

**T.C.  
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ  
İŞLETME ENSTİTÜSÜ**

**ULUSAŞIRI GİRİŞİMCİLERİN YURT İÇİ VE YURT DIŞI  
FAALİYETLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Talha FIRAT**

**Enstitü Anabilim Dalı : Uluslararası Ticaret  
Enstitü Bilim Dalı : Uluslararası Ticaret**

**Tez Danışmanı: Doç. Dr. Umut Sanem ÇİTÇİ**

**OCAK – 2019**

T.C.  
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ  
İŞLETME ENSTİTÜSÜ


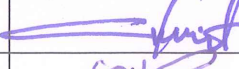

ULUSAŞIRI GİRİŞİMCİLERİN YURT İÇİ VE YURT DIŞI  
FAALİYETLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Talha FIRAT

Enstitü Anabilim Dalı : Uluslararası Ticaret  
Enstitü Bilim Dalı : Uluslararası Ticaret

“Bu tez 11/01/2019 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI	İMZA
Doç. Dr. Hakan TUNAHAN	BAŞARILI	
Doç. Dr. Umut Sanem ÇİTÇİ	BAŞARILI	
Doç. Dr. Öznur BOZKURT	BAŞARILI	



SAKARYA  
ÜNİVERSİTESİ

T.C.  
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ  
İŞLETME ENSTİTÜSÜ  
TEZ SAVUNULABİLİRLİK VE ORJİNALLİK BEYAN FORMU

Sayfa : 1/1

Öğrencinin

Adı Soyadı	:	TALHA FIRAT
Öğrenci Numarası	:	1360Y56007
Enstitü Anabilim Dalı	:	ULUSLARARASI TİCARET
Enstitü Bilim Dalı	:	ULUSLARARASI TİCARET
Programı	:	<input checked="" type="checkbox"/> YÜKSEK LİSANS <input type="checkbox"/> DOKTORA
Tezin Başlığı	:	ULUSAŞIRI GİRİŞİMCİLERİN YURT İÇİ VE YURT DIŞI FAALİYETLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA
Benzerlik Oranı	:	%3

ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Benzerlik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim. Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi beyan ederim.

13/12/2018  
İmza

Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Benzerlik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim. Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen öğrenciye ait tez çalışması ile ilgili gerekli düzenleme tarafımda yapılmış olup, yeniden değerlendirilmek üzere gsb@sakarya.edu.tr adresine yüklenmiştir.

Bilgilerinize arz ederim.

13/12/2018  
İmza

Uygundur

Danışman  
Unvanı / Adı-Soyadı: DOÇ. DR. UMUT SANEM ÇİTÇİ

Tarih: 13.12.2018

İmza:

KABUL EDİLMİŞTİR

REDDEDİLMİŞTİR

EYK Tarih ve No:

Enstitü Birim Sorumlusu Onayı

## ÖNSÖZ

Bu tezin hazırlanması aşamasında gösterdiği büyük ilgi, titizlik ve özenle, bu çalışmanın ortaya çıkmasında büyük emeği ve katkısı olan Danışmanım **Doç. Dr. Umut Sanem ÇİTÇİ** hocama sonsuz saygılarımı ve teşekkürlerimi sunuyorum. Tez çalışmam boyunca maddi ve manevi desteklerini her zaman gördüğüm ve hissettiğim sevgili annem **Saide FIRAT**, babam **Dr. Öğr. Üyesi M. Server FIRAT** ve kardeşlerim **Beyza ve Tarık Emir FIRAT**'a şükranlarımı sunuyorum. Bunun yanında Sakarya Ticaret ve Sanayi Odası'ndan **Erkan BULUT**'a, Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi'nden **Dr. Öğr. Üyesi Murat BAYAT**'a ve **Arş. Gör. Abdülaziz SEZER**'e, destek ve yardımlarından dolayı çok teşekkür ediyorum.

Değerli vakitlerini ayırarak mülakatlara katılımları ile tezin tamamlanmasını sağlayan Irak Türkmenleri Kardeşlik ve Kültür Derneği Başkanı **Salman NALBANT**'a, **Cemil ŞANLI**'ya **Ali Dünya**'ya **Erfan Pourghaz**'a, **Abdullah Mert Özekmekçi**'ye **Faruk Aslan**'a **Arif Filiz**'e **Hassan Shaheen** ve oğlu **Aatif Shaheen**'e destek ve katkılarından dolayı teşekkürlerimi sunuyorum.

**TALHA FIRAT**

**11.01.2019**

# İÇİNDEKİLER

<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>TABLO LİSTESİ</b> .....	<b>v</b>
<b>ŞEKİL LİSTESİ</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>viii</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>ix</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>BÖLÜM 1: GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMLARI</b> .....	<b>4</b>
1.1. Girişimciliğe Genel Bir Bakış.....	4
1.1.1. Türkiye’de Girişimciliğe Genel Bir Bakış .....	7
1.2. Girişimcilik ve Girişimci Kavramı.....	11
1.3. Girişimciliği Etkileyen Faktörler.....	15
1.3.1. Demografik Faktörler.....	16
1.3.2. Sosyal Faktörler.....	17
1.3.3. Psikolojik Faktörler.....	18
1.3.4. Kültürel Faktörler ve Hofstede’nin Dört Boyutu.....	19
1.3.5. Diğer Faktörler.....	22
1.4. Girişimciliğin Önemi.....	24
<b>BÖLÜM 2: GÖÇMEN GİRİŞİMCİLİĞİ</b> .....	<b>28</b>
2.1. Göçmen Girişimcilik Kavramı ve Göçmen Girişimcilik Türleri.....	33
2.1.1. Döngü Girişimcilik.....	34
2.1.2. Kültürel Girişimcilik.....	34
2.1.3. Etnik Girişimcilik.....	35
2.1.4. Dönüş Yapan Göçmen Girişimciliği.....	35
2.1.5. Elit Genişleme Girişimciliği.....	35
2.2. Göçmen Girişimcilik Konusunda Geliştirilen Teori ve Yaklaşımlar.....	36

2.2.1. Teoriler.....	36
2.2.1.1. Arabulucu Azınlık Teorisi.....	36
2.2.1.2. Anklav Teorisi.....	37
2.2.2. Yaklaşımlar.....	38
2.2.2.1. Arz Yönlü Yaklaşım.....	38
2.2.2.2. Talep Yönlü Yaklaşım.....	40
2.2.2.3. Etkileşim Modeli.....	41
2.2.2.4. Etnik Girişimcinin İş Sahipliği Modeli.....	44
2.3. Göçmen Girişimciliğin Önemi ve Faydaları.....	45
<b>BÖLÜM 3: GÖÇMEN GİRİŞİMCİLİKTE ULUSAŞIRI GİRİŞİMCİLİĞE.....</b>	<b>48</b>
3.1. Ulusaşırı Girişimcilik Kavramı.....	48
3.1.1. Kavramın Arka Planı ve Tanımlama Girişimleri.....	48
3.1.2. Ulusaşırı Girişimciliğin Teorik Çatısı.....	52
3.1.3. Ulusaşırı Girişimcinin Kaynaklar Seti ve İş Geliştirme Stratejisi.....	56
3.1.4. Yeung'ın Bireysel ve Kurumsal Perspektifi .....	57
3.1.5. Ulusaşırı Girişimcilikte Sosyal Yerleşiklik Perspektifi.....	60
3.1.6. Ulusaşırı Girişimciliğe Katılım Seviyeleri.....	65
3.1.7. Ulusaşırı Girişimciliğin Geleneksel Tanımına Getirilen Eleştiriler.....	66
3.2. Ulusaşırı Girişimcilik İle Karıştırılması Muhtemel Kavramlar.....	67
3.2.1. Ulusaşırı Girişimciliğin Uluslararası Girişimcilikten Farkları.....	67
3.2.2. Ulusaşırı Girişimcilik ve Göçmen Girişimcilik Arasındaki Farklar.....	68
3.2.3. Ulusaşırı Girişimcilik İle Göçmen ve Etnik Girişimcilik Kavramları.....	68
3.3. Göçmenlerin Girişimcilikten Başlayıp Ulusaşırı Girişimciliğe Uzanan Süreçleri.....	68

3.3.1. Göçmen Girişimcilerin Ulusaşırı Olması İçin Sahip Olmaları Gereken Nitelikleri.....	71
3.4. Ulusaşırı Girişimciliğin Önemi.....	72
3.4.1. Ulusaşırı Girişimcilerin Çift Yönlü Geçmiş Tecrübe ve Çevrelerinin İş Fırsatlarını Keşfetme ve Değerlendirmedeki Etkisi .....	73
3.4.2. Ulusaşırı Girişimcilik Faaliyetlerinin Alıcı ve Köken Ülkeye Sağladığı Avantajlar.....	74
3.5. Ulusaşırı Girişimcilik Araştırmalarında Yöntem.....	74
<b>4. BÖLÜM: GÖÇMEN GİRİŞİMCİLERDE ULUSAŞIRI GİRİŞİMCİ POTANSİYELİNİN KEŞFİ.....</b>	<b>79</b>
4.1. Araştırmanın Amacı .....	79
4.2. Araştırmanın Metodolojisi.....	80
4.3. Bulgular ve Tartışma.....	81
<b>SONUÇ.....</b>	<b>126</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>134</b>
<b>EK: MÜLAKAT SORULARI.....</b>	<b>147</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>150</b>

## KISALTMALAR LİSTESİ

- ABD** : Amerika Birleşik Devletleri
- GEM** :Global Entrepreneurship Monitor
- KOBİ** :Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler
- MBA** : Master of Business Administration
- OECD** :Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
- TÜİK** :Türkiye İstatistik Kurumu
- TÜSİAD** :Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği



## TABLO LİSTESİ

<b>Tablo 1.1:</b> Cinsiyete Göre İşveren Olarak Çalışanların Dağılımı.....	9
<b>Tablo 1.2:</b> Türkiye’de Erkek ve Kadın Girişimci Sayılarının Yıllara Göre Dağılımı....	10
<b>Tablo 1.3:</b> İşveren Kadın Girişimcilerin Faaliyet Gösterdikleri Sektörlere Göre Dağılımı.....	10
<b>Tablo 1.4:</b> Farklı Akademik Çalışmalardaki Girişimcilik Tanımları.....	11
<b>Tablo 1.5:</b> Farklı Akademik Çalışmalardaki Girişimci Tanımları.....	14
<b>Tablo 2.1:</b> Uluslararası Göçmenler, 1970-2015.....	30
<b>Tablo 2.2:</b> 1960-2015 Yılları Arasında Dünyada Uluslararası Göçmenler (Milyon)....	31
<b>Tablo 2.3:</b> Cumhuriyet Döneminden İtibaren Türkiye’ye Yönelik KitleSEL Göç Hareketleri.....	31
<b>Tablo 2.4:</b> Ulusaşırı Girişim Türleri.....	36
<b>Tablo 3.1:</b> Farklı Akademik Çalışmalardaki Ulusaşırı Girişimcilik Tanımları.....	49
<b>Tablo 3.2:</b> Ulusaşırı Girişimciliğin Ne Olduğunu Ne Olmadığı Üzerinden Açıklama Girişimleri.....	50
<b>Tablo 3.3:</b> Ulusaşırı Girişimcilik Araştırmalarında Yöntem.....	75
<b>Tablo 4.1:</b> Girişimcilerin Demografik Özellikleri.....	82
<b>Tablo 4.2:</b> Girişimcinin ve Girişimsel Sürecin Keşfi.....	88
<b>Tablo 4.3:</b> Girişimciliği Etkileyen Dışsal Etmenler (Eğitim).....	92
<b>Tablo 4.4:</b> Girişimciliği Etkileyen Dışsal Etmenler (Meslek).....	94
<b>Tablo 4.5:</b> Girişimciliği Etkileyen Dışsal Etmenler (Sosyal Faktörler).....	96
<b>Tablo 4.6:</b> Köken Ülke İlişkileri (Köken Ülke Şartları).....	99
<b>Tablo 4.7:</b> Köken Ülke İlişkileri (Köken Ülke Sosyal Yerleşiklik).....	102

<b>Tablo 4.8:</b> Alıcı Ülke İlişkileri (Alıcı Ülke Şartları).....	106
<b>Tablo 4.9:</b> Alıcı Ülke İlişkileri (Alıcı Ülke Sosyal Yerleşiklik).....	112
<b>Tablo 4.10:</b> Üçüncü Ülke İlişkileri.....	121

## ŞEKİL LİSTESİ

<b>Şekil 2.1:</b> Etnik İş Geliştirmenin Etkileşim Modeli.....	43
<b>Şekil 2.2:</b> Etnik Girişim Sahipliği Modeli.....	44
<b>Şekil 4.1:</b> Ulusaşırı Girişimcilik Modelinde Bireysel Faktörler.....	83
<b>Şekil 4.2:</b> Ulusaşırı Girişimcilik Modelinde Dışsal Faktörler.....	84
<b>Şekil 4.3:</b> Ulusaşırı Girişimcilik Modelinde Köken Ülke İlişkileri.....	84
<b>Şekil 4.4:</b> Ulusaşırı Girişimcilik Modelinde Alıcı Ülke İlişkileri.....	85
<b>Şekil 4.5:</b> Ulusaşırı Girişimcilik Modelinde Üçüncü Ülke İlişkileri.....	85

<b>Tezin Başlığı:</b> Ulusaşırı Girişimcilerin Yurtiçi ve Yurtdışı Faaliyetleri Üzerine Bir Araştırma	
<b>Tezin Yazarı:</b> Talha FIRAT	<b>Danışman:</b> Doç. Dr. Umut Sanem ÇİTÇİ
<b>Kabul Tarihi:</b> 11/01/2019	<b>Sayfa Sayısı:</b> ix (ön kısım) + 146 (tez) + 4 (ek)
<b>Anabilim Dalı:</b> Uluslararası Ticaret	<b>Bilim Dalı:</b> Uluslararası Ticaret
<p>Ulusaşırı girişimcilik, son yıllarda yaşanan göç hareketlerindeki yüksek yoğunluk, teknolojinin sağlamış olduğu iletişim ve ulaşım fırsatlarının fazlalaşması, küreselleşme sayesinde ülkelerin birbirlerine politik, ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda yaklaşması ve insanların göç sebeplerinde yaşanan değişimler gibi sebeplerle ortaya çıkan ve hızlı bir şekilde gelişen bir olgudur.</p> <p>Bu çalışmanın ana amacı, alıcı ve köken ülkedeki politik, ekonomik, sosyal ve kültürel yapıların, bu yapılara yerleşikliğinin, sahip olunan sosyal ve iş ağlarının ve bireysel özelliklerin göçmenleri girişimcilikten başlayarak ulusaşırı girişimciliğe götüren süreçte hangi ölçüde, nasıl etkilediğini araştırmaktır. Türkiye'deki göçmen girişimcilerin köken ülke ile ekonomik irtibat kurma ya da kuramama nedenleri, göçmen girişimcilerin bireysel nitelikleri, alıcı ve köken ülkedeki iş ve sosyal ağları, politik, ekonomik, sosyal ve kültürel kurumlara yerleşiklik düzeyleri gibi ulusaşırı girişimcilik için gerekli faktörlerin Türkiye bağlamında göçmen girişimcilerde bulunup bulunmadığını varsa hangi düzeyde bulunduğunu incelemek bu çalışmanın temel amaçlarından biridir.</p> <p>Çalışmanın diğer bir amacı, literatürden ve elde edilen bulgulardan yola çıkarak Türkiye'deki ulusaşırı girişimciliği tanımlayan genel bir kavramsal çerçeve çizmektir.</p> <p>Araştırmanın önemli amaçlarından birisi de önceki araştırmalarda değinilmeyen ulusaşırı girişimcilerin üçüncü ülkelerle olan ekonomik faaliyetlerinin nedeni ve kapsamını tespit etmektir.</p> <p>Bunun yanında birinci ve ikinci nesil göçmen girişimcilerin alıcı ve köken ülkenin kurumsal çevrelerine yerleşiklikleri ve bu çevrelere yönelik algılarının ulusaşırı girişimciliklerini etkileyip etkilemediğini araştırmak bu çalışmanın amaçlarından birisidir.</p> <p>Çalışmanın bir başka amacı ise Balkanlar ve Ortadoğu gibi farklı bölgelerden gelen göçmen girişimcilerin ulusaşırı faaliyetlere katılım düzeylerini belirlemek ve bu düzeyi etkileyen faktörleri incelemektir. Ayrıca farklı coğrafyalardan gelen göçmenlerdeki etnik bilinç, dayanışma ve yardımlaşma duygusu gibi durumların seviyesini tespit etmek bu araştırmanın amaçlarından birisidir.</p> <p>Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı bu çalışmada örneklemden elde edilen kişilerle yüz yüze ya da online imkanlar ile görüşmeler yapılarak maksimum seviyede bilgi sağlamak amaçlanmıştır, elde edilen verilerin literatürle uyum içinde olup olmadığı, olmasının ya da olmamasının sebepleri tartışılmıştır.</p> <p>Varılan sonuçlar ise genel olarak şöyledir: Araştırmaya konu edilen göçmen girişimcilerin ulusaşırı faaliyet seviyeleri, bireylerin girişimcilik özellikleri, alıcı ve köken ülkenin kurumsal yapısına uyum ve yerleşiklik düzeylerine bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Bunun yanında faaliyet gösterilen alıcı ve köken ülkelerin kurumsal yapıları dışsal faktör olarak ulusaşırı girişimciliği ekonomik ve sosyal irtibat kurma açısından etkilemektedir. Ayrıca üçüncü ülkelerle, köken ülkeye oranla kurumsal yerleşiklik olmaksızın daha fazla ilişki kurulabildiği görülmüştür.</p>	
<b>Anahtar Kelimeler:</b> Ulusaşırı Girişimcilik, Göçmen Girişimcilik, Sosyal Yerleşiklik, Kurumsal Yerleşiklik	

<b>Title of the Thesis:</b> A Research on the Domestic and Abroad Activities of Transnational Entrepreneurs	
<b>Author:</b> Talha FIRAT	<b>Supervisor:</b> Assoc. Prof. Dr. Umut Sanem ÇİTÇİ
<b>Date:</b> 11/01/2019	<b>Nu. of pages:</b> ix (pre text) + 146 (main body) + 4 (appendix)
<b>Department:</b> International Trade	<b>Subfield:</b> International Trade
<p>Transnational entrepreneurship is a rapidly emerging phenomenon that occurs due to the high density of migration movements in recent years, the increased opportunities in the fields of communication and transportation that technology has provided and the convergence of countries in political, economic, social and cultural sense through globalization.</p> <p>The main aim of this study is to investigate to which extent political, economic, social and cultural structures in the country of recipient and origin, the embeddedness in these structures, social and business networks and individual characteristics that are possessed, affect the process starting from immigrant entrepreneurship and continuing to transnational entrepreneurship.</p> <p>One of the main objectives of this study was to investigate the reasons why immigrant entrepreneurs in Turkey success or fail to establish economic contacts with countries of origin and whether or not immigrant entrepreneurs have necessary factors for transnational entrepreneurship in context of Turkey like individual characteristics of migrant entrepreneurs, business and social networks in the country of recipient and origin, levels of embeddedness in political, economic, social and cultural institutions and if they have, to examine to what extent they have these qualifications.</p> <p>Another objective of the study is to draw a general conceptual framework that defines the transnational entrepreneurship in Turkey. based on the literature and the findings obtained from this study.</p> <p>One of the important objectives of the research is to determine the reasons and scopes of the economic activities of transnational entrepreneurs with third countries that have not been mentioned in previous researches.</p> <p>It is also one of the aims of this work to investigate the first and second generation immigrant entrepreneurs' embeddedness in the institutional environment of the recipient and the origin country and whether or not their perceptions about these institutional environment affect transnational entrepreneurship.</p> <p>Another aim of the study is to identify the levels of participation of migrant entrepreneurs in transnational activities from different regions such as the Balkans and the Middle East and to examine the factors affecting this level. It is also one of the aims for this research to determine the level of concepts such as ethnic consciousness, solidarity and emotion of cooperation in immigrants from different geographies. In this study using qualitative research method, it is aimed to provide information at the maximum level by face to face interviews or online and reasons whether or not the obtained data are in accordance with the literature have been discussed.</p> <p>The overall conclusions are as follows, the level of transnational activity of the migrant entrepreneurs who subject to study shows variations depending on entrepreneurial characteristics of individuals, the organizational structure, embeddedness and compliance levels of origin and the recipient countries. Besides, the institutional structures of the recipient and origin countries where operated and the transnational entrepreneurship as an external factor are influenced in terms of economic and social contact. Moreover, it can be seen that in the third countries, more relations can be established than the origin countries without institutional embeddedness.</p>	
<b>Keywords:</b> Transnational Entrepreneurship, Immigrant Entrepreneurship, Social Embeddedness, Institutional Embeddedness	

## GİRİŞ

Göç ve göçmenlik insanlık tarihi kadar eski bir kavramdır. Tarih boyunca insanlar bireysel ya da topluluk halinde zorlayıcı veya teşvik edici sebepler yüzünden göç etmişlerdir. Göç hareketliliği geçmişte olduğu gibi çağımızda da yoğun bir şekilde devam etmektedir. Fakat geçmişten farklı olarak çağımızın yaşadığı değişimlerle bağlantılı bir biçimde göç olgusu da farklı bir boyuta geçmektedir. Artık göçmenler girişimcilik faaliyetlerini sadece göç ettikleri ülke ile sınır tutmamaktadır. Küreselleşen dünyada teknolojik açıdan gelişmiş iletişim ve ulaşım imkanlarının herkes tarafından ucuz bir şekilde kullanılabilmesi sayesinde girişimciler günümüz global ekonomik şartlarında giderek zorlaşan rekabet koşulları ile rekabet edebilmek ve varlığını sürdürebilmek için farklı ülkelerden yeni kaynaklara, işgücüne, müşterilere ve tedarikçilere, bilgi ve teknolojiye ulaşma ihtiyacı duymaktadır. Bu noktada göçmen girişimcilerin öncelikle politik, ekonomik, sosyal ve kültürel şartlarını çok iyi bildikleri, kurumsal yapılarına büyük ölçüde yerleşik oldukları köken ülkelerine yönelme eğilimi göstermeleri veya bu olasılığın ortaya çıkması araştırmacıların ilgisini bu konuya çekmektedir. Birden fazla ülkedeki kurumsal yapılara yerleşiklik sayesinde eş zamanlı olarak kaynaklara, müşterilere, bilgi ve teknolojiye ulaşabilme imkânına sahip bu girişimcilik türü, uluslararası girişimcilik olarak adlandırılmakta ve gerçek hayatta bunun en belirgin yansımaları bazı farklı ülkelere (bu genelde alıcı ve köken ülke olmaktadır) adapte olan göçmen girişimcilerde görülmektedir. Göçmenlerin zorlayıcı ya da teşvik edici faktörlerden hangisi ile göç ettiklerinin yanında alıcı ve köken ülkenin kurumsal yapısı gibi etkenler de uluslararası girişimciliği doğrudan etkilemektedir. Bu çalışmanın konusu Türkiye bağlamında göçmen girişimcilerin uluslararası girişimcilik uygulamalarının veya eğilimlerinin geniş girişimcilik literatürü ile değerlendirilerek keşfedilmesi üzerine olacaktır.

### **Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmanın ana amacı Türkiye’de uluslararası girişimcilik örneklerini keşfetmek, göçmen girişimcileri uluslararası girişimci olmaya sevk eden faktörleri incelemek ve uluslararası girişimci olmak için gerekli koşulları yerine getirip getirmediğini araştırmaktır. Bu çalışmanın alt amaçlarından biri literatürden ve araştırma

bulgularından elde edilen çıkarımlarla ulusaşırı girişimciliğin kavramsal çerçevesini belirleyerek bu konu ile ilgili Türkçe literatüre katkı yapmaktadır.

Araştırmanın bir diğer alt amacı Türkiye'deki ulusaşırı girişimcilerin üçüncü ülkelerle olan ekonomik faaliyetlerinin kapsamını ve sebeplerini tespit ederek ulusaşırı girişimcilik ile ilgili yeni bir boyutu literatüre kazandırmaktır.

Çalışmada Balkanlar ve Ortadoğu gibi iki farklı bölgeden örnekleme seçilen göçmen girişimciler incelenerek aralarında ulusaşırı girişimciliğe yönelmelerine etki eden faktörlerde farklılık bulunup bulunmadığını araştırılmıştır. Bu girişimcilerin alıcı ve köken ülkesindeki kurumsal yapılarla ilişkilerini ve bu yapılara yerleşiklik düzeylerini, köken ülke ile ekonomik ve sosyal bağlarının incelenmesi üzerinde durulmuştur. Alıcı ülkedeki göçmenlerde etnik bilincin, dayanışma ve yardımlaşma duygusunun etnik yapılara göre farklılık gösterip göstermediği, alıcı ve köken ülkeye yönelik algıda farklı bakış açılarına sahip olup olunmadığının tespiti bu araştırmanın alt amaçlarından biridir.

Bununla birlikte çalışmada, birinci ve ikinci nesil göçmenlerin ulusaşırı faaliyetlere katılım seviyelerinin ve ulusaşırı girişimcilik eğilimlerinin irdelenmesi de amaçlanmaktadır. Bunun yanında nesil farklılığının girişimcilerin alıcı ve köken ülkenin kurumsal çevrelerine yerleşikliklerini, bu çevrelere yönelik algılarını ve ulusaşırı girişimciliklerini etkileyip etkilemediğini araştırmak bu çalışmanın alt amaçlarından biridir.

### **Araştırmanın Önemi**

Bu araştırma ile birlikte literatürde farklı boyutları farklı kaynaklarda parça parça bulunan ulusaşırı girişimcilik kavramını gerek bireysel, gerek sosyal, gerek kurumsal açılardan tüm yönleriyle göz önüne serilmiştir. Ayrıca bu çalışma bu haliyle Türkçe literatürdeki önemli bir eksikliği gidermektedir.

Uluslararası girişimcilik literatüründe daha önce üzerinde durulmayan alıcı ve köken ülke dışında üçüncü ülkelerle kurulan ekonomik bağlantıların kapsamı ve nedenleri açıklanmaya çalışılmıştır. Bu yönüyle bu çalışma uluslararası girişimcilik literatürüne yeni bir boyut kazandırmıştır.

## **Araştırmanın Metodolojisi**

Bu çalışmada kartopu yöntemi kullanılarak örneklem oluşturulmuştur. Araştırma için gerekli verilerin toplanmasında mülakat tekniği kullanılmıştır. Mülakatlar yüz yüze ve online imkanlarla yapılmıştır. Mülakat soruları yarı yapılandırılmış sorulardan oluşmaktadır.

## **Araştırmanın İçeriği**

Bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde girişimcilik konusu temel kavramlarıyla ele alınmıştır. Girişimcilik olgusunun tarihsel gelişimi, girişimciliği etkileyen faktörlerden ve girişimciliğin öneminden bahsedilmiştir.

İkinci bölüm, uluslararası girişimcilik için temel oluşturması açısından önemli görülen göçmen girişimcilik hakkındadır. Bu bölümde göçmen girişimcilik olgusunun kavramsal altyapısı, bu konu hakkında geliştirilen teoriler ve yaklaşımlar ve göçmen girişimcilik türleri hakkında bilgi verilmektedir.

Üçüncü bölümde, göçmen girişimciliğin bir başka boyutu ve bu çalışmanın ana konusunu oluşturan uluslararası girişimcilik kavramı, teorik çatısı, ne olup ne olmadığı ile ilgili tanımları, hangi süreçlerden geçtiği ve önemi ayrıntılı şekilde ele alınmaktadır.

Dördüncü bölümde ise uluslararası girişimcilik kavramının Türkiye bağlamında karşılığının olup olmadığı varsa araştırılan kişilerin uluslararası girişimciliğe katılım düzeyleri ve sahip oldukları kurumsal, sosyal ve bireysel yeterliliklerinin neler olduğu, literatürle benzeşen ya da farklılaşan kısımları, araştırmanın amacı, metodolojisi, bulguları ve varılan sonuçları ile birlikte açıklanmaktadır.



# **BÖLÜM 1: GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMLARI**

## **Giriş**

Girişimcilik, tarih boyunca birçok araştırmacı tarafından açıklanmaya çalışılmış bir kavramdır. Girişimciliğin tanımında 18. yüzyılın erken dönem ekonomik düşünürlerinden, 20. yüzyılın ortalarına kadar ekonominin bir fonksiyonu olarak gören araştırmacılardan ve 1980'den itibaren konunun ekonomik çerçevesi yanında sosyolojik, psikolojik, davranışsal bakış açısıyla ele alan çalışmalara kadar birçok dönemden ve teoriden izler görmek mümkündür (Pittaway ve Freeman, 2011: 1-2).

Girişimcilik için tek bir tanımdan söz etmek mümkün değildir. Girişimcilik konusu araştırmacılar tarafından birçok farklı bakış açısı ile ele alınmıştır. Girişimciliğe sadece ekonomik açıdan bakan düşünürler olduğu gibi sosyolojik, psikolojik, idari açılardan tek tek ele alan araştırmacılar olmuştur. Fakat gözden kaçırılmaması gereken konu girişimciliğin bunların hepsini ele alan çok boyutlu bir kavram olduğudur (Bula, 2012: 81).

Bu bölümde geniş bir alanda kullanılan bir kavram olarak önümüze çıkan girişimciliğin genel hatlarıyla tanımı, Türkiye ve Dünya'daki gelişimi, girişimciliği etkileyen makro ve mikro faktörleri, girişimciliğin bireysel, toplumsal, ekonomik ve sosyal katkıları ve faydaları ele alınacaktır.

### **1.1.Girişimciliğe Genel Bir Bakış**

Girişimcilik, tarihi süreçlerden geçerek geçmişten günümüze en çok tartışılan ve kavramsallaştırılmaya çalışılan konulardan bir tanesi olmuştur. İnsan sosyal bir varlık olarak ihtiyaçlarının karşılanması için başka insanların yardımına ihtiyaç duymaktadır. Gıda için çiftçiden başlayarak o ürünü işleyene, onu kendisine ulaştırana kadar birçok kimseye ihtiyaç duyar. Bir elbiseyi almak için o kumaşı üreten imalatçıya, onu dikecek terziye, onu kendisine ulaştırıp satacak bir dükkân sahibine ihtiyaç duyar. Bunun gibi birçok zaruri veya zaruri olmayan ürünü alma konusunda insan başkalarının yardımına ihtiyaç duymaktadır. Böyle bir ortamda bu ürünleri üretecek, ulaştıracak, pazarlayacak kişi ve gruplar ortaya çıkacaktır. İnsanlığın tarihsel sürecinde insanların bir araya gelerek topluluklar oluşturması ve şehirleşmenin artması, insanların birbirlerini

tanımlarını, tanıdıkça da güvenin oluşmasını ve birbirlerinin talep ve ihtiyaçlarını öğrenmelerini sağlamıştır. Bu da ticari ve ekonomik seviyenin gelişmesine sebep olmuştur. İnsanların bir araya gelip takas veya para yoluyla ihtiyaçlarını karşılama yoluna gitmesi, bu ihtiyaçları üretecek, ulaştırıp satacak, tedarikini temin edecek “girişimci” sıfatını taşıyan insanların ortaya çıkmasına sebebiyet vermiştir. Ticaret ve ekonominin olduğu her yerde girişimci kişilerin ortaya çıkması gerekli bir durumdur.

Girişimcilik tarihsel olarak iki ana döneme ayrılmaktadır. Buradaki dönüm noktası sanayi devrimi olup, bundan önceki dönem “ticari dönem girişimciliği”, sanayi devrimi sonrası ise “sanayi dönemindeki girişimcilik” olarak ifade edilmiştir. Girişimci kavramı sanayi dönemi öncesi tüccar kavramının karşılığı olarak görülmektedir. Ticaret ve tüccar kavramları arasındaki ilişkinin geçmişi insanlığın ilk zamanlarına kadar gitmektedir (Çakmak, 2003: 61).

Ortaçağ Avrupa’sında hane halkı tarafından biriktirilen ve arttırılmaya çalışılan iktisadi varlıklar piyasaya açılarak değerlendirme yoluna gidilmiştir. Sahip olunan mülklerin piyasa şartlarına göre değerlendirilmesi ile birlikte özel mülkiyet kavramı gelişmeye başlamıştır. Ticaretle birlikte sermaye birikiminin oluşmasıyla çeşitli iş alanlarında girişimcilik faaliyetleri artmaya başlamıştır. Yine bu dönemde tüccarlar dünyanın farklı yerlerine daha kısa sürede ve daha az maliyetle ticaret yapabilmek için gemicilik faaliyetlerinin gelişmesine katkıda bulunmuşlardır. Gemicilik faaliyetlerindeki ilerlemeler yeni coğrafyaların keşfedilmesini ve ticaret hacminin artmasını sağlamıştır. Ticari faaliyetlerin Avrupa’da gelişmesi ile birlikte 17. yüzyıldan itibaren tarım faaliyetlerinin gelişmesi ile ortaya çıkan fazla ürünleri pazarlayacak yeni pazarların bulunması yoluna gidilmiştir. Ortaçağ’da tüccarların sermayeyi ellerinde tutmaya başlamaları siyasi ve hukuki anlamda ülkelerinde söz sahibi olmalarını sağlamıştır. Bunun sonucunda toprak sahibi soylu sınıfın ve ruhban kesiminin sahip olduğu siyasi ve ekonomik imtiyazlar azalmaya başlamıştır (Çakmak, 2003: 65-70).

Sanayi devrimi ile üretimde makineleşmeye geçilmesi ile birlikte tarım ve sanayide daha kısa sürede, daha az maliyetli ve daha çok ürünün elde edilmeye başlanmış ve bu ürünleri iç ve dış pazarlarda daha fazla insana ulaştırılmasıyla girişimciliğin önemi artmıştır. 18. yüzyılda İngiltere sanayi devriminin meyvelerini toplamaya başlamıştır.

İngiltere’de makineleşme sayesinde 1750’den 1850’e kadar sanayi üretimi 17 kat artmıştır (Çakmak, 2003: 73-75).

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren şirket sahipliği ile yönetimin ayrışması girişimciliğin ekonomik hayatta daha büyük bir önemle ele alınmasına sebep olmuştur. 1930’lu yıllarda yaşanan büyük ekonomik buhran ve ardından gelen II. Dünya Savaşı ekonomik hayatı ve girişimciliği önemli ölçüde etkilemiştir. 1929 Buhranı dünyada 50 milyon insanın işsiz kalmasına, dünyadaki toplam üretimin %42 oranında düşmesine ve dünya ticaretinin % 65 oranında azalmasına sebep olmuştur. Bu dönemde şirketlerin büyümesi yavaşlamış, insanların sosyal güvencesini ön plana çıkaran, sosyal politikalar uygulanmaya başlanmıştır. Özellikle savaş sonrası yıllarda, kaynakların kullanımında kamu ekonomisi başı çekmeye başlamıştır. Bütün bu geçen dönemlerden girişimcilik doğrudan etkilenmiştir. Kamu ekonomisinin genel ekonomide payının artması ve buna bağlı olarak artan kamu harcamaları, devlet ve şirket yapılarında merkeziyetçiliği arttırmıştır (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011: 60-61).

1960’lı yıllara kadar devam eden devletin sosyal politika uygulamaları, merkeziyetçiliği, ölçek ekonomisini ve dev şirketlerin varlığını ön plana çıkarmıştır. Ancak 1970’li yıllarda yaşanan petrol krizleri sonrası yaşanan bunalımlar, şirketlerin adem-i merkezi yönetim anlayışını benimsemesine ve Keynesyen yaklaşımların sorunları çözmekte yetersiz kaldığı görüşünün yaygınlaşmasına sebep olmuştur. Kamunun ekonomideki büyük varlığı ve merkezî dev şirketler yaşanan gelişmelerle bir değişim sürecine girmeye başlamıştır. Bilişim teknolojisi ve enformatik alanda yaşanan devrim bu sahada yeniden yapılanmayı olanaklı kılmıştır. Dünya ekonomisinde yaşanan bu gelişmeler, hem toplumsal yapıyı, hem işletme yapısını değiştirmiştir. Şirketlerde katılımcı yönetim anlayışı ve organizasyon yapısında bazı değişikliklerin oluşmasına yol açmıştır (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011: 61).

Girişimcilik kavramı dünyada 1980’lerden sonra daha da önem kazanmaya başlamıştır. Elbette bunda dünyada 80’li yıllardan itibaren başlayan devletlerin ekonomik ve sosyal alanlardan çekilmeye başlamasının etkisi büyüktür. Thatcher’ın Birleşik Krallığında, Reagan başkanlığındaki Birleşik Devletlerdeki serbest piyasa ve özelleştirme yanlısı idarecilerin ekonomi politikaları, devletlerin piyasayı devlet dışı aktörlere bırakmasıyla bireysel girişimciliğin önü açılmıştır (Swedberg, 2000: 8). Devletlerin ekonomik

alandaki ağırlığının azalmaya başlaması, özel şirket ve bireylerin piyasadaki etkinliğinin ve dolayısıyla ekonomik refahın artmasına sebep olmuştur (World Economic Forum, 2011: 22). Girişimciliğin önem kazanması ile birlikte değişim, değer üretme, rekabetçilik, risk alma gibi kavramların önemi daha da artmıştır (Swedberg, 2000: 8).

### **1.1.1. Türkiye’de Girişimciliğe Genel Bir Bakış**

Türkiye’de girişimcilik meselesini anlayabilmek için Osmanlı döneminin, hatta daha evvelki devirlerin toplumsal ve iktisadi şartlarına bakmak gerekir. Göçebe bir yaşam tarzından gelen Türk toplumunda hayvancılık, sonrasında da tarıma geçişle birlikte ziraat önem kazanmıştır. Anadolu’nun yurt edinilmesi ile birlikte Orta Asya’dan gelen Türk aşiretler bu toprakların Türkleşmesine ve İslamlaşmasına katkı sağlamışlardır. Anadolu’nun yurt edinilmesi ile birlikte ekonomik anlamda gelişim gösterebilmek için zanaat ve esnafılık alanlarında Anadolu çapında ahilik teşkilatları kurulmuştur. Bu teşkilatlar ürün kalitesi, üretim, fiyat gibi konularda kontrol sağlama, belli bir standarda ulaşma ve mesleki yardımlaşma ve dayanışma gibi gayeleri vardır. Fakat zanaat ve küçük esnafılıklar konusunda ilerleme sağlanmasına rağmen ticari anlamda büyük gelişmeler sağlanamamıştır. Ahilik teşkilatı dışında üretim yapmaya çalışan üreticilerin engellenmesi sebebiyle bu teşkilatın bir çeşit tekel durumuna gelmesi, Osmanlıda girişimciliğin gelişmesi yönünde önemli bir engel olmuştur (Dumrul ve Dumrul, 2014: 153-154).

Anadolu’nun üç tarafının denizlerle çevrili olmasına rağmen Türklerin gemiciliğe ve deniz ticaretine yabancı olmaları, Batıdan Haçlılar ve Bizans’ın Doğudan Moğolların baskı ve hücumları aşiretler ve beylikler arası çekişmeler, güvenliği sağlayacak bir devlet otoritesinin olmaması ticaretin gelişmesi için gerekli olan huzur ve emniyet ortamının sağlanamamasına sebep olmuştur (Akyol, 2011: 67).

