri, üniversiteler ve kamu kurumları arasından oluşturulacak kolektif bir yapı ile karşılanabileceği sistemin hayata geçirilmesi önerilmektedir. Bu sayede girişimci bireyin iş kurma ve devam ettirme süreci çok daha sağlıklı yürüyebilecektir.

Tez hazırlanırken yapılan araştırmalar, sınırlı bütçe ile, sınırlı bir bölgede ve sınırlı sayıdaki göçmen ve yerleşik bireylere yönelik yapılmıştır. Bu nedenle, araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden amaca göre örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Konuyla ilgili yerleşik ve göçmen girişimcilerin girişimcilik motivasyonuna ilişkin daha net sonuçların elde edilmesi için benzer

Çalışmaların başka bölge ve sektörlerdeki faaliyetlere yönelik de yapılması önerilmektedir.

Yurtiçi göçmenler ve Yurtdışı göçmenleri kıyaslayan bir çalışma olarak bu araştırmanın son yıllarda küresel anlamda ilgi odağı olmuş göçmenlik ve özelde yerleşik ve göçmen girişimcilerin girişimcilik motivasyonunun belirlenmesine yönelik yapılması, ilgili yazındaki boşluğu bir nebze de olsa doldurmayı amaçlamış ve yazına önemli katkı sağlayacağı düşünülmüştür. Çalışmanın saha araştırmasının pandemi koşulları altında yapılması ve turizm alanında o dönem sıkıntılar yaşanması araştırmanın önemli bir handikapı olmuştur. Ayrıca elde edilen verilerin sınırlılığı genellemelerin sadece Konya ili özelinde ve ihtiyatla yapılmasını gerektirmiştir.

Bu tür bir çalışmanın nitel araştırmalarla desteklenerek daha geniş ölçekte yapılmasının girişimcilikle ilgili sivil toplum kuruluşları ve devlet birimlerinin politika ve uygulamalarının iyileştirilmesine katkı yapacağı değerlendirilmektedir.

KAYNAKLAR

Abadan, U. N. (2006). *Bitmeyen Göç: Konuk İşçilikten Ulus Ötesi Yurttaşlığa*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Abdullaeva, F. (2007). Öğrencilerin Girişimcilik Özellikleri ve İş Değerleri: Kırgızistan, Özbekistan, Azerbaycan ve Türkiye Karşılaştırılması, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Akat, İ., Budak, G. ve Budak, G. (2002). *İşletme Yönetimi*. İzmir: Barış Yayınları.

Akhter, R., ve Sumi, F. (2014). Socio-Cultural Factors Influences Entrepreneurial Activities: A Study on Bangladesh, *Journal of Business and Management*, 1,10.

Akın, H. B. ve Demirel, Y. (2015). Entrepreneurship Education and Perception Change: The Preliminary Outcomes of Compulsory Entrepreneurship Course Experience in Turkey, *Selcuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 34, 15-26

Aksoy, B., Koçancı, M. ve Namal, M. K. (2019). Girişimcilik Motivasyonu: Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Katılımcıları Örneği, *Celal Beyar İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 26(1), s.109-129.

Aldrich, H. E. ve Waldinger, R. (1990). Ethnicity And Entrepreneurship, *Annual Review Of Sociology*, 16(1), 111-135.

Alpkan, L., Keskin, H. ve Zehir, C. (2002). Girişimcilik Hisleriyle Girişimcilik Potansiyeli Arasındaki İlişki: Gebze ve Civarındaki Girişimciler Üzerine Bir Saha Araştırması, *21. Yüzyılda KOBİ'ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyumu*, Doğu Akdeniz Üniversitesi, 03-04 Ocak 2002, K.K.T.C.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. Ankara: Sakarya Yayıncılık.

Anderson, B. ve Blinder, S. (2011). Who Counts As A Migrant? Definitions And Their Consequences, *Briefing The Migration Observatory At The University Of Oxford*, 1-9

Aramand, M. (2012). Women Entrepreneurship in Mongolia: The Role of Culture on Entrepreneurial Motivation, *Equality, Diversity and Inclusion Journal*, 32(1), 68-82.

Atasü Topçuoğlu, R. (2012). *Düzensiz Göç: Küreselleşmede Kısıtlanan İnsan Hareketliliği, Küreselleşme Çağında Göç Kavramlar ve Tartışmalar*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.

Austin, J., Stevenson, H. ve Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?, *Entrepreneurship Theory and Practice*, (1), 1-19.

Ay, Z. (2007). Sanayi İşletmelerinde Motivasyon ve Ülkemizdeki Motivasyon Uygulamaları, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Aytaç, B. (2008). Ticaret Meslek Liselerinde Okuyan Öğrencilerin Yüksek Öğretime Yönelik Motivasyon Düzeylerinin Araştırılması, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Balaban, Ö. ve Özdemir, Y. (2008). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi, *Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(2), 28-36.

Barkın, E. (2014). 1951 Tarihli Mülteciliğin Önlenmesi Sözleşmesi, *Ankara Barosu Dergisi*, 1, 333-360.

Bartlett, C.A. ve Ghoshal, S. (2002). *The Transnational and Beyond: Reflections and Perspectives at the Millennium*. Hitt, M. and Cheng, J. (Eds), *Advances in International Management Vol. 14: Managing Transnational Firms*, JAI Press, Oxford, 3-36.

Barutçu, E. ve İrmiş, A. (2012). Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(2), 1-25.

Barutçu, E., ve Öktem, Ş. (2003). İş İşgören Uyumu Açısından Kişilik Özelliklerinin Değerlendirilmesi: Bir Uygulama, 9. *Ulusal Ergonomi Kongresi Bildiriler Kitabı*, Pamukkale Üniversitesi, 16-18 Ekim, Denizli, 41-48

Basu, A. ve Altinay, E. (2002). The Interaction Between Culture and Entrepreneurship in London's Immigrant Businesses, *International Small Business Journal*, 20(4), 371-393.

Basu, K. (2006). Gender and Say: A Model of Household Behaviour With Endogenously Determined Balance of Power, *The Economic Journal*, 116 (511), 558-580.

Baycan, T. ve Nijkamp, P. (2009). Characteristics of Migrant Entrepreneurship in Europe, *Entrepreneurship and Regional Development*, 21(4), 375-397.

Bechard, J. P. ve Toulouse, J. M. (1998). Validation of a Didactic Model for The Analysis of Training Objectives in Entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, 13(4), 317- 332.

Bhandari, N. C. (2006). Intention for Entrepreneurship among Students in India, *The Journal of Entrepreneurship*, 15(2), 169-179.

Bhardwaj, B. R. (2014). Impact of Education and Training on Performance of Women Entrepreneurs: A Study in Emerging Market Context, *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 6(1), 38-52.

Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention, *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.

Bowman, N. ve Sexton, D. L. (1985). The Entrepreneur: A Capable Executive and More, *Journal of Business Venturing*, 1(1), 129-140.

Boyer, G.G., Hatton, T.J. (1997). Migration and Labor Market Integration in Late Nineteenth-Century England and Wales, *Economic History Review*, 4, 697-734.

Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 93-111.

Bozkurt, Ö. Ç., Kalkan, A., Koyuncu, O., ve Alparslan, A. M. (2012). Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 229-247.

Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8 (2), 57-78

Braunerhjelm, P., Acs, Z. J., Audretsch, D. B. ve Carlsson, B. (2010). The Missing Link: Knowledge Diffusion and Entrepreneurship in Endogenous Growth, *Small Business Economics*, 34(2), 105-125.

Brettell, C. B. ve Alstatt, K. E. (2007). The Agency of Immigrant Entrepreneurs: Biographies of The Self-Employed in Ethnic and Occupational Niches of The Urban Labor Market, *Journal of Anthropological Research*, 63(3), 383-397.

Bridge, S. (2017). Is “entrepreneurship” the problem in entrepreneurship education?, *Education and Training Journal*, 59(7/8), 740-750.

Brindley, C. (2005). Barriers to Women Achieving Their Entrepreneurial Potential: Women and Risk, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 11(2), 144-161.

Castles, S ve Miller, M. J. (2008). *Göçler Çağı Modern Dünyada Uluslararası Göç Hareketleri*. Bal, B. U. ve Akbulut, İ. (Çev.), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Ceylan, A., ve Demircan, N. (2002). Girişimcilerin Başarı, Güç ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleri ile İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi’ndeki Kobi’ler de Bir Araştırma, *21. Yüzyılda Kobi’ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyumu*, Doğu Akdeniz Üniversitesi, 03-04 Ocak, K.K.T.C.

Chell, E. (2008). *The Entrepreneurial Personality: A Social Construction*. East Sussex: Routledge.

Chrysostome, E. (2012). The Success Factors of Necessity Immigrant Entrepreneurs: In Search of a Model, *Thunderbird International Business Review*, March 2010, 137-152. DOI:10.1002/tie.20320

Coulter, J. (2001). *Human Practices and the Observability of the Macro-Social*. London and New York: Routledge.

Coulter, M., ve Robbins, S. P. (2003). *Management*. New Jersey: Pearson International Edition.

Cüceloğlu, D. (1996). *İnsan ve Davranışı Psikolojinin Temel Kavramları*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Çağlayan, S. (2006). Göç Kuramları, Göç ve Göçmen İlişkisi, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Güz, 17, 65-91.

Çakran, Ş. ve Eren, V. (2017). Mülteci Politikası: Avrupa Birliği ve Türkiye Karşılaştırması, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(39), 1-30.

Çavuşoğlu, H. (2006). Uluslararası Göç: Nedenleri, Tipleri, Türleri ve Göçmenler, *Folklor/Edebiyat Dergisi*, 12(48), 83-104.

Çetin, C. ve Özdemirci, A. (2011). *İnsan Kaynakları Uygulamalarında Siyasi Ayrımcılık, Ayrımcılığın Türk Çalışma Hayatına Yansımaları*. Ankara: Nobel Yayınevi.

Çiçek, D. (2005). Örgütlerde Motivasyon ve İş Yaşam Kalitesi: Bir Kamu Kuruluşundaki Yönetici Personelin Motivasyon Seviyelerinin Tespit Edilerek İş Yaşam Kalitesinin Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırma, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

Çöğür, İ. (2016). İktisadi Doktrinlerde Geçmişten Günümüze Girişimciliğin Önemi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(5), 65– 80.

De Bruin, A., Brush, C. G., ve Welter, F. (2006). Introduction to the Special Issue: Towards Building Cumulative Knowledge on Women's Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 585-593.

Deniz, D. ve Reyhanoğlu, M. (2018). İten ve Çeken Faktörler Temelinde Türkiye'deki Suriyeli Mültecilerin Girişimci Olma Nedenleri, *Girişimcilik ve Inovasyon Yönetimi Dergisi*, 7 (2), 33-66.

Deniz, T. (2014). Uluslararası Göç Sorunu Perspektifinde Türkiye, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 181, 175-204.

Dess, G. J. (1998). The Meaning of Social Entrepreneurship, *Journal of Entrepreneurial Leadership Ewing Marion Kauffman Foundation*, 10, 1-6.

Drayton, W. (2002). The Citizen Sector: Becoming as Entrepreneurial and Competitive as Business, *California Management Review*, 44(3), 120–132.

Drori, I., Honig, B. ve Wright, M. (2009). Transnational Entrepreneurship: An Emergent Field Of Study, *Entrepreneurship Theory and Practice*. 33(5), 1001-1022.