Ticaret yollarının tehlikeli olması, Anadolu’daki nehirlerde gemi taşımacılığının yapılamaması ticaretin istenilen seviyede gelişmesine engel olmuştur. Bunun yanında sürekli güvensizlik ve savaş tehditleri, erkeklerin silah altında bulundurulmasına ve devlet hizmetinde kullanılmasına yol açmıştır. Türklerin Orta Asya hayatlarındaki şartlar gereği hayvancılıkta ilerleme sağlanmıştır. Bu şartlar Osmanlı döneminde de

devam etmiştir. Çiftçilik, askerlik ve memuriyetin öncelikli meşguliyet alanları olması Türkler arasında ticareti arka plana itmiştir (Küçük, 2005: 33).

Selçuklu ve Osmanlı devirlerinde esnaf ve zanaatkârlığın ekonomide önemli bir yer tuttuğu, çeşitli zanaat kollarının kendi içlerinde ve aralarında işbirliğine giderek üretim, kalite, fiyat gibi konularda bir iç denetim ve standarda gidildiğini görmekteyiz. Fakat Osmanlı ve Selçuklu devrindeki esnaf, ahi teşkilatlarının sermaye biriktirme gibi bir amacı ve fonksiyonu olmadığı için sermaye yoluyla yapılacak yatırımlar bu devirlerde gerçekleşmemiştir. Osmanlı döneminde ticaret daha çok azınlıkların kontrolü altındaydı. Memuriyet ve askerlik gibi bürokratik devlet hizmetlerinden uzak tutulan azınlıklar haliyle kendilerini ticaret alanında geliştirme imkânı bulmuşlardır. Azınlıkların daha çok şehirlerde yaşamaları, onların sürekli bir iletişim ve dayanışma içinde olmalarını sağlamıştır. Yani kendi aralarında azınlıklar sıkı bir ağ kurmuşlardır. Sosyal ağ diyebileceğimiz bu yapıya genelde dışarıdan pek kimse alınmadığı için ticaret işi azınlıkların tekelinde kalmıştır. Bu da zaten ticarete yabancı olan, askerlik, memuriyet, ilim ve ziraat işleri ile ilgilenen Türklerin ticarete daha da soğuk bakmalarına sebep olmuştur. Elbette ticarete sıkça yaşanan hile, usulsüzlük, hırsızlık gibi olumsuz şeyler Türklerin ticarete karşı küçümseyici bir tavır almasına sebep olmuştur (Müftüoğlu, Akbulut ve Özsoy, 1996: 25).

Cumhuriyet dönemine gelindiğinde 1923 yılının şubat ayında İzmir 1. İktisat kongresinde hür teşebbüsü teşvik edici ve serbest piyasa yanlısı kararlar çıkmasına rağmen takip eden yıllarda ekonomide devletçilik ağırlık kazanmış, ekonominin tüm alanlarında liberal bir sistem yerine devletin kontrol ve müdahalesinin fazlasıyla hissedildiği bir döneme girilmiştir. Sermayenin gayrimüslimlerin elinden alınıp Türkleştirilmesi stratejisi izlenmiş, azınlıklar üzerindeki siyasi ve ekonomik baskı artmıştır (Bali, 1998: 3-4).

50'li ve 60'lı yıllarda sanayi ve ticarete özel sektörün katkıları artmakla birlikte devlet, girişimci rolünü üzerine alarak farklı sektörlerde fabrika ve tesisler açarak ekonomik gelişim ve bireysel girişimcilik için gerekli olan altyapının hazırlanmasına önayak olmuştur. Mesela; bu dönemlerde kurulan çimento fabrikaları baraj ve yolların yapımına imkân sağlayarak ulaşım ve elektrik gibi üretimin iki önemli ögesinin gerçekleşmesini sağlamıştır. 1980'lere kadar devlet eliyle bir ekonomik kalkınma sağlanmaya

çalışılmıştır. 80'lerden sonra özelleştirme hamleleri ile serbest piyasaya geçiş için gerekli adımlar atılmaya başlanmıştır (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011: 67-68).

1980'li yıllardan sonra tüm dünyada piyasa ekonomisinin yayılması, uygulanan politikalar ile devletlerin küçülerek hem ekonomik hem de sosyal alanlardan çekilmeye başlaması ile hızlanmıştır. Bunlara ek olarak, öğretim kurumlarında hızla artan ve gelişen girişimcilik eğitimi, girişimcilik konusunun daha anlaşılır olmasına ve girişimci bireylerin yetişmesine büyük katkılar sağlamıştır (Bozkurt, 2011: 22).

1996 yılında Türkiye'nin gümrük birliğine girişi, başta KOBİ'ler olmak üzere Türkiyeli girişimcilerin rekabet gücünü arttırmıştır. 2000'li yıllar ise Türkiye için girişimcilik faaliyetlerinin daha da arttığı yıllar olmuştur. Dünya Girişimcilik Platformu (GEM) (2010: 52) verilerine göre 2008-2009 küresel krizleri dünyanın birçok ülkesinde girişimcilik oranlarını düşürse bile Türkiye'de tam tersine kriz sonrası dönemde girişimcilik faaliyetlerinin kriz öncesi döneme göre daha da arttığı tespit edilmiştir. Erken dönem girişimcilik<sup>1</sup> faaliyetleri küresel kriz öncesi döneme göre kriz sonrasında daha da artmıştır.

2000'li yıllarda girişimci yapısı da değişmeye başlamıştır. Girişim faaliyetine başlayan kişiler daha eğitilmiş, daha yüksek gelirli ve yaşça daha olgun insanlardan oluşmaya başlamıştır. İnsanların daha yüksek yaşlardan itibaren girişimciliğe başlamasının sebepleri arasında insanların eğitimlerini tamamladıktan sonra iş hayatına atılmayı tercih etmeleri bulunmaktadır (GEM, 2010: 53).

**Tablo 1.1**  
**Cinsiyete Göre İşveren Olarak Çalışanların Dağılımı**

<b>Yıllar</b>	<b>Toplam</b>	<b>Erkek</b>	<b>Kadın</b>
<b>2010</b>	100,0	93,1	6,9
<b>2011</b>	100,0	93,0	7,0
<b>2012</b>	100,0	92,5	7,5
<b>2013</b>	100,0	92,0	8,0
<b>2014</b>	100,0	92,0	8,0

<sup>1</sup> 18-64 yaş arasında olup üç yıl içinde girişimcilik faaliyetinde bulunmayı hedefleyen, girişimcilik potansiyeli bulunan, girişimcilik için gerekli olan bilgi ve beceriye sahip olan, aktif şekilde iş kurmaya çalışan ya da kurduğu girişimin yaşı 3-42 ay arasında olan ve kurduğu bu girişimi stabilize etmeye çalışan girişimcilerdir (GEM, 2010).

Yıllar	Toplam	Erkek	Kadın
2015	100,0	91,9	8,1
2016	100,0	91,0	9

**Kaynak:** TÜİK, Haber Bülteni, 2017

Bu olumlu gelişmelere rağmen kadın ve erkek girişimcilik arasında hala büyük bir uçurum vardır. Bu ise kadın girişimciliği destekleme ve onların iş hayatına katılımını cesaretlendirme konusunda Türkiye’deki kurumsal çevrenin büyük eksikliklerinin olduğunu göstermektedir (GEM, 2010: 53). Yukarıdaki tabloda Türkiye’deki kadın ve erkeklere göre girişimciliğin dağılımı gösterilmektedir.

**Tablo 1.2**  
**Türkiye’de Erkek ve Kadın Girişimci Sayılarının Yıllara Göre Dağılımı**

	Toplam	Erkek	Kadın
2009	1.209,000	1.132,000	77.000
2010	1.202,000	1.120,000	83.000
2011	1.244,000	1.157,000	87.000
2012	1.238,000	1.145,000	93.000
2013	1.182,000	1.088,000	94.000
2014	1.223,000	1.114,000	109.000

**Kaynak:** Dünya Gazetesi, 2014

Yukarıdaki tabloda Türkiye’deki erkek ve kadın girişimci sayılarının yıllara göre dağılımı verilmiştir. Aşağıdaki tabloda ise kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri iş sahalarına göre dağılımı verilmiştir.

**Tablo 1.3**  
**İşveren Kadın Girişimcilerin Faaliyet Gösterdikleri Sektörlere Göre Dağılımı**

Sektörler	Yüzdelerik Dağılım
Hizmet	78.7
Sanayi	12.8
Tarım	8.5

**Kaynak:** Keskin, 2014: 79

## 1.2. Girişimcilik ve Girişimci Kavramı

Girişimci çok kısa biçimde, “risk alarak yenilik yapan kişidir” diye tanımlanabilir. Diğer bir deyişle, girişimci fırsatları gözleyen ve onları bulduğunda her tür riski alarak gerçekleştirmeye çalışandır (TÜSİAD, 2002: 17). Girişimcilik ise fırsatları keşfetme ve değerlendirme süreci olarak tanımlanabilir (Ardichvili, Cardozo ve Ray, 2003: 106). Risk almayı seven, yenilikçi, ileri görüşlü, kendine güvenen, liderlik özelliği olan, konuşma ve ikna kabiliyeti olan, çevresi hakkında gözlem gücü ve bilgi sahibi olan kişiler girişimci olarak tanımlanmaktadır (Cuervo, Ribeiro ve Roig, 2007: 2-3). Bu açıdan bakıldığında bir kişinin girişimci olması için, kişinin para, insan kaynağı, bilgi, tecrübe gibi kaynakların yanı sıra yenilikçilik, hırs, özgüven, liderlik gibi psikolojik ve karakteristik özelliklere de sahip olması gerektiği vurgulanmaktadır.

Kişinin sadece teşebbüste bulunup, adım atması girişimci olması için yeterli bir özellik değerildir. Riski göze almak (Bridge, O'Neill ve Martin, 2009: 435) ve tedarikten üretime, ulaştırmadan pazarlamaya kadar geniş bir süreçte uygulanması gereken yenilikçilik vasfı da girişimcilik tanımında bulunması gereken faktörlerdir (Schumpeter, 1934; akt. Kibassa, 2012: 159).

Girişim ve girişimcilik kavramları aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere net bir tanımdan ziyade olabildiğince çeşitli tanımlar söz konusudur. Literatürde farklı yazarlar tarafından geliştirilen bazı girişimcilik tanımlarına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

**Tablo 1.4**  
**Farklı Akademik Çalışmalardaki Girişimcilik Tanımları**

Yazarlar	Girişimcilik Tanımı
Bygrave ve Hofer (1991: 14)	“Girişimcilik, fırsatları değerlendirmek amacıyla yeni organizasyon oluşturma sürecidir. Ortaya çıkan fırsatları takip etmek ve bu fırsatları yakalamak için organizasyon oluşturma gibi faaliyetlerin tamamıdır.”
Tutar ve Küçük (2003: 162)	“Girişimcilik kavramı; somut bir çerçevede, mal ve hizmet üretmek veya pazarlamak amacıyla üretim faktörlerinin bir araya getirildiği, üretim süreci sonucunda mal veya hizmetlerin ortaya konulduğu, ekonomik, teknik ve hukuki birer süreçtir. Girişimcilik, girişimcilerin bir işletme kurmak amacıyla ortaya koydukları çabaları ve katlandıkları zorlukların tümüdür.”
Cuervo, Ribeiro ve Roig, (2007: 2-3)	“Ekonomik anlamda iş fırsatlarını keşfetme, yakalama ve değerlendirmek, yeni bir işyeri açma veya var olan işyerini rakip işyerlerine göre daha dinamik yapmak için yenilemektir. Yenilikçilik, rekabet, yeni iş alanı açma gibi konulardaki süreçlerin bütünüdür.”
Mitchell ve diğerleri (2007: 38-39-40)	“Girişimcilik, değişimi, dönüşümü, yenilikçi yaklaşımların ortaya çıkarılmasını, faaliyetlerin planlanmasını, birey veya grupların organizasyonunu, yeni ürünler, hizmetler, yaklaşımlar, işlemler,



Yazarlar	Girişimcilik Tanımı
	teknolojiler vb. yollar ile toplum ve pazara katkıda bulunan değerler oluşturmayı içeren bir süreçtir.”
Terjesen ve Elam (2009: 1105)	“Ekonomik anlamda girişimcilik, emek, sermaye ve hammadde gibi üretim faktörlerini bir araya getirip bunları idare, koordinasyon ve kontrolünü sağlayarak ihtiyacı karşılayacak mal ve hizmet üreterek kar elde etme amacı güden bir işletme kurma veya kurma teşebbüsüdür.”
Frederick ve Kuratko (2010: 6)	“Günümüz modern işletmecilik anlayışına göre hareket eden işletme yöneticileri girişimcilik kavramını, yenilik, esneklik, dinamiklik, risk alma, yaratıcılık ve gelişim odaklı olma gibi kavramlarla açıklamaktadır.”
Bozkurt (2011: 5)	“Risk alma, yenilikleri yakalama, fırsatları değerlendirme ve bunları hayata geçirme sürecidir.”
Sanchez ve diğerleri (2011:434)	“Birey veya grupların başkaları için mal veya hizmet üretme sürecidir.”
Robbins (2012: 537)	“Girişimcilik bir fırsatı görme ve onu gerçekleştirmek için üretim faktörlerini bir araya getirip harekete geçirme sürecidir. Gerekli olan zaman ve çabayı ayırarak, finansal, sosyal ve psikolojik riskleri üstlenerek, parasal ve kişisel tatmin gibi ödülleri hedefleyerek farklı bir şey üretme sürecidir.”

Girişimcilerin ticari faaliyetlerini gerçekleştirmek için kurdukları ekonomik birimlere girişim adı verilir. Bu arada, çoğu zaman aynı anlamda kullanılsa da, girişim ile işletmenin aynı olmadığı bilinmelidir. Girişim, belirli bir yasal, finansal, örgütsel ve ekonomik özelliğe sahip olan kuruluştur. İşletme ise, daha çok fabrika veya satış mağazası gibi mal veya hizmet üreten veya pazarlayan teknik birimlerdir. Örneğin, Koç Holding bir girişim, onun bünyesinde yer alan Arçelik fabrikası ise bir işletmedir. Bu açıdan girişimciler, işletmelere göre daha geniş bir anlam taşırlar (Dolgun, 2003: 4).

Binks ve Vale (1990)'ye göre girişimcilikte risk alma söz konusudur. Çünkü harcamalar belirli, gelirler ise belirsizdir (akt. Develi, 2011: 9). Burada şu ilaveyi yapmakta fayda var ki, günümüz pazar şartlarında sadece talep ve gelir değil, harcama ve maliyetler de tam olarak sabit olamamaktadır. Bu açıdan baktığımızda girişimcilikteki riskin daha da arttığını söylemek mümkündür. Risk almak, belirsizliği üstlenme, girişimciliğin özelliklerindedir. Risk almanın yanında bilgi, girişimci için vazgeçilmez bir silahtır. Piyasadaki fırsatları görmek ve bunları değerlendirebilmek için bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır. Bilgi, girişimci için yeni iş fırsatları yakalamada çok önemli bir unsurdur.

Shapero ve Sokol (1982)'a göre girişimcilik konusunu şekillendiren maddeler şunlardır (akt. Spilling, 1996: 93):

1. Girişim başlatma: Bireysel veya grup olarak bir girişim başlatmak.
2. Kaynakları birleştirme: Bazı amaçlara ulaşmak için emek, sermaye, hammadde gibi kaynakları bir organizasyon altında birleştirmek.
3. Girişimi başlatan kişiler tarafından kurulan organizasyonun yönetimi.
4. Özerklik: Kaynaklar organizasyon içinde özgürce dağıtılır ve kullanılır.
5. Risk alma: Organizasyonu kuran girişimciler başarı ve kayıplara ortak olurlar.

Say (1971: 78)'a göre girişimci, sanayi, ticaret, tarım gibi sektörlerde kendi başına iş üstlenen, sorumluluk ve risk alan, yürüttüğü işi kendi sermayesiyle veya borç alarak sürdürmeye çalışan kişidir.

Girişimciliğin yenilik kavramı ve teknoloji ile de çok yakından ilişkisi vardır. Ürün ve üretimde yeni teknolojiler kullanan girişimciler ekonomideki değişimi ve gelişimi sağlamış olurlar (Acs, 2006: 103). Bu durumda onlar, ülkelerin refahının artışında lokomotif görevi üstlenmiş olurlar.

Gerek kamu gerekse özel sektörde, kar amaçlı veya kar amacı gütmeyen faaliyetlerin hepsinde girişimcilik kavramı tartışma alanı bulmaktadır. İş ve ticari sahanın yanında, kültürel, sosyal ve sportif alanlardaki inisiyatifler de girişimcilikle ilişkilendirilmeye başlanmıştır (Ojo, 2013: 23).

Girişimcilik, birey ve toplumun ihtiyaçlarını karşılayan, pazara yenilik sağlayan, ekonomiye olumlu katkı sağlayan, yeni ekonomik fırsatların ortaya çıkmasına yardımcı olan ekonomik faaliyetlerdir. Girişimler ekonomik dengede değişikliklere sebep olur ve yeni iş alanlarının açılmasını sağlar. Mesela cep telefonlarının iletişim endüstrisinde yerini alması bu sektörde üretim, satış, pazarlama, yedek parça, ulaştırma alanında birçok yeni girişimin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu da istihdamın artmasına, gelir seviyesinin yükselmesine yardımcı olmuştur. Alternatif üretim metotlarının ve üretim alanlarının artmasının ekonomiye olumlu katkısı olmaktadır.

Öyleyse girişimcilik, fırsatları görme, bu fırsatları değerlendirmek için üretim faktörlerini bir araya getirerek bir organizasyon kuran veya var olan organizasyonunu bu fırsatlara ulaşma doğrultusunda yeniden konumlandırma süreci olarak tanımlanabilir. Girişimcilik yerel ve uluslararası çapta, ekonomik, sosyal, kültürel alanlarda meydana gelen değişim ve gelişimlere hızlı bir şekilde cevap verebilme, bu değişim ve gelişmeler

neticesinde oluşabilecek talep, ihtiyaç ve beklentilere süratle cevap verebilme süreçlerinin bütünüdür. Girişimcilikte gelişen olaylara sadece tepki vermekle kalmayıp, olası değişimleri öngörerek buna göre bir strateji belirleme durumu da vardır. Hatta sahip olunan kaynak ve imkânlar dahilinde değişimi bizzat başlatma ve yönlendirme ile yeni talep ve ihtiyaçları oluşturmak ta girişimciliğin kapsamına girmektedir.

Girişimci kısaca yenilik peşinde koşan, fırsatları görüp değerlendiren, risk alan kişi olarak tanımlanmaktadır. Literatürde farklı yazarlar tarafından geliştirilen bazı girişimci tanımlarına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

**Tablo 1.5**  
**Farklı Akademik Çalışmalardaki Girişimci Tanımları**

Yazarlar	Girişimci Tanımı
Kirzner, (1973: 74-66)	“Girişimci, kâr fırsatlarını değerlendirme konusunda tetikte olan, fırsat tanımlayıcı, fırsatları görme ve değerlendirme açısından uyanık kişilerdir. Girişimcinin ihtiyaç duyduğu şey bilgi için nereye bakacağını bilmektir.”
Schumpeter, (1978: 132)	“Girişimci, üretim faktörlerinde, üründe, pazarlara ulaşımda, kaynak tedarikinde, organizasyon yapısında yenilikçi uygulamalarla piyasada değişime sebep olmaktadır. Yeni ürün, yeni üretim yöntemlerini piyasaya kazandıran kişidir.”
Bygrave ve Hofer, (1991: 14)	“Fırsatların farkına varan ve bu fırsatları değerlendirmek amacıyla bir organizasyon inşa eden kişidir.”
Venkataraman, (1997: 132)	“Kişisel menfaat amacıyla yapılan fakat sosyal refaha katkısı da olan kârlı fırsatları keşfedip ve değerlendiren kişilerdir.”
Wickham, (2001: 7)	“Yükledikleri riskler, yeni servet yaratmada hedefledikleri özel faaliyetler dizisi ve refah yaratmadaki özel yaklaşımlarıyla da kişisel ve toplumsal fayda sağlayan kişilerdir.”
Hisrich, (2002: 9-10)	“Girişimci, değeri olan yeni bir şeyi yaratma süreci için zaman ve çaba harcayarak maddi ve manevi özveride bulunarak finansal, fiziki ve sosyal risk yüklenen ve bunun karşılığında kişisel, parasal tatmin ve bağımsızlık elde eden kişidir.”
Ardichvili Cardozo ve Ray, (2003: 106)	“Girişimci fırsatları tanıyan ve ele geçiren, gerekli olan zaman, beceri ve çaba ile bu fırsatları işlenebilir ve pazarlanabilir fikirlere dönüştüren, değer yaratan, değer katan, rekabetçi pazarın riskini üstlenen ve yaptığı bu faaliyetlerden ödül alan birisi olarak görülmektedir.”
Özkan ve diğerleri, (2003: 147-148)	“Mal ve hizmet üretimini gerçekleştirebilmek için doğal kaynak, sermaye, emek gibi üretim faktörlerini bir araya getirerek faaliyete geçiren, diğer bir ifadeyle, işletme kuran ve bu işletmedeki faaliyetleri yürüten kişidir.”
Bridge, O'Neill ve Martin, (2009: 66)	“Girişimci, yaptığı belirli miktar yatırım karşılığında belirsiz bir fiyatla ürünlerini piyasaya sunarak risk alan ve piyasadaki fiyat dalgalanmaları sebebiyle riske katlanan kişidir.”
Sanchez, (2011: 436)	“Girişimciler, iş amaçlarını net olarak tanımlayan, fırsatları algılama ve değerlendirmede yetkinliği olan, beklenmedik zorluklarla başa çıkabilen, yeniliğe ve risk almaya eğilimli kişilerdir.”
Develi, (2011: 116)	“Üretim faktörlerini bir araya getirerek, iktisadi değere sahip bir mal ve hizmet üretimi gerçekleştiren, kâr elde etmek için riske giren ve yönetim yeteneğine sahip kişilerdir.”
Robbins, (2012: 537)	“Girişimci yeni ürün ve hizmetleri üreterek, değiştirerek, dönüştürerek, tanıtarak, piyasadaki fırsatları yakalamaya çalışan kişidir.”

Girişimci olarak tanımlanan kişi bir birey olabileceği gibi farklı özellikleri ve yetkinlikleri ile üretim, pazarlama, tedarik, finans gibi konularda yenilikçi ve orijinal düşüncelere sahip bir takım da olabilir (Bula, 2012: 87-88).

Yukarıdaki tablodan hareketle girişimci için şu değerlendirmede bulunmak mümkündür: Girişimci insan rekabetçidir ve rekabet ortamında bulunmaktan hoşlanır. Birçok rakip girişimcinin olduğu bir yerde piyasanın durgun ve monoton kalması mümkün değildir. Böyle bir ortamda üretim, pazarlama, ulaştırma, fiyatlandırma, reklam vb. konularda sürekli bir yenilik vardır. Bu yenilik ve hareketlilik kendi işlerini kurmak ve geliştirmek isteyen girişimcileri motive etmektedir. Girişimcide öğrenme isteği ve merakı diğer insanlara göre daha fazladır. Girişimciler öğrenme ve atılım yapma konusunda enerjik ve dinamiktirler. Fırsatları keşfederek kaynakların ve hedefe gidecek yolların bulunduğu bir ortamda harekete geçerler. Girişimcide kendine güven ve motivasyon duyguları yüksektir. Girişimci, toplumda ve piyasada birçok kesimle iletişim içinde olması gerektiğinden kendini ifade edebilme kabiliyetleri fazladır.

Öyleyse girişimci, fırsatları gören ve bu fırsatları değerlendirmek amacıyla üretim faktörlerini biraya getirerek kârlı ürün ve hizmetleri insanlara sunmak amacıyla faaliyet gösteren, maddi ve sosyal riskleri göze alan, ürün ve hizmette, üretim, pazarlama, tedarik gibi konularda sürekli yenilik peşinde koşan, çabalarının neticesi maddi kazanç, prestij, bağımsızlık gibi hedeflere ulaşmaya çalışan kişilerdir şeklinde tanımlanabilir.

### **1.3. Girişimciliği Etkileyen Faktörler**

Girişimciliğe etkileyen birçok faktörden bahsetmek mümkündür. Marshall (1930: 298), başarılı girişimcilikte üç faktörün önemli olduğunu ifade etmektedir. Birincisi; aile, eğitim ve doğuştan gelen yeteneklerdir. İkincisi; ticari bilgi, risk ve fırsatları öngörebilme kuvvetidir. Üçüncüsü; bir girişimcinin kendi personeline yönelik doğuştan lider kişi rolüne sahip olmasıdır (akt. Van Praag, 1999: 318). Mitchell (2007: 19), girişimciliğin oluşmasında ve gelişmesinde içsel ve dışsal faktörlerden bahsetmiştir. İçsel faktörler, bir insanı girişimci olmaya iten kişilik özelliklerinin tamamıdır. Sorumluluk alma, risk alma, liderlik, bağımsızlık duygusu, başarı arzusu, hızlı karar alma, yaratıcılık vb. gibi özelliklerdir. Dışsal faktörler ise kişinin girişimciliğini

etkileyen ailevi, sosyal, kültürel, siyasi, ekonomik faktörler, sistemler, kurumlar ve değerlerin bütünüdür.

Girişimciliği etkileyen faktörler arasında öncelikle bireyin kişilik özelliklerinin, üzerinde büyük bir etkisi bulunan etnik, sosyal, kültürel, ekonomik, yakın ve uzak çevrenin ve bireyin girişimsel eğilimlerinde büyük bir rolü olan psikolojik etkenlerin büyük payı vardır. Bundan dolayı Develi (2011: 117)'nin girişimciliği etkileyen faktörleri burada ele alınacaktır. Girişimciliğe etki eden faktörler dört ana başlık altında toplanabilir. Bunlar; bireysel faktörler, sosyal faktörler, psikolojik faktörler ve bunların dışındaki faktörlerdir (Develi, 2011: 117).

### **1.3.1. Demografik Faktörler**

Bireysel yaklaşım açısından, demografik değişkenler, girişimci olmada önemli rol oynamaktadır. Yaş, cinsiyet, medeni durum, gelir seviyesi ve eğitim bir kişinin girişimciliğini etkileyen faktörlerdendir. Örneğin ailede ilk çocuk olanların, erkeklerin, eğitim düzeyi yüksek olanların ve girişimci ailede doğanların girişimci olma ihtimalleri daha fazladır. Yine yaş, medeni durum, sosyo-ekonomik statü, ailenin gelir durumu gibi birçok faktör girişimci olmayı etkiler (Coulter, 2001; akt. Develi, 2011: 117). Eğitim, insan sermayesinin oluşumunda en önemli unsurlardan biridir (Kibassa, 2012: 159). Kişinin eğitim seviyesinin yüksek seviyede olması girişimlerini yönetebilme yeteneklerinin düşük eğitimlilere göre daha iyi olduğu düşünülmektedir (Shane ve Baron, 2008; akt. Kibassa, 2012: 159). Girişimciliğin gelişmesinde, daha yaratıcı ve mücadeleci bir yapıya bürünmesinde eğitimin önemli bir rolü olduğu tartışılmaktadır (Frederick ve Kuratko, 2010: 15).

Bireyin aileden sonra kişiliğinin şekillendiği ve girişimciliğe katkı yapabileceği en önemli faktörlerden birisi de eğitimidir. Okulda verilecek girişimsel içerikli dersler çocuğun girişimsel yönünün gelişmesine katkı sağlayacaktır. Eğitimin içeriğinde teorinin yanında uygulamaya da ağırlık verilmesi, örneğin sorumluluk alma, yönetme, sorun çözme becerisinin uygulamalarıyla öğretilmesi çocuğun girişimsel anlamda karakterinin gelişmesini sağlayacaktır (Van Der Kuip ve Zoetermeer, 2003: 7-8).

### 1.3.2. Sosyal Faktörler

Girişimciliğini etkileyen sosyal faktörler arasında kişinin içinde yaşadığı toplum, kültür, aile yapısı ve dini değerleri sayılmaktadır (Stephen,1998: 11; akt. Develi, 2011: 117).

Ailedeki yetişme ortamı, bir insanın girişimci olup olmayacağı hakkında bilgi verebilir. Çocuğun aile içinde alacağı eğitim kişiliğinin şekillenmesine ve girişimsel niteliğine katkı sağlayabilir (Van Der Kuip ve Zoetermeer, 2003: 8). Anne babanın çocuğa olan yaklaşımları, ailenin maddi durumu, babanın mesleği gibi ölçüler çocuğun ileride girişimci olup olmayacağını belirleyebilir (TÜSİAD, 2002: 156; Bozkurt, 2011 :26). Mesela anne babanın aile içi ilişkilerde demokratik tutumları, çocuğu yaptığı işlerden dolayı takdir etmeleri, ciddiye alıp dinlemeleri, yol gösterici olmaları ve yaptığı işlerde ona saygı duyup destek olmaları çocuğun kendine güveninin artmasını, fikir ve davranışlarında objektif ve rasyonel olmasını, kararlı, azimli, başkalarının fikir ve hareketlerine saygılı bir birey haline gelmesini sağlar (Erdoğan, 1994: 242).

Girişimci bir ebeveynin çocuğu olmak çocuğun kendi işini kurma şansını arttırmaktadır. Babanın yaptığı meslek, yürüttüğü işletme, dükkan, mağaza vs. gibi işyerlerinin olması çocuğun burada babasına yardım etmesi, çalışması onun ticari hayat, piyasa, müşteriler, pazarlama, fiyatlama gibi konuları öğrenmesini sağlayacağı için çocuğun tecrübe kazanmasına ve ufkunun açılmasına olumlu katkı sağlayabilir. Ayrıca ailenin sosyal konumu ve ailenin girişiminde edinilen tecrübeler, çocuğun kendi kariyer seçimini yapmada daha girişimci olduğu görülmüştür (Kibassa, 2012: 160).

Girişimciliği etkileyen faktörlerden bir tanesi de politik ve yasal çevredir. Politik ve yasal çevre kişi ve grupları etkileyen kanunlardan, hükümet kurumlarından ve baskı gruplarından oluşmaktadır. Bazen bu kanunlar yeni girişim fırsatları doğurabilmektedir. İş hayatını düzenleme, firmaları haksız rekabetten koruma, tüketicinin haklarını savunma, dizginlenmemiş işletme davranışlarından toplumu muhafaza etme, ürün veya üretim sürecinden ortaya çıkan sosyal maliyetlerden işletmeyi sorumlu tutma gibi yasal düzenlemeler girişim hızını yavaşlatmaktadır. Geri dönüşüm ile ilgili yasalar ise geri dönüşüm endüstrisini geliştirip, geri dönüşüm uygulanabilecek yeni ürünleri üretecek girişimcilerin ortaya çıkmasına sebep olacaktır (Kotler ve Keller, 2012: 84).

Yerel ve ulusal yasalar politik çevre kapsamında değerlendirilebileceği gibi uluslararası ve küresel yasalar da politik çevre kapsamına girer. Ayrıca ülkenin siyasi durumu ve istikrarı politik çevre içinde değerlendirilir (Robins, 2012: 46).

Girişimcilik sürecini, içinde bulunulan ekonomik ve politik yapıdan ayrı olarak değerlendirmek mümkün değildir. Ekonomik açıdan bakılacak olursa yerel ve küresel çaptaki ekonomik şartlar girişimciliğin başarısını etkilemektedir. Bir ülkedeki ekonomik ve hukuki koşullar girişimcilerin ne yaptıklarını veya ne yapacaklarını büyük oranda etkilemektedir (Brandstaitter, 1997: 158). Hükümetin ekonomik düzenlemeleri ve vergi politikası, istihdam seviyesi, kişi başına düşen milli gelir, piyasadaki rekabet şartları, finansal kaynaklara ulaşım, üretim, dağıtım, tedarik, pazarlama gibi konulardaki teknolojik gelişim, girişimciliğin oluşumuna ve gelişimine katkı sağlamıştır (Austin, Stevenson ve Wei-Skillern, 2006: 5).

Devletin enerji, ulaşım, iletişim politikaları, altyapı hizmetleri, bürokrasini azaltılması, siyasi ve ekonomik istikrarın sağlanması, yabancı sermayeyi teşvik edici düzenlemelerin yapılması, hukuk sisteminin güçlü ve adil olması, devletin sağladığı teşvikler, iş kurma teşebbüsü içinde olanlara sağlanan eğitim ve ekonomik imkânlar, adil rekabet ortamının sağlanması gibi faktörler girişimciliğin gelişmesinde önemli etkenlerdendir (İlhan, 2003: 69).

### **1.3.3. Psikolojik Faktörler**

Bireyin kişiliği ile ilgili olup, bireyin girişimciliğine katkı yapan faktörlerdir. Başarıya aç olmak, risk almayı sevmek, bağımsızlık duygusu, tek başına bir şeyler başarabilme arzusu, kendisini çevresine ispatlama ve saygınlık kazanma isteği, öğrenme merakının fazla olması, maddi kazanç sağlama isteği, ticarete yatkınlık ve ticari tecrübe, fırsatları keşfedebilme kabiliyeti, eldeki mevcut imkânları daha da geliştirebilme fikrinin olması vs. özellikler bireyin girişimciliğini etkileyen faktörlerdendir. Risk alma, daha iyi bir hayat yaşama isteği, değişime ve yeniliğe açık olma gibi faktörler girişimciliğe etki eden önemli faktörlerdendir (Hamilton ve Harper, 1994: 15).

McClelland (1961), girişimciliğin oluşmasında motivasyon sağlayıcı bazı güçlerin olduğunu belirtmiştir. Bireysel girişimciliğin başarı güdüsüyle kuvvetli ilişkisinden söz etmektedir. Sosyal hayatta bir konum elde etmek ve güç sahibi olmak da girişimciliği

motive eden faktörlerdendir. McClelland'a göre başarı güdüsüyle hareket eden kişiler, yeniliklere açıktırlar ve zor meselelerde sorumluluk almayı severler. Bu kişilerin en önemli özelliklerinden birisi bağımsız olmaları ve risk almaya eğilimli kişiler olmalarıdır (Develi, 2011: 117).

#### **1.3.4. Kültürel Faktörler ve Hofstede'nin Dört Boyutu**

Kültür, bir toplumu veya grubu diğerlerinden ayıran bakış açısı ve zihniyetlerin bütünüdür (Hofstede, 2011: 3). Özkul (2013: 26)'a göre kültür, insan hayatını yaşam tarzı olarak diğer yaşam tarzlarından ayıran unsurlar bütünüdür. Kültür, bilgiyi, inancı, sanatı, hukuku, örf ve adetler ile toplumun bir üyesi olarak kişiler tarafından kazanılmış diğer yetenek ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütün olarak da ifade edilmektedir (Güney ve Çetin, 2003: 191). Toplum ve birey üzerinde en büyük etkinin kaynağı kültürdür. Kültür, gruptaki bireylerin ortak nitelikleri olup, kişiden kişiye aktarılan öğrenilmiş yaşam biçimleridir. Kültür insanlara, yapmak zorunda oldukları şeylerin neler olduğunu ve nasıl davranmaları gerektiği konusunda duygu ve sezgi kazandırır. Geleneklerden aile içerisinde alınan eğitime, ahlaki kurallar, davranış biçimleri, yaşam tarzları ve sosyal çevreye kadar birçok öğede kültürün izleri görülür (Aytaç ve İlhan, 2007: 107).

Yeni bir girişim başlatmada girişimcilerin eğilimlerini etkileyen birçok faktör vardır. Bu faktörlerden en önemlilerinden birisi de kültürdür. Kültür, ülkelere ve toplumlara göre farklılık göstermektedir. Her toplumun kendi kültürü, kendi değerleri, kendi norm ve inançları vardır ve bunlar, o toplumdaki insanların girişimcilik eğilimlerini etkilemektedir. Fakat kültürün girişimcilik üzerindeki etkisinin ne oranda olduğu araştırmacılar arasında tartışma konusudur (Sajjad, Shafi ve Dad, 2012: 30).

Hofstede (1980) kültürün, insan davranışları üzerinde doğrudan bir etkisi olduğunu ve kişinin girişimsel davranışlarını destekleme veya engelleme özelliğine sahip olabileceğini ifade etmektedir. Girişimciliğe etkisi açısından kültürün boyutları ile ilgili olarak yapılan araştırmalar içinde genel kabul görmüş olan ayırım Hofstede (1980)'in yapmış olduğu ayırımdır (Robbins, 2012: 83). Hofstede kültürün dört boyutu üzerinde durmaktadır; bireycilik toplumculuk, güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma ve erillik-dişillik boyutları.



**Bireycilik-Toplumculuk:** Bireyciliğin yüksek olduğu bir kültürde bireylerin bir birleri ile olan ilişkileri zayıftır. Burada her birey kendisi ve ailesi ile ilgilenilmesini bekler (Hofstede, 2011: 11). Bireysel bir kültürün hâkim olduğu çevrede bireylerin kişisel çıkarları ve kişisel amaçları ön plandadır. Bu tür kültürün yerleştiği toplumlarda bireyler, ortak eylemlere katkı vermektense, kendi amaçlarına dönük çaba sarf etmeyi yeğlerler (Robbins, 2012: 83). Toplulukçu kültürde bireyler doğduklarından itibaren güçlü ve birbirine sıkıca bağlı bir gruba entegre olurlar. Bu gruplar genelde sülale diyebileceğimiz geniş ailelerdir. Sorgusuz sadakat ve problem yaşanan diğer gruplara karşı durmak, bireye grup içinde devamlı bir koruma sağlar (Hofstede, 2011: 11). Toplulukçu (kolektivist) kültür, bireyin ait olduğu grubun çıkarlarının kişisel çıkarlara üstün tutulduğu, paylaşmaya, işbirliğine ve grubun uyumuna önem verilen, grubun refahına ilginin yüksek olduğu bir kültürü ifade etmektedir (Akpınar, 2009: 37). Toplulukçu kültürlerdeki başarı güdüsü, “bireyselliğin”, “benliğin” ve “ilişkisel benliğin” ötesine geçer ve başkalarının benliğine yayılmaktadır (Aytaç ve İlhan, 2007: 110). Çarıkcı ve Koyuncu (2010: 16)’ya göre kültürel boyutların girişimcilik üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Bu bağlamda girişimcilik özelliklerinden olan yeni fikirlere açıklık ve yaratıcılık, bireyci ve toplumcu kültürlerde farklılık göstermektedir. Bireylerin toplumcu özellikleri arttıkça yenilikçilik ve yaratıcılık özelliklerinin azalmaya başladığı, kendi istek ve amaçları yerine içinde buldukları toplumun istek ve amaçlarına odaklanmaya başladıkları, bunun da bireysel açıdan yaratıcılık özelliklerinin azalmasına sebep olduğu belirtilmiştir. Diğer yandan kişinin bireyci özelliklerinin artması, yeniliklere ve yeni fikirlere daha açık olmasını, geleceğe dair daha ben merkezli planlar yapmasını, içinde buldukları toplumun değer yargılarından sıyrılarak yeniliklere ve yeni fikirlere daha açık hale gelmesini sağlamaktadır.

**Güç Mesafesi:** Bu boyut, bireylerin içinde buldukları kurum ve örgütlerde gücün eşit olmayan bir biçimde dağıldığını kabul etmeleri veya etmemeleri ile ilgilidir. Yüksek düzey güç mesafesi kurum ve örgütlerinde güç ve servet dağılımının eşitsizliğinin o toplumun bireyleri tarafından kabul edildiğini gösterir. Düşük güç mesafesine sahip toplumlarda ise bireyler toplumda, ailede, işyerlerinde, okullarında daha fazla eşitlik talep ederler (Hofstede, 2011: 9). Yüksek güç mesafesini kabul edenler ise güce sahip kişilerin ayrıcalıklarının olmasını desteklemektedir. Güç mesafesini yüksek olduğu

yerlerde otoriteye saygı, korku ve itaat düzeyi yüksektir. Düşük güç mesafesinin olduğu toplumlarda ise otoriteden korkulmaz (Robbins, 2012: 83).