Drucker, P. F. (1985). The Discipline of Innovation, *Harvard Business Review*, 63(3), 67-72.

Dulupçu, M. A. (1999). Kalkınma İktisadı Üzerine Bazı Düşünceler: İdeolojik-Pratik-Teorik Bir Sorgulama, *Celal Bayar Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5, 149-170.

Erdem, A. T. (2017). Kurumsal Girişimcilik Üzerine Yapılan Çalışmaların İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi, *European Journal of Managerial Research*, 1, 1–8.

Erdem, F. (2001). Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım, *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 2, 43-61.

Erdoğan, E., Çetinkaya, E. ve Kurutkan, M. N. (2006). Bilgi Çağı'nda Girişimciliğin Değişen Boyutu: Sanal Girişimcilik, *Uluslararası Girişimcilik Kongresi*, 25-27 Mayıs 2006, Bişkek, Kırgızistan, 418-430.

Erdoğan, Z. (2012). *Girişimcilik ve Kobiler*. Bursa: Ekin Basım Yayın ve Dağıtım.

Erdoğan, N. (2004). *Aile İşletmeleri: İkinci Kuşağın Yetiştirilmesi*. İstanbul: İGİAD Yayını.

Eren, E. (2022). *Yönetim ve Organizasyon: Çağdaş ve Küresel Yaklaşımlar*. İstanbul: Beta Yayınları.

Esen, A. ve Çonkar, K. (1999). *Orta Anadolu (Konya, Kayseri, Sivas ve Tokat) Girişimcilerinin Sosyo-Ekonomik Özellikleri, İşletmecilik Anlayışları ve Beklentileri Araştırması*. Konya: Konya Ticaret Odası Yayınları

Faist, T. (2003). *Uluslararası Göç ve Ulus aşırı Toplumsal Alanlar*. İstanbul: Bağlam Yayınları.

Frank, H., Christian Korunka Manfred Lueger Josef Mugler, (2005). "Entrepreneurial orientation and education in Austrian secondary schools", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 12 Iss 2 pp. 259 – 273

Fregetto, E. (2004). *Immigrant end Ethnic Entrepreneurship: A U.S. Perspective*. Welsch, H.P. (ed), New York: Routledge.

Gençler, A. (2005). Avrupa Birliği'nin Göç Politikası, *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 49, 174-196.

Gibb, A. (2000). Corporate Restructuring and Entrepreneurship: What Can Large Organizations Learn From Small?, *Enterprise and Innovation Management Studies*, 1(1), 19-35.

Giddens, A. (2010). *Göçmenlerin Emek Piyasası Üzerindeki Etkisi*. Sosyoloji Başlangıç Okumaları, Ankara: Say Yayınları.

Gorski, J. ve Young, M.A. (2002). Sociotropy/Autonomy, Self- Construal, Response Style, And Gender in Adolescents, *Personality And Individual Differences*, (32), 463-478.

Gökbayrak, S. (2008). Uluslararası Göç ve Kalkınma Tartışmaları: Beyin Göçü Üzerine Bir İnceleme, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 63(3), 65-82.

Gökdere, A.Y. (1978). *Yabancı Ülkelere İlgücü Akımı ve Türk Ekonomisi Üzerine Etkileri*. Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Granovetter, M. ve Soong, R. (1983). Threshold Models of Diffusion and Collective Behavior, *Journal of Mathematical Sociology*, 9(3), 165-179.

Grebel, T., (2004). *Entrepreneurship: A New Perspective*. London and New York: Routledge.

Greenwood, M.J. (1985). Human Migration: Theory, Models and Empirical Studies, *Journal of Regional Science*, 25(4), 521-544.

Güllüpınar, F. (2012). Göç Olgusunun Ekonomi-Politiği ve Uluslararası Göç Kuramları Üzerine Bir Değerlendirme, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 4, 53-87.

Gümüş, S. (2003). Beşerî Sermaye ve Ekonomik Kalkınma: Türkiye Üzerine Ekonometrik Bir Analiz (1960–2002), *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Atatürk Üniversitesi SBE, Erzurum.

Gür, T.H. ve Ural, E. (2004) Türkiye'de Kentlere Göçün Nedenleri, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(1), 23-38.

Hahs-Vaughn, D. L. (2017). Applied multivariate statistical concepts, Routledge.

Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2014). Multivariate Data Analysis. Seventh Edition, Pearson Education Limited

Hall, P. F. (1990). The Case Against HIV Antibody Testing of Refugees and Immigrants, *Canadian Medical Association Journal*, 143(3), 165-178.

Hallak, J.C. ve Schott, P.K. (2011). Estimating Cross-Country Differences in Product Quality, *The Quarterly Journal of Economics*, 126 (1), 417-474.

Hansemark, O. C. (2000). Predictive Validity of TAT and CMPS on the Entrepreneurial Activity, Start of a New Business: A Longitudinal Study, *Journal of Management Psychology*, 15 (7), 634- 654.

Heinonen, J., ve Korvela. K. (2003). How About Measuring Intrapreneurship?, *Conference Proceedings of 33rd Entrepreneurship, Innovation and Small Business*, 1–18.

Hopyar, Z. (2016). Avrupa’da Göç ve Mülteci Olgusu, *Diaspora Araştırmaları Merkezi*, Ocak 2016 Raporu, 1-12.

Huang, B., Massimiliano T., Zhu Y. (2021). Does higher education make you more entrepreneurial? Causal evidence from China, *Journal of Business Research*, Volume 135, 543-558. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.044>.

Hurst, E. ve Lusardi, A. (2004). Liquidity Constraints and Entrepreneurship. Household Wealth, Parental Wealth, and the Transition In and Out of Entrepreneurship, *Journal of Political Economy*, 112(2), 319-347.

ILO, International Labour Organization (2012). Migrant Workers in the International Hotel Industry, *International Migration Paper No. 112*, Geneva.

Ingelstedt, J., Jönsson, M. ve Sundman, H. (2009). Intrapreneurship And Corporate Entrepreneurship-Attractive Concepts For Generation Y?, *Master Thesis*. Jönköping International Business School, Sweden.

IOM, (2009). *Göç Terimleri Sözlüğü*. (Ed.: Bülent Çiçekli), Uluslararası Göç Örgütü (IOM), Cenevre.

IOM, (2020). International Organization for Migration, World Migration Report, *IOM Switzerland Report 2020*, 1-55.

İçduygu, A. (2009). International Migration and Human Development in Turkey, *UNDP Human Developments Research Paper 2009/52*, October 2009, 2-15

İçduygu, A. ve Aksel, D. B. (2012). *Türkiye’de Düzensiz Göç*. Ankara: Uluslararası Göç Örgütü Türkiye Yayınları.

İçduygu, A. ve Sirkeci, İ. (1999). *75 Yılda Köylerden Şehirlere, Cumhuriyet Dönemi Türkiye’sinde Göç Hareketleri*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

İlhan, S. (2003). Sosyo-Ekonomik Bir Fenomen Olarak Girişimciliğin Oluşumunu Etkileyen Başlıca Faktörler, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (11), 61-79.

İnal M. E. ve Biçkes, D. M. (2006). Kar Amaçsız Kuruluşların Sorunlarının Çözümünde Pazar Yönlülük Teorisi, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26, 5-22.

İraz, R. (2005). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler*. Konya: Çizgi Kitabevi.

İrmiş, A., Durak, İ., ve Özdemir, L. (2010). *Girişimcilik Kültürü*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Jansen, C. J. (1970). *Migration: A Sociological Problem*. Readings in the Sociology of Migration, New York: Pergamon Press.

Janta, H. (2011). Polish Migrant Workers in the UK Hospitality Industry: Profiles, Work Experience and Methods for Accessing Employment, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(6), 803-819.

Karabulut, A.T. (2009). *Girişimcilik ve Sürdürülebilirliği*. İstanbul; Papatya Yayıncılık Eğitim.

Karadal, H. (2016). *Girişimcilik; Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi & Güncel Konular & Girişimci Destekleri & İş Planı*. İstanbul: Beta Yayınları.

Kaya, A. (2007). *Bilişim ve İletişim Işığında Girişimcilik ve KOBİ Yönetimi*. Konya: Eğitim Kitabevi.

Kayalar, M. ve Yıldız, S. (2017). Uluslararası Göç Sonrası Ortaya Çıkan Girişimcilik Türleri, *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(1), 55-62.

Kerr, S. P., Kerr, W. R., ve Xu, T. (2018). Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature, *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 14(3), 279-356.

Kınık, K. (2010). Göç, Sürgün ve İltica, *Hayat Sağlık Dergisi*, (2), 36–39.

King, R. (2013). Theories and Typologies of Migration: An Overview and a Primer, *Malmö Institute for Studies of Immigration Journal*, 12(3), 1-43.

Kloosterman, R. ve Rath, J. (2001). Immigrant Entrepreneurs in Advanced Economies, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27(2), 189-202.

Kocaoğlu, M. (2007). Mobbing; İşyerinde Psikolojik Taciz, Yıldırma Uygulamaları ve Motivasyon Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Koh, H. C. (1996). Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics: A Study of Hong Kong MBA Students, *Journal of Managerial Psychology*, 11(3), 12-25.

Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, http://konyakultur.gov.tr/index.php?route=pages/pages&page_id=1, Erişim Tarihi: 10.12.2022.

Küçük, K. (2014). Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Davranışına Etkisi; Abant İzzet Baysal Üniversitesi Örneği, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Küçükaltan, D. (2015). Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 4(1), 21-28

Latapi, A. E. ve Koppenfels, A. K. V. (2003). *The Puebla Process – A Case Study of Regional Consultative Process Development*. World Migration 2003: Managing Migration: Switzerland.

Lehto, Y.X., Jang, S. Francis, A. ve O’Leary, J. (2008). Exploring Tourism Experience Sought: A Cohort Comparison of Baby Boomers and the Silent Generation, *Journal of Vacation Marketing*, 14(3), 237-252.

Liang, J., Wang, H., ve Lazear, E. (2018). Demographics and Entrepreneurship, *Journal of Political Economy*, 126(1), 140-196.

Lotulung, C. F., Ibrahim, N. ve Tumurang, H. (2018). Effectiveness of Learning Method Contextual Teaching Learning (CTL) for Increasing Learning Outcomes of Entrepreneurship Education. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 17(3), 37-46.

Luca, M. R. (2017). Entrepreneurial Personality and Entrepreneurial Behaviour, *Bulletin of the Transilvania University of Braşov Series VII: Social Sciences*, 10(1), 19-28.

Maç, N., (2006). *Alternatif Turizm Potansiyeli ve Konya*. Konya Ticaret Odası Etüd-Araştırma Servisi Bilgi Raporu, Konya

Marangoz, M. (2012). *Girişimcilik*. Ankara: Beta Yayınları.

Martin, P. ve Widgren, J. (2002). International Migration: Facing the Challenge, *Population Bulletin, Washington, DC: Population Reference Bureau*, 57 (1), 2-18.

Masurel, E., Nijkamp, P., Tastan, M., ve Vindigni, G. (2002). Motivations And Performance Conditions For Ethnic Entrepreneurship, *Growth and Change*, 33(2), 238-260.

McCann, P., Poot J. ve Sanderson, L. (2010). Migration, Relationship Capital and International Travel: Theory and Evidence, *Journal of Economic Geography*, 10 (3), 361-387.