Güç mesafesinin yüksek ya da düşük olmasının girişimcilik üzerinde pozitif veya negatif etkileri olabilir. Bir toplumda güç mesafesinin yüksek olması statükonun devamlılığı anlamına geleceği için inisiyatif almanın ve yenilikçiliğin kabul görmeme ihtimali yüksektir. Dahası güç mesafesi yüksek ülkelerde kaynaklar eşit dağıtılmadığı için düşük statüdeki insanların kârlı iş fırsatlarını avantaja çevirme için gerekli olan kaynaklara ve bilgiye ulaşmaları yetersiz olduğundan girişimci olma potansiyelleri daha azdır. Fakat bazı durumlarda yüksek güç mesafesi girişimciliğe olumlu katkı sağlayabilir. Kişi, düşük statüsünden veya patronunun baskısından kurtulup bağımsız olmak için girişimciliğe yönelebilir (Zhao, Li ve Rauch 2012: 7-8).

**Belirsizlikten Kaçınma:** Belirsizlikten kaçınma riskten kaçınma ile aynı anlamda değildir. Bu kavram daha çok toplumun belirsizliğe karşı ne ölçüde toleranslı olduğunu tanımlamak için kullanılmaktadır (Hofstede, 2011: 10). Belirsizlikten kaçınma boyutu, toplumların, bilginin yanlış yetersiz veya hiç olmadığı, değişim hızının ve boyutunun öngörülemediği durumlarda duydukları tedirginlik düzeyi ile ilgilidir (Robbins, 2012: 83). Belirsizlikten kaçınma eğiliminin yüksek olduğu toplumlarda insanlar belirsiz, açık olmayan ve yazılı kurallarda yeri bulunmayan riskli durumlardan korkmakta ve sürekli olarak kendilerini güvenceye almak istemektedir. Bu yüzden bu tür toplumlar, soğuk baktıkları görüş, inanç ve davranışların belirsizliğe yol açmasından endişe duydukları için ayrıntılı hukuk kurallarının, inanç, görüşleri ve davranış sınırlandırarak ilkelerin bulunmasını talep ederler (Hofstede, 2011: 10). Bu tür bir kültürün yerleşik olduğu toplumlarda kendi bildiği kalıpların dışına çıkmak istemeyen kişiler ekonomik ve ticari yenilik ve girişimde bulunmaya cesaret edemezler.

Tüm işlerin ve işlemlerin resmi çerçevede yapılması, belgelenmesi ve planlaması, risk ve inisiyatif almaya, değişime ve yeniliğe karşı direncin yüksek olması, belirsizliğe toleransın olmadığı toplumlarda erken dönem girişimciliğin ortaya çıkmasını olumsuz etkilemektedir. Fakat diğer yandan belirsizlikten kaçınmada bulunan olan uzun dönem planlama, piyasa taraması, gelecekteki gelişmeleri öngörme gibi özellikler uzun vadede girişimlere fayda sağlayabilir. Mesela girişimde risk azaltma, işletme için piyasada

güvenli bir çevre oluşturma gibi hamleler ürün ve hizmet kalitesinin arttırmada işletmelere olumlu katkı sağlayabilir (Zhao, Li ve Rauch 2012: 9-10).

**Eril-Dişil:** Eril kültürde, kendini öne çıkarma, iddialı olma, performans sergileme, görülebilir bir başarı sağlama, para kazanma, rekabetçi olma gibi duygular daha fazladır (Hofstede, 2011: 12). Dişil kültürde toplumculuk karakteristikleri vardır. Tevazu, başkalarını önemseme, kendini öne çıkarmamak, insan ilişkilerine paradan daha fazla önem vermek, hayat kalitesini arttırıcı faaliyetler yapmak, çevreyi korumak, insanlara yardımcı olmak, güç gösterisinde bulunmamak gibi özelliklerden oluşur (Robbins, 2012: 83). Eril kültür Japonya’da Almanca konuşulan ülkelerde, İtalya, Meksika gibi Latin ülkelerinde yüksektir. İngilizce konuşulan ülkelerde erillik orta derecedir. İskandinav ülkelerinde, Hollanda’da Fransa, İspanya, Portekiz, Şili, Kore ve Tayland gibi ülkelerde ise düşüktür (Hofstede, 2011: 13).

Frederick ve Kuratko (2010: 18), yükselme hırısı, kazanma tutkusu, atılganlık gibi özelliklerin bulunduğu eril toplumlardaki bireylerin girişimciliğe daha yatkın olduklarını belirtmiştir.

### **1.3.5. Diğer Faktörler**

Bireyin girişimcilikteki başarısını etkileyen diğer faktörler ise planlanan girişimin hayata geçmesi, büyümesi, sürdürülebilmesi için gerekli olan sermaye, bilgi, tecrübe, teknoloji, insan kaynağı gibi gereksinimlerdir (Develi, 2011: 117).

**Sermaye:** İktisatçılar, ekonomik gelişim ve girişimsel faaliyetlerin başarısında önemli bir rolü olan sermayenin üç türe ayrıldığı görüşündedir. Bunlar fiziksel sermaye, insan sermayesi ve sosyal sermayedir. Bu üç sermayenin, girişimcilerin yeni iş kurmalarında belirleyici bir etkiye sahip olduğu ifade edilmektedir (Audretsch ve Keilbach, 2004: 419). Fiziksel sermaye sahip olunan fiziksel ve maddi değerlerdir. İnsan sermayesi bireyin sahip olduğu bilgi, tecrübe ve kapasite gibi kişisel özelliklerdir. Sosyal sermaye ise irtibat halindeki bireyleri oluşturduğu sosyal ağlardan ortaya çıkan karşılıklılık ve güvenilirlik sonucu üretilen kaynakların değeridir (Audretsch ve Keilbach, 2004: 419; Klyver, Hindle ve Meyer, 2007: 332).

**Bilgi:** Girişimde bilginin öneminden bahsetmeden önce veri, enformasyon ve bilgi kavramlarının açıklanmasında fayda var. Veri, istatistikler, gerçekler veya bir olayın ölçülmüş kayıdır. Bir başka açıdan veri, ölçüm sayım, deney veya gözlemle elde edilmiş ve bir araştırmacının karar vermesine yardımcı, üzerinde inceleme yapabilecek materyal olarak tanımlanabilir. Enformasyon ise karar verme sürecinde karar vericiye yardımcı olacak şekilde verilmiş olan gerçekler bütünüdür. Veri temelde üzerinde çalışılan en ham unsurken, enformasyon verilerin çeşitli istatistiki işlemlere tabi tutulmuş daha anlamlı hallerdir. Girişimciler karar vermek ve problemlere çözüm bulmak için veriler ve enformasyondan daha anlamı olan bilgiye ihtiyaç duyarlar. Bilgi ise belirli bir bağlamda karar alma süreçlerinde enformasyonun kullanılması şeklinde ortaya çıkar. Enformasyon karar verme süreçlerinde kullanabildiği ölçüde bilgi statüsüne erişecektir (Altunışık, Özdemir, Torlak, 2016: 175). Girişimciler bir iş başlatma veya geliştirme sürecinde karar verme aşamasından önce mümkün olduğunca çok bilgi toplamaktadır. Ürün geliştirme, pazarlama faaliyetleri, ekonomik ve insan kaynağına ulaşım, müşteri beklentileri gibi sebepler yüzünden etkin kararlar alabilmesi için doğru, güvenilir ve zamanlı bilgiye ulaşması gerekir. Firmanın kuruluşundan sonra müşteri sayısını arttırmak için ürün ve hizmetleri geliştirmek amacıyla bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır (Altunışık, Özdemir, Torlak, 2016: 176).

**Tecrübe:** Tecrübe, girişimciliğin oluşumunda önemli bir motive edici etkiye sahiptir (Acs ve Audretsch, 2009: 18). Tecrübe, bir girişimciye yeni fırsatları keşfetmesinde, yeni pazarlara açılmasında ve var olan problemlere yeni çözümler getirmesinde büyük katkı sağlar (Ardichvili, Cardozo ve Ray, 2003: 114). Örneğin yapılan araştırmalarda, daha önce bir işyeri kurmuş girişimciler, edindikleri tecrübeler sebebiyle mevcut girişimlerini kurarken daha titiz davrandıkları, daha fazla araştırma yaptıkları görülmüştür (TÜSİAD, 2002: 163). Kritikos (2014: 5), bir kişinin girişimci olmasını sağlayan etkenlerden birinin yeni tecrübelerle açık olma olduğunu ifade etmiştir. Yeni tecrübeler edinme ve özgün fikirleri keşfetme isteği, yenilikçi, yaratıcı ve meraklı olmanın yeni bir girişim başlatmanın gerektirdiği önemli özelliklerden olduğunu belirtmiştir.

**Teknoloji:** Teknoloji, girişimcilerin yenilikler yaratmasına veya yaratılmış yenilikleri ve buluşları bizzat ticari ürünlere taşımaya olanak oluşturduğu için önemlidir. Gerek

girişimsel fırsatların keşfedilmesinde ihtiyaç duyulan bilgiye ulaşmada, gerekse yeni ürün ve üretim süreci yaratılmasında kullanılan ekipman, süreç ve tekniklere uzanan geniş bir yelpazede teknolojinin girişimciliğin başlaması ve gelişmesinde büyük bir rolü vardır (TÜSİAD, 2002: 66).

**İnsan Kaynağı:** Girişimciliği etkileyen bir diğer faktör ise insan kaynağıdır. Burada insan kaynağını geniş bir açıdan ele alıp, ülkelerin girişimcilik altyapısını oluşturmada önemli bir yeri olan demografik özelliklerden, istihdam ve eğitimden bahsetmekte fayda olacaktır. Demografik özelliklerde nüfus artış hızı, genç nüfus oranı, şehirde ve kırsalda yaşayan nüfus oranları girişimciliğin oluşum ve gelişimini etkilemektedir. İstihdamda toplam nüfusun çalışan nüfusa oranı, sektörlere göre çalışanların oranı, işsizlik oranı, yaş gruplarına göre işsizlik oranı, kadının işgücüne katılımı gibi etkenler girişimciliği etkilemektedir. Eğitim özelliklerinde ise okuma yazma oranı, eğitim seviyesi, girişimcilik konusunda verilen eğitim, yaratıcılık, kendi kendine yeterlilik, şahsi teşebbüse teşvik gibi konularda eğitim kurumlarının yeterliliği, ülkenin eğitime ayırdığı kaynaklar vb. konular girişimciliğin oluşumunda önemli bir etkiye sahiptir (TÜSİAD, 2002: 73-78).

#### **1.4. Girişimciliğin Önemi**

Girişimcilik konusu piyasanın serbestleştiği, bilgiye, mali kaynaklara, emek ve pazarlara, ulaşımın çok kolaylaştığı ve hızlandığı zamanımızda bireysel girişimin önemi daha da artmaktadır. Bireysel girişimcilik faaliyetleri, ülke ekonomilerinin büyüme ve kalkınmasına olumlu katkılar yapan temel etkenlerden biridir (Acs, 2006: 102). Birçok iktisatçı ve siyasetçi, girişimcilik faaliyetlerinin ülkenin gayri safi yurtiçi hasılasına olumlu katkılar yaptığı görüşünü paylaşmaktadır (Wennekers ve Thurik, 1999: 29). Girişimcilik sayesinde yeni iş imkânlarının ortaya çıkmasıyla birlikte yeni ürün ve hizmet pazara sokulması rekabeti arttırır. Üretim metotlarındaki değişim ve teknolojik gelişme sayesinde verimliliğin artması yine girişimcilik sonucu ortaya çıkmaktadır (GEM 2013; akt. Önce ve diğerleri, 2013: 2). Girişimciliğin artması yeni firma ve işletmelerin kurulması demek olduğundan işsizliğin de bu yolla azalacağı, istihdam oranının yükseleceği söylenebilir (Lee, Florida ve Acs, 2004: 881). Girişimciler faaliyet gösterdikleri bölgelere dinamizm katarlar. Yönetim ve teknik alanlarda değişime önyak

olurlar ve inovasyon ve öğrenme kültürünün gelişmesine yardımcı olurlar (Linan, Rodríguez ve Rueda, 2005: 1).

Ekonomik kalkınmanın, istihdam yaratmanın ve sosyal gelişmenin itici gücü olarak görülen girişimcilik, küresel açıdan olduğu gibi ulusal anlamda da ülkelerin içinde bulunduğu kriz ve işsizlik gibi sorunların çözülmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Özdemir, 2015: 617).

Girişimci, ekonomik kaynakların düşük üretkenlik alanlarından yüksek alanlara aktarılma sürecinde baş aktördür. Çünkü üretim kaynaklarını yeni bir tarzda birleştirerek, kullanılmayan üretim faktörlerinin kullanılmasını sağlar. Ayrıca kullanılmakta olan üretim araçlarının ve mevcut girdilerin değişik şekillerde kullanımı ile üretim araçlarının ve mevcut girdilerin değişik şekillerde kullanımı ile üretimi artırır. Bu yönüyle girişimci toplumsal fayda yaratan ekonomik bir aktördür (TÜSİAD, 2002: 18).

Girişimci, yeni düşüncelerin oluşturulması, yayılması ve uygulanmasını hızlandırır. Ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına yol açar, yeni teknolojileri kullanan sektörlerde verimliliği artırır ve hızla büyüyen sektörler yarattığı için ekonomik büyümeyi hızlandırır. Dolayısıyla girişimci ekonomik faaliyetlerin düzenlenmesinde, istihdam yaratılmasında ve üretim faaliyetlerinde anahtar faktördür (Öztürk, 2008: 21).

Bazı insanların girişimler yoluyla kazanç ve itibar sağlamaları diğer insanların da bu yöndeki isteklerini ve rekabet damarlarını kabartarak daha çok kişinin girişimciliğe meyletmesine sebep olabilir. Daha çok girişimcilik piyasadaki para döngüsünün hızlanmasına, ekonomideki hareketliliğin artmasına, daha çok işyeri, daha çok istihdam ve gelir seviyesinin artmasına yardımcı olur. Bununla birlikte girişimciliğin kişisel fayda yanında kamu yararı yönü de vardır. Girişimciler tarafından üretilen mal ve hizmet ile toplumun istek ve ihtiyaçları karşılanır. Serbest piyasa modeli zamanla değişen insanın istek ve ihtiyaçlarının en hızlı karşılayabilecek ekonomik sistemdir. Bu sistem içindeki girişimciler, halkın talep ve ihtiyaçlarının ne olduğunu daha iyi takip ederler. Devletçi bir anlayışla idare edilen ekonomilerde değil güncellenen ihtiyaçlara hızla cevap verilmesi, taleplerin tam olarak karşılanması bile mümkün değildir.

Girişimcilerin çok olması rekabeti artırır. Bir girişimci rakiplerini geçebilmek için giderlerini olabildiğince aşağı, gelirlerin ise yukarı çekmeye çalışır. Rekabet sebebiyle ürün ve hizmetlerinin fiyatlarını arttırıp gelirlerini yukarı çıkaramadığı için doğal olarak giderlerini aşağı çeker, bunun bir sonucu olarak da kaynakları etkin kullanmanın yollarını araştırır. Kısaca kaynaklardan optimum derecede istifade edilir ve gereksiz israflardan kaçınılır. Yani ekonomik kaynakları en verimli şekilde kullanarak düşük üretkenlikten yüksek üretkenlik alanlarına taşır.

Toplumların ekonomik gelişmesinin sağlanmasında bireysel girişimciliğin katkısı büyüktür. Serbest piyasa koşullarının sağlandığı, hür teşebbüsün olduğu, ekonomik girişim için gerekli olan ailevi, sosyal, iktisadi ve bürokratik esneklik ve serbestlik olan ülkelerde ekonomik anlamda ilerlemenin olduğuna şahit olmaktayız.

### **Sonuç**

Hızla değişen ve gelişen dünyada girişimciliğin tanımında belirgin değişimler olmuştur. Tüm bu ifade edilen açıklamaların ardından girişimciliğin genel özellikleri ilgili bir tanım yapmamız mümkündür. Girişimci, öncelikle sürekli yeniliği ve gelişimi düşünen ekonomik aktördür. Sektörel ve pazar anlamında, üretim, fiyatlama, kalite anlamında sürekli gelişmeyi hedefleyen insanlar girişimci olarak tanımlanmaktadır. Risk alma, fırsatları yakalama, yenilik bulma ve üretme gibi özellikler girişimci insanların özelliklerinden olmuştur. Piyasa içindeki mevcut durumu ve fırsatları değerlendirerek iş kurma ve işyeri açma, girişimcinin özelliklerinden olduğu gibi işyerini kalıcı hale getirme ve bununla yetinmeyip yeni işyerleri açma, farklı sektörlere girme, ürettiği ürünü yeni bir metotla üretmeye başlama, yeni bir ürün üretme veya ürettiği ürüne yenilikler katma, girişimcilik olarak sayılmaktadır.

Girişimciliği etkileyen birçok etkenden bahsedilebilir. Demografik, sosyal ve psikolojik olarak insanı ve toplumu şekillendiren etkenler girişimciliği etkilediği gibi bireyin, işletmenin ve ülkenin sahip olduğu somut veya soyut değerler, iş ve aile çevresinin tutum ve davranışlarının girişimcilik üzerinde büyük etkisi vardır.

Tüm bunların yanında ülkenin girişimcilik açısından gelişme sağlayabilmesi için öncelikle ekonomik ve teknolojik altyapının sağlam olması gerekmektedir. Devletin ekonomik alandan çekilmesi ile paralel olarak küçük girişimcilere, KOBİ'lere ve

girişimcilik potansiyeli taşıyan insanlara eğitim desteği ve maddi yardımın sağlanıyor olması gerekir. Ülkede teknolojik bilgi ve birikimin olması da iş başlangıcında, yürütmede, rekabette ülke kalkınmasına katkıda bulunur. Ülkede bu iki altyapının olması girişimcilik altyapısını oluşturmaktadır. Bu altyapının oluşması ile özel sektörde kurulan işletme sayısının artacağı ve böylelikle ekonomik kalkınmanın geleceği öngörülebilir.

Buraya kadar olan bölümde Dünya’da ve Türkiye’deki girişimciliğin tarihsel gelişimi, girişimci ve girişimcilik kavramları, girişimciliği etkileyen faktörlerden ve girişimciliğin öneminde bahsedilmiştir. İkinci bölümde ise girişimcilikten sonra uluslararası girişimciliğin ilk basamağı olarak tanımlanabilecek olan göçmen girişimcilik olgusunun kavramsal altyapısı, bu konu hakkında geliştirilen teoriler ve yaklaşımlar ve göçmen girişimcilik türleri hakkında ayrıntılı bilgi verilecektir.



## **BÖLÜM 2: GÖÇMEN GİRİŞİMCİLİĞİ**

### **Giriş**

Göç ve göçmen meselesi günümüzde dünyanın gündemini en çok meşgul eden konulardan birisidir. Geçmişten beri göç olgusunun gerçekleşmesine neden olan negatif ve pozitif faktörler vardır. Negatif nedenler olarak görülen göç edenin yaşadığı yerde yaşanan savaş, terör, siyasî, fikrî, dinî, etnik sebeplerle yaşanan baskı ve çatışma ortamı, salgın hastalıklar gibi sebepler, insanların vatanlarını terk etmeye zorlamaktadır. Diğer taraftan gidilmek istenen ülkede huzur ve barış, zenginlik ve refah ortamının olması, siyasi, ekonomik ve sosyal anlamda yüksek hayat standardında yaşama isteği, daha iyi bir eğitim alma amacı gibi nedenler göç vakasının pozitif faktörlerini oluşturmaktadır. Bunun yanında göç hareketliliği günümüzde eski zamanlara kıyasla daha da hızlanmıştır. Göçü kolaylaştıran, hızlandıran faktörlerden bahsedilecek olursa, ulaşımın, iletişimin, bilgiye erişimin çok hızlandığı ve kolaylaştığı günümüz dünyasında insanlar, kendi ülkeleri ile diğer ülkeleri mukayese edebilmektedirler. Gitmek istedikleri ülkeye ulaşım vasıtaları ve yollarını bulup ve gitmek istedikleri ülke hakkında bilgi edinebilmektedirler. Bunların hepsi göçü kolaylaştıran ve hızlandıran sebeplerdendir. Elbette insanlık tarihinin başlangıcından beri göç olgusu vardır. Fakat küreselleşen, ulus temelli devletlerin zayıflamaya başladığı, bilgiye erişimin ve paylaşımın hızlandığı, sınıflar arası ekonomik uçurumların arttığı, daha iyi ve onurlu bir hayat isteyen bilinçli, eğitilmiş insanların arttığı, dünyanın küçük bir köy haline geldiği yerküremizde, yer değişiklikleri ve nüfus hareketliliği hiç olmadığı kadar artmıştır. Zamanımızda göçlerin temelinde ekonomik anlamda iyi bir yaşam isteği vardır. Hâl böyle olunca göç eden insanların gittikleri ülkelerdeki faaliyetlerinin ne olduğu ve nasıl olduğu, bunun hem kendilerine, hem yerel topluma, hem de ülkenin genel ekonomik ve siyasi atmosferine nasıl katkıları yaptığı araştırmacıların ilgisini çekmeye başlamıştır.

Göç edilen ülkedeki kalma süresinin uzunluğu ve kısalığı, yeteneklerin gelişme seviyesi, dil bilme düzeyi, entegrasyon seviyesi, göçmenlerin insan sermayesi ve sosyal sermaye durumları göç edilen ülkedeki ekonomik, sosyal ve kurumsal çevrenin yapısı gibi faktörlerin hepsi göçmen girişimcilerin ekonomik, sosyal ya da kişisel sebeplerle farklı kategorilere ayrılmasına, farklı sektörlerde, farklı çevrelerde farklı türlerde girişimde bulunmaya sevk etmiştir. Bu bölümde göçmen girişimcilikle ilgili temel

kavramlar, göçmen girişimciliğin önemi, bireye ve topluma sağladığı avantajlar, göçmenleri girişimciliğe sevk eden faktörler, göçmen girişimci türleri, göçmen girişimcilikle ilgili geliştirilen modeller ve yaklaşımlardan bahsedilecektir.

Göçmen girişimcilik konusuna girmeden önce hukuki açıdan göç ve göçmen kavramlarının açıklanmasında fayda vardır. Aşağıdaki bölümde göçün tanımından, göçmen tanımının kapsamı ve farklı şartlarda gösterdiği çeşitlilikten, Türkiye ve Dünya'daki uluslararası göçmen rakamlarından ve bu araştırma ile de bağlantısı bulunan nitelikli göçmenlerin Türkiye ve Dünya'daki önemi ve bununla ilgili yapılan düzenlemelerden bahsedilecektir.

**Göç:** Uluslararası Göç Örgütü (IOM)'ne göre göç, uluslararası bir sınırı geçmek veya bir devlet içinde yer değiştirmek anlamına gelmektedir. Süresi, yapısı ve nedeni ne olursa olsun insanların yer değiştirdiği nüfus hareketleridir. Buna, mülteciler, yerinden edilmiş kişiler, yerinden çıkarılmış kişiler ve ekonomik göçmenler dâhildir (Çiçekli, 2009: 20). TDK'ya göre göç, ekonomik, toplumsal, siyasi sebeplerle bireylerin veya toplulukların bir ülkeden başka bir ülkeye, bir yerleşim yerinden başka bir yerleşim yerine gitme işi, taşınma, hicret, muhaceret anlamına gelmektedir. Birleşmiş Milletler'e göre, bir nüfus hareketinin göç olarak nitelendirilebilmesi için gidilecek olan yerde bir yılı aşkın süre ile kalmak ve sürekli yerleşmek amacıyla gitmiş olmak gerekmektedir. Birleşmiş Milletler'in göç tanımına göre, geçici yer değiştirmeler göç olarak nitelendirilmemektedir (Ertan ve Ertan, 2017: 11). Aşağıda göç eden kişilerin göç etme nedenleri ve içinde buldukları koşullara göre sınıflandırılmasıyla yapılmış bazı tanımlar yer almaktadır.

**Göçmen:** Ölüm ya da baskı tehdidi gibi zorunlu sebepler dışındaki nedenlerden dolayı ülkesinden kendi isteği ile ayrılmayı seçen kişilerdir. Göçmen kavramı geniş bir kavram olarak mülteci kategorisini de şemsiyesi altına alabilir. Fakat daha çok iş bulma veya eğitim gibi hayatlarını daha iyi yapmaya yönelik nedenlerle ülkelerinden ayrılan kişileri tanımlamak için kullanılmaktadır (Edwards, 2016).

**Mülteci:** Mülteci kelimesi ırk, din, milliyet, siyasi görüş veya ait olunan sosyal gruplar (lgbt vb.) nedeniyle zulme maruz kalmasından dolayı ülkesini terk etmeye zorlanan kişiler için kullanılmaktadır. Baskı, tehdit, alıkoyma, işkence gibi yöntemlerle zulme

uğrayan bir mülteciye alıcı ülkenin hükümeti ya da Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği tarafından ya da her ikisi tarafından yasal koruma sağlanmaktadır (Edwards, 2016).

**Sığınmacı:** Sığınmacı, maruz kaldığı zulüm sebebiyle ülkesini terk eden ve başka bir ülkede güvenli bir sığınak arayan, fakat henüz yasal bir statüsü bulunmayan kişilerdir. Bir ülkeye mülteci olarak kabul edilmek isteyen ve mültecilik statüsüne ilişkin yaptıkları başvurunun sonucunu bekleyen kişiler. Olumsuz bir karar çıkması sonucunda bu kişiler ülkeyi terk etmek zorundadırlar ve eğer kendilerine insani ya da diğer gerekçeler nedeniyle ülkede kalma izni verilmemişse bu kişiler ülkede düzensiz bir durumda bulunan herhangi bir yabancı gibi sınır dışı edilebilirler ([www.unhcr.org](http://www.unhcr.org), 2019).

Hukuki mevzuata göre bir ülkeden başka bir ülkeye göç edenler için yukarıda bahsedildiği gibi bir ayrıma gidilmiş olsa bile girişimcilik literatüründe bu üç farklı tanıma göre bir girişimcilik kavramının olmaması, göçmen kavramının mülteci ve sığınmacı kavramlarını şemsiyesi altına alabiliyor olması ve kavram karmaşasını engellemek amacıyla bu çalışmada sadece göçmen kavramı üzerinden girişimcilik araştırmalarının yapılması uygun bulunmuştur.

**Tablo 2.1**  
**Uluslararası Göçmenler, 1970-2015**

Yıl	Göçmen Sayısı	Dünya Nüfusuna Oranı
1970	84,460.125	%2.3
1975	90,368.010	%2.2
1980	101,983.149	%2.3
1985	113,206.691	%2.3
1990	152,563.212	%2.9
1995	160,801.752	%2.8
2000	172,703.309	%2.8
2005	191,269.100	%2.9
2010	221,714.243	%3.2
2015	243,700.326	%3.3

**Kaynak:** IOM, 2018: 15

Yukarıdaki tabloya bakıldığında uluslararası göçmen sayısının son 45 yılda yüzde üç yüze yakın bir artış gösterdiği görülmekle birlikte, dünya nüfusuna oranla çok fazla değişiklik olmadığı gözlenmektedir.

**Tablo 2.2**  
**1960-2015 Yılları Arasında Dünyada Uluslararası Göçmenler (Milyon)**

Yıl	1960	1970	1980	1990	2000	2005	2015
Dünya	75.4	81.5	99.8	154.0	174.9	190.6	243.7
Gelişmiş Ülkeler	32.3	38.3	47.4	82.3	105	115.3	140.4
Gelişmekte olan ülkeler	43.1	42.9	51.8	72.5	71.7	75.2	103.2
En az gelişmiş Ülkeler	6.4	7.2	9.1	10.9	10.2	10.4	11.9

**Kaynak:** United Nations, Department of Economic and Social Affairs, 2015

Yukarıdaki tabloda ise gelişmiş, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerdeki yabancı ülke doğumlu kişilerin sayısı verilmiştir. Gelişmiş ülkelerdeki göçmen sayısının gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerdeki göçmen sayısına göre daha hızlı arttığı görülmektedir.

**Tablo 2.3**  
**Cumhuriyet Döneminden İtibaren Türkiye'ye Yönelik Kitleli Göç Hareketleri**

Yıl	Gelinen Ülke/Bölge	Sayı
1922-1938	Yunanistan	384.000
1923-1945	Balkanlar	800 bin
1933-1945	Almanya	800
1988	Irak	51.542
1989	Bulgaristan	345 bin
1991	Irak	467.489
1992-1998	Bosna-Hersek	20 bin
1999	Kosova	17.746
2001	Makedonya	10.500
2011 ve günümüz	Suriye	3.5 milyon

**Kaynak:** T.C. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, 2017

Yukarıdaki tabloya ek olarak 2011 yılından beri Türkiye Afganistan, İran, Irak ve Pakistan'dan 900 bin mülteci kabul etmiştir. Bu rakamlar göz önüne alındığında 2011 yılından beri Türkiye'ye gelen kişi sayısının, daha önceki dönemlerden gelen toplam göçmen sayısını katladığı görülmektedir (Ertan ve Ertan, 2017: 15).

**Bazı Ülkelerin Göçmen Politikaları ve Kriterleri:** Nitelikli göçmen alımı amacıyla bazı gelişmiş ülkelerin uyguladıkları göçmen politikaları ve kriterleri aşağıda verilmiştir. Kanada, göçmen alımında yabancı dil bilgisi, eğitim düzeyi, göç eden kişinin yaşı, mesleki tecrübesi, sahip olduğu uzmanlıklar gibi bazı kriterler aramaktadır. Bunun dışında düşük vasıf gerektiren iş piyasalarındaki emek talebini karşılamak için orta ve az seviyedeki vasıflı kişileri de göçmen olarak almaktadır. Almanya'nın göçmen kriterlerinin oldukça katı olduğu söylenebilir. AB ülkelerinden gelecek göçmen sayısını yeterli bulduğu ve güvenlik kaygıları sebebiyle diğer ülkelere gelecek göçmenlere karşı kısıtli bir tutum izlemektedir. Almancayı iyi bilmek, eğitim düzeyi, yeterli bilgi ve tecrübeye sahip olma veya yatırım yapma şartı gibi kriterlerle göçmen kabul etmektedir. ABD'nin göçmen kabul etme kriterleri diğer ülkelere göre daha zorludur. 500.000-1.000.000 dolar arası bir miktar ile yatırım yaparak 10 kişiye çalışma imkânı sağlama taahhüdünde bulunan kişilere göçmenlik başvurusunda bulunabilme hakkı tanınmaktadır. Bunun yanında ABD'nin belirlediği ve iş gücü ihtiyacının olduğu bazı sektörlere yönelik gereklilikleri yerine getiren kişiler göçmen olarak alınabilmektedir. Avustralya, Dünya'da en çok göç alan ülkeler arasında bulunmaktadır. Diğer ülkeler gibi büyük kitle göçlerine karşı katı bir tutum izlerken göçmen politikası ve göçmen hakları açısından olumlu bir politikaya sahiptir. Eğitim amacıyla giden kişiler eğitimleri sonrası çalışmak amacıyla izin alabilirler. Yatırım yapmak amacıyla gelen kişilere süreli veya kalıcı olarak vize sunulmaktadır. Belirli bir işten bağımsız olarak çalışmak isteyen kişiler, ülkenin sunduğu nitelikli göçmen programına başvuru yapabilmektedir. Norveç de göçmen alımında zorlu kriterlere sahip bir ülkedir. Göçmen olarak gidebilmek için iyi bir eğitim, tecrübe ve uzmanlık sahibi olmak gerekmektedir. Öğrenci olarak ya da tarım, turizm gibi dönemsel iş alanlarında çalışmak amacıyla geçici olarak oturum izni alınabilir (Günay, Atılgan, Serin, 2017: 49).

Türkiye'de nitelikli göçmenleri işgücüne kazandırma noktasında son yıllarda önemli adımlar atılmıştır. Yabancıların Türkiye'de çalışmak üzere aldıkları çalışma izinlerinin ikamet izni yerine de geçerli sayılması konusunda düzenlemeler yapılmış ve gerek yabancıların gerekse işverenlerin bürokratik işlemleri önemli ölçüde azaltılmıştır. Yabancı öğrencilerin ikamet izinleri ve çalışma hakları ilk kez kanunla ayrıntılı olarak düzenlenmiştir. Türkiye'deki yabancı öğrencilere öğrenimleri sırasında çalışma hakkı tanınmış, ön lisans ve lisans öğrencileri haftada 24 saat, yüksek lisans ve doktora

öğrencileri ise öğrenimlerini başarılı bir şekilde sürdürmek kaydıyla sınırsız çalışma imkânına sahip olabilmektedir. Ayrıca Türkiye’de öğrenimlerini tamamlayanlara 1 yıllık daha ikamet izni alabilme hakkı getirilmektedir (Türkiye Göç Raporu, 2017). Böylelikle nitelikli işgücü yaratacak yabancıların Türkiye’de kalabilmelerinin önü açılmaktadır. Bunun yanında mültecilerin iş gücüne katılımını destekleyici bazı düzenlemeler de yapılmıştır. Eğitim seviyesi ve mesleki yeterlilik gerektiren iş alanlarına çalışabilecek yabancı işgücünü desteklemek amacıyla T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığının uygun bulduğu kişilere uzun dönem çalışma ve ikamet izni sağlanmaktadır (Kaya, 2018: 40).

### **2.1. Göçmen Girişimcilik Kavramı ve Göçmen Girişimcilik Türleri**

Göçmen girişimcilik kavramı kısaca, “göçmenler ya da etnik grup üyelerinin iş sahipliğidir” şeklinde tanımlanabilir (Valdez, 2002: 4). Etnik girişimcilik ise, “sahipliğinin en azından %51’lik kısmının bir etnik azınlık veya göçmen arka planına sahip olduğu girişimciliktir” şeklinde ifade edilmektedir (Cormack ve Niessen, 2002: 12). Etnik girişimci kavramı daha çok kendi işinin hem sahibi hem de yöneticisi olan kendi kültürel değerleri ve kökenlerine bağlı bir etnik gruba bağlı olup ekonomik işlemlerinde, sosyal ve bireysel davranışlarında grup dışındaki insanlardan ayrılan kişiler için kullanılır (Zhou, 2004: 1040).

Etnik ekonomiler aynı etnik kökene bağlı girişimcilerin, tedarikçilerin ve müşterilerin etkileşimi ile gelişme gösterir. Başlangıçta göçmen girişimciler niş pazar dediğimiz çok özel ve spesifik ürünlerle pazar faaliyetlerine başlarlar. Bu ürünler, özel bilgi ve uzmanlığa dayanan ve köken ülkeler ile alakalı olan ve yabancı ülkedeki göçmen halka hitap eden kültürel (yeme, içme, dini objeler vb.) ürünlerdir. Göçmen girişimciliğinin içerisinde hem kültürel özellikler hem de alıcı ülkedeki yapısal durumun etkileri vardır (Aldrich ve diğerleri, 1985; akt. Waldinger, 1990: 22-23).

Bu çalışmada, literatürde etnik ve göçmen girişimcilik kavramları tanım olarak ayrılmasına rağmen aralarında çok belirgin bir fark olmaması ve literatürde çok sık şekilde birbirinin yerine kullanılmasından dolayı kavram karmaşasının önüne geçmek için sadece göçmen girişimcilik kavramı kullanılacaktır.

Göçmen girişimcilik hakkında geliştirilen yaklaşım ve modellerden önce, yabancı ülkelerde ekonomik faaliyetlerde bulunan girişimci türlerinin çok çeşitli şekillerde sınıflandırıldığı bilinmektedir. Burada en çok atıf alan göçmen girişimcilik sınıflandırmalarından biri olan Sequeira, Carr ve Rasheed (2009)'e ait olan sınıflandırmaya yer verilmektedir. Bu sınıflandırma her ne kadar 2009 yılında yapılmış olsa da arkasında Landolt, Autler ve Baires'un 1999 yılında yapmış olduğu tipoloji girişimi yatmaktadır. Sequeira'nın sınıflandırmasını bu çalışma için önemli yapan şey aslında temelinde ulusaşırı girişimci olma ve çeşitleri üzerinden geliştirilmiş olmasıdır.

**2.1.1. Döngü Girişimcilik (Circuit Entrepreneurship):** Bu girişimcilik türü ulusaşırı girişimcilik düzeyinin en yüksek olduğu türdür (Sequeira, Carr ve Rasheed, 2009: 1027). Ulusaşırı girişimcilik üçüncü bölümde ayrıntılı bir şekilde ele alınacaktır. Fakat burada ulusaşırı girişimcilik hakkındaki bazı noktalardan kısaca bahsedilmesi uygun bulunmuştur.

Ulusaşırı girişimciler bir ülkeden diğerine göç ettikten sonra geldikleri ülke ile yerleştikleri ülke arasındaki iş bağlantılarını eş zamanlı olarak sürdüren girişimcilerdir. Başka bir ülkeye göç etmelerine rağmen kendi ülkeleri ile maddi ve manevi bağlarını koparmazlar. Bu tarz girişimciler birden fazla ekonomik, sosyal, kültürel, siyasi çevrede yerleşiklik sağlayarak kritik uluslararası ilişkilerine devam ederler. Bu ilişkiler aracılığı ile kaynaklarını maksimize etme çalışırlar. Ulusaşırı girişimciler hem kendi vatanlarını hem göç ettikleri ülkeyi tanıdıkları için iyi bir bilgi akışına, fırsatları tanıma ve değerlendirme imkânına diğer girişimcilere göre daha çok sahiptirler. Her iki ülke ile sektörel ve ekonomik ilişkileri olan bu bireyler bu pozisyonlarını girişimsel fırsata çevirebilirler. Bu tarz girişimciler kullandıkları emek, sermaye, hammadde, lisans vb. somut ve soyut kaynakları hem alıcı ülkeden hem de köken ülkeden temin etmektedirler. Bu kaynakların döngüsü ve akışı ulusaşırı girişimciliğin konusu dâhilindedir (Sequeira, Carr ve Rasheed, 2009: 1027).

**2.1.2. Kültürel Girişimcilik (Cultural Entrepreneurship):** Günlük olarak kendi memleketinden ürün ve servislerin getirilmesini sağlayarak milli kimliği ön plana çıkaran faaliyet ve işleri yapan girişimcilik türüdür. Bu tip girişimlerde gazete, radyo, televizyon programcılığı gibi veya kendi kültürlerine ait yöresel yiyecek ve içecekleri

giyim vb. ürünlerin göç edilen ülkede üretimi ve dağıtımını yaparlar. (Sequeria, Carr ve Rasheed, 2009: 1028).

**2.1.3. Etnik Girişimcilik (Ethnic Entrepreneurship):** Göç ettikleri ülkelerde göçmenler tarafından kurulan ve işletilen işletmelerdir. Başlangıçta genellikle göçmen bölgelerinde faaliyet gösteren küçük girişimcilerdir. Bu girişimciler aynı kültür, millet veya ırktan insanları işyerlerinde istihdam ederler ve farklı etnik kökende müşterilere hizmet sağlarlar. Manav, restoran, market gibi işletmeler buna örnek gösterilebilir (Sequeria, Carr ve Rasheed, 2009: 1028). Aslında kültürel girişimcilerden pek farkı yoktur. Fakat kültürel girişimcilere göre daha dar bir pazara odaklandıkları söylenebilir. Lakin günümüzde erişimin herkes için mümkün olmasından dolayı bu ayrım yapay bulunabilir.