McFadzean, E., Shaw, E. ve O'Loughlin A. (2005). Corporate Entrepreneurship and Innovation Part 1: The Missing Link, *European Journal of Innovation Management*, 8(3), 350-372.

Meilaender, P. C. (2007). *Toward a Theory of Immigration*. New York. NY: Palgrave Macmillan.

Miegel, M. (2016). Immigration as Survival Strategy, *Demographic Change: A Fateful Challenge International Reports*, (4), 1-13.

Naktiyok, A., ve Timuroğlu, M. K. (2009). Öğrencilerin Motivasyonel Değerlerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(3), 85-103.

Ndofor, H. A. (2004). Forms of Entrepreneurial Capital, Venture Strategy And Performance: The Special Case of Immigrant Entrepreneurs, *Unpublished Doctoral Thesis*, University of Wisconsin, Milwaukee.

Niessen, J. (2003). Negotiating the Liberalization of Migration – Is GATS a Vehicle or a Model for Global Migration Governance, EPC Issue Paper, No.6, 2-17.

Nişancı, Z. N. (2015). Göçmen Girişimcilik Üzerine: Pittsburgh'daki Türk Girişimciler, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 10(1), 1-28.

Norman Geoff (2010), Likert scales, levels of measurement and the “laws” of statistics, *Adv in Health Sci Educ* (2010) 15:625-632

OECD. (2018). Entrepreneurship at a Glance Highlights, *Organisation for Economic Co-operation and Development*.

Özcan, E. D. E. (2017). Çağdaş Göç Teorileri Üzerine Bir Değerlendirme, *İş ve Hayat Dergisi*, 2 (4), 183-215.

Özdemir, M. (2008). Türkiye’de İçgöç Olgusu, Nedenleri ve Çorlu Örneği, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Trakya Üniversitesi SBE, Edirne.

Özdemir, Ş. (2017). Devlet ve Piyasa İkileminde Girişimcilik ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitiminde Devletin Rolü, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Aksaray Üniversitesi SBE, Aksaray.

Özgür, E. M. (1998). *Türkiye Nüfus Coğrafyası*. Ankara: Nadir Kitap Yayınları.

Özkul, G. ve Dengiz S. (2018). Suriyeli Göçmenlerin Girişimci Olmalarını Etkileyen Faktörler: Hatay İli Örneği, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 53(3), 1044-1065.

Öztürk, Z. ve Dünder, H. (2003). Örgütsel Motivasyon ve Kamu Çalışanlarını Motive Eden Faktörler, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4 (2), 57-67.

Parasız, İ. ve Bildirici, M. (2002). *Modern Emek Ekonomisi*. Bursa: Ezgi Kitabevi.

Parnwell, M. (1993). *Population Movements And The Third World*. New York: Routledge.

Pazarlıoğlu, M.V. (2007). İzmir Örneğinde İç Göçün Ekonometrik Analizi, *Yönetim ve Ekonomi*, 14(1), 121-135.

Peay, T. R. ve Dyer Jr, W. G. (1989). Power Orientations of Entrepreneurs and Succession Planning, *Journal of Small Business Management*, 27(1), 47-52.

Peredo, A. M. ve Mclean, M. (2006). Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept, *Journal of World Business*, 41, 56-65.

Petersen, W. (1958). A General Typology of Migration, *American Sociological Review*, 23(3), 256-266.

Peterson, R. A. (1994). A Meta-Analysis of Cronbach's Coefficient Alpha, *Journal of Consumer Research*, 21(2), 381-391.

Ramadani, V., Rexhepi, G., Gërguri-Rashiti, S., Ibraimi, S. ve Dana, L. P. (2014). Ethnic Entrepreneurship in Macedonia: The Case of Albanian Entrepreneurs, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 23(3), 313-335.

Raposo, M. ve Paco, A. D. (2011). Entrepreneurship Education: Relationship Between Education and Entrepreneurial Activity, *Psicothema*, 23(3), 453-457.

Ravenstein, E. G. (1885). The Laws of Migration, *Journal of the Royal Statistical Society*, 52(2), 241-301.

Sağlam, S. (2006). Türkiye’de İç Göç Olgusu ve Kentleşme, *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 5, 33-44.

Sahin M., Peter Nijkamp, Soushi Suzuki (2014). Contrasts and similarities in economic performance of migrant entrepreneurs. *IZA Journal of Migration*, 3:7, 1-21. <https://link.springer.com/article/10.1186/2193-9039-3-7>

Saraçoğlu, M., Duran, C. ve Taşkın, E. (2010). Girişimcilikte Yaratıcılığın Üç Boyutu: Birey, Süreç ve Ürün, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (2), 1-14.

Schumpeter, J. A. (2008). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. Third Edition, London: Harper Perennial Modern Classics.

Schwartz, S. H. ve Boehnke, K. (2004). Evaluating The Structure of Human Values With Confirmatory Factor Analysis, *Journal of Research in Personality*, 38, 230-255.

Sciortino, G. (2004). Between Phantoms and Necessary Evils; Some Critical Points in The Study of Irregular Migrations to Western Europe, *IMIS-Beitrage*, 24, 17-43.

Shane, S. (2012). Reflections on the 2010 AMR Decade Award: Delivering on the Promise of Entrepreneurship As A Field of Research, *Academy of Management Review*, 37(1), 10-20.

Sheehan, P., ve Houghton, J. W. (2000). A Primer On The Knowledge Economy, Centre for Strategic Economic Studies, CSES Working Paper No. 18, Victoria University of Technology, Melbourne City.

Sinnya, U. ve Parajuli, N. (2012). Immigrant Entrepreneurship: Why Immigrants Choose to Become Self-Employed?, *Master Thesis*, Umea School of Business and Economics, Umea, Swedan.

Sirkeci, İ. (2012). Transnasyonal Mobilite ve Çatışma, *Migration Letters*, 9(4), 353-363.

Şahin, B. (2010). Almanya'daki Türk Göçmenlerin Sosyal Entegrasyonunun Kuşaklar Arası Karşılaştırması: Kültürleşme, *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 55, 103-134.

Şen, Z. (2015). *Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi*. İstanbul: Lisans Yayıncılık.

Şengül, A., Pamukçu, H ve Arıcı, S. (2021). Turizm İşletmelerinin İhtiyaç Duyduğu Danışmanlık Hizmetleri: Kastamonu Örneği, *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(24), 164-183.

Şenses Ö. N. (2015). Düzensiz Göç Üzerine Bir İnceleme: Küresel Dinamikler, Ulus-Devletler, Göçmenler, *İdealkent Kent Araştırmaları Dergisi*, 15, 23-39.

Şeşen, H. ve Basım, H. N. (2012). Demografik Faktörler ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi, Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 12, 21-28.

T.C. Konya Valiliği, <http://konya.gov.tr/genel-bilgiler-tarihi>, Erişim Tarihi: 11.12.2022

Tabachnick, B. & Fidell G. L. S. (2018). Using multivariate statistics. Pearson, Boston

Tanrıverdi, H., Bayram, G. N. ve Alkan, M. (2016). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisinin İncelenmesi, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11 (1), 1-29.

Tapur, T. (2009). Konya İlinde Kültür ve İnanç Turizmi, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2 (9), 473-492.

Taş, A. ve Çitçi, U. S. (2009). Göçmen Girişimcilerin Girişimsel Yolculukları: Türkiye’deki Balkan Girişimciler, *1. Uluslararası Balkanlarda Tarih ve Kültür Kongresi*, 10-16 Mayıs, Priştine, Kosova.

TDK. Türk Dil Kurumu, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c (Erişim tarihi: 18.11.2021).

Thomas, A. S. ve Mueller, S. L. (2000). A Case For Comparative Entrepreneurship: Assessing The Relevance Of Culture, *Journal of International Business Studies*, 31(2), 287-301.

TÜSİAD. (2002). *Türkiye’de Girişimcilik*. Ankara: TÜSİAD Yayınları

Ulusoy, E. (2017). Diaspora Kavramı ve Türkiye’nin Diaspora Politikalarının Modern Teori Çerçevesinde Sosyo-Politik Bir Analizi, *İnsan ve Toplum Dergisi*, 7(1), 139-160.

Ünal, A. (2009). Girişimcilik ve KOBİ’ler İçin Kümelenmenin Önemi, *Müsiad Çerçeve Dergisi*, 51, 78-86.

Üner, S. (1972). *Nüfusbilim Sözlüğü*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.

Ünüvar, Ş., Kılınç, C., Sarı Gök, H. ve Şalvarcı, S. (2018). Turizm Öğrencilerinin Yeşil Ürün Tercihinin Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 20-40.

Valdez, Z. (2003). Beyond Ethnic Entrepreneurship: Ethnicity and the Economy in Enterprise, *Center for U.S.-Mexican Studies*, University of California, San Diego.

Vinogradov, E. ve Gabelko, M. (2010). Entrepreneurship Among Russian Immigrants in Norway and Their Stay-At-Home Peers, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(4), 461-479.

Volery T. (2007). Ethnic Entrepreneurship: a Theoretical Framework, *Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship*, (1), 30-41.

Vural, M. ve Çavuş, Ş. (2017). Elektronik girişimcilik ve Kırgızistan'da uygulanma olanakları, *Akademik Bakış Dergisi*, 59, 50-64.

Waldinger, R., Aldrich, H. ve Ward, R. (2000). *Ethnic Entrepreneurs*. Swedberg, R. (Ed.), New York: Oxford University Press.

Wang, Q. (2010). Immigration and Ethnic Entrepreneurship: A Comparative Study in The United States, *Growth and Change*, 41(3), 430-458.

Wang, Q. ve Li W. (2007). Entrepreneurship, Ethnicity and Local Context: Hispanic Entrepreneurs in Three U.S. Southern Metropolitan Areas, *GeoJournal*, 68, 167-182.

Westhead, P., ve Wright, M. (2013). *Entrepreneurship*. New York: Oxford University Press.

Wood, W.B. (1994). Forced Migration: Local Conflicts and International Dilemmas, *Annals of the Association of American Geographers*, 84(4), 607-634.

Yalçın, C. (2004). *Göç Sosyolojisi*. Ankara: Anı Yayıncılık.

Yasa, İ. (1979). *Yurda Dönen İşçiler ve Toplumsal Değişme*. Ankara: TODAİE Yayınları.

Yelkikalan, N, Akatay, A. ve Altın, E. (2010). Yeni Girişimcilik Modeli ve Yeni Nesil Girişimci Profili: İnternet Girişimciliği ve y, m, z Kuşağı Girişimci, *S.Ü. İ.İ.B.F. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(20), 489-506.

Zhang, Y. (2018). *How Does Family Structure Affect Entrepreneurship*. Job Market Paper, Washington University, St.Louis.

Zhou, M. (2004). Revisiting Ethnic Entrepreneurship: Convergencies, Controversies and Conceptual Advancements, *1. International Migration Review*, 38(3), 1040-1074.

Zülal, A. (2002). 21. Yüzyılda Göçler, *Bilim ve Teknik Dergisi*, 415, 60–64.