**2.1.4. Dönüş Yapan Göçmen Girişimciliği (Returnee Entrepreneurship):** Bu tip girişimciler yurtdışında yaşadıkdan sonra kendi ülkesine dönüş yapan ve ülkesinde bir iş kuran insanlardır. Bu işler otomobil satışı, ulaşım hizmetleri, gidilen yabancı ülkeye özgü bir restoran gibi düşük teknoloji gerektiren işler olabileceği gibi bilgi transferinde önemli roller oynayan ileri teknolojik işler de olabilir. Bu tarz girişimcilikte başlangıç sermayesi, sürdürülebilirlik, devamlılık ve girdilerin genişlemesi uluslararası çapta gerçekleştirilir (Sequeria, Carr ve Rasheed, 2009: 1028).

**2.1.5. Elit Genişleme Girişimciliği (Elite Expansion Entrepreneurship):** Bu tip bir işyerini girişimciler kendi ülkelerinde kurarlar. Yurtdışındaki göçmen pazarları var olan pazarlarının devamı ve genişlemesi olarak görürler. Mesela kendi ülkesinde bir işyeri olan bir girişimcinin yan dal olarak yurtdışında üretim ve dağıtım tesisleri veya satış ofisleri olabilir. Filipinli bir fast-food zinciri olan Jollibe, Kalifornia'da yaşayan Filipinli nüfusa hitap eden bir şube açmıştır. Bu tür bir girişimde başlangıç sermayesi, işgücü, devamlılık/bakım/sürdürülebilirlik, girdi, genişlemesi uluslararası çaptadır. Tüketim ise yurtdışındaki ülkede gerçekleştirilir (Sequeira, Carr ve Rasheed, 2009: 1028).



**Tablo 2.4**  
**Uluslararası Girişim Türleri**

<b>ULUSAŞIRI GİRİŞİM TÜRLERİ</b>				
<b>Girişim Türü</b>	<b>Başlangıç Sermayesi</b>	<b>İşgücü</b>	<b>Devamlılık ve Genişleme Girdisi</b>	<b>Tüketici</b>
Döngü (alıcı ve köken ülke). Teknoloji ile ilgili üretim yapan aracı firmalar, göçmen bağlantılı hizmetler	Uluslararası	Uluslararası	Uluslararası	Alıcı ve köken ülke
Kültürel (alıcı ülke). Gazete, radyo, tv hizmetleri, köken ülkeye dair alıcı ülkede sanatsal faaliyetler	Alıcı ülke	Alıcı ülke	Uluslararası devamlılık ve alıcı ülke genişleme girdileri	Alıcı ülke
Etnik (alıcı ülkede). Küçük perakende satış yerleri, etnik ürünlerin satıldığı marketler, küçük restoranlar, küçük hizmet odaklı işletmeler)	Alıcı ülke	Alıcı ülke	Alıcı ülke devamlılık ve uluslararası genişleme girdileri	Alıcı ülke
Dönüş yapan (köken ülkede). Alıcı ülke temalı pizza, burger gibi restoranlar, otomobil galericiliği	Uluslararası	Köken ülke	Uluslararası	Köken ülke
Elit yayılmacı (köken ülkede). Köken ülke temelli yeme-içme üretimi ve bunların alıcı ülkede dağıtımı. Firmanın merkezi köken ülkede, şubeleri ise alıcı ülkededir.	Uluslararası	Uluslararası	Uluslararası	Alıcı ülke

**Kaynak:** Sequeira, Carr ve Rasheed, 2009: 1027

## **2.2. Göçmen Girişimcilik Konusunda Geliştirilen Teori ve Yaklaşımlar**

Bu bölümde göçmen girişimciliği alanında geliştirilen bazı teori ve yaklaşımlardan bahsedilecektir. Literatürde göçmen girişimcilik iki temel teorik arka planla ele alınmıştır. Bunlar arabulucu azınlık teorisi ve anklav teorisidir (Bonacich, 1973; Light ve Gold, 2000; akt. Drori, Honig ve Ginsberg, 2008: 4).

### **2.2.1. Teoriler**

#### **2.2.1.1. Arabulucu Azınlık Teorisi**

İngilizce’de “Middleman minorities” olarak adlandırılan arabulucu azınlık girişimcileri etnik kaynaklarından doğan dil, sosyal ağ, bilgi ve beceri gibi avantajlarını ticari faaliyetlerde bulunmak için kullanırlar. Kendi kimliklerini korumayı başaran bu tip girişimcilere Museviler, Ermeniler ve Çinliler örnek olarak gösterilebilir (Light ve Gold, 2000; akt. Drori, Honig ve Ginsberg, 2008: 4).

Bu girişimcilik türünde, belli bir etnik gruba mensup olan tüccarların etnik bağı olmayan toplumlar arasında ticari faaliyet gösterme durumu söz konusudur. Bonacich (1973)'e göre yabancı ülkedeki elit tabaka ile avam sınıf arasında mal ve hizmet sunmaya yönelik girişimsel faaliyetleri vardır (akt. Zhou, 2004: 1041). Bu tür girişimciler azınlıklara ve göçmen bölgelerine yönelik olarak ülkenin baskın ana akım ürün ve hizmet sunan endüstrilerin ilgilenmediği alanlarda niş ürünlerini pazarlamaktadırlar (Zhou, 2004: 1041). Girişimcinin faaliyette bulunduğu yabancı pazarların sahip olduğu kültür, dil vb. değerlerden tamamen kopuk olmasa da bu değerler tarafından asimile olmayarak kendi kimliğini muhafaza etmiş girişimci gruplarıdır. Arabulucu azınlık girişimcileri sahip oldukları beceri, dil, sosyal ağ gibi avantajları ile kendi toplumu ile alıcı ülkenin toplumu arasında ticari ilişki kurmaktadır (Terjesen ve Elam, 2009: 1095). Fakat Zhou (2004: 1042)'ya göre arabulucu azınlık girişimcileri ekonomik faaliyetlerini kendi etnik grubundan olsun veya olmasın göçmen topluluklara ve azınlık gruplara yoğunlaştırmışlardır. Mesela bir Çinli girişimcinin Hispanik nüfusun yoğun olduğu bir bölgede restoran açması bu tür girişimciliğe bir örnektir. Bu sebeple ekonomik faaliyet amacıyla yerel toplumla olan sosyal ilişkileri ve bağları çok güçlü değildir (Zhou, 2004: 1042).

### **2.2.1.2. Anklav Teorisi**

Arabulucu azınlık teorisinin tersine bu tür girişimciler faaliyet gösterdikleri pazarda yerleşik bir düzen kurmuştur ve buradaki aynı etnik kökenden insanlarla sosyal ve ticari bağları kuvvetlidir. Girişimcinin kendi grubunun yoğun olduğu yerleşim yerlerinde faaliyette bulunması anklav ekonomiye örnektir. Bu girişimciler için kendi etnik kaynakları ve sosyal ağları çok önemlidir. Miami'deki Kübalılar, San Fransisco'daki Çinliler veya Atlanta şehrindeki Koreliler bu kategoriye girerler. Mesela Miami'deki bir Kübalı'nın Hispanik nüfusun yoğun olduğu bir bölgede faaliyet göstermesi, San Fransisco'daki bir Çinlinin Çin mahallesinde restoran açması, bir Korelinin Korelilerin yoğun yaşadığı bir yerde ticari faaliyet göstermesi anklav teorisine iyi bir örnektir (Zhou 2004: 1042). Anklav teorisi ile etnik pazar benzer kavramlar gibi gözükse de ikisi arasında farklılığın altını çizmekte yarar vardır. Etnik pazar veya etnik ekonomi anklav teorisinin özü olan anklav ekonomiyi de içine alan genel kavramdır (Aldrich ve

Waldinger, 1990; Drori, Honig ve Ginsberg, 2006; Portes, Guarnizo ve Haller, 2002; akt. Drori, Honig ve Ginsberg, 2008: 4-5).

Anklav girişimciliğin faaliyetleri ticarete dayalı olabileceği gibi nihai tüketiciye yönelik olarak üretime dayalı da olabilir. Bunun yanında faaliyet alanı sadece niş pazara değil daha geniş pazarlara ve genel ekonomik alanlara yönelik olarak profesyonel hizmet ve üretim alanları da olabilir. Girişimin sahibi, yöneticisi ve çalışanı aynı etnik kökenden olduğu için normalde patronla işçi arasındaki mesafe burada daha azdır. Son olarak, özellikle kuruluş aşamasında olmak üzere etnik kimliğe vurgu, etnik toplum içinde müşteriye, finans desteğine, bilgiye, iş gücüne ulaşabilmek için önem arz etmektedir (Zhou 2004: 1044).

### **2.2.2. Yaklaşımlar**

Burada göçmen girişimciliği açıklamak için geliştirilen dört yaklaşımdan bahsedilmektedir:

- Arz Yönlü Yaklaşım
- Talep Yönlü Yaklaşım
- Etkilesim Modeli
- Karma Yerlesiklik Yaklaşımı

#### **2.2.2.1. Arz Yönlü Yaklaşım**

Arz yönlü yaklaşımda, göçmenlerin girişimcilik eğilimlerinin şekillenmesinde ana etkenin etnik grubun kültürel yapısı ve değerleri olduğu ifade edilmektedir (Valdez, 2002: 6).

Arz yönlü yaklaşım, göçmen girişimcilerin sahip olduğu somut ve soyut varlıklara yoğunlaşır. Light ve Bonacich (1988: 18-19)'e göre göçmen girişimcilikte etnik grubun sahip olduğu para, sermaye, mal, mülk, bilgi gibi somut değerler girişimcilikte kullanılabilir kaynaklar olarak görülmektedir. Etnik kaynaklar ayrıca kültür, bilgi kanalları, sosyal dayanışma ve yardımlaşma, karşılıklı güven, yerine getirilmesi gereken yükümlülükler, beceri gibi sosyal sermaye kapsamına giren soyut konuları da kapsamaktadır. Bunun yanında etnik grubun girişimsel faaliyetlerine yardımcı olacak

kişi bazlı eğitim, bilgi, dil bilme, tecrübe gibi insan sermayesi olan değerler de arz yönlü yaklaşımın konusuna girer (akt. Valdez, 2002: 6).

Göçmenlerin ticari ve teknik anlamda uzmanlık ve tecrübelerini, çok çalışma, iş ahlakı, aile içi bağlılık gibi sahip oldukları kültürel ve geleneksel değerleri göç ettiği ülkenin piyasasında değerlendirmek istemesi veya yerli girişimcilerin görmediği bazı iş fırsatlarını görmesi ve bu fırsatları değerlendirmek istemesi göçmenleri girişimciliğe yönlendirmektedir (Basu ve Goswani, 1999: 66; Bindala ve Strömberg, 2013: 22).

Etnik sınıfın sahip olduğu sosyal sermayenin ve o etnik sınıfın içinde bulunan kişinin sahip olduğu insan sermayesinin girişimcilik faaliyetlerinde fırsatları keşfedip değerlendirmesinde etkili olacağı ifade edilmektedir (Light ve Bonacich, 1988: 18-19; akt. Valdez, 2002: 6). Göçmenler arasındaki sosyal ağın gelişmesi ile iyi iletişim ve bilgi paylaşımı, ekonomik, beşeri ve moral desteğinin sağlanması, girişimciliği arttıran etkenlerdendir (Basu ve Goswani, 1999: 61; Bindala ve Strömberg, 2013: 22).

Göçmen girişimcilerin sahip olduğu sermaye, mal, mülk, eğitim, bilgi, tecrübe, kabiliyet, dayanışma, göçmen bireyler arası iletişim, bilgi paylaşımı, davranış, kültürel değerler gibi göçmenler girişimcilerden kaynaklı maddi sermaye, insan sermayesi ve sosyal sermayeyi ele alan konular arz yönlü yaklaşımının konularıdır (Valdez, 2002: 6).

O halde arz yönlü yaklaşım için şöyle bir yorum yapılabilir. Bu yaklaşıma göre göçmenleri girişimciliğe sevk eden faktörler göçmenlerin sahip oldukları kendi kaynaklardır. Bu kaynaklar kısaca göçmenlerin sahip olduğu insan sermayesi ve sosyal sermaye olarak adlandırılabilir. Göçmenleri girişimci olmaya sevk eden kişisel, sosyal, kültürel, ekonomik ve psikolojik faktörler vardır. Göçmenlerin sahip olduğu maddi kaynaklar, teknik ve mesleki bir konuda uzmanlık, kişilik veya kültürlerinden gelen cesaret, hür olma ve bağımsız çalışma arzusu, risk alma, ticari kabiliyet, özgüven, piyasada yerli girişimcilerin görmediği boşlukları ve fırsatları değerlendirme isteği, elde iş kurmak için yeterli varlığa sahip olma ve bunları sermaye olarak iş kurmak için kullanma hedefi gibi etkenler göçmenlerin girişimcilik eğilimlerini ve girişimsel başarılarını etkileyen faktörlerdendir. Bunun yanında iş fırsatlarını değerlendirme, müşteriye ulaşma, üretim, tedarik, kredi, mali destek, moral dayanışması gibi konularda yardımlaşma ve bilgi paylaşımını sağlayan göçmen gruplardaki sosyal ağlar, sıkı aile ve

akrabalık bağları göçmenlerin girişim için sahip oldukları önemli kaynaklardır. Kısaca bu yaklaşımda göçmenin kişilik yapısı, yaşı, cinsiyeti, eğitimi, dil bilip bilmemesi, yetenekleri, tecrübesi ve ailesinde girişimci olup olmaması, yetiştirilme tarzı ve ailesi yapısı, sahip olduğu sosyal ağlar gibi faktörler göçmenleri girişimci olmaya sevk eden ve girişimsel başarıyı belirleyen en önemli etkenlerdir.

### **2.2.2.2. Talep Yönlü Yaklaşım**

Bu yaklaşıma göre her ne kadar göçmen girişimciler etnik ve sınıfsal kaynaklara sahip olsalar da sadece bunların bir piyasada tutunmak ve başarılı olmak için yeterli olmadığı ifade edilmektedir. Bunun yanında göç edilen ülkedeki kültürel, sosyal, ekonomik ve siyasi şartların da göçmenlerin girişimde bulunmasına ve başarılarında etkili faktörlerden olduğu belirtilmiştir (Hall, 1999: 26).

Göçmenlerin sahip olduğu kültürel, etnik ve mali kaynakların yabancı bir ülkede girişim başlatmak için tek başına yeterli olmadığı, alıcı ülkenin ekonomik ve sosyal yapısı, kültürel değerleri, yasal çerçevesi gibi göçmenlerden kaynaklanmayan dışsal faktörlerin de göçmen girişimciliği olumlu ya da olumsuz anlamda etkileyebileceği görüşü ifade edilmiştir (Chan and Hui, 1995; Portes, 1995; akt. Fee ve Rahman, 2014: 124).

Göç edilen ülkedeki piyasa şartları, genel ekonomik durum ve gelir seviyesi, rekabet ortamı, iş bulmadaki zorluklar, çalışılan yerdeki maaşın düşük olması, çalışma şartlarının zorlukları, kültür, dil, sosyal çevre, çalışma ortamında uğradıkları ayrımcılık gibi dışsal faktörler göçmenlerin girişimcilik eğilimlerini ve girişimsel başarılarını etkilemektedir (Hammarstedt, 2004: 117; Baycan-Levent ve Nijkamp, 2009: 378).

Talep yönlü yaklaşımı açıklayan fırsat yapılarından bir tanesi de pazar koşullarıdır. Göçmen girişimcilerin ürün ve hizmetleri kimlere hitap edecek? Sadece kendi etnik müşterilerine mi hitap edecek yoksa göçmen girişimciler daha geniş bir müşteri yelpazesi mi oluşturacaklar? Bu sorulara göre göçmen girişimciler niş pazar diyebileceğimiz daha özel, belli bir müşteri kesimine münhasır ürünlerle göçmen toplumların ihtiyaçlarını ilk etapta karşılayacak şekilde bu pazar boşluğunu doldurma yoluna gidebilirler. Bunu hedefleyen girişimcilerin hedef müşteri kitlesini iyi belirlemesi, gelir, cinsiyet, yaş vb. özellikleri belirleyerek ürün ve hizmetin fiyat, kalite, reklam gibi pazarlama unsurlarını dikkate alması gerekmektedir.

Fırsat yapılarının ikincisi ise iş fırsatlarına erişimdir. Ekonomik, siyasi, yasal ve sosyal alanlarda yaşanan değişimler ve dalgalanmalar, nüfus yapısındaki değişimler (nüfusun artması veya azalması, yaşlı nüfusun artması, ülkenin göç alması sebebiyle etnik yapıdaki değişimler vs.) yeni iş imkânlarını veya tehditleri beraberinde getirir. Mesela genelde Avrupa, özelde ise Almanya'da genç nüfus azalmakta, yaşlı nüfus artmaktadır. Yaşlılarla özel ilgilenecek bakım uzmanlarına ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Göçmen girişimciler bu ihtiyacı kendileri açısından ekonomik bir fırsat olarak değerlendirme imkânına sahiptirler.

### **2.2.2.3. Etkileşim Modeli**

Etkileşim modeli arz yönlü yaklaşımı ile talep yönlü yaklaşımı bir araya getiren bir modeldir. Bu modele göre göçmen girişimciliğin başarısını etkileyen tek bir faktör yoktur. Etnik grubun girişimciliğe yönelik özellikleri ile pazar koşulları ve iş fırsatlarına erişimi ifade eden fırsat yapılarının bir araya gelmesi ile oluşturulan bu modele etkileşim modeli adı verilmiştir (Waldinger, Aldrich ve Ward, 1990: 41).

Göçmen girişimciliğin ortaya çıkmasında girişimcinin sahip olduğu sosyo-kültürel değerler, bilgi ve yetenek etkili olduğu gibi, göç edilen ülkedeki ekonomik ve kurumsal çevre de etkilidir (Fee ve Rahman, 2014: 125).

Etkileşim modeli 3 temel karakteristiğe sahiptir (Waldinger, Aldrich ve Ward, 1990: 41).

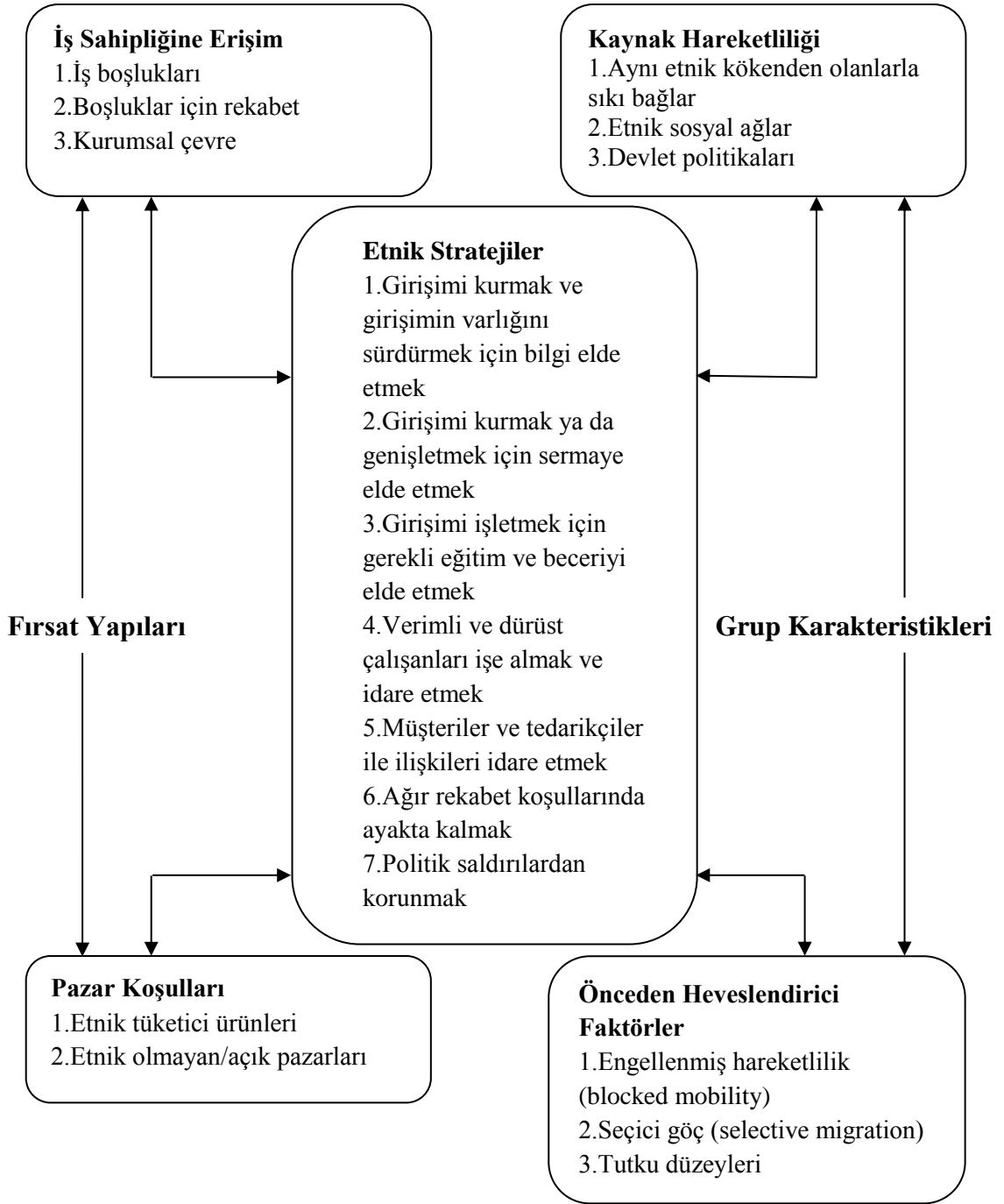
1. Göç öncesi karakteristikler (Premigration characteristics)
2. Göç şartları (Circumstances of migration)
3. Göç sonrası karakteristikler (Postmigration characteristics) olarak sıralanmıştır.

Birincisinde göçmenler ile ilgili göç etmeden önce sahip olunan yetenekler, iş tecrübesi ve girişimsel tutumdan bahsedilmektedir. Ayrıca insanın girişimci olmasını etkileyebilecek şehirleşmiş ve endüstrileşmiş bir yerden gelip gelmediği de göç öncesi karakteristiklerin konusuna girer (Waldinger, Aldrich ve Ward, 1990: 41).

Göçün şartları, göçmenlerin göç etme sebebini anlamak için önemlidir. Bu bağlamda göçmenler, geçici göçmenler ve kalıcı göçmenler olarak sınıflanmaktadır. Geçici

göçmenler arasında iş sahipliği “kaybedecek bir şeyi olmamak” şeklinde ortaya çıkabilir. Veyahut geçici süreliğine gelen göçmenler para biriktirip kendi ülkesine dönmeyi planladığı için maceralara atılmak yerine ücretli işlerde çalışmayı tercih etmiş olabilirler. Öte yandan kalıcı olarak göç edenler arasında ise işçi olarak çalışan göçmenlerin işveren tarafından ayrımcılığa tabi tutularak işyerinde ilerlemesinin engellenmesi söz konusu olabilir; bu durum, göçmenleri iş kurmaya itebilir. Buradaki ilerlemeyi engelleme durumu “engellenmiş hareketlilik” (blocked mobility) olarak adlandırılmaktadır (Waldinger, Aldrich ve Ward, 1990: 42).

Son olarak göç sonrası durumda ise göçmenlerce göç etmeden önce köken ülkelerinde edinilmiş olan yeteneklere ev sahibi toplum tarafından ne kadar değer verildiğinin seviyesinden ve bu duruma dayalı olarak ortaya çıkan fırsat ve tehditlerden bahsedilir. Bu faktör belli bir çevredeki fırsat yapılarının göçmen girişimciliği ne kadar destekleyici olduğu ile ilgilidir. Çevrenin, göçmen girişimciliğe destekleyici etkisine örnek olarak göçmen girişimcilerin iş fırsatları için ihtiyaç duydukları bilgiyi içinde buldukları piyasadaki uzmanlık gerektiren işlerde çalışmaları ile elde edebilirler. Bu yüzden göçmenler yoğunlaştıkları piyasadaki uzmanlık gerektiren işlerde çalışarak kendi işlerini kurmak için gerekli olan beceri ve bilgiyi elde edebilirler (Waldinger, Aldrich ve Ward, 1990: 44).



**Şekil 2.1: Etnik İş Geliştirmenin Etkileşim Modeli**

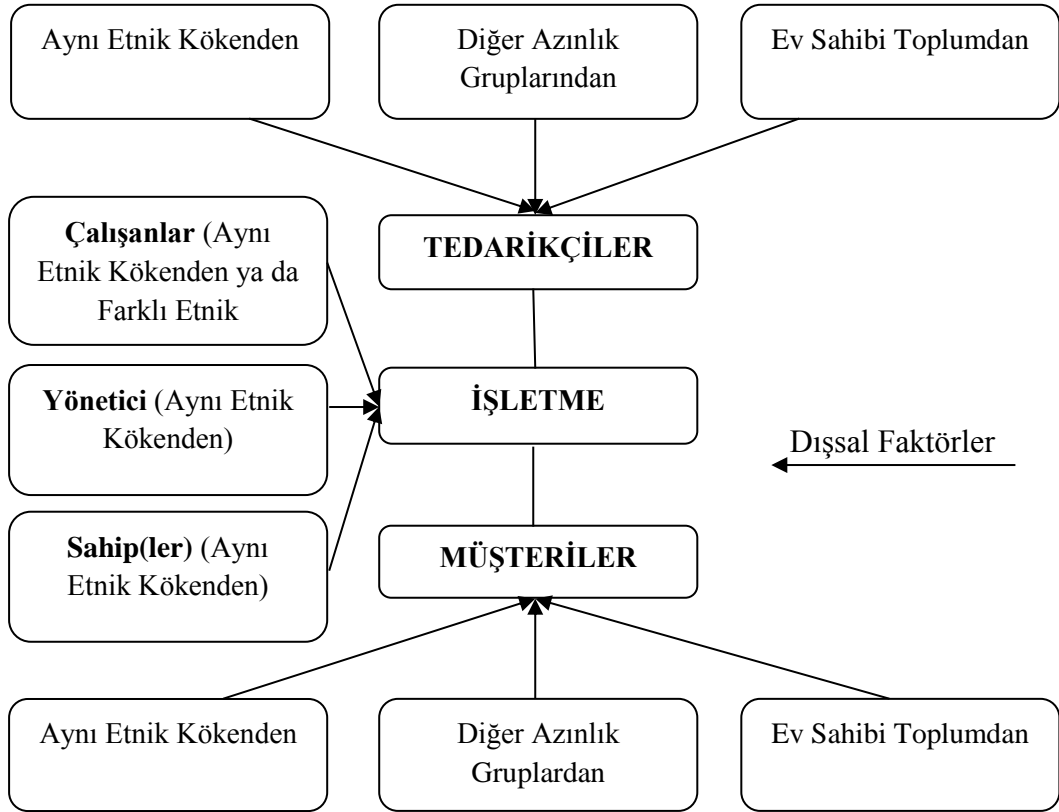
**Kaynak:** Waldinger, Aldrich ve Ward, 1990: 22



Yukarıdaki şekilde de görüldüğü gibi girişimcilerin iş stratejilerini iki faktör etkilemektedir. Bunlardan birincisi ülkedeki pazar koşulları ve iş sahipliğine erişimi içine alan fırsat yapılarıdır. İkincisi ise etnik grubun kaynaklarını ve girişim yapma isteklerini ele alan göçmenlerin grup karakteristiğidir.

#### 2.2.2.4. Etnik Girişimcinin İş Sahipliği Modeli

Strüder (2003: 6) etnik girişimcilik hakkında ortaya koyduğu modelde göçmen girişimcilerin kurduğu işletmelerde aynı etnik kökenden insanlar çalışabileceği gibi farklı etnik kökenden insanların da çalışabileceğini ifade etmiştir. Fakat etnik girişimcilikte sahiplik ve yönetim göçmenlerin elinde bulunur. Tedarikte, ulaştırmada, pazarlamada farklı etnik yapıdaki insanlardan faydalanılabileceği gibi, müşterilerde de farklı etnik kökenden (ev sahibi vatandaşlar dahil) insanlar olabilir. Göçmen girişimcilerin kendilerinden kaynaklı avantaj ve dezavantajların yanı sıra göç ettikleri ülkenin ekonomik, sosyal, siyasal şartları göçmen girişimciliğe olumlu ya da olumsuz etki eden sebeplerdendir (Strüder, 2003: 6).



Şekil 2.2: Etnik Girişim Sahipliği Modeli

**Kaynak:** Strüder, 2003: 6

Yukarıdaki şekilde iş sahipliği konusunun özet bir hali gösterilmektedir. Etnik girişim sahipliği modelinde etnik girişimcilerin, çalışanların ve yöneticilerin etnik yapısı ile tedarikçilerin ve müşterilerin etnik yapısı görülmektedir.

### **2.3. Göçmen Girişimciliğin Önemi ve Faydaları**

Göçmen girişimciliğin hem göçmen topluma, hem yerel müşteriye hem de alıcı ülkenin ekonomisine olumlu katkıları vardır. Göçmen toplumlar açısından bakılacak olursa göçmenler kendi işlerini kurarak öncelikle kendilerine iş imkânı sağlamış olurlar. İkinci olarak, kurulan etnik girişim sayesinde diğer aynı etnik kökenli göçmenlere de istihdam sağlanmış olur. Üçüncü olarak yerel girişimciler farklı mal ve hizmetleri yerel tüketicilerin beğenisine sunmuş olurlar (Kohlmeier ve Schimany, 2005: 25).

Yerel müşteriler açısından bakılacak olursa, daha önce bilmediği veya ulaşamadığı farklı mal ve ürünlere ulaşma imkânına sahip olur. Alıcı ülkenin ekonomisine faydası ise şunlardır: Göçmenlerin kurduğu işletmeler sayesinde yerel ekonomide hareketlilik yaşanır. Faaliyete geçen göçmen işletmeler, emlak, hammadde tedariki, ulaştırma, reklam, pazarlama vb. gibi birçok sektördeki işletmeler bu yeni göçmen işletme ile iş yapmaya başlarlar. Nüfusu yaşlanan, çalışan nüfusu azalan, bundan dolayı ekonomisinin durgunluğa girme tehlikesi olan ülkelerde göçmen nüfusun ekonomik hareketliliği arttırdığı düşünülmektedir (OECD, 2014: 1).

Kültürel ve sosyal açıdan bakılacak olursa tarih boyunca tacirlerin, farklı ülkelerle ve milletlerle yaptıkları ticaretler kendi kültürlerinin, inançlarının, dil ve geleneklerinin yerel milletlerce tanınmasına ve anlaşılmasına katkısı olmuştur. Müslüman Arap tüccarların deniz yolu ile Güneydoğu Asya ve Doğu Afrika'da yaptıkları ticaretler İslam'ın bu bölgelerde tanınmasını ve yayılmasını sağladığı gibi (Özay, 2006: 195), günümüz göçmen girişimcileri de kendi kültür ve inançlarını başka ülkelere taşıyarak orada oluşmuş bazı önyargıların kırılmasına, tanışma ve yakınlaşmanın gerçekleşmesine sebep olabilirler.

### **Sonuç**

Sonuç olarak göçmen girişimciliğin göçmen olgusunun bir neticesi olarak yüzyıllardan beri var olduğu söylenebilir. Fakat küreselleşmede önemli pay sahibi olan ulaşım,

iletişim bilgi ve teknoloji paylaşımı gibi faktörlerin hızlı, kolay ve ucuz hale gelmesi, sınırların daha geçişken olması, eğitim seviyesindeki artış, göç edilen ülkedeki göçmenlerin dayanışma ve yardımlaşması sayesinde ihtiyaç duydukları somut ve soyut kaynaklara hızlı erişimleri gibi sebeplerden ötürü daha önce bireysel ve dar kapsamlı bir konumda olan göçmen girişimcilerin günümüzde hem yerel ekonomilerde hem de uluslararası piyasalarda çok önemli yerlere geldikleri görülmektedir.

Göçmen girişimciliği etkileyen birçok faktörden bahsetmek mümkündür. Dışarıdan gelen girişimciler o piyasanın ihtiyaçlarını ve boşluklarını yerel girişimcilere göre daha iyi görüp bu alanlara yoğunlaşabilmektedirler. Göçmenlerin azınlıkta olmaları sebebiyle sıkı ilişkiler içerisinde olmaları, birbirlerinin sosyal ve kültürel alanda olduğu gibi ekonomik alanda da yardımlaşma içinde olmaları ve birbirlerine sahip çıkmaları onları daha cesur girişim yapmaya sevk etmektedir.

Çoğunluğun etnik, kültürel ve dini anlayışını yansıtan devlet yönetimleri ve bürokrasileri, genellikle azınlıkları devlet idaresi içinde istihdamdan, savunma ve güvenlik faaliyetlerinden uzak tutma eğilimindedir. Şehir hayatında birbirlerine yakın yaşayan, kırsalda toprağı olmadığı için tarım yapma imkânına da sahip olamayan göçmenler kendilerini daha çok ticaretle meşgul durumda bulmuşlardır.

Göçmen girişimcilerin, alıcı ülkede aynı etnik kökenden gelen müşterilerin o pazarda bulamadıkları mal ve hizmetleri tedarik etmede önemli rolleri vardır. Göçmen müşteriler, etnik kültüre özgü mal ve hizmetleri göçmen girişimcilerden sağlarlar. Bu noktada göçmen girişimciler, göçmen müşterilerle olan ortak dil, kültür vb. benzerlikler sayesinde müşteri ihtiyacını karşılamada daha başarılı olurlar ve piyasada avantaj elde ederler.

Devletlerin kurumsal politikaları, ekonomik görüşleri, koydukları yasalar girişimciliğin teşvikinde olumlu ya da olumsuz katkı sağlayabilir. Hükümetlerin girişimciye sağladıkları krediler, sübvansiyonlar, vergi indirimleri vs. destekler hem yerel hem de göçmen girişimcilerin güçlenmesine ve artmasına yardımcı olmaktadır (Hall; 1999: 29).

Uluslararası girişimciliğin bir ön aşaması ya da koşulu olarak nitelendirilebilecek olan göçmen girişimcilik konusu, kavramsal arka planı, türleri, konu hakkında geliştirilen teori ve yaklaşımları ile birlikte bu bölüm altında ele alınmıştır. Üçüncü bölümde ise

göçmen girişimciliğin bir başka boyutu ve bu çalışmanın ana konusu olan uluslararası girişimcilik kavramı, teorik çatısı, ne olup ne olmadığı ile ilgili tanımları, hangi süreçlerden geçtiği ve önemi ile birlikte ayrıntılı bir şekilde ele alınacaktır.

## **BÖLÜM 3: GÖÇMEN GİRİŞİMCİLİK TEN ULUSAŞIRI GİRİŞİMCİLİĞE**

### **Giriş**

Ulusaşırı girişimcilik, son yıllarda girişimcilik alanında popülerlik kazanmış bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Küreselleşmenin ayırt edici bir katkısı olarak düşünülebilen bu kavram, sosyoloji (göçmen sosyolojisi), antropoloji (kültürel etkiler), ekonomi (ekonomik adaptasyon), ekonomik coğrafya ve bölgesel planlama bilgi transferi, teknoloji, know-how vs.) gibi çeşitli disiplinlerin etkileşimini de ifade etmektedir (Drori, Honig ve Wright 2009: 1002). Kavramın doğmasına neden olan şey, girişimcilik alanındaki özellikli durumları temsil etmek adına oluşturulan kavramların (uluslararası girişimci, etnik girişimci, göçmen girişimci, vb.) tespit edilen yeni vakaları betimlemekte yetersiz kalması olarak gösterilebilir. Söz konusu alanda ulusaşırı girişimcilik ne ilk ne de son olacak nitelik göstermektedir. Çünkü piyasa sistemi fonksiyonunu gerçekleştirdiği müddetçe içinde bulunulan zaman ve mekana yani bağlama bağımlı olarak sürekli farklı vakalar sunmakta ve bunların akademik çalışmalar ile değerlendirilip tanımlanmasını gerekli kılmaktadır. Bu bölüm ulusaşırı girişimciliğin ne olduğunu ve karıştırılması muhtemel girişimcilik biçimlerinden nasıl ayrıştığını, bir girişimcinin ulusaşırı girişimci olarak kabul edilip edilemeyeceğinde kriterlerin neler olabileceğini tartışmayı hedeflemektedir. Ayrıca bu bölüm, ulusaşırı girişimcilik kavramının Türkiye’de tespit edilen birkaç vaka özelinde nasıl tezahür ettiğini açığa çıkarmayı hedeflemektedir.

### **3.1. Ulusaşırı Girişimcilik Kavramı**

#### **3.1.1. Kavramın Arka Planı ve Tanımlama Girişimleri**

Şüphesiz ulusaşırı girişimcilik kavramı ancak uluslararası girişimcilik literatüründe kendine bir temel bulabilir. Çünkü kapsamı ve doğası gereği kendisini açıklama ihtimali olan değişken ve boyutlar uluslararası girişimcilikte zenginlik arz etmektedir. Aşağıdaki tabloda, farklı akademik çalışmalarda yapılan ulusaşırı girişimcilik tanımlarına yer verilmektedir. Bu tanımların içeriği ulusaşırı girişimciliğin uluslararası girişimcilikle ilişkisini pekiştirir niteliktedir.