EK-1: Anket Formu**ANKET FORMU**

Değerli Katılımcı;

Bu anket formu Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yürütülmekte olan **“Turizm Sektöründe Girişimcilik Motivasyonu: Yerleşik ve Göçmen Girişimciler Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz”** başlıklı doktora tez çalışması kapsamında istatistiksel veri elde edilmesi amacıyla hazırlanmıştır. 28 sorudan oluşan bu ankette her soruya uygun gördüğünüz cevabı işaretlemenizi rica ederiz. Anket formunu doldururken **isim belirtmenize gerek yoktur**. Sizlerden edinilecek bilgiler kesinlikle gizli tutulacak, tamamen bilimsel amaçlar için kullanılacaktır. Değerli vaktinizi ayırarak araştırmamıza sağladığınız katkılardan dolayı teşekkür ederiz. Saygılarımla;

Metin GÜLAL
Necmettin Erbakan Üniversitesi

1. Şimdiki İşinizi Yapmadan Önce Çalışıyor Muydunuz?

- ☐ Hayır ☐ Memurdum ☐ İşçiydim ☐ Farklı İşte İşverendim
☐ Aynı İş Evden Yapıyordum ☐ Emekli Olduktan Sonra Kurdum

2. Aynı Sektörde Daha Önce Çalıştınız mı?

- ☐ Evet ☐ Hayır

3. İşletmeniz Kaç Yıldır Faaliyet Göstermektedir? Belirtiniz.

.....

4. İşletmenizde Sizin Dışınızda Çalışan Personel Sayısı Kaçtır? Belirtiniz.

.....

5. Kendi İşinizi Kurmaya Karar Verdiğinizde, Hangi Kuruluş veya Aracılardan Ne Derece Finansman, Kredi, Borç, vb. Destek Aldınız? (0 = Hiç, 5 = Çok Fazla)

	0	1	2	3	4	5
a-Kendi Birikimlerim	()	()	()	()	()	()
b-Aile, Eş, Dost, Akraba, vb.	()	()	()	()	()	()
c-Bankalar	()	()	()	()	()	()
d-Sermaye Temini İçin Gayrimenkul/Otomobil vs. Sattım	()	()	()	()	()	()
e-Devlet Kuruluşlarından Sağlanan Destek	()	()	()	()	()	()
f-Ticaret Odası, Meslek Birliklerinden Sağlanan Destek	()	()	()	()	()	()
g-Sivil Toplum Kuruluşları, Dernekler vs. Desteği	()	()	()	()	()	()
h-Uluslararası Kuruluşlar (Dünya Bankası, vb.) Desteği	()	()	()	()	()	()

6. Girişimci Olmanızda Sizi Motive Eden Etkenleri ve Önem Derecelerini İlgili Kutularda İşaretleyiniz. (0 = Hiç, 5 = Çok Fazla)

	1	2	3	4	5
a-Bir Hobiye Ticarete Dönüştürmek	()	()	()	()	()
b-Bir Aile Geleneğini Sürdürmek	()	()	()	()	()
c-Bir Arkadaşımdan Almış Olduğum Cesaret	()	()	()	()	()
d-Çok Para Kazanmak	()	()	()	()	()
e-Etrafımda Oluşmuş Bir Fırsattan Yararlanmak	()	()	()	()	()
f-Başarılı Girişimci Örneklerinden Etkilenmek	()	()	()	()	()
g-Piyasadaki Bir Açığı Kapatmak	()	()	()	()	()
h-Ücretli İş Bulma Zorluğu	()	()	()	()	()

7. Ailenizde Kendi İşini Kuran ve Yürüten Kişi Var Mı?

() Yok () Annem () Babam () Dedem/Büyükanne () Eşim

() Kardeşim () Çocuğum

8. Yeni Bir İş Kurmaya Karar Verirken Teşvik Edilme İhtiyacı Sizce Ne Kadar Önemlidir?

() Önemsiz () Kısmen Önemli () Çok Önemli

9. İş Kurmayla İlgili Aşağıdaki Görüşlere Ne Ölçüde Katıldığınızı Belirtiniz?
(1 = Kesinlikle Katılmıyorum, 5 = Kesinlikle Katılıyorum)

	1	2	3	4	5
1- Para Sıkıntısından Kurtulmak	()	()	()	()	()
2- Çocuklarıma Maddi Açıdan İyi Bir Gelecek Sağlamak	()	()	()	()	()
3- Ailemi Zengin Etmek	()	()	()	()	()
4- Aile Gelirine Katkıda Bulunmak	()	()	()	()	()
5- Borçlarımı Kapatacak Parayı Kazanmak	()	()	()	()	()
6-Sahip Olduğum Yeteneğin Maddi Karşılığını Almak	()	()	()	()	()
7- Devletin ya da Diğer Kurumların Sunduğu Kredi veya Desteklerden Faydalanmak	()	()	()	()	()
8- Topluma İyi Mal veya Hizmetler Sunmak	()	()	()	()	()
9- İnsanlara İstihdam Sağlayarak Yardım Etmek	()	()	()	()	()
10- Bağımsız Olmak	()	()	()	()	()
11- Risk Alma Becerimi Etkili Kullanarak Başarılı Olmak	()	()	()	()	()
12- Doğuştan Yeteneklerimi ve Bir Uzmanlıktaki Potansiyelimi Kullanmak	()	()	()	()	()
13- Başkaları İle Rekabet Ederek En İyi Olduğumu Kanıtlamak	()	()	()	()	()
14- İşletmecilik Tutkumdan İstifade Etmek	()	()	()	()	()
15- Yaratıcı Yenilikçi Bir Şeyler Yapmak	()	()	()	()	()
16- Başkalarının Genelde Yapmadığı Bir Şeyi Yapma/ Başarma Arzusu	()	()	()	()	()