**Tablo 3.1**  
**Farklı Akademik Çalışmalardaki Ulusaşırı Girişimcilik Tanımları**

<b>Yazarlar</b>	<b>Ulusaşırı Girişimcilik Tanımı</b>
Basch, Schiller ve Szanton-Blanc (1994: 22)	“Kendi etnik ve coğrafi toplumlarıyla ulusötesi bağlantı kurmaya çalışan, göçmenlerin oluşturup sürdürdükleri çok ayaklı sosyal ilişkiler süreci ulusaşırı girişimcilik olarak adlandırılır. Ulusaşırı girişimciler hem köken hem de alıcı ülkede sosyal, ekonomik açıdan çoklu mevcudiyetlerini sürdürürler.”
Sorenson ve Audia (2000: 456)	“İki farklı endüstride ve coğrafi bölgedeki organizasyonlar ile bağlantı kurmuş olan ve uzaktaki bu organizasyonlar sayesinde girişimsel fırsatları değerlendirme imkânına sahip kişilerdir.”
Portes, Guarnizo ve Haller (2002: 284)	“Kendi işinde çalışan, ki bu iş sıklıkla yurtdışı seyahatlerini içerecek aktiviteleri barındıran ve başta köken ülkesi olmak üzere başka ülkelerle de iş ilişkisi geliştiren göçmen girişimciler ulusaşırı girişimci olarak kabul edilir.”
Saxenian (2002: 9)	“Göçmenlerin sınır ötesi iş fırsatlarını keşfedip bunları değerlendirmek için harekete geçtiği çok yönlü bir süreçtir. Göçmenler başka bir ülkede hayatlarını kurmalarına rağmen köken ülkeleri ile ekonomik bağlantılarını sürdürürler.”
Yeung (2002: 30)	“Ayrıcalıklı vasıflara sahip sosyal aktörler tarafından oluşturulan ve sürdürülen ulus ötesi iş girişimleri sürecidir. Buradaki sosyal aktörler ulusaşırı girişimcilerdir. Bunlar iş sahibi ya da yönetici olduğuna bakılmaksızın iki ya da daha fazla ülkede iş faaliyeti yürüten kişilerdir. Ulusaşırı girişimciler, hem köken hem de alıcı ülkedeki politik ekonomik ve kültürel çevreyle içi içe geçmişlerdir.”
Wong ve Ng (2002: 514)	“Faaliyet gösterdikleri işler ve ağ yapıları gereği köken ve alıcı ülke arasında etkileşim halinde bulunan göçmenlerdir.”
Rusinovic (2008: 432)	“Köken ülkelerindeki ilişkilerini ve bağlantılarını kullanarak ulus ötesi aktiviteleri gerçekleştirme imkânına sahip girişimcilerdir.”
Drori, Honig ve Wright (2009: 1001)	“En az iki farklı ülkenin sosyal ve ekonomik alanını uluslararası girişimcilik faaliyetlerinde kullanan girişimcilere ulusaşırı girişimci denir. Ulusaşırı girişimciler, köken ülke ve göç sonrası kendilerine ev sahipliği yapan ülkede iş ilişkilerini eş zamanlı olarak sürdürmeye devam eder.”
Chen ve Tan (2009: 1080)	“Sınırlar arası iş aktivitelerinde bulunan göçmen girişimcilere ulusaşırı girişimci denir.”
Terjesen ve Elam (2009: 1096)	“Uluslararası işletme faaliyetleri gerçekleştirmek amacıyla birden çok kurumsal çevreye yerleşiklik sağlayan, iyi donanımlı, gelişmiş kaynak ve bakış açılarına sahip girişimcilerdir.”
Levie ve Smallbone (2009: 18)	“Düzenli olarak sınır ötesi faaliyetlerde bulunan hem köken hem de alıcı ülkede ekonomik varlığını devam ettiren girişimcilerdir.”
Patel ve Conklin (2009: 1045-1046)	“İki farklı kurumsal ve kültürel çevreye bütünüyle bağımlı olarak iş fikirleri geliştiren ve gerçekleştiren girişimcilerdir. Bunun sonucunda tek bir çevrede faaliyet gösteren girişimcilere göre daha fazla rekabet gücüne sahip olmaktadır.”
Fuller (2010: 240)	“İş stratejileri gereği faaliyetlerini alıcı ülke ile köken ülkeye yoğunlaştıran göçmen girişimcilerdir.”
Varma, (2011: 272)	“Birden fazla toplumla kültürel ve sosyal olarak iç içe geçerek eş zamanlı olarak ticari faaliyetlerini sürdürebilen girişimcilerdir. Köken ülke ile alıcı ülke arasında sosyal ilişkileri sayesinde bağlantı kuran göçmenlerin bu ilişkilerini kullanma ve devam ettirme sürecidir.”
Lin ve Tao (2012: 50)	“Yaşamış veya yaşamakta olduğu iki farklı yerleşimden eş zamanlı olarak elde ettiği kaynaklardan yararlanarak faaliyetlerini genişletme gayreti gösteren girişimcilerdir.”
Bagwell (2014: 346)	“Ulusaşırı girişimcilik iki veya daha fazla ülkede yerleşikliği bulunan girişimcilerin yoğun sınır ötesi bağlantıları ile gerçekleşen bir dizi ekonomik ve sosyal sürecin tamamıdır. Bu tür bağlantılarda fiziksel ulaşım yolları çok sık kullanılmayabilir fakat bu, girişimsel faaliyetin ulusaşırı girişimcilik derecesinde olmadığı anlamına gelmez.”

Yazarlar	Uluslararası Girişimcilik Tanımı
Radulov ve Shymanskyi (2014: 6)	“Kendi işletmelerine sahip göçmen girişimcilerin iş faaliyetleri ile ilgili olarak başka bir ülke ile bağlarının olması ve bu ülkeye iş seyahatlerinde bulunması uluslararası girişimcilik kapsamına girer. Bu iki ülke arasındaki faaliyetlerin amacı daha fazla bilgi kaynağına ulaşmak, girişimcilik yeteneklerini geliştirmek ve iş fırsatlarını keşfetmektir.”
Brzozowski, Cucculelli ve Surdej (2017: 105)	“Sınır ötesi iş aktiviteleri ile hem alıcı ülkede hem de köken ülkede sosyo-ekonomik alanda faaliyetler gösteren göçmen girişimcilerdir.

Yukarıdaki tabloda uluslararası girişimcilik tanımlarına yer verilmiştir. Ancak uluslararası girişimcilik tanımlarını doğrudan yazındaki diğer benzer kavramlardan ayırmak pek mümkün görünmemektedir. Bu nedenle yazında uluslararası girişimci, etnik girişimci ve dönüş yapan girişimci gibi hususi olarak ele alınan girişimcilik vakalarının karakteristiklerinin karşılaştırıldığı çalışmalar mevcuttur (Adiguna ve Shah, 2012: 4; Drori, Honig ve Wright, 2009: 1001). Aşağıdaki tablo Drori, Honig ve Wright (2009: 1006)’ın çalışmasında sundukları tablonun uyarlanması ile oluşturulmuştur:

**Tablo 3.2**  
**Uluslararası Girişimciliğin Ne Olduğunu Ne Olmadığı Üzerinden Açıklama Girişimleri**

	Uluslararası Girişimci (International)	Etnik Girişimci (Ethnic)	Dönüş Yapan Girişimci (Returnee)	Uluslararası Girişimcilik (Transnational)
<b>Tanım</b>	-Farklı milli sınırlar arasındaki girişimsel aktiviteler sürdüren girişimcilerdir.	-Genel bir kültürel miras ile birbirine bağlı grup üyelerine sahip ve sahip olduğu nitelikler gereği söz konusu grubun imkânlarından yararlanan girişimcidir.	-Genellikle gelişmiş bir ülkede iş tecrübesi ya da eğitim için vakit geçirdikten sonra bir iş fırsatını hayata geçirmek için kendi ülkesine dönen girişimcilerdir.	-En az iki farklı ülkenin sosyal ve ekonomik alanını uluslararası girişimcilik faaliyetlerin-de kullanan girişimcilere uluslararası girişimci denir.
<b>Kendine konu edindiği girişimci tipi</b>	-Bireysel ya da takımlar -İhracat/ uluslararası odaklı firmalar -Genellikle herhangi bir göçmenlik durumu olmayıp, bir ülkenin yerli sakinidir.	-Göçmendirler -Genelde ayırt edici bir dil ya da gelenekleri olan azınlıklar -Yerleşilen ülkede formal, informal ya da illegal iş sahiplikleri vardır.	-Bireyler ya da takımlar -İhracat / uluslararası odaklı firmalar -Genelde yüksek teknoloji firmaları içeren köken ülkede yaratılmış yeni/farklı işler	-Sosyal olarak yerleşiklik gösterilen iki ya da daha fazla çevreye angaje olmuş göçmenler -Kaynakları yaratmak ve maksimize etmek için global ilişkiler

	<b>Uluslararası Girişimci (International)</b>	<b>Etnik Girişimci (Ethnic)</b>	<b>Dönüş Yapan Girişimci (Returnee)</b>	<b>Uluslararası Girişimcilik (Transnational)</b>
				kuran ve sürdürenler
<b>Öncelikli araştırma sorusu</b>	-Yeni piyasaların evrimini hangi süreç açıklayabilir? -Girişimciler yeni ve yabancı olmanın zorluklarının üstesinden nasıl gelebilirler? -Nasıl ve neden bazı firmalar uluslararası büyümeyi daha erken dönemlerinde başarabilmektedir?	-Göçmenlik -Asimilasyon -Etnik birey ya da grupların uyumlaşma süreçleri nasıl gerçekleşir?	-İhracat faaliyetlerini geliştirmek için köken ülkede yeni iş platformları oluşturan bu girişimciler sosyal, beşeri ve teknolojik sermayelerini nasıl kullanmaktadır? -Dönüş yapan girişimcilerin yurtdışı deneyimleri onların firma kurma ve büyütme konusundaki yeteneklerini nasıl etkilemektedir?	-Uluslararası girişimciler sahip oldukları yetenek ve fırsatları bireysel ya da örgütsel olarak nasıl, niçin ve ne zaman görece daha az çekici çevrelerde yeni işleri takip etmek için kullanmaktadır?
<b>Analiz birimi</b>	-Firma seviyesinde gelişen ilişkiler, networkler -Bu networklerdeki firmanın pozisyonu ve rolü	-Etnik kimliği sayesinde yerleşilen ülkedeki bireysel networkler -Bu networklerdeki girişimcinin pozisyonu ve rolü	-Dönüş yapan girişimcilerin bireysel networkleri	-İki ve ya daha fazla ülkede sosyal yerleşikliği olan bir göçmenin bireysel eylemleri, global ilişkileri, yaratıcılığın gelişimi, kaynaklardan maksimum faydalanma vb. konularda ulusötesi ilişkiler networkünde girişimcinin rolü ve pozisyonu

**Kaynak:** Drori, Honig ve Wright, 2009: 1006

Adiguna ve Shah (2012: 5) uyarılama sonucunda uluslararası girişimcilik ile etnik girişimciliği iki uç olarak değerlendirmişlerdir. Uluslararası girişimcilik, firma seviyesinde analizler yaparken; etnik girişimcilik ise birey seviyesinde analiz yapmaktadır. Oysa uluslararası girişimcilik araştırmalarının analiz birimi olarak iki spektrumun bir kesişim noktası sunduğunu iddia etmektedirler. Uluslararası girişimcilik ile karıştırılan bir diğer kavram uluslararası işletmeciliktir ve Yeung (2002)'a göre böylesi bir ayrıma gidilmesinin nedeni uluslararası işletmeciliğin özellikle alıcı ülkede girişimcilerin sosyal ve politik ağları nasıl bir kaldıraç etkisi ile kullanıldığını açığa



çıkarmaması ve ulusaşırı girişimciliğin bilhassa bu alanda sosyal aktörler olarak alıcı ülkede sınırları nasıl aştığını konu edinmesidir (akt. Drori, Honig ve Wright 2009: 1003).

Ulusaşırı girişimcilik, etnik ve uluslararası girişimcilik ile kesişen bir kavram olarak da değerlendirilebilir. Ulusaşırı girişimcilik ve etnik girişimcilik kesişmektedir; çünkü ikisinin de aslında odağında göçmen niteliği olan birinin olmasıdır. Yine ulusaşırı girişimcilik ile uluslararası girişimcilik de kesişmektedir çünkü çoğu uluslararası girişimcinin göçmen olmasıdır. Bu durumda ulusaşırı girişimcilik gibi bir kavramın geliştirilmesi hem sınırlar arası girişimsel faaliyetleri anlamak hem de göçmen girişimcileri keşfetmek adına mükemmel bir fırsat olarak değerlendirilebilir (Chen ve Tan, 2009: 1079).

Ulusaşırı girişimcilik yaklaşımı, göçmen çalışmalarında artan bir öneme sahiptir. Göç edilen ülkedeki sosyal çevre ve kültürel normlara yavaş yavaş adapte olma ve asimile olmasıyla oluşan göçmen entegrasyonu modeline dayanan geleneksel göçmen yaklaşımına ulusaşırı girişimcilik yaklaşımı tarafından itiraz edilmiştir (Gordon, 1964; akt. Brzozowski, Cucculelli ve Surdej, 2017: 108). Ulusaşırı girişimcilik yaklaşımında göçmenler entegrasyon sürecinde aktif birer oyuncu olarak ele alınmıştır. Göç edilen ülke lehine etnik kimliğin zamanla erozyona uğraması konusu bu yaklaşımda yer almamıştır. Ekonomik, kültürel ve sosyal bağlantılar sayesinde köken ülkeleri ile bağlantıları olan göçmenlerin aynı anda birden fazla toplumda yaşam sürmeleri ve iş faaliyeti yürütmeleri mümkün olmuştur (Schiller, Basch ve Blanc-Szanton, 1992: 11). Özetle denilebilir ki, ulusaşırı girişimcilik kavramı göç edilen ülkede alternatif bir entegrasyon şeklini tanımlamaya çalışmıştır. Bu tarz bir göçmenlikte eski kimliklerini kaybetme pahasına kademeli olarak yeni bir kimlik ve aidiyet kazanmak yerine göçmenler, çift kimlikli yeni bir durum oluşturma stratejisini kullanmaktadırlar (Brzozowski, Cucculelli ve Surdej, 2017: 110).

### **3.1.2. Ulusaşırı Girişimciliğin Teorik Çatısı**

Ulusaşırı girişimcilik konusunda teorik tartışma yapan ve yazında en fazla atıf alan araştırma Drori, Honig ve Wright (2009)'ın çalışmasıdır. Bu çalışmada Drori ve arkadaşları ulusaşırı girişimcilerin bireysel yetenek ve kaynaklarını etkileyen beş temel

faktör olduğunu belirtmiş ve bunların hangi teorik zeminle ilişkili olduğunu açıklamışlardır:

**Fail / agency:** Fail yaklaşımına göre ulusaşırı girişimci hem köken ülkesinde hem de ev sahibi ülkede bir sosyal yerleşikliğin parçasıdır. Ulusaşırı girişimci olmasının şartı her iki sosyal bağlamında da sahip olduğu sosyo-ekonomik ve politik kaynaklarını eş anlı bir şekilde kullanabilmesidir. Ayrıca ulusaşırı girişimciler genellikle etnik yapının sunduğu imkânları değerlendirici olan etnik girişimcilerden farklı olarak kozmopolit kültüre ya da global pazarlardaki riskleri odaklanmaya yönelik hareket eden faillerdir (Drori, Honig ve Wright, 2009: 1007).

Ulusaşırı girişimcilerin, alıcı ve köken ülkesindeki topluma yerleşikliği sonucu elde edilen somut ve soyut kazanımları mevcuttur. Göçmen girişimciler alıcı ve köken ülkedeki sosyal kurumlara yerleşiklikleri sayesinde iki farklı çevredeki sosyal konumları ve bağlantıları ile kaynaklara ulaşım ve fırsatları keşfetme ve değerlendirme avantajına sahip olurlar. Göçmen girişimcilerin gittikleri ülkenin kültürüne uygun üretim yapma ve inovasyon geliştirme kapasitelerinin olduğu ve aktörlerin yani ulusaşırı girişimcilerin kişisel ve kolektif fikirlerinin, menfaatlerinin ve sorumluluklarının sosyo-ekonomik duruma uygun hale getirildiği ifade edilmektedir (Drori, Honig ve Wright, 2009: 1007).

**Kültürel perspektif:** Farklı kültürel perspektiflere sahip olmalarını girişimcilik faaliyetlerinde yarar sağlayıcı bir unsur olarak kullanmaktadırlar. Girişimci tarafından sahip olunan çoklu kültür kazanımları sayesinde, yeni/bilinmeyen/farklı durumlar için alternatifler üretebilme ve uyumlandırma yeteneklerine sahiptirler. Ayrıca köken ülkeden miras aldıkları kültürel kodları kozmopolit yapıya uyumlandırma başarısıyla ikiden fazla ülkeye yayılma imkânı buldukları iddia edilmektedir. Ulusaşırı girişimcinin durumu, bireysel girişimcilerin rollerinin bireylerin tercihlerini sınırlandıran bir sosyal yapıya bağımlı olduğu varsayımına karşıt bir duruş olarak değerlendirilebilir. Çünkü ulusaşırı girişimci, kültürel uyumlanma ve farklılıklardan beslenme işi ile bir anlamda yapının sınırlarını aşmak konusunda avantajlı bir durum yaratmaktadır (Drori, Honig ve Wright, 2009: 1008).

Ulusaşırı girişimciler diğer girişimcilerden farklı olarak kültürü bir kaynak olarak kullanmaktadırlar. Belli etnik gruplar kültürel kaynaklarını kullanarak girişimciliklerini

sürdürmektedir. Bu anlamda ulusaşırı girişimciler farklı somut ve soyut değerler barındıran çevrelere adapte olarak faaliyetlerini devam ettirmektedirler. Böylece farklı çevrelerde nasıl davranacaklarına dair sahip oldukları kültürel dağarcıklar onlara farklı pazarlara erişim ve girişim fırsatı sunmaktadır (Drori, Honig ve Wright, 2009: 1008).

**Kurumsal perspektif:** Genellikle kurumsal bağlam gelişmiş ülkelerde ve emerging piyasa ekonomilerinde ayırt edici olabilmektedir. Çünkü piyasa ekonomisinin farklı tipleri farklı strateji ve operasyonlar gerektirmektedir. Bu durumda ulusaşırı girişimci oyunun kurallarını kavrayıp işini bunun üzerine geliştirir. Kurumsal perspektiften yapılan ulusaşırı girişimcilik çalışmaları belli bir ulusal bağlamda örgütleri ve insan aktivitelerini yürütmeyi, koordine etmeyi mümkün kılan kuralları, mantık ve eylemleri anlamayı sağlamaktadır. Bu bakış açısından hareket edildiğinde özellikle ulusaşırı girişimcinin örgütsel yapısını nasıl oluşturduğu ve yönettiği üzerine çalışmalar önem kazanmaktadır (Drori, Honig ve Wright, 2009: 1009).

Kurumsal girişimciler kimliklerine ve çıkarlarına uygun olarak teknik ve kavramsal davranış normları, modelleri, örnekleri üreten kişilerdir. Bunlar bu kriterleri bir standart ve başkalarına karşı bir meşruiyet sağlamak amacıyla kurarlar. Küresel bağlamda ulusaşırı girişimciler stratejilerini çeşitli kurumsal çevrelere yoğunlaştırdığı için farklı çevrelerdeki anlayış ve faaliyetlerindeki uyum kapasitelerini geliştirmek zorundadırlar (Drori, Honig ve Wright, 2009: 1009).

**Güç ilişkileri perspektifi:** Ulusaşırı girişimcinin iş stratejileri politik anlam ve sonuçlara sahiptir. Bu perspektife göre ulusaşırı girişimci politik pozisyonuna bağlı olarak her iki dünyası için (köken ve ev sahibi ülkenin politik atmosferi) de politik bir kaldıraç etkisi yaratma imkânına kavuşmaktadır. Ulusaşırı girişimcinin formları, stratejileri ve güç ilişkileri arasındaki kombinasyon konumsaldır, bağlamsaldır ve ortaya çıkan, belirgendir. Yani köken ve alıcı ülkelerdeki ilişkilerin güç ilişkilerine bağlı olarak değerlendirilmesi ve ampirik veriler ile desteklenmesi gerekmektedir. Güç mevzusu çoğu zaman ulusaşırı girişimci bilgi setinin, sosyal pozisyonunun sağladığı imkânlarla şekillenmektedir (Drori, Honig ve Wright, 2009: 1011).

Güç ilişkilerinin ve politik bağlamın ulusaşırı girişimcilerin amaçlarını, seçimlerini, stratejilerinin şekillendirdiği görülmektedir. Ulusaşırı girişimcilerin amaç ve stratejileri politik çevreden etkilendiği gibi politik çevreyi de şekillendirebilir. Buna bir örnek

verilecek olursa, Afrika hükümetleri Avrupa'ya göç eden diasporasına, ülkelerine yönelik para transferi ve iş yatırımlarının artmasını sağlamak, yetmişmiş kalifiyeli insanların çekmek, ekonomi ve istihdama katkıyı attırmak, ülkenin döviz açığını kapatmak gibi hedeflerle göçmenlere yönelik bazı teşvik edici politikalar geliştirmektedir. Bunlar yurtdışında yaşayan göçmenlere vatandaşlık, oy atma ve milli meclislerinde temsil hakkı, tasarruflarını kendi ülkelerinde tutmaları için güvence vermek gibi teşviklerdir (Styan, 2007: 1182). Ulusaşırı girişimcilerin iki farklı toplumda çalışmaları, farklı sosyal ve siyasal çevrede faaliyet göstermeleri onların bu çevrelere göre çoklu iş stratejileri geliştirmelerini gerektirir (Drori, Honig ve Wright, 2009: 1011).

**Sosyal sermaye ve network perspektifi:** Ulusaşırı girişimcinin davranışları kurumsal çevre ile ilgili olduğu kadar onun bireysel karar ve motivasyonlarını da içeren sosyal yapısından da ileri gelmektedir. Söz konusu sosyal yapının ulusaşırı girişimci için üç farklı sosyal networkten oluştuğunu söylemek mümkündür: köken ülke networkü, ev sahibi ülke/ülkeler networkü ve endüstri networkü (Drori, Honig ve Wright, 2009: 1011).

Sosyal sermaye, karşılıklı tanışıklık ve kabul edilme ile oluşan, az ya da çok kurumsallaşmış devamlılığı olan ağlar sayesinde kişi ya da grupların elde ettiği soyut ve somut kaynakların bütününe verilen isimdir. Sosyal sermayeyi netice veren sosyal ilişkiler, işlerini geliştiren ulusaşırı girişimcilerin birbiri yerine kullanacakları çeşitli sosyal ağları oluşturmaktadır. Sosyal sermaye, ulusaşırı girişimcilerin ikili (alıcı-köken ülke) ağlarındaki organizasyon ve üretimler ile birikir ve artı-üretim için kendi dezavantajlı durumlarını kolaylaştıran sosyal ve ekonomik özelliklere kaynak ve erişim sağlamaktadır (Drori, Honig ve Wright, 2009: 1011).

Ulusaşırı girişimciliği açıklamak için tek bir teorik girişimden bahsetmek pek mümkün değildir. Ulusaşırı girişimciliğin tam olarak ne anlama geldiğini ne olmadığı üzerinden açıklama girişiminde bulunan teorik çalışmalar da bulunmaktadır. Bunlardan biri de Etnik Aracı Teorisi (ethnic middleman theory) (Blalock, 1967; Bonacich, 1973) ile ulusaşırı girişimciliğin uluslararasılaşma sürecinin daha zengin şekilde açıklanabileceği iddiasıdır. Bonacich (1973), *middleman* olarak değerlendirdiği grubu şu şekilde tanımlamaktadır: “Baskıcı grubun önünde duran ve kendi teklifini sunan ve söz konusu

mekanda geçici olarak bulunandır.” Bu kişiler birkaç dil bildikleri için, uluslararası sosyal ağlara ve yeni iş fırsatlarını görmeye daha yatkındırlar. Bonacich, middleman ile göçmeni birbirinden ayırmaktadır. Göçmenler asimile edilmişken middlemanların asimilasyona karşı başarılı bir direnç gösterdiğini ve böylece tek ve büyük kültürün içinde çoklu kültür ile yaşamaya devam ettiklerini iddia etmektedir. Saxenian (2002: 1) çalışmasında ulusaşırı girişimcilerin dünyanın başka yerlerindeki girişimcilerin tekerleği yeniden icat etmesine gerek bırakmadan gelişen teknolojinin sunduğu imkânlarla dünyanın her yerinden gelecek fırsatlarını değerlendirebildiklerini tespit etmiştir. Bu durumda ulusaşırı girişimcilik, aynı zamanda beyin göçü ile mücadele eden beyin transferi anlamına bile gelebilir (Saxenian, 2005: 36).

### **3.1.3. Ulusaşırı Girişimcinin Kaynaklar Seti ve İş Geliştirme Stratejisi**

Girişimcilik makro seviyedeki yapısal fırsatlar ve mikro seviyedeki bireysel kaynak erişimleri ile şekillenen bir süreçtir (Shane ve Venkataraman, 2000: 218). Bu durumda girişimcilerin sahip olduğu kaynaklar da en az bağlam kadar önem kazanmaktadır. Terjesen ve Elam (2009: 1093) ulusaşırı girişimciliğin iki sosyal bağlamının olmasından hareketle dört temel kaynak setine ihtiyacı olduğu üzerinde durmaktadır: ekonomik, sosyal, kültürel ve sembolik sermaye.

*Ekonomik sermaye*, doğrudan ekonomik değeri olan girişimcinin sahip olduğu her şeyi ifade etmektedir. Ekonomik sermaye diğer sermaye türlerinden de etkilenmektedir. Öyle ki finansal, sosyal ve hukuki bazı engeller nedeniyle yatırımcılar arasında nakit akışı görece daha az olabilmektedir. Bu durumda *sosyal sermaye*, aktörler için hareketlilik aracı görevi üstlenmektedir (Burt, 1995: 9; akt. Çitçi, 2011:65). Sosyal sermaye girişimcinin içinde bulunduğu networkün sunmakta olduğu imkânları ifade etmektedir. Bireyler bir topluluğun parçası oldukları için bu topluluğun kendilerine sunduğu imkânlardan yararlanma imkânına kavuşmaktadırlar. Özellikle girişimcilikte gerek finans kaynaklarının temini gerek motivasyonel destek gerekse bilgi kaynağı olması bakımından sosyal network bir sermaye kaynağı teşkil etmektedir (Jenssen ve Greve, 2002: 4). *Kültürel sermaye*, oldukça geniş tezahür edildiğinde/geniş bağlamda ele alındığında üç formda meydana geldiğinden söz edilebilir: kökleşmiş bir durum yani uzun zamandır süregiden bir düşünce ya da yapının biçimidir, nesnel bir durumdur çünkü kültürel ürünleri vardır ve son olarak da kurumsallaşmış bir durumdur (Bourdieu,

1986). Ulusaşırı girişimci, en az iki farklı kültüre de bu üç form açısından gark olduğu için diğer girişimcilere göre avantajlı olmaktadır. *Sembolik sermaye* ise ulusaşırı girişimcinin hayatında kendine yer bulan statü ve semboller ile şekillenen sermayedir. Bourdieu (1986) bunu sosyal yaşamdaki güç ve statü üzerinden bireyin grup içinde sahip olduğu kişisel alanla ilişkilendirmektedir. Hatta zaman zaman ödüllerle ya da çeşitli ortamlarda konuşmacı olarak yer alma sayesinde somut sembollerle desteklenmektedir.

Drori ve arkadaşlarının (2009) yukarıda bahsettiği beş faktör aslında Terjesen ve Elam (2009)'ın bahsettiği kaynak setlerinin şekillenmesinde etkilidir. Sorun şudur ki çatı niteliğindeki beş faktör, bireysel ve örgütsel ya da topluluk olarak ayırt edilmesi pek mümkün faktörler değildir. Ancak bunun ulusaşırı girişimcilik özelinde zaten bir amaç olmadığını hatırlatmak yararlı olabilir. Çünkü ulusaşırı girişimcilik zaten örgütsel analiz seviyesine sahip olan uluslararası işletmecilik ile tamamıyla bireysel analiz seviyesine sahip olan etnik girişimciliğin arasında konumlanmaktadır.

Terjesen ve Elam (2009: 1094) çalışmalarında ulusaşırı girişimcilerin uluslararası piyasaları takip etmek için kurumsal çevrelerini ve bireysel tecrübelerini nasıl kullandıklarını ortaya çıkarmayı hedeflemişlerdir. Çalışmanın iddiası şudur ki yukarıda belirtilen sermaye tipleri bağlamında girişimciler sahip oldukları kaynak setini, köken ülke dışında gerçekleşen operasyonların yürütülmesinde yeni piyasaların keşfi, ucuz işgücünün temini ve diğer kaynaklara erişebilmek amacıyla kullanmaktadırlar.

#### **3.1.4. Yeung'ın Bireysel ve Kurumsal Perspektifi**

Yeung (2002: 37), ulusaşırı girişimcileri farklı yurtdışı çevrelerde girişimlerini başlatmak, devam ettirmek, geliştirmek için riski ve stratejik inisiyatifler alan sosyal aktörler olarak tanımlamıştır. Psikolojik görüş açısından ulusaşırı girişimcileri, ulusaşırı girişimcilik için gerekli olan bazı ayrıcalıklı nitelikleri kendilerinde içselleştiren kişiler olarak görmüştür. Sosyolojik görüşe göre de ulusaşırı girişimcileri faaliyet gösterdikleri toplumla iç içe geçerek sahip oldukları sosyal ağlar neticesinde elde ettikleri somut ve soyut kaynaklarla stratejik eylemlerini daha kolay yapabilen kişiler olarak tanımlamıştır.

Ulusaşırı girişimciler, farklı ülkelerdeki kaynakları kontrol eden sosyal aktörlerdir. Ulusaşırı girişimciler, yabancı bir ülkede girişimsel operasyonları başlatmak, yürütmek

için risk üstlenen ve stratejik inisiyatifler alan kişilerdir. Belli başlı bazı niteliklere sahip olmaları gerekmektedir. Ulusaşırı girişimciler stratejik eylemlerini, yerleşik oldukları sosyal ağlar sayesinde daha kolay bir şekilde gerçekleştirirler (Yeung, 2002: 37).

Yeung (2002: 37), ulusaşırı girişimcilerin eş zamanlı olarak gerçekleştirmesi gereken üç fonksiyondan bahsetmiştir:

1. Farklı ülkelerdeki sermaye, bilgi vb. kaynakların kontrolü.
2. Farklı ülkelerdeki stratejik yönetimlerde gösterilecek kabiliyetler (kaynakların yerleştirilmesindeki/konumlandırılmasındaki yenilikçilik ve yaratıcılık).
3. Farklı ülkelerdeki fırsatların keşfedilmesi ve değerlendirilmesi kabiliyeti.

Farklı ülkelerde kaynakları kontrol etmek ulusaşırı girişimcilerin alıcı ülkedeki rakipleriyle rekabet etme konusunda ve doğal olarak oluşabilecek dezavantajların üstesinden gelmesinde kendisine yardımcı olur. Burada kaynakları kontrol etmek onlara sahip olmak anlamına gelmemektedir. Mesela bir ulusaşırı girişimci potansiyel pazar fırsatları hakkında özel olarak kişisel bağlantıları ile bilgi edinebilirler. Bu tarz soyut ve somut kaynaklar sahiplik kavramıyla açıklanamaz. Burada sosyal ve iş ağları faktörü ulusaşırı girişimciler için alıcı ülkedeki girişimsel faaliyetlerin başarısı için kurumsal bir temel oluşturmaktadır (Yeung, 2002: 37).

Yeung'ın kurumsal yaklaşımını açıklamadan önce kurumsal yapı kavramını tanımlamakta fayda var. Bu kavram, sermaye, kabiliyet ve meşruiyet gibi önemli kaynakların oluşturulması ve kontrolüyle ilgilenen hâkim kurumlar arasındaki kalıcı ve organize bir takım ilişkileri tanımlamakta kullanılır. Bu kurumsal yapılar belirli piyasalarda ve piyasa dışı ekonomilerde bir ekonomik koordinasyon sistemi ve kontrolü oluştururlar. Bunlar yerleştirdikleri ve uygulanmasını istedikleri gelenekler, değerler, bakış açıları, normlar, uygulamalar ve koydukları “oyun kuralları” ile hem piyasa aktörlerinin hem de kanun yapıcıların kararlarını, eylemlerini ve piyasa süreçlerini şekillendirirler (Yeung, 2002: 40).

Ulusaşırı girişimciler devam etmekte olan kurumsal ilişkilerinden hem kendi ülkelerinde hem misafir ülkede olumlu veya olumsuz şekilde etkilenmektedirler. Bu kurumsal ilişkilerden maksat, ulusaşırı girişimcilerin hem kendi ülkelerinde hem de

misafir ülkede sosyal ve iş ağlarıyla, politik-ekonomik çevreyle ve baskın örgütsel ve kültürel uygulamalarla iç içe olmalarıdır (Yeung, 2002: 31).

Sosyal ve kurumsal ilişkilerin, sınır ötesindeki girişimsel aktivitelerin sonuçlarını etkilemekte önemli rolleri vardır. Ulusaşırı girişimciler, sınır ötesi girişimcilik faaliyetlerini başlatma ve devam ettirme sürecinde gerekli olan ayrıcalıklı niteliklere sahip sosyal aktörlerdir. Bu aktörler, misafir ülkedeki sosyal ve kültürel çevreye iyi bir şekilde yerleşiklik sağlarken, oradaki ekonomik sistemde rekabetçiliklerini ve işbirliklerini başarılı bir şekilde gerçekleştirmekte, politik ve yasal çevrede karşılaştığı engellerin üstesinden gelmektedirler (Yeung, 2002: 31).

Sosyal ve politik çevre, belirgin bir şekilde ulusaşırı girişimcilerin tutum ve davranışlarını etkilemektedir. Bu ağlar ve kurumlar ulusaşırı girişimcilerin girişimlerinde başarılı olmaları için gerekli olan stratejik altyapıyı sağlamaktadır. Ulusaşırı girişimciler dış operasyonlar yaparken yerleşik oldukları çevreler sayesinde tecrübe ve bilgilerini geliştirirler. Bunun sayesinde sadece beklenmedik sorunlarla başa çıkma kabiliyetini geliştirmekle kalmazlar, bunun yanında misafir ülkedeki gelişmeleri ve fırsatları da daha derin okuma ve anlama imkânı sahip olurlar (Yeung, 2002: 38).

Genel olarak Yeung (2002)'ın fikirlerini özetlemek gerekirse, ulusaşırı girişimcilikte göç ve göçmen olguları üzerinde fazla durmayarak ulusaşırı girişimcilikte çok büyük ölçüde faaliyet gösterilen ülkelerin kurumsal yapılarının etkili olduğunu vurgulamaktadır. Ulusaşırı girişimci olmanın, faaliyet gösterilen ülkedeki ekonomik, kültürel, politik ve sosyal yapıya yerleşiklikle ilgili olduğunu, ulusaşırı girişimcinin faaliyetlerini, bu kurumsal yapılara göre şekillendirdiğini ve en çok yerleşiklik sağlayan girişimcinin en fazla başarıyı göstereceğini ifade etmiştir. Ulusaşırı girişimcilerin başarısının faaliyet gösterdikleri ülkelerin kurumsal yapısına yerleşiklik derecesine bağlı olduğu ifade edilmiştir. Bu noktada Yeung (2002), kurumsal yapılara yerleşiklikte bireysel faktörlerin önemini vurgulamaktadır. Risk alma, inisiyatif kullanma, kaynakların etkin kullanımı için stratejik yönetim kabiliyeti, küresel rekabet için güçlü bir vizyon ve öngörü sahibi olma gibi bireysel faktörlerin ulusaşırı girişim faaliyetlerinin sürdürülmesi için gerekli olan kurumsal yerleşikliğe çok olumlu katkı yapabileceğini ifade etmiştir.



Yeung (2002)'in çalışmasından uluslararası girişimcilikte göç ve göçmen olgularını bir araç olarak görüp, doğrudan uluslararası girişimciliğin hangi yollarla ortaya çıktığına odaklandığı çıkarımı yapılabilir. Yani yazar uluslararası girişimcilerin sosyal geçmişleriyle (background) ilgilenmeden, onların uluslararası girişimci olmak için ne yaptıkları ya da ne yapmaları gerektiği ile ilgilenmiştir. Bu açıdan Yeung (2002), göç ve göçmen olgusuna değinmeden uluslararası girişimciliği açıklama çabasıyla literatürdeki diğer yazarlardan ayrılmaktadır. Burada yazara göre asıl önemli olan uluslararası girişimcilikte farklı ülkelerdeki kurumsal yapıların şekillendirici ve yönlendirici rolüdür. Bunun yanında bir girişim başlatma ve faaliyetlerini sürdürmek için uluslararası girişimcilerin bu yapılara tam olarak yerleşiklik sağlayabilmeleri, onların varlıklarını koruyabilmeleri ve rekabet edebilmeleri için hayati öneme sahiptir. Son olarak yazar farklı ülkelerdeki kurumsal yapılara yerleşiklik sağlayabilmelerinin uluslararası girişimcilerin diğer girişimcilere göre bazı bireysel niteliklerinin olması gerektiğinden bahsetmiştir. Kısaca yazar uluslararası girişimcilikte kurumsal yapı, bu yapılara yerleşiklik düzeyi ve yerleşikliğin tam olarak sağlanabilmesi için gerekli olan kişisel özellikler üzerinde durmuştur.

Burada şu noktayı belirtmek gerekir ki, uluslararası girişimciliğin en belirgin örnekleri göçmen girişimciler üzerinde görüldüğü için, uluslararası girişimcilikte önemli bir araç olan göç ve göçmen olgusunun irdelenmesi ihtiyacı doğmuştur. Çünkü farklı kurumsal ve sosyal yapılara yerleşiklikte göçmenler hem alıcı ülkede hem de köken ülkedeki etnik ve sosyal ağlardan destek almaları ve iki farklı ülkeyi tanımış olmanın verdiği avantajlar sayesinde her iki ülkenin kültürel, sosyal, ekonomik ve politik çevrelerine uyum ve yerleşiklik sağlayabilmektedirler. Bundan dolayı Yeung (2002)'in çalışması her ne kadar uluslararası girişimciliğin “ne olduğu” sorusuna kapsamlı bir cevap vermiş olsa da, bunun uygulamada “nasıl olduğu” sorusuna diğer yazarlar tarafından göçmen girişimcilik olgusundaki örnek vakaların incelenmesiyle ve detaylı bir şekilde araştırılmasıyla cevap verilebilmektedir.

### **3.1.5. Uluslararası Girişimcilikte Sosyal Yerleşiklik Perspektifi**

**Sosyal Yerleşiklik Kavramı:** Sosyal yerleşiklik kavramı, ekonomik eylem ve faaliyetlerin odağında sosyal eylem ve oluşumların olduğu iddiasıyla ortaya atılmış bir kavramdır (Swedberg ve Granovetter, 1992: 6).

Yerleşiklik yaklaşımı, ekonomik eylemin sosyal ilişkilerde yerleşik olduğunu ve ekonomik bağlamlardaki kararların sosyal, kültürel, politik ve kavramsal olarak yapılanmasıyla ilgili olduğunu vurgulamaktadır (Beckert, 2003: 769; akt. Sözen, 303: 2009).

Bu yaklaşımla bireylerin, ekonomik hayatta süregelen sosyal ilişkilerin içerisinde olduğunu ve insanın kendi kişisel çıkarlarıyla ilişkili olan maddi öğeleri korumaktan ziyade, topluluk içerisindeki kendi sosyal duruşunu ve sosyal varlıklarını koruma yönünde hareket edeceğini belirterek, ekonomik ilişkilerde sosyal bağların önemine dikkat çekilmiştir (Polanyi, 1992; akt. Sözen, 303: 2009).

Yerleşik ilişkiler içerisinde önemli konumda bulunma, başka bir deyişle güçlü bağlantılara sahip olma veya merkezde konumlanma, değerli kaynaklara ulaşmak için rekabet avantajı kazandırabilmektir (Gnyawali ve Madhavan, 2001; akt. Sözen, 304: 2009).

Szanto (1995: 206), ekonomik eylemlerin kavramsal, kültürel, sosyal ve politik faktörlerle iç içe geçtiğini ifade ederek, ekonomik faaliyetlerin başarısının bu yapılara yerleşiklikten geçtiğini belirtmiştir.

Kavramsal (cognitive) yerleşiklik, sistematik olarak rasyonel ekonomik hesaplamaları etkileyen mental süreçlerin düzenlemelerini ifade eder. Kavramsal psikolojiyle ortaya çıkan davranışsal ekonomi ve tanımlayıcı karar teorisine göre ekonomik modeller (mükemmel rasyonellik, maliyetsiz bilgi, sınırsız problem çözme kapasitesi vb.) gerçek hayatla örtüşmemektedir ve bundan dolayı rasyonel karar süreçleri sınırlanmaktadır. Belirsizlik, karar alma süreçlerinin karmaşıklığı, bilgiyi arama ve işleme maliyeti, insan zihninin sınırları vb. etmenler ekonomik aktörlerin sınırlı rasyonelliğini etkileyen faktörlerdir (Szanto, 1995: 206).

Kültürel yerleşiklik, sosyal normların ve değerlerin ekonomik eylem, strateji ve kararları etkileme rolü olduğunu tanımlamaktadır. Kültür, ekonomik rasyoneliteni sınırlar. İnsanların belirli şeylerin ticaretini yapmasını yasaklayabileceği gibi, ekonomik rasyonellikten farklı olarak fiyat ve değişim oranlarını da belirleyebilir. Belirli ekonomik işlemleri belirleyip, kimlerin bunlara dahil olabileceğini belirleyebilir. Sosyal normlar, piyasayı düzenlediği gibi piyasadaki insanların davranışları bu normlar

çerçevesinde kurumsallaşır. İnsanların fırsatçı bir şekilde hile ve aldatma şansları olsa bile kültürel olarak kabul edilmiş tarzda hareket etmelerini zorunlu kılar (Szanto, 1995: 206).