17- Karar Verme/ Problem Çözme Becerilerimi Bir Kariyerde Fayda Yaratmak İçin Kullanmak	()	()	()	()	()
18- Yüksek Sosyal Statüye Erişmek	()	()	()	()	()
19- İyi Bir İşveren Olmak	()	()	()	()	()
20- İnsanların Saygısını Kazanmak	()	()	()	()	()
21- Hiç Kimseden Bir Eksiklik Olmadığını Göstermek	()	()	()	()	()
22- Lider Olmak	()	()	()	()	()
23- Kendi Tercihim Olan Bir İş ve Yaşam Tarzına Sahip Olmak	()	()	()	()	()
24- Monotonluktan Kurtularak Değişimi Yaşamak	()	()	()	()	()
25- Çok Lüks Bir Hayat Yaşamak	()	()	()	()	()
26- Yaptığım İşten Tam Bir Tatmin Duymak	()	()	()	()	()
27- Kendim İçin Büyük Servete Kavuşmak	()	()	()	()	()

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ İLE İLGİLİ BİLGİLER

10. Cinsiyetiniz Nedir?

() Kadın () Erkek

11. Hangi Ülkede Doğdunuz? Belirtiniz.

.....

12. Doğum Yerinizi Aşağıdaki Yerleşim Birimlerinden Hangisidir?

() Büyük Şehir Merkezi () İl/İlçe Merkezi () Köy/Kasaba

13. Siz Şuan İkamet Ettiğiniz Şehire Nereden Geldiniz ve Hangi Yıldan Beri Bulunmaktasınız?

	1980 Yılı Öncesinden	1980-2000 Yılları Arasında	2000 Yılı Sonrasında
Konya Merkezden	()	()	()
Konya İlçelerinden	()	()	()
Türkiye'nin Diğer İllerinden	()	()	()
Yurtdışından	()	()	()

14. Aileniz Şuan İkamet Ettiğiniz Şehire Nereden Geldi ve Hangi Yıldan Beri Bulunmaktalar?

	1980 Yılı Öncesinden	1980-2000 Yılları Arasında	2000 Yılı Sonrasında
Konya Merkezden	()	()	()
Konya İlçelerinden	()	()	()
Türkiye'nin Diğer İllerinden	()	()	()
Yurtdışından	()	()	()

15. Kaç Yaşındasınız?

.....

16. Eğitim Durumunuz Nedir?

() Okumamış/İlkokul () Ortaokul/Lise () Üniversite () Lisansüstü

17. Yabancı Dil Biliyor Musunuz?

() Evet () Hayır

18. Cevabınız “Evet” İse; Hangi Yabancı Dilleri Biliyorsunuz?

.....

19. Yabancı Dil Seviyeniz Ne Düzeydedir?

Bildiğin Yabancı Diller	Başlangıç	Temel Seviye	Orta Seviye	İleri Seviye
	()	()	()	()
	()	()	()	()
	()	()	()	()
	()	()	()	()

20. Medeni Durumunuz Nedir?

() Evli () Bekar () Dul/Boşanmış

21. Aile Üyelerinizin Eğitim Durumu Nedir?

	Okumamış/İlkokul	Ortaokul/Lise	Üniversite	Lisansüstü
Dede	()	()	()	()
Baba	()	()	()	()
Anne	()	()	()	()
Eş	()	()	()	()
Çocuk/Çocuklar	()	()	()	()

22. Aile Üyelerinizin Mesleği Nedir?

	Memur Aktif	İşçi Aktif	Emekli	Kendi İş (Tüccar/Esnaf /Sanayici vs.)	Çalışmıyor (Ev Hanımı/Öğrenci vs.)
Dede	()	()	()	()	()
Baba	()	()	()	()	()
Anne	()	()	()	()	()
Eş	()	()	()	()	()
Çocuk/Çocuklar	()	()	()	()	()

23. Çocuğunuz Var Mı? Varsa Kaç Çocuğunuz Var?

() Yok () 1 () 2 () 3 () ≥ 4

24. Oturduğunuz Evin Mülkiyet Durumu Nedir?

() Kira () Aileme Ait () Kendimin

25. İşyerinizin Mülkiyet Durumu Nedir?

☐ Kira ☐ Aileme Ait ☐ Kendimin

26. Otomobiliniz Var mı? Varsa Mülkiyet Durumu Nedir?

☐ Yok ☐ Kiralık ☐ Aileme Ait ☐ Kendimin

27. İşletmenizin Yıllık İş Hacmi Ne Kadardır?

☐ 100.000 TL ve Altı ☐ 100.001 TL-500.000 TL Arası ☐ 500.001-900.000 TL Arası

☐ 900.001 TL ve Üzeri

28. İşletme Cironuzda Önümüzdeki Yıl Sonunda Yüzde Kaç Artış Bekliyorsunuz?

☐ Bir Önceki Yıla Göre Düşer ☐ Bir Önceki Yıl İle Aynı Olur ☐ En az % 10 Artar

☐ En az % 20 Artar ☐ En az % 30 ve üzeri Artar

EK-2: Etik Kurul İzni



NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU
BAŞKANLIĞI
ETİK KURUL KARARI

Etik Kurul Toplantı Tarihi/Sayısı ve Karar No	Tarih:18/12/2020 Toplantı Sayısı:03 Karar No:2020/124
Araştırmanın Başlığı	Turizm Sektöründe Girişimcilik Motivasyonu: Yerleşik ve Göçmen Girişimciler Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz
Sorumlu Araştırmacı	Prof. Dr. Hilmi Bahadır AKIN
Yardımcı Araştırmacılar	Metin GÜLAL
Etik Kurul Kararı	Oy Çokluğu ☐ Oy birliği ☒ Uygun ☒ Uygun Değil ☐ Düzeltme* ☐ Görevsizlik** ☐
Düzeltme ise gerekçeleri *	
Görevsizlik ise gerekçeleri**	

ASLI GİBİDİR
28/12/2020