Sosyal yerleşiklik ise ekonomik aktivitelerde ve kurumlarda sosyal ağların etkisini açıklar. Sosyal ağların piyasa işlemlerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Sosyal ağların piyasadaki işlevi, sosyal ağlar (makro değişken) ile bireysel maliyet-fayda hesaplamaları (mikro değişkenler) arasında bağlantı kurmaktır. Sosyal ilişkiler hem piyasa hem de pazar dışı koşullarda pazar değişiminin önemli kanallarını oluşturur ve toplu davranışların ortaya çıkmasına katkıda bulunur (Szanto, 1995: 206-207).

Güç ilişkileri ve yasal çevrenin de ekonomiyi doğrudan etkilediği vurgulanır. Politik çevrede ekonomik ve politik aktörler arasında ilişkiler ve beklentiler vardır. Örneğin, piyasada ekonomik aktörler stratejilerin oluşturulmasında sadece fiyat, ücret, talep ve rekabetçilik gibi konularla ilgilenmek dışında aynı zamanda ulusal ve yerel devletin politikalarından, bölgesel işverenler ve yerel iş gücü arasındaki sosyal dengeleri gözetmek zorundadır (Szanto, 1995: 207).

**Ulusaşırı Girişimciliğin Sosyal Yerleşiklikle İlişkisi:** Sequeria, Carr ve Rasheed (2009: 1029)'e göre ulusaşırı faaliyetlere katılım, güçlü sınır ötesi ilişkiler gerektirir. Alıcı ve köken ülkedeki ağlara erişim, girişim faaliyetleri alıcı ülke ile sınırlı olmayan göçmen girişimciler için gereklidir.

Kişisel ve ticari sınır ötesi ağlar ve ulusaşırı girişimcinin sosyo-politik bağlantıları, başarılı ulusaşırı girişim faaliyetleri için gerekli bilgi ve kaynağı sağlar. Köken ülkedeki bazı sosyal projeler için para sağlaması, ülkedeki etkinlik ve kutlamalara katılım için eve dönüşler, parti üyeliğinin sürdürülmesi ve ülkedeki siyaset için para katkısı gibi başta gelen ülkeyi destekleyici faaliyetlere göçmenlerin katılımı, göçmenleri kendi ülkelerine daha sıkı bağlar ve yeni bağlantılar oluşturmasına yardımcı olur. Bu bağlantılar, ulus ötesi bir girişim yaratmak ve sürdürmek için gerekli olan ilişkileri oluşturur. Köken ülkeleriyle hem seyahatle hem de teknoloji yoluyla sık sık ve sürekli olarak etkileşime giren göçmenler, bilgiye ayrıcalıklı erişim sağlayabilir (Sequeria, Carr ve Rasheed, 2009: 1032).

Bir göçmenin alıcı ülkede ulusaşırı girişim başlatma kararında, gittiği ülkeye yönelik algısı ve kendi memleketindeki topluma yerleşiklik derecesi belirleyici etmenlerdir. Bu algı onun alıcı ülkedeki sosyal yerleşikliğini de etkileyecektir (Sequeira, Carr ve Rasheed, 2009: 1025).

Göçmenlerin yerel girişimci olma ve buradan uluslararası girişimci olma süreçlerinde Sequeira, Carr ve Rasheed (2009) şu tespiti yapmıştır: Alıcı ülkedeki dışlanma ve ayrımcılık veya buna yönelik göçmenlerdeki algı göçmenlerin girişimci olmasına pozitif etki sağlayabilir. Fakat bu durum, onların alıcı ülkedeki sosyal çevreyle iç içe geçmelerini ve uyumlarını engellediği için buradaki fırsat ve imkânları, somut ve soyut bilgileri elde etmeyi zorlaştırdığından, iki ülke arasında ticari bir bağ kurmaları da zorlaşmaktadır. Göçmen girişimcilerin maruz kaldığı bu ayrımcılık veya sahip oldukları olumsuz algı onların ulusaşırı girişimci olmalarını olumsuz yönde etkilemektedir (Sequeira, Carr ve Rasheed, 2009: 1029).

Alıcı ülkedeki göçmenin iş niteliklerinin işveren tarafından bilinmemesi sebebiyle istihdamda ayrımcılık, yurtdışı deneyiminin olamaması, kalıplaşmış fikirler ve göçmenlere yönelik önyargılar, iş yerinde maruz kalınan çeşitli olumsuz uygulamalar, bu göçmenlerin istihdamını engellemekle birlikte bu deneyimler, bireyin ev sahibi ülkede bulunan fırsatların sayısını ve çeşitliliğini algılayabilmesini sınırlandırabilir. Bu sınırlama o girişimcinin sosyal ve ekonomik açıdan o topluma yerleşikliğini olumsuz etkiler (Sequeira, Carr ve Rasheed, 2009: 1029).

Tüm bu olumsuz deneyimler, göçmenlerin alıcı ülke hakkındaki olumsuz algılamalarına yol açabilir. Onların ulusaşırı girişimci olmasını engelleyecek başka bir faktör de bu bireylerin köken ülkelerine sık seyahat veya iletişim sağlamak için mali kaynaklara sahip olmaması ya da düzenli olarak kendi ülkesindeki bazı faaliyetlere katılamaması ve önemli ağ ve bağlantılara erişemeyecek derecede mali kaynaklardan yoksun olması olarak açıklanabilir. Göçmen girişimci, memleketi ile yakın ve sıkı ilişkiler sürdürmüyorsa, ne ulusaşırı girişim için gerekli olan iş fırsatlarının çeşitliliğini algılayabilir ne de bu tür girişimler için ihtiyaç duyulan sosyal ağlara yerleşiklik sağlanabilir (Sequeira, Carr ve Rasheed, 2009: 1029).

Uluslararası girişimin seçimi çeşitli faktörlerden etkilenirken, herhangi bir ulusaşırı girişim firması için önemli husus, girişim tipi ile başarının arasındaki ilişkidir. Bu tür

girişimlerin başarısını etkileyebilecek faktörler, girişimcinin köken ülkedeki yapılaraya yerleşiklikleri, oradan gelecek sosyal destek, bireysel özellikleri ve işletmenin sunacağı belli ürün ve hizmetleri içermektedir (Sequeria, Carr ve Rasheed, 2009: 1024-1025).

Döngü ve kültürel uluslararası girişim sahipleri doğrudan veya dolaylı olarak, her iki ülkedeki gerekli bilgilere, tedarikçilere ve girişim finansmanına ve yeni fırsatlara erişimleri kolaydır. Bu şirketler hem yurtiçinde hem yurtdışında azaltılmış işlem maliyetlerinden yararlanacaklardır. Döngü ve kültürel girişim sahiplerinin hem göçmen toplumda hem de kendi ülkesindeki ağlardaki topluluk faaliyetlerine katılımlarıyla hem yerleşiklik derecelerini hem de firmalarının meşruiyetlerini arttıracaklardır. Bilginin güvenilirliğinin yanı sıra güvenilir tedarikçiler ve iş ortakları, döngü ve kültür uluslararası girişimcileri için kritik öneme sahiptir. Bu nedenle, işletme sahiplerinin köken ve alıcı ülkede sosyal ağlar, akrabalık, geniş aile gibi güvenilir bağlara sahip olması bu işletmelerin başarılı olmasını sağlar. Honig (1998), girişimcilerin toplum örgütleri, siyasi gruplar ve derneklerdeki üyeliğinin insan sermayesine dönüşünü güçlendireceğini belirtir. Uluslararası girişimcilerin köken ve alıcı ülkedeki kültürel organizasyonlara, siyasi gruplara ve derneklere derin yerleşiklikleri onların başarı şanslarını arttıracaktır (akt. Sequeria, Carr ve Rasheed, 2009: 1032).

Sequeria, Carr ve Rasheed (2009)'in çalışmasını özetlemek gerekirse göçmen girişimcilerin işletmelerinin faaliyetlerinin sınırlı boyutu, iş sahiplerinin fırsatları algılamadaki eksikliği, köken ülkedeki topluluğuna sınırlı katılımı ve girişim sahiplerinin düşük sosyal statüsü, onların hem köken ülkedeki hem de alıcı ülkedeki sosyal yerleşikliklerini engelleyerek onların uluslararası girişimci olmalarını engellemektedir.

Portes (1993: 1329) çalışmasında, göçmenlerin göç ettikleri ülkenin siyasal, ekonomik, sosyal yapılarına yerleşikliklerinin dışında, gittikleri ülkede kendi sosyal tabanlarının yerleşikliğine dayalı bir diaspora dayanışmasının onları ilk olarak girişimci olmaya ve sonrasında uluslararası girişimci olmaya sevk edebileceğini ve diğer rakiplerine göre bu durumun onlara avantaj sağladığını ifade etmektedir. Portes (1993: 1345), göçmen toplum içindeki sosyal yerleşikliğin nasıl oluştuğunu aşağıdaki maddelerde belirtmiştir.

Aşağıdaki bu maddeler göçmen toplumun “sınırlı dayanışmasını” oluşturur. Bu dayanışma sosyal yerleşikliğin somut bir neticesi olan sosyal sermayenin kaynaklarından birisidir (Portes 1993: 1345).

1. Dışardan göçmen topluma yönelik kültürel ve ırksal sebeplere dayanan ayrımcılık.
2. Çıkış/çözüm seçeneklerinin kısıtlı olması.
3. Göçmen toplumun özerk/bağımsız kültürel yapısını koruyor olması.

Göçmen toplum içindeki göçmen bireylerin sosyal yerleşiklikleri neticesinde oluşan sosyal sermayenin var olmasına katkı sağlayan kaynaklardan birisi de “mecburi güven” kavramıdır. Bunun oluşmasında da üç madde önemlidir (Portes 1993: 1345).

1. Dış çevredeki ekonomik ve sosyal fırsatların kısıtlanması.
2. Grup içi ekonomik kaynakların mevcudiyeti.
3. Göçmen toplumun, kendi içindeki bireyleri izleme/takip ve yaptırım kapasitesinin olması.

### **3.1.6. Ulusaşırı Girişimciliğe Katılım Seviyeleri**

Sequeria, Carr ve Rasheed (2009: 1024), ulusaşırı girişimciliğin beş türünün olduğunu ifade etmiştir. Burada her türde göçmen girişimcinin ulusaşırı girişimci olma derecesi ve bu derecelerin nasıl belirlendiği ile ilgili kriterler belirtilmiştir.

Squeria (2009)'nın ulusaşırı girişimci bakışına göre ulusaşırı girişimcilik içinde beş farklı girişimci türünün olduğu ve bu türler arasında ulusaşırı girişimci seviyelerinin farklı olduğu belirtilmiştir. Bu beş tür, döngü girişimci, kültürel girişimci, etnik girişimci, elit yayılmacı girişimci ve dönüş yapan girişimcidir (Bu girişimcilik türleri 2.bölüm olan göçmen girişimcilik bölümünde açıklanmıştır). Bu girişimciler arasında ulusaşırı girişimciliğe katılım seviyeleri farklıdır. Sequeria'ya göre göçmen girişimcilerin ulusaşırı girişimcilik seviyeleri seçtikleri ulusaşırı firma tipiyle, onların alıcı ülkeye yönelik tutum ve algılarıyla ve onların köken ülkedeki topluma yerleşiklik dereceleriyle doğrudan bağlantılıdır (Sequeria, Carr ve Rasheed, 2009: 1024).

Göçmenlerin firma türü seçimlerini ve başarılarını etkileyen faktörler arasında farklılıklar olduğu ifade edilmiştir. Göçmen girişimcilerin alıcı ülkeye yönelik tutum ve algıları onların hangi tür ulusaşırı girişimci olacaklarını belirler. Bunun yanında köken ülkedeki topluma yerleşiklik derecesi de göçmen girişimcilerin seçtiği ulusaşırı girişimci firma türünü etkilemektedir. Bunun dışında ulusaşırı girişimcilerin sahip oldukları kişisel özellikler, sahip oldukları sosyal destek, sundukları ürün ve hizmetler, tıpkı onların algılarının firma türünü değiştirdiği gibi, onların başarılarını ve ulusaşırı firma türlerini etkilemektedir (Sequeria, Carr ve Rasheed 2009: 1025). Örneğin yazara göre kültürel ve döngü girişimciler, etnik girişimcilere kıyasla alıcı ülkede girişimsel fırsatların daha fazla olduğu algısına sahiptir. Bununla birlikte, kültürel ve döngü girişimcilerin etnik girişimcilere göre köken ülkedeki toplumla daha iç içe oldukları ve sıkı ilişkileri bulunduğu tespit edilmiştir. Kültürel ve döngü girişimciler, etnik girişimcilere göre bireysel özelliklerin girişimcilikteki başarıda önemli bir faktör olduğunu düşünmektedir. Aynı şekilde kültürel girişimciler, etnik girişimcilere göre sosyal desteğin ulusaşırı girişimciliğin başarısında önemli bir unsur olduğunu iddia etmektedir. Etnik girişimciler, döngü ve kültürel girişimcilere göre ürün ve hizmet kalitesinin girişimcilik başarısında daha önemli bir faktör olarak görmektedir (Sequeria, Carr ve Rasheed, 2009: 1036-1037).

### **3.1.7. Ulusaşırı Girişimciliğin Geleneksel Tanımına Getirilen Eleştiriler**

Ulusaşırı girişimcilik kavramı genel anlamıyla köken ülke ile alıcı ülke arasında ticari faaliyet gösteren göçmen girişimcilerdir (Drori, Honig ve Wright, 2009: 1003) ve bu iş faaliyetlerini sürdürmek için sık sık bu iki ülke arasında seyahat ederler (Rusinovic, 2008: 433).

Bagwell (2014: 330), ulusaşırı girişimcilik kavramını kesin bir çerçeve ile sınırlandırmanın doğru olmadığını ve günümüzde artık bu tarz girişimciliğin yeni bir forma büründüğünü ifade etmektedir. Ulusaşırı girişimciler günümüzde ticari faaliyetleri için göçmen gönderen ve kabul eden ülkeler arasında sürekli olarak seyahat etmek zorunda değildir (Gowricharn, 2009; akt. Bagwell, 2014: 330). Üstelik bağlantılar sadece iki ülkeyle sınırlı kalmayabilir, çok kutuplu olarak ikiden fazla ülkeyle de kurulabilir (Amelina ve Faist, 2012; akt. Bagwell, 2014: 330). İletişim teknolojisindeki ilerlemeler ve iletişim imkânının daha ucuz hâle gelmesi uzak

mesafeler arası iletişimin daha hızlı, sık ve kolay hale gelmesini sağlamıştır (Vertovec, 2004; akt. Bagwell, 2014: 330). Yüz yüze görüşme, girişimin kurulması aşamasında karşılıklı güvenin tesis edilmesi için gerekli olabilir. Fakat ticari ilişkiler kurulduktan sonra uzun mesafeli seyahatler yerine işleri sürdürmek için e-mail ve skype gibi iletişim yolları kullanılabilir. Özetle ulusaşırı girişimciliğin sadece ülkeler arası uzun fiziksel seyahatlere bağlı olmadığı ve çok kutuplu bir girişim ağının günümüzde kullanıldığı ifade edilmektedir (Bagwell, 2014: 330).

### **3.2. Ulusaşırı Girişimcilik İle Karıştırılması Muhtemel Kavramlar**

#### **3.2.1. Ulusaşırı Girişimciliğin Uluslararası Girişimcilikten Farkları**

İki farklı coğrafyadaki sosyal, kültürel, ekonomik çevrelerdeki varlıklarıyla ulusaşırı girişimciler, rakiplerinin tanımlayamadığı fırsatları keşfetme ve değerlendirme avantajına sahiptirler (Drori, Honig ve Wright, 2009: 1001-1002). Ulusaşırı girişimcileri uluslararası girişimcilikten ayıran dört ana faktör vardır. Birincisi, iki yönlü uluslararası faaliyetler neticesi çok önemli bilgi kaynaklarına sahip olmalarıdır (Hernandez, 2004; akt. Dimitratos ve diğerleri, 2016: 1105). İkincisi, ulusaşırı girişimciler göç ettikleri ülkelerin pazarlarında var olmak ve rekabet avantajı sürdürmek için ihtiyaç duydukları kaynakları köken ülkelerinden temin edebilirler (Chung ve Tung, 2013; akt. Dimitratos ve diğerleri, 2016: 1105). Üçüncüsü ulusaşırı girişimciler köken ülkelerindeki etnik bağları sebebiyle sosyal sermayeye sahiptirler. Bundan dolayı uluslararasılaşma önündeki engelleri kolaylıkla aşabilirler (Coviello ve Martin,1999; akt. Dimitratos ve diğerleri, 2016: 1105). Dördüncüsü ulusaşırı girişimcilerin kültürel geçmişleri ve uluslararasılaşmadan gelen fırsatları keşfetme ve değerlendirme özellikleri yerel girişimcilere nazaran daha fazladır ve bu onlara üstünlük sağlamaktadır (Light ve Dana, 2013; akt. Dimitratos ve diğerleri, 2016: 1105).

Uluslararası girişimciler yabancı bir ülkede yatırım yapacakları zaman maliyet dezavantajlarından ve o piyasadaki rekabet şartlarından “yabancı” olmanın getirdiği bazı kısıtlamalar sebebiyle olumsuz etkilenebilirler. Fakat ulusaşırı girişimciler için bu söz konusu değildir (Radulov ve Shymanskyi, 2014: 13). Ev sahibi ülkenin piyasa ve rekabetçilik şartlarına, kurumsal yapılarına ve sosyal durumlarına iyi bir şekilde yerleşiklik sağladıkları için uluslararası girişimcilerin yaşadıkları sorunları yaşama ihtimalleri daha düşüktür.



### **3.2.2. Ulusaşırı Girişimcilik ve Göçmen Girişimcilik Arasındaki Farklar**

Ulusaşırı girişimcilik göçmen girişimciliğin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır (Light ve Gold 2000; Portes, Guarnizo ve Landolt, 1999; akt. Lin ve Tao, 2012: 52). Fakat ulusaşırı girişimcilik göç edilen ülkedeki göçmen girişimcilik faaliyetlerinden bazı farklılıklarla ayrılır. Bütün göçmen girişimcilerin köken ülkeleri ile ekonomik işbirlikleri ve faaliyetleri bulunmamaktadır. Ulusaşırı girişimcilerin, göçmen girişimcilere göre göç edilen ülkede daha uzun ikamet ettikleri, daha eğitilmiş oldukları ve iş tecrübesine daha fazla sahip oldukları görülmüştür. Bu açıdan aynı etnik gruptan olan ulusaşırı girişimcilerin, diğer göçmen girişimcilere göre ekonomik anlamda göç edilen ülkeye daha fazla entegre olduğu görülmüştür (Lin ve Tao, 2012: 53).

### **3.2.3. Ulusaşırı Girişimcilik İle Göçmen ve Etnik Girişimcilik Kavramları**

Girişimcilik çalışmalarında göçmen ve etnik girişimcilik, iki ayrı kavram olarak ele alınmaktadır. Göçmen girişimcilik olarak anlaşılan kavram, dışarıda doğup göçmen olarak gelmiş ve işini burada kurmuş birinci nesil üyelerdir. Etnik girişimci ise göç edilen ülkede doğmuş ikinci, üçüncü ve daha sonraki göçmen kökenli nesildir. Latinler, Asyalılar ve Doğu Avrupalılar gibi daha büyük göçmen azınlıklar da göçmen girişimci olarak adlandırılabilirler. Bu noktada ulusaşırı girişimcilik hem göçmen girişimciliği hem de etnik girişimciliği içine alabilir (Levie ve Smallbone, 2009; Brzozowski, Cucculelli ve Surdej, 2017: 109). Ayrıca ikinci bölümde bahsedildiği gibi işletmenin %51'lik kısmına sahip olan, çalışan ve yönetici noktasında kendi etnik kaynaklarından yararlanan kişiler için etnik girişimci ifadesi kullanılmaktadır (Cormack ve Niessen, 2002: 12; Zhou, 2004: 1040).

### **3.3. Göçmenlerin Girişimcilikten Başlayıp Ulusaşırı Girişimciliğe Uzanan Süreçleri**

Öncelikle alıcı ülkedeki göçmenlerin ulusaşırı girişimci olmadan önce neden girişimci olmak istediklerini açıklama gerekliliği vardır. Çünkü göçmenleri girişimciliğe sevk eden itici ve çekici faktörler, onların ulusaşırı girişimci olmalarını doğrudan etkilemektedir. Baltar ve Icart (2013: 206)'ın İspanya'ya göç eden Arjantinli göçmenler üzerine yaptığı araştırmada göçmenlerin kendi girişimlerini kurma sebeplerini araştırmıştır. Göçmenleri girişim kurmaya sevk eden itici faktörler şunlardır: i. Göçmen işçilerin kazançlarının göçmen girişimcilerin kazancından daha az olması. ii. Göçmenin

kendisini girişimci olarak tanımlayarak başka bir işletmede iş bulmasının zor olduğunu düşünmesi. iii. İşletmelerin göçmen işçilere ödedikleri maaşın yerel işçiye ödediği maaştan daha az olması. iv. Kendi kabiliyetlerine göre bir iş bulamaması. v. Göçmen statüsünden dolayı iş bulamaması.

Göçmenleri girişim kurmaya sevk eden çekici faktörler ise şunlardır: i. Kendi yönetsel tecrübelerini kullanmak istemesi. ii. İş kurma konusunda fikirlerinin olması. Bu yüzden diğer seçenekleri düşünmemesi. iii. Bağımsız çalışmak istemesi ve girişimcilik kabiliyetlerini geliştirmek istemesi. iv. İşleri kendi memleketine yaymak ve oralarda iş faaliyetlerini geliştirmek istemesi. v. Göç ettiği ülkede değerlendirilmeyi bekleyen iş fırsatları görmesi. Köken ülke ile bağlantılı kârlı yeni iş fırsatları keşfeden göçmenler, alıcı ülkede kendi işlerini kurmalarını ve yenilikçi stratejilerle girişimlerini büyütmelemlerini sağlamaktadır (Baltar ve Icart, 2013: 205). Özetle fırsat değerlendirme amacıyla, çekici sebeplerle girişimciliğe başlayan göçmenlerin ulusaşırı girişimci olma eğilimleri daha fazla olmaktadır.

Alıcı ve köken ülkedeki politik, ekonomik, sosyal kurumsal yapıların durumu ile göçmen girişimcilerin ulusaşırı girişimci olmaları arasında doğrudan bir bağlantı vardır. Alıcı ülkedeki formal ve informal kurumsal yapıların kalitesi ve gelişmişliğinin artması göçmenleri girişimci olmaya sevk edebilirken, her iki ülkedeki politik, ekonomik, sosyal kurumsal yapıların istikrarlı, güvenilir ve gelişme yönlü olması göçmenlerin ulusaşırı aktivitelere katılımlarını arttırmaktadır (Baltar ve Icart, 2013: 201).

Alıcı ülkede göçmen girişimcinin başarısına katkı sağlayacak kurumsal yapıların varlığı göçmenleri ulusaşırı girişimcilik konusunda teşvik etmektedir (Baltar ve Icart, 2013: 202). Yeung (2002: 38)'a göre göçmenler alıcı ülkedeki kurumsal şartları ne kadar iyi anlayabilirlerse ve alıcı ülkede ne kadar başarılı olurlarsa köken ülkeden o ölçüde yeni pazarlar, sosyal sermaye ve yeni kaynaklar temin edebilirler.

Alıcı ülkenin kurumsal yapılarını az gelişmiş ve istikrarsız olması göçmenlerin, girişimleri için daha az yatırım yapmalarına, daha az kişi istihdam etmelerine, daha az beceri gerektiren işler yapmalarına bunun sonucunda da köken ülkeye açılmalarının zorlaşmasına sebep olmaktadır. Sonuç olarak girişimsel çevrenin gelişmiş olması iş fırsatlarının ortaya çıkmasında en önemli etkenlerden birisidir. Kurumsal çevrenin de

gelişmiş olması göçmen girişimcilerin fırsatları keşfetmesi ve değerlendirmesine yardım etmektedir (Baltar ve Icart, 2013: 203).

Göçmen girişimcilerin ulusaşırı faaliyetlere katılımını belirleyen etkenlerden birisi de kültürel asimilasyonun göçmenler üzerinde ne derece etkili olduğu ile ilgilidir. Burada kültürel asimilasyon kavramı köken ve alıcı ülkedeki kültürel, tarihsel, sosyal bağların hangi seviyede ortak olduğunu, ortak dil, gelenek, aile bağları değerleri hangi ölçüde ortak paylaştıklarını belirtmek için kullanılmaktadır (Baltar ve Icart, 2013: 202). Kısaca asimilasyon göçmenlerin yerel topluma intibakıdır. Yerel toplumun göçmenlere yönelik algısı göçmenlerin yerel topluma mesafesini ve yerleşikliğini belirlemektedir. Yerel toplumun göçmenlere soğuk ve mesafeli bakması göçmen girişimcilerin iş fırsatlarını keşfetmesini ve girişimcilik kapasitelerini arttırmalarına engellemektedir. Göçmenler ile alıcı ülke toplumunun kültürel benzerliği ise göçmenlerin her iki ülkede ekonomik faaliyetlerini genişletmesine yardım eder (Baltar ve Icart, 2013: 207).

Sosyal asimilasyon olarak tanımlanan göç edilen ülke ile paylaşılan ortak değerleri, dili, kültürü, tarihi gibi öğelerin bütününe fazlalığı, göçmenlerin yerel topluma yerleşikliklerini, iş fırsatlarını algılamalarını, kaynaklara ulaşmalarını kolaylaştırmaktadır. Yani göçmenlerin alıcı ülke toplumuna yüksek asimilasyonu, her iki ülkede de bilgi ve kaynaklara ulaşmada avantaj sağlamaktadır. Böylece göçmen girişimciler farklı kurumsal çevrelerden ihtiyaç duydukları, bilgi, teknoloji, ürün ve sermayeyi temin edebilirler (Baltar ve Icart, 2013: 204).

Göçmenlerin negatif ya da pozitif sebeplerle göç etmesi, o kişilerin köken ülke ile bağlantı kurma kararını büyük ölçüde etkilemektedir. Göçmenlerin eğitim veya ekonomik fırsatları değerlendirme gibi pozitif sebeplerle göç etmesi onların köken ülke ile ticari bağlantı kurma konusunda onları istekli yapmaktadır (Baltar ve Icart, 2013: 210). Köken ülkedeki kurumsal yapıların zayıflığı, istikrarsızlığı, politik, ekonomik, sosyal yapılarda yaşanan kriz ve gerilimler sebebiyle göçün yaşanması, göçmenlerin kendi ülkelerinde faaliyet yapma isteğini azaltmaktadır. Bunun sebebi yatırımlarını ve ekonomik varlıklarını daha istikrarlı kurumsal yapıların olduğu alıcı ülkede değerlendirme isteğidir (Baltar ve Icart, 2013: 214).

Uluslararası girişimciliğin kapsamı ve ölçüsü büyük bir hızla gelişen küreselleşme olgusu sayesinde büyük bir ilerleme kaydetmiştir. Ulaşım ve iletişimdeki teknolojik ilerlemeler

ulusaşırı girişimciliğin gelişmesine katkıda bulunmuştur (Tung, 2008; akt. Lin ve Tao, 2012: 53).

Lin ve Tao (2012), Kanada’da faaliyet gösteren Çinli göçmenleri uluslararası girişimci olmaya iten sebepler arasında Çin’deki ailelerine, akrabalarına, arkadaşlarına yakın olma isteğinin yattığını belirtmişlerdir. İkinci olarak kendi ülkelerinde çevresel ve sosyal açıdan daha güvenli olarak düşündükleri iş fırsatlarını değerlendirme düşüncesi, onları köken ülkelerinde faaliyet yapmaya sevk etmiştir. Üçüncü olarak Kanada’daki Çinliler burada önlerine görünmez engeller çıkarıldığını ve yeteneklerini sergileyemedikleri düşüncesiyle kendi memleketlerine yönelmektedirler. Dördüncü olarak göçmen gönderen Çin hükümeti, Çinli göçmenleri kendi ülkelerinde yatırım yapmaya yönlendirmek amacıyla mali destek, vergi indirimleri, daha az bürokratik prosedür gibi teşvik programları uygulamaya başlamışlardır. Son olarak göçmenler profesyonel bir bakış açısıyla her iki yerdeki kaynaklardan faydalanarak finans ve personel ihtiyacını en uygun şekilde karşılamaya çalışmaktadırlar (Lin ve Tao, 2012: 56). Uluslararası konjonktürdeki gelişmeler, milletlerin ekonomik olarak birbirlerine bağımlılıklarının artması, göçmenlere yönelik bariyerlerin azalması ve teknolojik yenilikler girişimcilerin önüne yeni fırsatlar getirmiştir (Tung, 2008; akt. Lin ve Tao, 2012: 65).

Riddle ve Nielsen (2009)’e göre ise göçmen girişimcilerin köken ülkelerine yatırım yapma konusundaki motivasyonlarını maddi sebeplerle açıklamak doğru değildir. Onların yatırımlarının, kendi memleketlerinin ekonomik kalkınma ve istikrar kazanmasına katkıda bulunmak amacıyla olduğu düşünülebilir. Geride kalmış aile ve arkadaşlarına ekonomik fırsatlar sağlamak ve hem köken ülkelerindeki toplumda hem de alıcı ülkedeki diaspora toplumunda sosyal konumlarını genişletme ve geliştirme amacını taşırlar (akt. Riddle, Hrivnak ve Nielsen, 2010: 398-399).

Göçmen girişimcilerin uluslararası girişimci olmasında, uluslararası girişimcilerin köken ülke ile olan faaliyetleri ve gösterdikleri başarı, diasporadaki diğer göçmen girişimcilere yönelik özendirici etkisi sebebiyle onları uluslararası girişimci olmak için motive edebilir (Riddle, Hrivnak ve Nielsen, 2010: 403).

### 3.3.1. Göçmen Girişimcilerin Ulusaşırı Girişimci Olması İçin Sahip Olmaları Gereken Nitelikleri

**İnsan sermayesi:** Göçmen girişimcilerin bir ulusaşırı girişim başlatması ve devam etmesi için gerekli olan özel bilgi ve becerilere sahip olunması gerekir. Gerekli sermayeye ulaşma, iki ülkedeki bürokratik işlemleri halletme, iki tarafta da lazım olan irtibatları kurmak için özel bilgi ve tecrübe gerekmektedir. Sınırlar arası gümrük işlemleri, iki tarafın kurumsal ve mevzuat düzenleyici çevrenin iyi bilinmesi, her bir ülke için vergi politikalarının, ürün ve üretim standartlarının, ürün yüklemesi, dövizdeki değişimler, ticari düzenlemelerin, seyahat kurallarının, tedarik maliyetlerinin bilinmesi gerekmektedir (Riddle, Hrivnak ve Nielsen, 2010: 404).

**Finansal Sermaye:** Her iki ülkedeki borç verebilecek kişi ve kurumların iyi tanınması ve ulaşabilmesi gerekmektedir. Bu iki ülkedeki hangi kurum ve kişiler girişimcilik faaliyetlerini finansal açıdan desteklemeye hazırdır? Kurum ve kişiler hangi sektörlere ilgilidir? Hangi tür sektördeki girişimcileri desteklemeye niyetlidirler? Fon sahipleri fonlarını güvence altına almak için hangi şartları öne sürerler? Bu ve bunun gibi sorunlar ve ülkeler arası finansal sistemdeki farklılar ulusaşırı girişimcilerin başa çıkması gereken zorlukların başında gelmektedir (Riddle, Hrivnak ve Nielsen, 2010: 406).

**Sosyal Sermaye:** Sosyal sermaye, girişimsel faaliyetlerin, iş geliştirmelerin, finans ve yatırımların, kurumsal ve yasal mevzuat düzenleyici çevrenin yönetimi gibi konularda ilerleme sağlamak için irtibat ağlarının tanımlanması, kurulması, geliştirilmesi ve devam ettirilmesi olarak tanımlanabilir. Sosyal sermaye, diğer sermaye türlerinin temelini oluşturmaktadır. Yani diğer sermaye türlerine ulaşmada sosyal sermayenin çok önemli bir rolü vardır. Sosyal ağlardan gelecek yardım ve tavsiyeler sayesinde faaliyet gösterecekleri yeni pazarlarda karşılaşılabilecekleri sorunları daha rahat aşabilirler (Riddle, Hrivnak ve Nielsen, 2010: 406).

### 3.4. Ulusaşırı Girişimciliğin Önemi

Ulusaşırı girişimcilik, küreselleşme ile birlikte daha fazla önem kazanmaya başlayan bir olgudur. Bu olgu, iletişim ve ulaşım imkânlarının artması ve ucuzlaması sayesinde daha da belirgin hâle gelmiştir. Ulusaşırı girişimcilik konusu sadece araştırmacıların değil

politika yapıcıların da ilgisini çekmektedir. Özellikle göç veren ülkelerin politikacıları yeni diaspora politikaları geliştirerek, göçmen girişimcileri kendi ülkelerinde yatırım yapmaya ve ekonomik faaliyetlerde bulunmaya teşvik etmektedirler (Gammage, 2006; akt. Brzozowski, Cucculelli ve Surdej, 2017: 109).

E-mail, faks, internet, ucuz telefon hizmetleri, hava yolu taşımacılığı, bunun yanında heterojen nüfusların oluşturduğu çok kültürlü şehirler ve milletler, uluslararası girişimcilerin aynı etnik kökenden olmanın getirdiği farkındalık ile diasporaların, sosyo-politik oluşumların gelişimini ve göçmenlerin memleketleri ile olan sosyal ve ekonomik irtibatlarının çok daha fazla artmasına yol açmıştır. Sosyal ağların gelişmesi, bilginin yayılması, yeni pazarların ortaya çıkması, açık ve belirgin bir şekilde uluslararası girişim aktivitelerinin gelişmesine büyük katkı sağlamıştır (Drori, Honig ve Wright, 2009: 1002; Riddle, Hrivnak, Nielsen, 2010: 399).

#### **3.4.1. Uluslararası Girişimcilerin Çift Yönlü Geçmiş Tecrübe ve Çevrelerinin İş Fırsatlarını Keşfetme ve Değerlendirmedeki Etkisi**

Uluslararası girişimciler makro ve mikro seviyedeki faktörlerden etkilenen aktörler olarak görülmektedir. Bu aktörler içinde buldukları çift yönlü kültürel çevre dolayısıyla benzersiz bir kültürel bakış açısına sahip olmaktadır. Bu çift yönlü kültürel bağlam onların girişim faaliyetlerinin temelini oluşturmaktadır. Bu noktada uluslararası girişimciler karşılaştıkları çift yönlü ortamlarda kültürel çevreyle, resmi kurumlarla, güç odakları ile ve sosyal ve mesleki çevre ile etkileşim halinde bulunmaktadır. İki farklı sosyal çevrede bulunarak kültürel, sosyal, ekonomik birikimlerini geliştirirler (Drori, Honig ve Wright, 2009: 1001). Böylelikle yerel girişimcilerin sahip olmadıkları bilgilere erişerek fırsatları görüp değerlendirmede öne geçmiş olurlar (Radulov ve Shymanskyi, 2014: 14).

Uluslararası girişimciler diğer göçmen ve yerel girişimcilere göre yeni pazarlara ulaşmada, fırsatları değerlendirmede rekabetçi avantajları daha fazladır (Levie ve Smallbone, 2009: 18). Sınır ötesi ağlara giriş bilgiye ulaşımı ve paylaşımı, teknoloji transferini, finansal ve insan sermayesine ulaşımı kolaylaştırmaktadır (Saxenian, 2002: 56).

### **3.4.2. Ulusaşırı Girişimcilik Faaliyetlerinin Alıcı ve Köken Ülkeye Sağladığı Avantajlar**

Ulusaşırı girişimciler, hem alıcı ülkenin hem de köken ülkenin diline, kültürüne ve piyasa koşullarına hâkimdirler. Ulusaşırı girişimcilik faaliyetlerinin artması, alıcı ülke ile köken ülke arasındaki uluslararası ticaretin gelişmesine katkı sağlamaktadır. İki ülke arasındaki ulusaşırı aktiviteler, yatırımların yoğunlaşması, köken ülkeye yönelik bilgi, tecrübe, sermaye, inovasyon ve teknoloji transferinin hızlanması, her iki ülkeye de rekabetçilik avantajı sağlamaktadır (Baltar ve Icart, 2013: 201).

Ulusaşırı girişimciler kendi ülkelerinin makro ekonomik gelişimine sermaye transferi aracılığıyla katkı sağlamaktadırlar. Köken ülkeye döviz girişi artmakta ve ülkenin ödemeler dengesine olumlu katkı sağlamaktadırlar. Ulusaşırı girişimcilerin köken ülkede kurdukları işletmeler ilk aşamada küçük boyutlu olmasına ve sadece yerel toplumda yaşayan aile üyeleri ve arkadaşlarını istihdam etmelerine rağmen, köken ülkede istihdam üretmektedirler (Riddle, Hrivnak, Nielsen, 2010: 403).

Bazı ulusaşırı girişimciler köken ülkedeki işlerinin günü gününe yürütülmesi için oradaki aile üyelerine veya arkadaşlarına görevler verirler, kendileri ise işlerinin kontrolünü uzaktan devam ettirirler (Riddle, Hrivnak, Nielsen, 2010: 399).

Ulusaşırı girişimciler beraberinde getirdikleri fikirler, kaynaklar ve sağlayacakları iş fırsatları ile köken ülkelerindeki sosyal ve ekonomik gelişmelere olumlu katkı sağlayabilirler (Kuznetsov, 2006; Sorensen, 2007; akt. Riddle, Hrivnak ve Nielsen, 2010: 399).

Göçmen girişimciler ulusaşırı girişim faaliyetleri neticesinde iki toplum ve ekonomi arasında bağlantı kurabilirler. Teknik uzmanlık, tecrübe ve kaynak transferleriyle başlattıkları girişimler ile hem alıcı ülkede, hem de köken ülkedeki toplumun kalkınmasına katkı sağlayabilirler (Molenaar ve Joosten, 2006: 9; akt. Riddle, Hrivnak ve Nielsen, 2010: 402).

### **3.5. Ulusaşırı Girişimcilik Araştırmalarında Yöntem**

Aşağıdaki tablo, ulusaşırı girişimciliği araştırırken hangi metodun kullanıldığı, örneklemin nasıl oluşturulduğu, elde edilen verilerin nasıl analiz edildiği, göçmen

girişimcilerin iş kurma süreçleri ve faaliyetlerinin uluslararası girişimcilik kapsamına girip girmediği, uluslararası girişimcilerin faaliyetlerini nasıl yürüttükleri ve onları uluslararası girişimci olmaya iten sebepleri incelemek amacıyla şimdiye kadar uluslararası girişimcilik ile ilgili yapılmış çalışmaların araştırma metodolojisini gözler önüne sermek için hazırlanmıştır.

**Tablo 3.3**  
**Uluslararası Girişimcilik Araştırmalarında Yöntem**

<b>Kaynak</b>	<b>Yöntem</b>
Portes, Guarnizo ve Haller (2002: 282)	<p>“Karşılaştırmalı Göçmen Girişim Projesinden (CIEP) alınan veriler kullanılmıştır. Araştırma konusu toplum Kolombiya, Dominik ve El Salvador kökenli girişimcilerdir. Hedef toplumda 1,202 kişilik örneklem ile anket çalışması yapılmıştır. Bu milletlerin araştırma için seçilme sebepleri, yurt dışına çıkış deneyimlerindeki değişkenlerin, bireysel, ailevi ve etnik özelliklerinin onların girişimcilik tiplerine etkisini incelemektir. Göçmenlerin kendi aralarında ekonomik faaliyetlerini etkileyen işbirlikleri araştırılmıştır.</p> <p>İlk olarak 1998 yılında kullanılan göçmen ekonomik adaptasyonun ayırt edici analizi kullanılmıştır. Burada göçmenlerin demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, etnik köken), adaptasyonları (göç ettikleri ülkedeki ayrımcılık, vatandaşlık, aylık gelirleri), köken ülkeleri ile bağları (ekonomik, sosyal, siyasi) araştırılmıştır. İkinci olarak göçmenlerin köken ülkeleri ile bağlantıları ve ekonomik adaptasyon türleri (ürün ithalat, ihracat, yatırımlar, emlak, kurye, istihdam, seyahat) incelenmiştir.”</p>
Terjesen ve Elam (2009: 1099-1110)	<p>“Örnek olay yöntemi ile 4 firmanın uluslararasılaşma süreci değerlendirilmiştir. Bourdieu'nun Pratiğin Teorisi yöntemiyle olayların farklı ve benzer yanları açığa çıkarılmıştır. Örnek olay çalışmasında 4 başlıkta veri derlemesi söz konusu olmuştur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bireysel ve kurumsal faktörler (hatta meso seviye de dahil edilmiş)</li> <li>- Bireylerin ekonomik, sosyal, kültürel, sembolik sermayeleri</li> <li>- Girişim firmaları (yerel, endüstriyel ve kaynaklar)</li> <li>- Ulusal çevre (politikalar, ekonomik gelişmişlik, erişilebilir altyapı, kurumsal normlar vb.)</li> </ul> <p>60-90 dakikalık görüşmelerde yöneltilen sorular şu şekildedir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yetiştirilme tarzınız hakkında neler söylersiniz?</li> <li>- Nerede, kim tarafından büyütüldünüz? Ve bir birey olarak bu süreci nasıl değerlendiriyorsunuz?</li> <li>- Bugüne kadar ki kariyer öykünüzü paylaşır mısınız?</li> <li>- Girişiminizi anlatır mısınız?</li> </ul> <p>Verilerin analizinde ise Bourdieu'nun Pratiğin Teorisi yönteminden yararlanılmış ve boyutlar şunlar olmuştur: bireysel (habitus, toplam sermaye kaynakları), alan (kültürel zenginlik, yasal rejim, sosyal ve profesyonel ağlar, güç ilişkileri) ve pratik (uluslararası girişimcilik ve uluslararasılaşma için direkt ve dolaylı yollar.)”</p>
Kariv ve diğerleri (2009: 249)	<p>“Örneklem Kanada'nın üç büyük şehrindeki (Toronto, Vancouver, Montreal) beş farklı etnik gruptan (Çinli, Vietnamlı, İtalyan, Musevi, Hindu/Sih) toplam 720 girişimciden oluşmuştur. Bu etnik grupları tanıyan ve dillerini bilen mezun öğrenciler çalışmaya yardımcı olmaları için eğitilmiş ve mülakatlara gönderilmişlerdir. Bu üç şehirdeki her bir gruptan 50 tane öncül/lider girişimci ile mülakat yapılmıştır. Mülakatlar hedef etnik grubun kendi dilinde gerçekleşmiştir. Mülakatlar yaklaşık bir veya iki saat sürmüştür.</p> <p>Kartopu tekniği kullanılarak etnik gruplardan ve onların mülakat yapılan liderlerinden öneriler alınarak örneklem oluşturulmaya başlanmıştır.</p> <p>Örnekleme bulunan girişimcilerden 530'u göçmen, 188'i Kanada doğumlu etnik</p>



Kaynak	Yöntem
	girişimcidir. Kapalı, yarı açık ve açık uçlu anket soruları oluşturulmuştur. Sorular insan, finansal ve sosyal sermaye faktörleri, göçmen ve etnik girişimcilerin ağları ile ilgilidir. Bağımlı değişken; iş performansıdır. Bağımsız değişkenler; ulusaşırı ağ türleri, etnik köken, itici ve çekici faktörler ve insan sermayesidir.”
Adiguna ve Shah (2012: 12)	“Kartopu ve kasti örnekleme teknikleri ile belirlenen 10 ulusaşırı girişimci ile hayat hikayesi paylaşımı ile birincil veri ve yazılı kaynaklardan da ikincil veri derlenmiştir. Veri analizinde ise Pettigrew’in Prosedürel Analizi (farklı seviyelerdeki yerleşiklik, geçici ilişkilerin dünü-bugünü- geleceği, bağlam ve eylemdeki rol, lineerden ziyade holistik bir analiz, çıktılarının açıklaması ile lokasyon arasında bir bağlantı kurmak) ile içerik analizi kullanılmıştır.”
Lin ve Tao (2012: 57)	“Araştırmanın amacı Kanada’da yaşayan Çinli girişimcilerin ulusaşırı girişimciliğe yönelme sebeplerini araştırmaktır. Kanada’nın Toronto kentindeki Çin toplumundan seçilen 185 kişiye sorular yöneltilmiştir. Ulusaşırı girişimciliğin anlamı anlatılarak onların ulusaşırı girişimci olup olmadığı öğrenilmek istenmiştir. 73 kişi kendisini ulusaşırı girişimci olarak vasıflandırmıştır. Kalanlar sadece Kanada’da girişimcilik faaliyetleri yürüttüğünü bildirmiştir. Örnekleme kendisini ulusaşırı girişimci olarak gören tüm Çinli göçmenler yüksek teknoloji, temiz enerji, biyo-teknoloji ve yenilikçi ürünler konularında faaliyet göstermektedir. Burada veri toplamak için anket yöntemi kullanılmıştır. Anket soruları var olan literatür ve alan çalışmalarına göre oluşturulmuştur. Anket soruları dört bölüme ayrılmıştır: Kanada’da iş ve bireysel tecrübesi, Çin’in mesleki, kişisel ve ailevi çevre algısı ve ulusaşırı girişimcilik tecrübesi. Kapalı uçlu sorular sorulmuştur. Karar ağacı modeli ile toplanan veriler analiz edilmiştir. Anket soruları Çince ve doldurması 15 dakikayı aşmayacak şekilde hazırlanmıştır.”
Baltar ve Icart (2013: 208)	“Facebook üzerinden İspanya’da yaşayan 52 Arjantinli göçmen grup tespit edilmiştir. Her bir grupla irtibatla geçilerek bu Arjantinlilerin İspanya’da kendi işlerini kurup kurmadıkları sorulmuştur. Kartopu tekniği kullanılarak örneklem boyutu genişletilerek çevrelerinde bu tarz girişimcilerin olup olmadıkları öğrenilmek istenmiştir. Neticede 1921 kişilik bir liste oluşmuştur. Bunlardan 1731 kişiye ulaşılmış. Bunlardan 924 kişi geri bildirim yapmıştır. Geri bildirim yapanlardan 268 kişinin girişimci olduğu tespit edilmiştir. Online ile anket gönderilen girişimcilerden 214’ü dönüş yapmıştır.”
Radulov ve Shymanskyi (2014: 17)	“Derin ve detaylı bilgi edinmek için nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Yüz yüze görüşme yapılarak detaylı bilgi toplanmaya çalışılmıştır. Girişimcilerin geçmiş birikimlerinin ne olduğu, onların detaylı hayat hikayeleri, girişimsel fırsatları keşfetme yeteneğinin gelişmesinde yaşantılarındaki hangi özelliklerin ve olayların etkili olduğu yüz yüze görüşmelerle öğrenilmek istenilmiştir. Mülakatlar açık uçlu sorular olarak firma kurucusu veya yöneticileri ile gerçekleştirilmiştir. Şirketler hakkında ayrıntılar ve İsveç’te onları iş kurmaya sevk eden faktörler sorulmuştur. Pilot vaka çalışması, mülakat kılavuzunu geliştirmek için kullanılmıştır. Ulusaşırı girişimcilikle, göçmen girişimcilik arasındaki farkı belirlemede yardımcı olması amaçlanmaktadır. Coğrafi yakınlık, girişimcilik aktivitelerinin fazlalığı ve göçmen sayısının yüksekliği gibi sebepler dolayısıyla İsveç’te belirli bölgeler (Skane, Oresund, Malmö, Lund) örneklem seçiminde belirli bir etkidir. Mülakat yapılacak kişilerin kendi işinin sahibi olması, iş sebebiyle yurtdışı seyahatlerinin olması sınır ötesi bir ülke ile bağlarının olması gibi faktörler aranmaktadır. Yarı-yapılandırılmış sorular ile daha detaylı bilgi edinmek sorular dallanıp budaklanmıştır. Mülakat sorularında girişimcilerin geçmişleri ve birikimleri (aile, ülke, eğitimi, mesleki tecrübeleri, uluslararası tecrübe), fırsatları keşfetme süreci (iş fikrinin kaynağı, şirket kurmaya sevk eden faktörler) ve ulusaşırı girişim süreci (rekabetçi avantajı, kişisel ağların geliştirilmesi, ulusaşırı birikimlerinin kullanımı) ile ilgili sorular sorulmuştur.”

Kaynak	Yöntem
Bagwell (2014: 335-336)	<p>“Vietnamlı göçmen girişimcilerin Londra’da yoğunlaştıkları sektörler ve coğrafi bölgelerle ilgili önceki çalışmalar konuyla ilgili bir başlama noktası ve görüş sağlamaktadır. Örnekleme stratejisi benimsenmiştir. Firmaların türü boyutu, faaliyet alanı, coğrafi yayılışı gibi konular Vietnamlı iki araştırma görevlisi tarafından belirlenmiştir.</p> <p>Toplam 24 iş adamı ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Mülakatlardan elde edilmek istenenler;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Firmalar hakkında temel bilgiler.</li> <li>-Ulusaşırı faaliyetlerin yapısı.</li> <li>-İş kurma ve yürütmede destek alınan ulusaşırı sermayenin tür ve yapısı.</li> </ul> <p>Girişimcilere Londra’daki Vietnam diasporasının firmalarına yaptığı katkılar sorulmuştur. Bu katkılar iş kurma, sürdürme, yayılma ihtiyacı duyulan finansal destek, işgücü tedarik vb. somut katkılar olabileceği gibi iş fikri ve danışmanlık gibi soyut katkılar da olabilir. İş gereklilikleri için deniz aşırı seyahatlerinin sıklığı, iş faaliyetinde diasporanın dahil olma derecesi, siyasi, ekonomik ve yapısal kısıtların etkisi ve fırsatlar tartışılmıştır. Eğer işletmede ulusaşırı aktivitelerin hiç katkısı yoksa bunun sebepleri bulunmaya çalışılmıştır.</p> <p>Açık uçlu sorular, bu konuları cevaplandırmak için sorulmuştur.”</p>
Dimitros ve diğerleri (2016: 1107)	<p>“Bu araştırmada nitel araştırma metodolojisi uygulanmıştır. Araştırma da “nasıl” ve “niçin” sorularına cevap aranmaktadır. Çalışmada belirli bir bölgeye ve bir endüstriye odaklanılmıştır. Daha derin araştırma yapabilmek için teorik örneklem çerçevesi kullanılmıştır. Bu sebepten Orta İskoçya ve Batı Kanada’da bilişim sektöründen firmalara yoğunlaşmıştır. Bilişim sektöründe orta ve küçük ölçekli high-tech çalışan firmalarda uluslararasılaşma fırsatları daha fazla olduğu için bu sektör seçilmiştir.</p> <p>Araştırılacak firmalar 10 ila 250 arasında istihdam sağlayan firmalar arasından seçilmiştir ve firmaya Çinli ulusaşırı girişimcilerin sahip olması veya yönetmesi kriteri konulmuştur. Tüm bu kriterlere uygun olarak her iki bölgede üçer firma bulunmuştur. Açık uçlu sorularla girişimcilerin dışa açılma vizyonları ve uluslararasılaşma sebepleri öğrenilmeye çalışılmıştır. İkinci olarak bu firmalarda çalışanların (sahibi, kurucusu, yönetici, yönetici yardımcısı) dışa açılma faaliyetlerini nasıl gerçekleştirdikleri öğrenilmeye çalışılmıştır.”</p>

Ulusaşırı girişimcilikle ilgili tüm bu tanımlamalardan sonra şu tarifi yapmak mümkündür. İki veya daha fazla ülkede, o ülkelerin sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi çevreleri ile bütünleşmiş, ürün ve hizmet sunumunda ihtiyaç duyduğu finansal, beşeri, hammadde, ürün vb. kaynakların temini amacıyla bu çevreleri kullanan, müşterilere ve yeni pazarlara ulaşmak için yine içinde bulunduğu ülkelerdeki çevrelerin imkânlarını değerlendiren, iyi bildiği coğrafi, ekonomik ve kültürel farklılık ve benzerliklerden doğan ihtiyaç ve talepleri girişimsel fırsata dönüştürmeyi başaran, buralardaki iş fırsatlarını keşfedip değerlendiren girişimciler ulusaşırı girişimci olarak değerlendirilmektedir.

## Sonuç

Ulusaşırı girişimcilik kavramı, küreselleşme, piyasadaki sürekli değişim, siyasi ve ekonomik çalkantılar, demografik ve sosyal değişimler, savaşlar ve krizler sebebiyle göçmen girişimcilik faaliyetlerinin yeni bir boyut kazanması neticesi ortaya çıkmıştır.

Günümüzde birçok insanın birden fazla kültürle, sosyal ve ekonomik çevreyle, siyasi ve coğrafi alanla iç içe geçmiş olması, ulaşım ve iletişimdeki olağanüstü ilerlemeler, beşeri, ekonomik ve diğer somut ve soyut kaynaklara hızlı ve kolay ulaşım, birden fazla coğrafyada, kültürel çevrede müşteriye hızlı bir şekilde ulaşabilme avantajları, göçmen girişimciliğin bir alt dalı olarak farklı bir fonksiyon icra eden uluslararası girişimcilik kavramının oluşmasına sebep olmuştur.

Uluslararası girişimciler konuşabildikleri birden fazla dil, yakından tanıdıkları birden fazla kültürel çevre, farklı coğrafya ve kültürlerde içinde buldukları çoklu sosyal ağlar sayesinde iki veya daha fazla ülkede girişimcilik faaliyeti yürüten, farklı ülkelerden temin ettiği kaynakları ürün ve hizmete dönüştürüp farklı ulusötesi pazarlarda müşteriye ulaştırabilen, kültürel, coğrafi, ekonomik farklılıkları, ihtiyaç ve beklentileri iş fırsatına dönüştürmeyi başarabilen girişimciler olarak tanımlanmaktadır.

Dördüncü bölümde, bu bölümde detaylı şekilde açıklanmaya çalışılan uluslararası girişimcilik kavramının Türkiye bağlamında karşılığının olup olmadığı varsa araştırılan kişilerin uluslararası girişimciliğe katılım düzeyleri ve sahip oldukları kurumsal, sosyal ve bireysel yeterliliklerinin neler olduğu, literatürle benzeşen ya da farklılaşan kısımları, araştırmanın amacı, metodolojisi, bulguları ve varılan sonuçlarla birlikte ayrıntılı şekilde ele alınacaktır.

## 4. BÖLÜM: GÖÇMEN GİRİŞİMCİLERDE ULUSAŞIRI GİRİŞİMCİ POTANSİYELİNİN KEŞFİ

### 4.1. Araştırmanın Amacı

Ulusaşırı girişimcilik son yıllarda giderek araştırmacıların ilgisini çeken bir konu haline gelmiştir. Bunun sebepleri; dünyadaki göç hareketliliğinin artması, iletişim ve ulaşım imkânının herkes tarafından hızlı, ucuz ve yoğun bir şekilde kullanılması, günümüzde insanları göç etmeye motive eden sebeplerin daha çok ekonomik ve eğitim gibi pozitif faktörlerin olması nedeniyle ulusaşırı girişimciliğin yaygınlaşmasına bağlanmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, öncelikle ulusaşırı girişimcilik kavramını ortaya çıkaran sebeplerin ve göçmen girişimcileri ulusaşırı girişimci olmaya sevk eden faktörlerin neler olduğunu kapsamlı bir şekilde inceleyerek, farklı etnik ve kültürel özellikleri içeren bir örnekleme ulusaşırı girişimcileri Türkiye bağlamında keşfetmektir. Bununla birlikte, bu konu ile ilgili literatüre katkı yapan farklı yazarlardan elde edilen çıkarımlarla ulusaşırı girişimciliğin genel hatlarıyla bir çerçevesini oluşturarak Türkçe literatürde bu konu ile ilgili boşluğu doldurmak, bu çalışmanın amaçlarındandır.

Alt amaçlar ise, Balkanlar ve Ortadoğu gibi farklı kültür ve coğrafyalardan gelen göçmenler arasında ulusaşırı girişimci olmaya sevk eden faktörlerde belirgin farklılıkların olup olmadığı, bunun yanında birinci ve ikinci nesil göçmenlerin ulusaşırı girişimcilik uygulamaları veya ulusaşırı girişimcilik eğilimlerinin irdelenmesi amaçlanmaktadır. Göçmen girişimcilerin alıcı ülkedeki ve köken ülkedeki kurumsal yapılarla ilişkileri ve yerleşiklik düzeyleri, köken ülke ile ekonomik ve sosyal bağları, göçmen girişimcinin ulusaşırı girişim başlatmak için sahip olduğu sermaye (beşeri, ekonomik, sosyal) kaynaklarının araştırılması, daha önce Türkçe literatürde çalışılmamış olması açısından bu çalışmayı anlamlı kılmaktadır.

Araştırmanın diğer bir amacı ise Türkiye'deki ulusaşırı girişimcilerin köken ülkeleri dışında üçüncü ülkelerde gösterdikleri ekonomik faaliyetlerin boyutu ve nedenlerini araştırmaktır.

Bunun yanında örnekleme'deki girişimcilerin farklı coğrafyalardan seçilmesinin sebeplerinden birisi de, alıcı ülkedeki göçmenlerde etnik bilincin, diaspora anlayışının, dayanışma ve yardımlaşma duygusunun etnik yapılara göre farklılık gösterip

göstermediği, alıcı ve köken ülkeye yönelik algıda farklı bakış açılarına sahip olunup olunmadığının tespiti bu araştırmanın amaçlarından biridir ve çalışmayı benzerlerinden farklı kılmaktadır.<sup>2</sup>

#### **4.2. Araştırmanın Metodolojisi**

Evren ölçütü, girişim sahibi olan ve köken ülkeleri ile sosyal veya ekonomik bağlantıları olan Balkan ve Ortadoğulu göçmenler olarak belirlenmiştir. Bu ölçütteki bir evreni oluşturan kişilerin sayısı tam olarak bilinemediği için çalışmada olasılığa dayalı olmayan örnekleme teknikleri uygundur. Örneklem oluşturulurken mülakat yapılacak kişilerin bir girişim sahibi olmaları, yurtdışından en az bir ülke ile sosyal veya ekonomik bağlarının bulunması gibi şartlar aranmıştır. Coğrafi yakınlık ve Balkan göçmeni nüfusun yoğunluğu sebebiyle Balkan göçmeni girişimciler Sakarya'dan, yine coğrafi yakınlık ve yüksek oranda Ortadoğulu göçmen kitleyi barındırması ve girişim faaliyetlerinin yoğunluğu sebebiyle Ortadoğulu girişimciler İstanbul'dan seçilmiştir. Örneklemenin hem Balkan hem de Ortadoğulu göçmenlerden oluşturulmasındaki amaç ise farklı tarih, coğrafya ve kültürden gelen göçmenlerin alıcı ve köken ülkelerdeki kurumsal ve sosyal yerleşikliklerinin ve alıcı ülkedeki etnik çevreleriyle olan bağlarının seviyesindeki farklılıkları gözlemlemektir.

Çalışmanın nitel bir araştırma olması ve oldukça spesifik bir sorunu olması nedeniyle örneklemin oluşturulmasında önce kasti örnekleme yönteminin kullanılması uygun bulunmuştur. Bu amaçla sanayi ve ticaret odaları ve göçmen dernekleri ile irtibata geçilmiştir. Fakat bu yolla yeterli sayıda görüşmeciye ulaşamadığı için kartopu örnekleme yöntemine geçilmiş ve araştırma bu yöntemle tamamlanmıştır.

Verilerin toplanmasında mülakat tekniği kullanılmıştır. Mülakat sorularının hazırlaması aşamasında öncelikle literatür taraması sonucu elde edilen örnek mülakat sorularından faydalanılarak mülakat sorularının oluşturulmasında temel bir fikir edinilmiştir (Radulov ve Shymanskyi, 2014: 39; Adiguna ve Shah, 2012: 43). Fakat bunun Türkiye bağlamında uyumlaştırılması ve araştırmanın amacı gereği sorulacak bazı soruların literatürdeki soru yapılarında bulunmaması sebebiyle tez danışmanının soruların oluşturulmasındaki fikir ve görüşlerinde yararlanılarak mülakat soruları son

---

<sup>2</sup> Nefise Kahraman (2010). Transnational Entrepreneurship Activities of Bulgarian Turks. Yüksek Lisans tezi.

halini almıştır. Mülakat soruları yarı yapılandırılmış sorular olup ayrıntılı bilgi edinme ihtiyacı olduğu durumlarda öğrenilmek istenen konu ile ilgili sondaj soruları da sorulmuştur. Mülakatlar yaklaşık 45-90 dakika arası sürmüştür. Bu çalışmada konu ile ilgili daha ayrıntılı bilgi temin edebilmek, verilen cevaplarla birlikte görüşülen kişilerin mülakat dışındaki sözlerini, tutum ve davranışlarını da analiz edebilmek için gözlem yöntemi de kullanılmıştır.

Görüşme yapılan girişimcilerin biri hariç hepsi ile işyerlerine ziyaret yapılarak yüz yüze görüşülmüştür. Ortadoğulu göçmen girişimcilerden bir tanesi ile skype üzerinden mülakat yapılmıştır. Türkçesi yeterli seviyede olmayan Ortadoğulu bir girişimci ile İngilizce mülakat yapılmıştır.

Mülakat soruları açık uçlu sorular olarak girişimcilere yöneltilmiştir. Öncelikle girişimcilerin detaylı hayat hikâyeleri, demografik bilgileri, aile geçmişi, etnik kökeni, eğitimi, kişisel girişimcilik özellikleri, yurt içi ve yurt dışı iş tecrübesi, girişim başlatmaya sevk eden faktörleri, girişimleri keşfetmede ve kurumsal yerleşikliğinin sağlanması için gerekli olan bireysel özelliklerinin neler olduğu, ulusaşırı girişim faaliyetlerinin olup olmadığı, varsa hangi saiklerle bunun gerçekleştiği, yoksa neden olmadığı ve ulusaşırı girişimci olmaya yönelik eğilimlerinin hangi seviyede olduğu, bu süreçte sahip oldukları alıcı ve köken ülkelerdeki sosyal ağları, kurumsal yapılara yerleşiklik düzeyi ve faaliyet gösterdikleri ülkelerin siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel şartları ile ilgili sorular sorulmuştur.

### **4.3. Bulgular ve Tartışma**

Çalışmanın analiz kısmında bulguları tartışırken kolaylık olması amacıyla mülakata katılan göçmen girişimcilerin her birisine ismi yerine bir kod yazılması uygun görülmüştür. Mülakat yapılan 8 girişimciden 4'ü Balkan (B1, B2, B3, B4) 2'si Irak (O2, O4), 1'İ İran (O1), 1'de Suriye (O3) kökenlidir. Balkan göçmenlerinin 2'si Sırbistan, 1'i Makedonya, 1'i Bulgaristan göçmenidir. Ortadoğu göçmeni girişimcilerden Suriyeli girişimci Arap, Iraklı iki göçmen Kuzey Irak Türkmeni, İranlı olan göçmen ise Türkmenistan Türkmenidir. Görüşme yapılan girişimcilerin tamamı erkektir. Yaş gruplaması yapıldığında 1'i 61 yaşında, 4'ü 50-59 yaş aralığında, 3'ü 30-39 yaş aralığındadır. Girişimcilerden 1'i ilkokul, 5'i lisans, 2'si lisansüstü mezundur. Lisans mezunu olan katılımcılardan birisi lisansüstü terktir.

**Tablo 4.1**  
**Girişimcilerin Demografik Özellikleri**

Kişiler	Görüşme Tarihi	Cin-siyet	Doğum Yılı	Doğum Yeri	Türkiye’de bulunma süresi	Sektör	Faaliyette bulunduğu süre	Eğitim
B1	18.03.2017	E	1981	Adapazarı	38 yıl	Otomotiv sanayi	11 yıl	Lisans-üstü
B2	18.03.2017	E	1958	Adapazarı	61 yıl	Otomotiv sanayi	36 yıl	İlkokul
B3	16.09.2017	E	1964	Adapazarı	55 yıl	Asfalt-inşaat-maden-petrol	26 yıl	Lisans
O1	30.09.2017	E	1986	Aliabad/İran	9 yıl	Dış ticaret	4 yıl	Lisans-üstü
B4	26.10.2017	E	1983	Adapazarı	36 yıl	Makine Mühendislik	8 yıl	Lisans
O2	15.12.2017	E	1960	Kerkük/İrak	35 yıl	Dış Ticaret	17 yıl	Lisans
O3	18.12.2017	E	1963	Humus/Suriye	5 yıl	Kağıtçılık	31 yıl	Lisans
O4	19.12.2017	E	1963	Kerkük/İrak	24 yıl	Dış Ticaret	19 yıl	Lisans

Balkan göçmeni girişimcilerin tamamı Türkiye’de doğup büyüyen ikinci nesil göçmenlerdir. Ortadoğulu göçmenlerin ise tamamı sonradan Türkiye’ye gelmişlerdir. İlk gelen, 35 yıl önce gelen O2’dir. O2’yi 24 yıllla O4 takip etmektedir. Yakın zamanda gelen girişimcilerden O1 9 yıl, O3 ise 5 yıldır Türkiye’de yaşamaktadır.

Toplam iş faaliyeti zamanı ve mesleki deneyim açısından 0-5 yıl aralığında 1 girişimci, 6-10 yıl aralığında 1 girişimci, 10-15 yıl aralığında 1 girişimci, 16-20 yıl aralığında 2 girişimci, 26-30 yıl aralığında 1 girişimci, 31-35 yıl aralığında 1 girişimci, 35-40 yıl aralığında 1 girişimci bulunmaktadır. Bu tarihler, göçmen girişimcilerin girişimciliğe başlama yılları temel alınarak belirlenmiştir.

Balkan göçmeni girişimcilerin 3’ünün aileleri 1950’li yıllardaki göç dalgasında Türkiye’ye göç etmişlerdir. Diğer Balkan göçmeni girişimcinin (B1) dedesi ise, Balkan Harbi zamanında savaş ve katliamdan kaçarak Türkiye’ye sığınmıştır.

Ortadoğulu göçmen girişimcilerden 2 Iraklı (O2, O4) girişimci 80’li ve 90’lı yıllarda rejim baskısından, 1 Suriyeli (O3) girişimci iç savaştan kaçarak Türkiye’ye gelmiştir. Burada savaş ve baskı ile Türkiye’ye gelmeyen tek Ortadoğulu girişimci İranlı O1’dir.

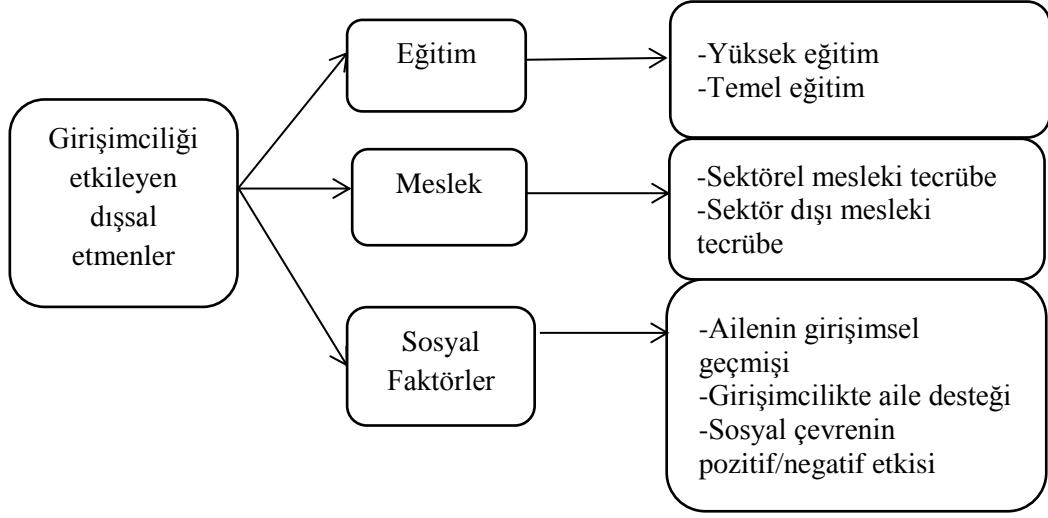
O1, yüksek lisan eğitimi için Türkiye'ye gelmiş, daha sonra burada bir firmada iş fırsatı bularak Türkiye'ye yerleşmiştir.

Aşağıda verilen şekillerde bulunan kategoriler, temalar ve boyutlar bu çalışmanın özelliği olan hem doğrulayıcı hem de keşfedici analizin özelliklerini yansıtmaktadır. Ulusaşırı girişimcilikle ilgili mevcut literatür kaynağından faydalanarak konuyla ilgili boyut ve temalar ana hatlarıyla ortaya çıkmaktadır. Yapılması gereken, mülakatlardaki verilerin belli kategoriler altında bu tema ve boyutlara yerleştirilmesiyle konunun literatüre uyum sağlayıp sağlamadığını inceleyerek doğrulayıcı analiz yapmak, literatürde olmayan ya da farklılık gösteren faktörleri de keşfedici analizle bularak yeni kategoriler oluşturup yeni boyut ve temalar altında göstermektedir. Bu araştırmada, literatürdeki ulusaşırı girişimcilik özelliklerinin Türkiye'deki göçmen girişimcilerde bulunup bulunmadığının tespiti amacıyla tümdengelimsel bir metot takip edilerek, boyut ve temaların belirlenmesinden sonra kategorilerin oluşturulmasına yoğunlaşmıştır. Fakat bununla birlikte bu çalışmada elde edilen bulgulardan hareketle literatürden farklı olarak yeni kategorileri ortaya koyma yönüyle de keşfedici analizin ve bu kategorilerin yeni tema ve boyutlar oluşturma açısından bakılacak olursa tümevarımsal bir analiz yönteminin de kullanıldığını söylemek gerekir.

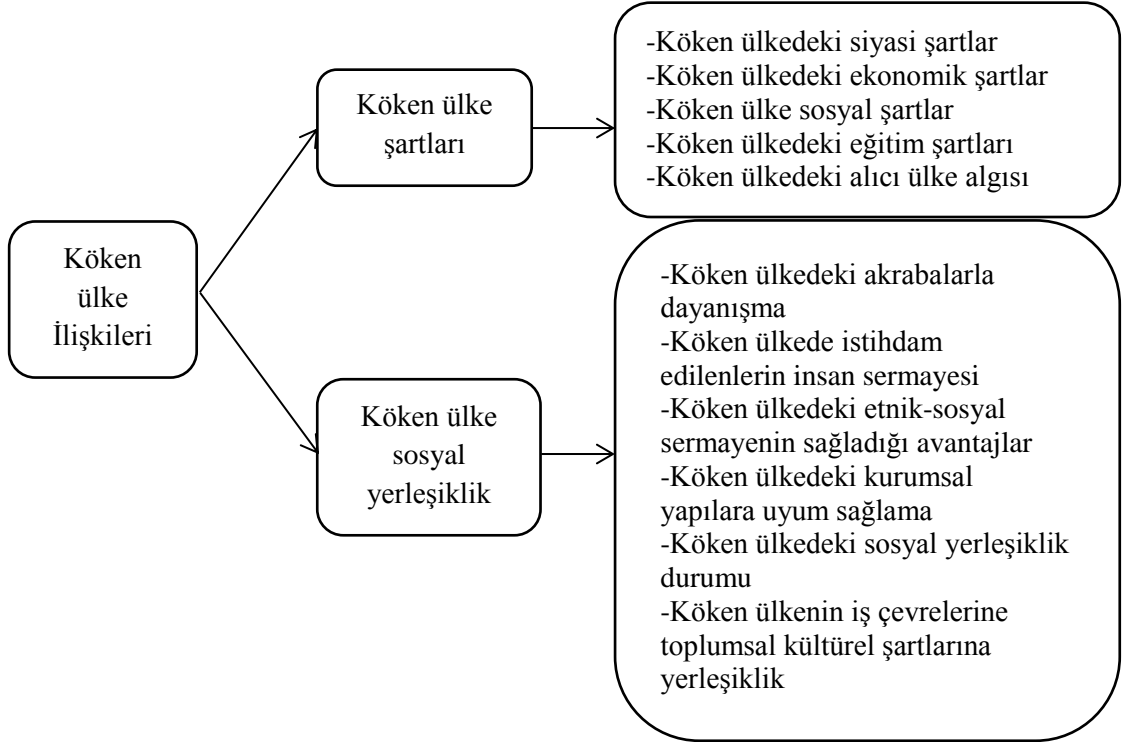


Şekil 4.1:Ulusaşırı Girişimcilik Modelinde Bireysel Faktörler

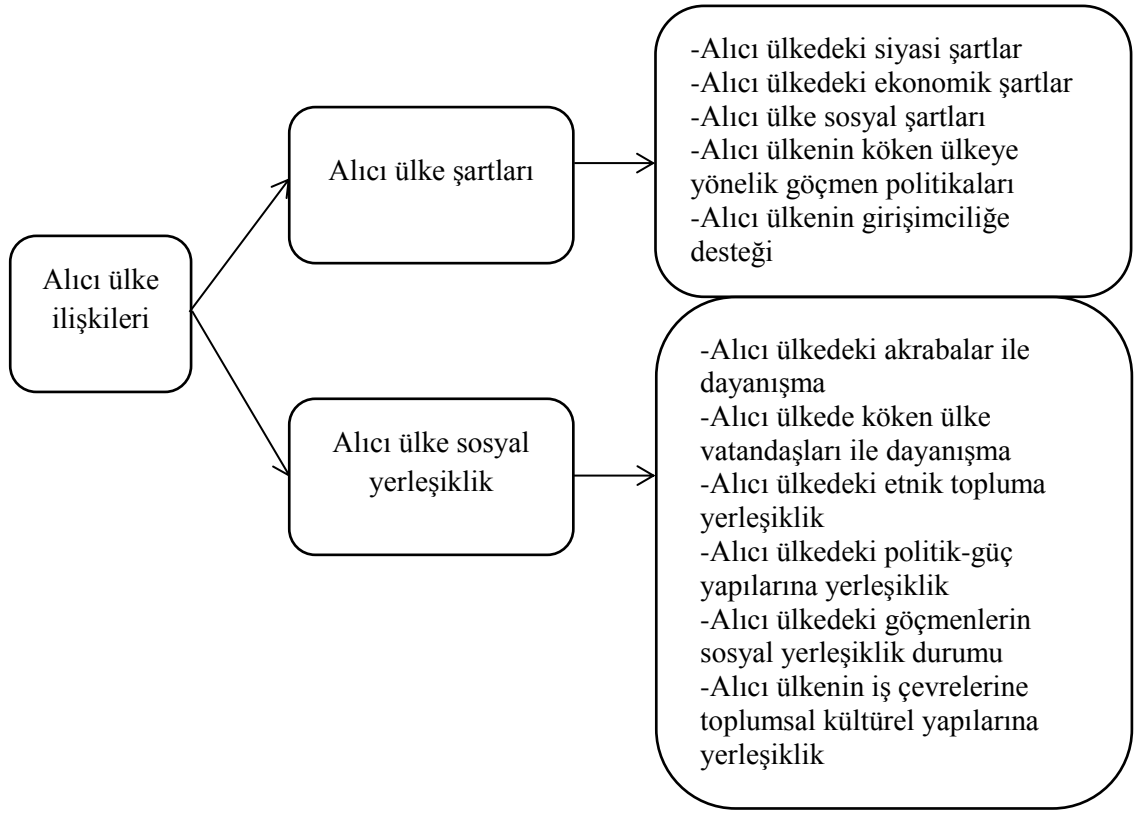




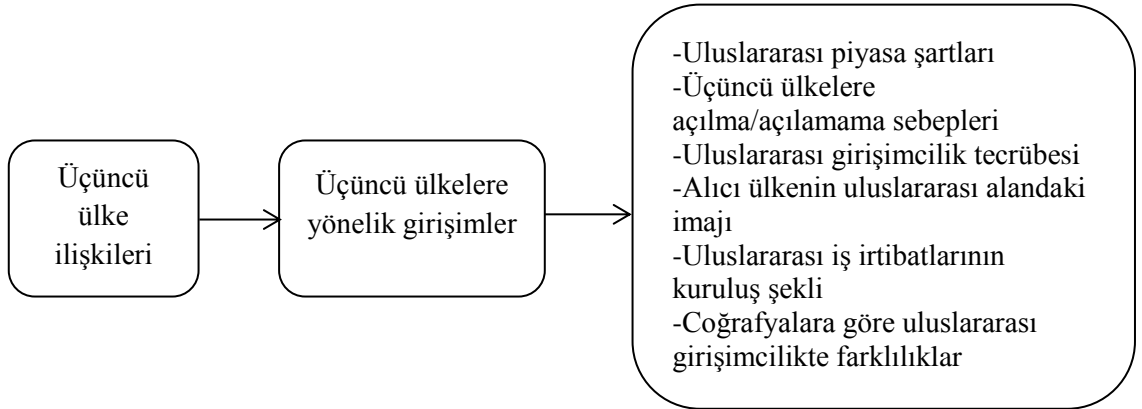
**Şekil 4.2: Ulusaşırı Girişimcilik Modelinde Dışsal Faktörler**



**Şekil 4.3: Ulusaşırı Girişimcilik Modelinde Köken Ülke İlişkileri**



**Şekil 4.4: Ulusaşırı Girişimcilik Modelinde Alıcı Ülke İlişkileri**



**Şekil 4.5: Ulusaşırı Girişimcilik Modelinde Üçüncü Ülke İlişkileri**

Yukarıda gösterilen beş şekil, bu çalışmadaki ulusaşırı girişimcilik literatürü taramasında ve yapılan mülakatlar sonucu elde edilen verilerin değerlendirilmesi ile konunun genel çerçevesinin çizilmesi amacıyla yapılmıştır. Bu şekillere göre ulusaşırı girişimcilik sürecinin başlaması ve devam etmesi için gerekli olan kişisel girişimcilik özellikleri, bireyin girişimciliğini etkileyen sosyal faktörler, girişim faaliyeti gösterdiği farklı ülkelerdeki siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel şartlar, rekabet avantajı sağlamak

için farklı ülkelerdeki kurumsal yapılara yerleşiklik sağlaması gibi etkenler yukarıdaki beş şekilde belirtilmiştir. Bunun dışında elde edilen bulgular ışığında literatürden farklı olarak, uluslararası girişimcilerin alıcı ve köken ülke haricinde herhangi bir sosyal yerleşiklik sağlamadan faaliyet gösterdikleri üçüncü ülkelerin de bulunması bir boyutu daha şekle eklemeyi gerekli kılmıştır. Günümüz küresel dünyasındaki teknolojik gelişmeler, iletişim, ulaşım, bilgiye erişimde ucuzluk ve kolaylıklar, rekabetin zorlaştığı piyasada fırsatları keşfedip ve değerlendirerek daha fazla kazanç isteyen uluslararası girişimcilerin kendi kaynak ve imkânları dahilinde başka pazarlara açılma isteği onların sadece köken ülke ile değil belki de köken ülkeden çok daha fazla üçüncü ülkelerde de ticaret yapmalarına imkân vermektedir. Çünkü Riddle, Hrivnak ve Nielsen (2010: 398-399)'in üçüncü bölümde göçmenleri uluslararası girişimci olmaya sevk eden faktörler başlığı altında ifade ettiği gibi göçmen girişimcilerin köken ülkelerine yaptıkları ya da yapmak istedikleri yatırım faaliyetlerini parasal ve maddi menfaat elde etme gibi sebeplerle açıklamak doğru değildir. Uluslararası girişimcilerin köken ülke ile yaptıkları ticaret, daha çok köken ülkenin ekonomisine katkı sağlamak, orada bulunan eş-dost akrabalarına ekonomik imkânlar sunarak onların yaşam koşullarını iyileştirmek ve hem köken ülkedeki hem de alıcı ülkedeki (kendi etnik toplumu içinde) sosyal statüsünü sağlamlaştırmak gibi sebeplerle açıklanabilir.

Bununla birlikte, yukarıda da bahsedildiği gibi küreselleşme ile birlikte uluslararası iş fırsatlarının keşif ve değerlendirilme sürecinin hızlanması, zorlaşan yerel ve küresel rekabet şartları nedeniyle girişimcilerin yeni kazanç fırsatlarını nerede olursa olsun değerlendirmek istemeleri, köken ülkede var olan sosyal ve iş ağlarının yılların geçmesi ve coğrafi uzaklık sebebiyle zamanla zayıflama işaretleri göstermesi gibi faktörlerle uluslararası girişimcilerin köken ülkedeki faaliyetlerinin, üçüncü ülkelerle yapılan ticaret içindeki oranının zamanla azalma ihtimali olduğu söylenebilir. Bu konudaki görüşleri, Rusinovic (2008: 447-448)'in makalesi doğrulamaktadır. Yazara göre ikinci nesil uluslararası girişimcilerin, birinci nesle kıyasla köken ülke ile sosyal yerleşikliklerinin ve ekonomik faaliyetlerinin sınırlı olduğunu ve bağlantılarının ekonomik olmaktan ziyade sosyo-kültürel boyutta kaldığını ve ana girişimcilik faaliyetlerinin köken ülkenin dışına kaydığını ifade etmiştir. Bunun sebebi olarak ailelerinin kullandığı köken ülke dilini bilmeme gibi bazı kültürel öğelerin eksikliğine dayandığını iddia etmiştir. Buna rağmen köken ülke olan bağların ikinci neslin göçmen girişimciler için hâlâ önemli olduğunu da

vurgulamıştır. Yazar, birinci neslin köken ülke ile bağlantısını bir gereklilik ve zorunluluk olarak açıklarken, ikinci neslin bağlantısının daha çok stratejik bir tercih olduğunu belirtmiştir.

Mülakatların analizinde Stoyanov, Woodward ve Stayanova (2017)'nin analiz boyutu baz alınarak öyküleyici analiz yöntemi kullanılmıştır. Aşağıdaki tablo bu analiz yöntemine göre hazırlanmıştır.

**Tablo 4.2**  
**Girişimcinin ve Girişimsel Sürecin Keşfi**

<b>GİRİŞİMCİNİN VE GİRİŞİMSEL SÜRECİN KEŞFİ</b>	
<b>KİŞİNİN GİRİŞİMCİLİK KARAKTERİSTİĞİ</b>	
<b>Bağımsız çalışma isteği</b>	“İnsan, hayatına yöne verme konusunda farklı tercihleri olabiliyor. Kimisi kamu sektöründe çalışmayı tercih ederken, kimisi özel sektörde çalışmayı tercih eder. Ben bağımsız çalışmayı kendi işimde bağımsız olmayı istiyordum. Üniversiteyi bitirdikten sonra Suriye’de bir kağıt fabrikasında çalıştım. Burada kağıt endüstrisi, kağıt piyasası tedarikçiler, müşteriler gibi konularda geniş bilgi ve tecrübe edindim. Sonra bu sektörle ilgili kendi işimi kurmaya karar verdim.” (O3)
	“Şimdi Türkiye’deki bir insan hangi işi yapacağını kestiremiyor, öngöremiyor. Burada on kişi ile görüşüyorum adam geliyor makine satıyor ama işletme mezunu. Adam geliyor farklı bir şey pazarlıyor. Yani adam tahsilini yapmış ama, tahsili ile hiç alakası olmayan işlerde çalışıyor. Ben de hiç memuriyet düşünmedim. Memur olayım, memurluk yapayım gibi bir düşüncede olmadım.” (B3)
	“Bu firma 2001’de açıldı. 2000’den önce ben eşarp içinde çalışırken patronum beni çok seviyordu sağ olsun. O’nun kardeşiyle bir tartışmam olmuştu. Ayrılmaya karar verdim. Patronum bana dedi ki, peki şimdi sen ne yapacaksın? Dedim ki, ben geldim binlerce kilometre uzaklıktan burada iş buldum. Şimdi de Ahmet’in yanında değil de Mehmet’in yanında çalışırım o dert değil dedim. Ama ben bundan sonra işçi olarak çalışmam dedim. Ben kendi işimi yapacağım. Peki bunu neye dayanarak söyledim, neye itimat ettim? Benim bir arkadaşım vardı. Taha Kargo’nun sahibi Emin Taha Bey. O’da Kerküklüdür. Bana işyerinde bir oda verdi. Ben ihracat işlerini oradan yürüttüm.” (O4)
<b>Fırsatları keşfetme ve değerlendirme özelliği</b>	“Genelde ben ticarete bazı boşlukları görünce bunları hemen kafamda hayal edip ticarileştiriyorum. Benim Rus firmasında beraber çalıştığımız bir arkadaş vardı. Dedi ki bana, İran’da kebab yapımında kullanılan bir makine varmış, bizim akraba bundan istiyor. Bunu sen tedarik edebilir misin, getirebilir misin diye sordu. O anda zihnime bir ışık geldi. Demek ki bu konuda Türkiye’de bir boşluk var. Türkiye’de öyle bir makine yok. Gittim araştırmasını yaptım. İran’daki tedarikçileri buldum. Fiyatları öğrendim. Sonra gittim İstanbul’da bu makine ile ilgili pazarlama yapmaya başladım.” (O1)
<b>Girişimcilikte planlama</b>	“Amerika’dan Türkiye’ye döndükten sonra bir iki sene İstanbul’da birkaç yerde çalıştım. Sonra bir hedef sektör belirledik, bir ürün belirledik. Bu ürünün yapımı için çalıştık çabaladık. 2010’da bu çalışmalara başladık, 2011’de firmayı kurduk. 2013’ten sonra ürün satış-pazarlama noktasına geldi. Sene 2017 işleri bir noktaya getirdik.” (B4)
<b>Girişimcilikte devamlılık ve sürdürülebilirlik</b>	“Suriye’deki olaylar sebebiyle 2013’te Suriye’den ayrılmak zorunda kaldım. İlk olarak ailemle Mısır’a gittim. Humus’ta yaptığım kağıtçılık işini Mısır’da devam ettirmeye çalışarak orada bir ortaklık kurdum. Bir yıl sonra

<b>GİRİŞİMCİNİN VE GİRİŞİMSSEL SÜRECİN KEŞFİ</b>	
<b>KİŞİNİN GİRİŞİMCİLİK KARAKTERİSTİĞİ</b>	
	Mısır'daki istikrarsız ve belirsiz ortam sebebiyle Türkiye'ye geldik. Malum Mısır'daki darbe hayatı bizler için daha da zorlaştırdı. İstanbul'a geldik ve burada yine aynı işin devamını kurduk." (O3)
<b>Yenilikçilik ve yaratıcılık</b>	"Üniversiteden mezun olduktan sonra Amerika'ya gitmeden önce Bursa'da yaklaşık bir yıl çalıştım. Orada pvc kapı kesme, yapıştırma makinelerini yapan bir firmada çalıştım. Sonra yurtdışına gittim geldim. İstanbul'da bir arkadaşım vasıtasıyla, asansör motoru, redüktörlü dişlili makine yapan bir firmada yaklaşık altı ay çalıştım. Ondan sonra Adapazarı'na geldim. İstanbul'da çalıştığım firmanın ürettiği asansör motorunun bir ileri modeli. Biz o dönem sektörde yeni olan, farklı olan bir dişlisiz makine koluna merak sardık. Çalıştığım yerde bunun imalatı yoktu. Piyasada böyle bir yeniliğin karşılık bulacağını düşündük. Bu yeniliği piyasaya adapte etmiş olduk." (B4)
<b>Risk alma ve sorumluluk üstlenme eğilimi</b>	"Biz burada üretim yaptık. Türkiye'de üretim yaptık. Ama maalesef, teknik konuda, kalite konusunda, o kaliteyi tutturamadık. İran'da tabi bu işin geçmişi var, en az 5-6 yıllık üretim tecrübesi var. Her işin bir püf noktası var. Bu püf noktalar yavaş yavaş öğreniliyor. Türkiye'de de 30-40 tane makine yaptık. Sattık ama başımız derde girdi. Sonrasında yine ithalata geri döndük." (O1)
	"Dedem tüccarımış. Zamanında bakkalı varmış ama ben görmedim dedemi. Onun dışında amcam bu işin içinde. Bir de şu var. Babam bu işi bir yere kadar getirmiş, amcam bir yere kadar getirmiş, ben de kendim bir şeyler yapmam gerektiğini hissettim." (B1)
<b>Mücadeleci ve ısrarcı olma</b>	"İstanbul'da kebab makinesi ile ilgili pazarlama yapmaya başladım. Yaklaşık iki hafta boyunca İstanbul'da neredeyse bütün kebabçıları gezdim. Hiçbirisi almadı. Kimse almadı. Yine de vazgeçemedim. Bir site kurdum. Bu siteyi kurduktan sonra, telefonlar gelmeye başladı. Daha çok yurt dışından." (O1)
	"Benim iş kurmadaki ana motivasyonum, rejimin baskısıydı, bu insanı kötü bir ortamda daha iyi şeyler yapmak için motive ediyor." (O3)
<b>İletişim becerisi, ikna gücü, uygun dili kullanma</b>	"Sırbistan'da adamlarla karşılıklı oturuyoruz. Adam rakı içiyor. Benim alkolle bir alakam yok. Ama adamlar iş yapacaksınız. O'nu ikna etmen için ne söylemen lazım? Lafı çeviriyorum. Diyorum ki, ben hiç ömrümde erkek erkeğe rakı içmedim. Kopuyor hepsi, gülmekten yerlere düşüyorlar. Keyifleri yerine geliyor. Sen elin Sırbına helali haramı nasıl anlatacaksın? Zaten adamların dinimize alerjisi var. Sen şimdi oradan girersen adamların fanatiklik damarı kabarmış. Sen onların damarına basarsan senin ticaretin bitebilir. Sen şimdi Sırpça bilmezsen bu muhabbeti bir aracı vasıtasıyla nasıl yapacaksınız? O yüzden bu şekilde alttan alta, yumuşatarak iletişim kurmak lazım. Ketum bir dille olmaz." (B2)
	"Bir ara Sırbistan bize vize koydu. Bizde Sırbistan'a düğüne gideceğiz. Bindik arabaya. Babam, halam, birader, İstanbul'daki Sırbistan konsolosluğuna gittik. Bize üç günden evvel vize veremeyeceklerini söylediler. Biz de bir şey demeden bindik arabaya yola devam ettik. Babam sordu vize işi oldu mu, ben de ne diyeyim oldu dedim. Neyse Bulgaristan'ı geçtik geldik Sırp hududuna. Birader indi memurla konuşuyor. Gecenin üç buçuğu. Vizesiz izin

<b>GİRİŞİMCİNİN VE GİRİŞİMSSEL SÜRECİN KEŞFİ</b>	
<b>KİŞİNİN GİRİŞİMCİLİK KARAKTERİSTİĞİ</b>	
	vermiyor, birader memurla cebelleşiyor, ben indim aşağıya, vizesiz sokmayacak, kapıda bekliyoruz. Dedim böyle böyle düğün var. Arabada 85 yaşında babam var. Almanya, Avusturya, Belçika'dan tüm akrabalar geliyor. Sonra genç bir memur geldi sordu ne oluyor. Dedim bir şey yok konuşuyoruz sadece. Vize lazım dedim. Kaç gün lazım diye sordu. 5 gün dedim. İlk konuştuğumuz memur yaşlıcaydı biraz. Dedi ki ben bunu imzalamam. Genç olan sordu. Sen kimsin? Burada şef benim. Doğru söylüyorsun dedi, çekildi kenara. Gittik bankaya parayı yatırdık, sonra vizeyi aldık. 5 gün sonra Türkiye'ye döndük. Burada bir opsiyon var. Memur inisiyatifini kullandı. İsterse kullanır, fakat lisanı uygun anlatırsan.” (B2)
<b>Araştırmacı olma, merak duygusu</b>	“Müteşebbislik vardı bizde. (Kerkük'te) Çocukken annem derdi ki git bir karpuz al. Piyasaya inerdim, karpuz kaç paradır. Büyük pazarda mesela karpuz beş lira. Ötede bir adam var 20 karpuz veriyor, on liraya. Araştırıyorum adamın elinde kalmış, kurtulmak istiyor. Adamlar pazarlık yapıyorum sekiz liraya olur mu diyorum. Adam diyor ki al götür. İlkokul, ortaokul, lise hep böyleydim ben. Bunlar küçük şeyler ama sonradan büyüdü bunlar. Bir çekirdek gibi yani şimdi elimdeki malı nasıl değerlendirebilirim, satabilirim, pazarlayabilirim. Hangi ülkeye hangi mal gider hangi mal gitmez. Bu konularda geliştirdik kendimizi.” (O2)
<b>Yeniliklere ve farklı koşullara adapte olma</b>	“Biz ilk Türkiye'ye geldiğimizde bizim için çok zorluklar vardı. Birincisi burada çok rekabetçi bir çevre var. Sadece bizim sektörde değil her sektörde çok rekabetçi, yenilikçi, yaratıcı bir ortam var. Ve siz bunlarla rekabet etmelisiniz. Teknolojik değişimlere ayak uydurabilmelisiniz. Bunlar bizi daha rekabetçi, yenilikçi olmaya zorladı.” (O3)

Yukarıdaki tabloda bulunan bireyin girişimcilik karakteristiği teması altındaki bağımsız çalışma isteği faktörü, Hisrich (2002: 9-10)'in ve Hamilton ve Harper (1994: 15)'in ifadeleriyle, fırsatları değerlendirme özelliği, Ardichvili, Cardozo ve Ray, (2003: 106)'in ve Bygrave ve Hofer (1991: 14)'in açıklamalarıyla, girişimcilikte planlama faktörü, Mitchell, Busenitz ve Bird (2007: 4)'in tanımıyla, girişimcilikte devamlılık ve sürdürülebilirlik faktörü, Olsen ve Galamidi (2009: 26) 'nin ifadeleriyle, yenilikçilik ve yaratıcılık faktörü, Cuervo, Ribeiro ve Roig (2007: 2-3) ve Acs (2006: 103)'in tanımlarıyla, risk alma ve sorunluluğu üstlenme faktörü, Bridge, O'Neill ve Martin (2009: 435)'in görüşleriyle, mücadeleci ve ısrarcı olma faktörü Sanchez (2011: 436)'in fikirleriyle, iletişim becerisi, ikna gücü, uygun dili kullanma faktörü, Aytaç ve İlhan (2007: 103)'in ifadeleriyle, araştırmacı olma, merak duygusu faktörü, Kritikos (2014: 5)'un açıklamalarıyla, yeniliklere ve farklı koşullara uyum sağlayabilme faktörü, Güney ve Nurmakhamatuly (2007: 64)'un görüşleriyle uyum ve tutarlılık göstermektedir.

Baltar ve Icart (2013: 205), fırsatları değerlendirmek amacıyla çekici faktörler nedeniyle girişim başlatan göçmelerin ulusaşırı girişimci olma olasılıklarının daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Yazar bu nedenleri şöyle sıralamıştır: i. Kendi yönetsel tecrübelerini kullanmak istemesi. ii. İş kurma konusunda fikirlerinin olması. Bu yüzden diğer seçenekleri düşünmemesi. iii. Bağımsız çalışmak istemesi ve girişimcilik kabiliyetlerini geliştirmek istemesi. iv. İşleri kendi memleketine yaymak ve oralarda iş faaliyetlerini geliştirmek istemesi. v. Göç ettiği ülkede değerlendirilmeyi bekleyen iş fırsatları görmesi. Bunun gibi çekici girişimcilik sebepleri göçmenlerin ulusaşırı girişimci olma eğilimlerini arttırmaktadır. Yukarıdaki temada özellikle bağımsız çalışma isteği, fırsatları keşfetme ve değerlendirme özelliği, yenilikçilik ve yaratıcılık, araştırmacı olma, merak duygusu ve mücadeleci ve ısrarcı olma faktörlerine verilen cevaplardan, bu faktörlerin göçmen girişimcilerin ulusaşırı girişimciliğe dönüşmesinde önemli birer etken olduğu yorumu yapılabilir.



**Tablo 4.3**  
**Girişimciliği Etkileyen Dışsal Etmenler (Eğitim)**

<b>GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN DIŞSAL ETMENLER</b>	
<b>EĞİTİM</b>	
<b>Yüksek eğitim</b>	“1999 yılında İstanbul Bilgi Üniversitesinde hazırlıkla beraber 5 sene halkla ilişkiler okudum. 2005 yılında Göteborg Üniversitesi’nde 2 sene uluslararası işletme masterımı yaptım. Ben İsveç’te tedarikçileri tanıdım. Bana kendi konumla ilgili projeler geldi tesadüfen. Volvo’nun tedarikçileri, alt tedarikçileri bunları tanıdım. Kendi lisans eğitiminden marka bilinirliği gibi konularla bunların hepsini harmanladım. Peki bunların hepsi bana pratikte ne kattı? Vizyon kattı diyebilirim. Dünya da işlerin nasıl işlediğini ve neler yapabileceğim konusunda fikir edindim. Buraya işyerine döndüğüm zaman da bu vizyonu Sakarya’daki iş tecrübemle pekiştirdim diyebilirim.” (B1)
	“Bursa üniversitesinde makine mühendisliği okudum. Babam da Adapazarı’nda kalorifer kazanı banyo kazanı imalatı yapıyordu. 2002 yılında babam işyerini kapattı, kiraya verdi. 2006 yılında ben üniversiteden mezun oldum. Ondan sonra Amerika’ya dil eğitimine gittim devamında yine ABD’de MBA yüksek lisansına başladım yabancı dildeki yetkinliğimi geliştirdim. Girişimimde gerekli olan makine yönünü makine mühendisliği bölümünden aldım.” (B4)
	Türkiye’de yüksek lisans bursu kazandım. Türkiye’ye geldim ve ilk olarak Ankara’da Türkçe öğrendim. Sonra İstanbul Üniversitesinde pazarlama alanında yüksek lisansa başladım ve okudum. (O1)
<b>Temel Eğitim</b>	“İlkokul mezunuyum. Okumayınca oto sanayiye yöneldik. Burada hırs ve azimle çalıştık. TIRSAN’ın Sırbistan distribütörlüğünü yapacak duruma geldik.” (B2)

Literatüre göre göçmen girişimcinin eğitim seviyesinin yüksek olması onu uluslararası girişim başlatma yönünde daha avantajlı kılmaktadır. Lin ve Tao (2012: 65), uluslararası girişimcilik alanında yaptığı araştırmada bu kişilerin eğitim durumlarının lisans ve lisansüstü seviyelerinde öğrenimleri olduğunu tespit ederek bu kişilerin uluslararası girişimlerinin başarısında yükseköğrenimin önemli bir faktör olduğunu ifade etmek etmiştir. Bu açıdan mülakat yapılan kişilerin biri hariç hepsinin bu genellemeye uyduğu söylenebilir. Girişimcilerden alınan cevaplara bakıldığında yüksek öğrenimin bu kişilere teknik bilgi ve beceri katmaktan çok, küresel anlamda bir bakış açısı, vizyon ve yabancı dil yetkinliği kattığını söylemek mümkündür. Burada bu çıkarılamaya uymayan sadece B2 vardır. Temel eğitim, girişimciliğinde bir itici faktör olarak O'nun azim ve hırsıyla çalışmasına ve piyasaya daha erken yaşta atılmasına neden olmuştur.

**Tablo 4.4**  
**Girişimciliği Etkileyen Dışsal Etmenler (Meslek)**

<b>GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN DIŞSAL ETMENLER</b>	
<b>MESLEK</b>	
<b>Sektörel mesleki tecrübe</b>	“1992 senesinde Aker Eşarplarında iş buldum 8 yıl orada çalıştım. Orada işi öğrendim. Eşarp işinin baskısını, imalatını öğrendim. Orada müşteri biriktirdim. Müşterilerimiz genelde Ortadoğu’dan. İşten 2000 senesinde ayrıldım. Kendi işyerimi açtım. İhracat işini kurdum. Ama orada da eşarp işini bırakmadım. Eşarp imalatına devam ettim. Ortadoğu’dan özel müşterim olan firmalar için üretmeye devam ettim.” (O4)
	“Türkiye’de çalışma izni aldım. İstanbul’da bir Rus yazılım firmasında part-time olarak social media marketing kısmında işe başladım. Sonra evlendim. Rus firmasından ayrıldım ve bir dış ticaret firmasında çalışmaya başladım. Bir yandan firmada çalışırken bir yandan firma bilgisi dâhilinde kendi işlerimi de yapmaya başladım. Endüstriyel mutfak ürünlerinin ihracat ve ithalatı üzerine iş yapmaya başladım. Bazen kendim bazen de firma ile ortak çalışarak bu işleri yürütüyordum. Çalıştığım firmanın ana işi İran’dan ve diğer yurtdışı ülkelerden hammadde tedarik edip bunları Türkiye’deki fabrikalara pazarlamak şeklindedir. Aynı şekilde Avrupa’dan hammadde alıp bunları İran’daki fabrikalara pazarlıyoruz.” (O1)
<b>Sektör dışı mesleki tecrübe</b>	“Ben Türkiye’ye ilk geldiğim zaman İstanbul’da matbaacıda çalıştım dizgici olarak filan. 10 sene orada çalıştım. Hem matbaada Arapça çeviriler yapıyordum. Sonra kendi matbaamı kurdum. Burada Arapça eserlerin basımı yanı sıra, Arapça çeviriler de yapıyordum.” (O2)

Sektörel mesleki tecrübe konusunda yapılan araştırmalar, sektör tecrübesi olan girişimcilerin piyasada daha çok yenilik ve değişiklikler yaptığını ortaya koymaktadır. Bu açıdan, iş kurma konusunda daha hareketli oldukları söylenebilir (TÜSİAD, 2002: 165). Sektör tecrübesi olan girişimcilerin yetenek, bilgi, tecrübe gibi konularda sahip oldukları üstünlükler sayesinde girişimcilik kapasitelerini arttırdıkları ve kendi işlerini kurmada daha avantajlı oldukları görülmüştür (TÜSİAD, 2002: 38). Bu açıklamalar, mülakatlarda ulusaşırı girişimcilik öncesi sektör tecrübesi bulunan girişimcilerin ifadelerini doğrulamaktadır. Sektör dışı mesleki tecrübesi olup da ulusaşırı girişimciliğe başlayan kişiler hakkında literatürde kaynak bulunamadığı için bunula ilgili herhangi bir teyit yapılamamıştır.

**Tablo 4.5**  
**Girişimciliği Etkileyen Dışsal Etmenler (Sosyal Faktörler)**

<b>GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN DIŞSAL ETMENLER</b>	
<b>SOSYAL FAKTÖRLER</b>	
<b>Ailenin girişimsel geçmişi</b>	“Ailenin, babamın kum ocağı işi vardı. Buna başladım. 1993’te taş ocağı işine başladık. 24 yıl olmuş. Tabi aile işi bu. Benim babam çok işler yaptı. Tuğla işi yaptı, tekstil-trikotaj işi yaptı. Sonra biz kum ocağı işini geliştirdik.” (B3)
	“Annem ev hanımı, babam memur. Türkiye’de de böyle mi bilmiyorum. Baba memursa çocuğunun da kendisi gibi kendini garantiye alacak bir işe girmesini ister. Memuriyet zihniyeti çocuğa aktarılmaya çalışılır.” (O1)
	“Bizim akrabalarımız arasında doktorlar, mühendisler var. Ama galiba akrabalarım arasında tek girişimci benim. Yalnız babamın kendi işi vardı. Babam önceleri Suriye’de bir İngiliz petrol şirketinde çalışıyordu. Daha sonra araba yedek parça ve aksesuarlarını sattığı bir dükkan açtı ve işletti. Babamda bu açıdan girişimcilik özellikleri vardı. Akrabalarımın çoğu şu an savaş sebebiyle Suriye’yi terk ettiler. Ama yine doktorluk, mühendislik mesleklerini devam ettiriyorlar. Kimisi Suudi Arabistan’da, Birleşik Arap Emirlikleri’nde, Ürdün’de, kimisi ABD’de, İngiltere’de. Mesela kardeşim İngiltere’de, mülteci statüsü ile göç etti. Birçok farklı işte çalıştı.” (O3)
	“Benim girişimciliğimde aile faktörü çok fazla. Bizim aile yapısında da girişimcilik özelliği fazla. Hem aile olarak hem aile çevresi olarak kendi ticaretini ve esnaflığını yapan bir ortam var. Bizim aklımızda da hep bir şeylerin imalarını yapalım düşüncesi vardır. Burada sadece hedef olarak ne üretelim kısmı kalıyor. Babamın daha önce metal işinden gelmesi, O’nun ilk mesleği kaynakçılık. Kalorifer kazanı, banyo kazanı imalatına giriyor. O iş kaynak ağırlıklı bir iş. O kaynak işinden, ben de mühendislik okuyunca hedef sektör düşünmeye başlıyorsun.” (B4)
<b>Girişimcilikte aile desteği</b>	“Babam bana küçüklüğümde beri İngilizce öğrenmemi söylerdi. Çünkü işletmemize ürünler geliyor. Tezgahlar, makineler hep İngiltere’den geliyordu. Hep İngilizce öğren derdi. Babasını kaybettikten sonra erkek daha çok olgunlaşıyor. Kendimi geliştirmem konusunda daha çok hırs yaptım. Kendi kendime yetebilmem bir insan olmak için kendimi geliştirmem gerekiyordu. Annem hep bana babamın işini devam ettirmem gerektiğini telkin etti.” (B1)
	“Babam benim memur olmamı istiyordu. Ama memur maaşından kaç katı parayı ticarete kazanma şansın var. Ama tabi onlarda başka bir alternatif görmedikleri için o gördükleri şeyin olmasını tercih ediyorlar.” (O1)
<b>Sosyal çevrenin pozitif/negatif etkisi</b>	“Ben çocukluğumdan beri hem okuyordum hem çalışıyordum. Yani piyasada büyüdüm, zengin bir aileden gelmedim. Orta gelirli bir aileden geliyordum. Harçlığımızı kendimiz çıkarıyorduk. Okuldan çıkıp çalışmaya gidiyordum. Benim ağabeyimin lokantası vardı. Eniştem kasaptı. İşte biraz orada çalışıyordum, biraz burada çalışıyordum. Orada da ben bu şekilde piyasada bulundum. Ben buraya gelmeden önce 1.ve 2. el beyaz eşya satan bir mobilya mağazasında satış elemanlığı yaptım.” (O4)

**GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN DIŞSAL ETMENLER****SOSYAL FAKTÖRLER**

“Benim küçüklüğümden beri hep kendi işimi kurma hayalim vardı. Ama tabi köyde yaşadığımız için buna uygun bir çevre yoktu. Üniversiteyi bitirene kadar böyle bir çevre görmedik.” (O1)

“Bizim toplumda temel düşünce illa para kazanmak değildir. Başarılı olmaktır. Buraya geldiklerinde Boşnaklar yokluk içindelermiş. Bu da onları burada yükselmek ve bir konum elde etmek amacıyla durmadan çalışmaya itmiş. Buradaki tek derdimiz başımızı sokacak bir ev ve kimseye muhtaç olmadan yaşamaktı. Çalışkanlık, tasarruf ve birikimle bu günlere geldik.” (B1)

Literatüre göre ailenin girişimcilik geçmişi bireyin girişimciliğini etkilemektedir (Van Der Kuip ve Zoetermeer, 2003: 8; Bozkurt, 2011 :26; Kibassa, 2012: 160). Bu ifadeyle, girişimcilerin verdiği cevapların çoğu uyum göstermektedir. Yalnız O1, ailesinde herhangi bir girişimci ferdin bulunmadığını söylemiştir. Girişimcilikte aile desteği, ailenin çocuğuna yol göstermesi, teşvik etmesi, yaptığı işlerde ona saygı göstermeleri, fikir ve davranışlarıyla yardımcı olmaları olarak tanımlanmaktadır (Erdoğan, 1994: 242). Girişimcilerin bu faktör için verdikleri cevaplarda anlamlı bir ayrım bulunamamıştır. Sajjad, Shafi ve Dad, (2012: 30)'a göre sosyal çevrede var olan anlayış, kültür, norm ve inançlar, somut ve soyut araçlar ve imkânlar, girişimcilik eğilimlerini etkilemektedir. Develi (2011: 117)'de bireylerin girişimcilik motivasyonları arasında başarı elde etme isteği olduğunu ifade ederek, sosyal hayatta bir konum elde etmek ve güç sahibi olmanın girişimciliği motive ettiği söylemiştir. Yazarların bu görüşleri, girişimcilerin genelinin verdiği cevapları teyit ederken, O1 sosyal çevresinin negatif oluşundan bahsederek, olumsuz sosyal koşullara rağmen girişimci olduğunu vurgulamıştır. Bunun yanında B1'de alıcı ülkedeki göçmen toplumun sahip olduğu girişim motivasyonunun, içinde buldukları olumsuz durumdan kaynaklandığını belirterek bunun onlar için bir itici faktör olduğunu ifade etmiştir.

**Tablo 4.6**  
**Köken Ülke İlişkileri (Köken Ülke Şartları)**

<b>KÖKEN ÜLKE İLİŞKİLERİ</b>	
<b>KÖKEN ÜLKE ŞARTLARI</b>	
<b>Köken ülkedeki siyasi şartlar</b>	“Suriye’de ortam rejimin baskısı ve otoriterliği yüzünden girişimcilik kültürünün gelişmesi için pek uygun değil. Bir şey üretmek veya yaratıcılık için pek fırsat bulunmuyor. Devlet, yaratıcı fikirleri desteklemiyor. Bu yüzden insanlar yurtdışına gitme düşüncesine yoğunlaşıyorlar. Dışarıya nasıl gidebiliriz ve dışarıda işimizi nasıl kurabiliriz, fikrine yoğunlaşıyorlar. Çünkü dış ülkelerde girişimcilik fırsatları daha fazla. Benim iş kurmadaki ana motivasyonum, rejimin baskısıydı, bu insanı kötü bir ortamda daha iyi şeyler yapmak için motive ediyor. Fakat girişimcilik için çok fazla fırsat yok. Her şey devletin kontrolünde. Her sektörde devletin monopol bir piyasası var.” (O3)
	“Saddam zamanıydı. Zulüm de çoktu. Bizim müteşebbisliğimiz şiddetli bir durum içerisinde kendini idare etmek için kabiliyetin gelişmesinden meydana gelmekteydi. Saddam gibi bir adam bize musallat olmuş, malımızı canımızı alıyor. Böyle dehşetli bir ortamda büyümek, aileye bakmak idare etmek, babayı anneyi korumak, kendini korumak çok zor. Öyle bir durumda bizim kabiliyetimiz arttı. Yani nasıl söyleyeyim bizim tehditleri önceden görme, fırsatları görme ona göre tedbir alma kabiliyetimiz çok arttı. Saddam döneminden sonra Irak’ta karmaşa daha da arttı. O zaman tepede bir baş vardı. Şimdi yüzlerce baş var. Sadr, Maliki, Talabani, Barzani, İbadi, Sistani, Aşiretler, Kabileler. Kimin ne yaptığı belli değil. Merkezi yönetim zayıf. Bir de Şii’ler zulmediyor. Sünnileri Şiileştirmek istiyorlar.” (O2)
	“Bizim aile kökenlerimiz aslen Karaman’a dayanır. Osmanlı zamanında Bosna’ya yerleştirilmişiz. Orada arazilerimiz, çalışanlarımız değirmenlerimiz varmış. Sonra savaşlar (Balkan Harpleri) patlak vermiş. Bizi orada kesmeye başlayınca dedemler 14-16 yaşlarında taşı tarağı toplayıp buraya gelmişler. 63 yaşında vefat etti kendisi.” (B1)
<b>Köken ülkedeki ekonomik şartlar</b>	“Irak tüketici bir toplum. Hiç üretim yok. Türkiye’ye mecbur. Düşünün, kuzeyinizde Türkiye gibi bir ülke var. Her şeyi üretiyor. Ama kendisi bir şey üretmiyor.” (O2)
	“(Sırbistan) Ekonomik olarak atıl bir memleket, çok ticaret potansiyeli olan bir memleket değil. Ama her şeye aç bir toplum var orada. Avrupa’nın arka bahçesi şu an, işçiliği, kirası çok ucuz.” (B2)
	“İran devleti genel olarak girişimcilere destek vermeye çalışıyor. Teşvikler veriyor ama kapalı bir ekonomi olduğu için bu, işi zorlaştırıyor. İran’da kredi kartı diye bir şey yok. Taksitte yok. Yurtdışına ödeme yapılacak, ambargo yüzünden bankalar yapamıyor. Ambargolar sebebiyle yurtdışından bankalar aracılığı ile ödemeler yapılamıyor.” (O1)
<b>Köken ülke sosyal şartlar</b>	“Şimdi bizde aile de ne görürse insanlar onu yapıyorlar. Türkiye’de ileri gelen, ticaretle uğraşan Balkan göçmeni insanlar var. Mesela Cavit Çağlar var. Cavit Çağlar Selaniklidir. Ama ticaret ve sanayi konusunda bu işlerle uğraşan Rumeli’de fazla yok. Genelde tarımla uğraşmışlar. Zaten Balkanlardaki Türkleri ben Güneydoğudaki Kürtlere



<b>KÖKEN ÜLKE İLİŞKİLERİ</b>	
<b>KÖKEN ÜLKE ŞARTLARI</b>	
	benzetiyorum. Hep kırsal kesimde kalmışlar. Orada sanayiye pek girememişler. Türkiye'ye gelince de sanayi ve ticarete girmeleri o yüzden hemen kolay olmamış. Onun sıkıntısını burada görmüşler. Bir de oradaki toplumda rüşvet ve yolsuzluk çok yaygın bu yüzden orada iş yapmak zor." (B3)
	"Biz tarih boyu Kürtlerle de teşrik-i mesai etmedik. Etmeyiz de çünkü devlet idare kabiliyeti yok, sıfır. Siyaset kabiliyetleri sıfır. Bir de kendilerini bizden üstte görürler. Öyle bir şey var yani. Onlar hep bize kızdılar. 'Siz neden hep Araplarla çalışıyorsunuz' diye. Aslında biz Araplarla da değil daha çok Türkiye ile iyiyiz, Türkiye'ye yakınız. Ama biz azız orada azınlıktayız. 2 milyon Türkmen var orada toplam nüfus 35 milyon. 2 milyon kişi kendi başına ne yapacak, özerklik olmaz, Türkiye'ye sevgileri çok, bağlılar. Hep Türkiye'ye bakarak hareket ederler." (O2)
<b>Köken ülkedeki eğitim şartları</b>	"(Makedonya) Orada komünist yapının vermiş olduğu bir şey var. Zorunlu eğitim ve zorunlu mesleğe yönlendirmeden kaynaklı olarak herkesin bir mesleği var. Türkiye'ye gelen herkes bir şekilde bir meslek edinmiş olarak geliyor. Annemin tarafı orada çiftçilikten gelme. Çiftçilik yapıyorlarmış. Buraya gelince yine yapmak istemişler yalnız o zamanki şartlar ve eldeki imkânların sınırlı olması sebebiyle çiftçilik yapamıyorlar. O açıdan meslek olarak anne tarafı bunu kullanamamış. Ama baba tarafında dedem meslek olarak inşaata başlamış. Yani demek istediğim orada edindikleri meslekleri burada devam ettirme durumları var. Tabi o dönem Makedonya Yugoslavya'nın bir parçasıymış, devlet herkese iş veriyormuş. Ama şimdi öyle değil. Serbest piyasa var." (B4)
	"Türkmenler aileler çocuklarının tahsilli olmaları için çok uğraşırlar. Kendileri aç kalıp, çocukları tahsilli olsun diye çalışmışlardır. Irak'ın tarihine baktığımız zaman yüksek makamlardaki insanların çoğu Türkmen'dir. Eski Irak ordusu komutanı Türkmendir. Tarihe bakarsanız Mustafa Raad Paşa Türkmen'dir mesela. Ömer Halid Türkmendir. Kerkük'ün eski valisi Türkmen'dir. Yani farklı yerlerde Türkmenlerin önemli makamlarda yer almışlardır. Mesela Türkiye'de eski İstanbul valisi Lütfi Kırdar Kerküklüdür. Mesela İhsan Doğramacı, Irak Türkmeni'dir. Bunun gibi Türkiye'ye menfaati olmuş insanlar çoktur. Ve bu insanlar o dönemlerde bile Kerkük'ü ziyaret etmişler. Şunu söyleyeyim tüm çekilen sıkıntılara rağmen hedeflerinden ve memleketlerine hizmetlerinden geri kalmamışlardır. Irak'taki çoğu Türkmen tahsilli olduğu için devlet kademelerinde ve iş dünyasında hep üst yerlere gelmişler." (O4)
<b>Köken ülkedeki alıcı ülke algısı</b>	"Sırbistan'da Türkiye'den gelen insanlara karşı ön yargıları var. Buraya niye geldi diye soruyorlar. Seni belli kategorilere koyuyorlar. Türkiye'den gelen kişilere ya uyuşturucu taciri, ya kadın taciri, ya da kaçakçı gözüyle bakıyorlar. İstedığın kadar namaz niyaz olsun. Ama sen onlarla konuştuğunda, anlaştıkça bu önyargılarını tek tek eliyorlar. Ama illaki seni o kategorilere koyarlar. Sen ne kadar düzgün insan olursan ol. Sonra derler ki 'Ha tamam. Bu adamın bu işlerle ilgisi yok. Bu adam ticaret için gelmiş.' Dürüstlük istiyorlar." (B2)

Kariv ve diğeri (2009: 250), köken ÷lkedeki savaş, terör, rejim baskısı, istikrarsızlık gibi politik nedenlerin, diğeri yandan fakirlik, kıtlık, iktisadi kriz gibi ekonomik zorlukların, bireyleri göç etmeye zorladığını belirtmiştir. Bu açıdan literatürde bulunan göçe sebep olan itici faktörler, girişimcilerin köken ÷lke siyasi ve ekonomik şartları hakkında verdikleri cevaplarla uyum göstermektedir.

Baltar ve İcart (2013), köken ÷lkenin politik, ekonomik, sosyal yapılarındaki istikrarsızlık ve sorunların alıcı ÷lkede girişimcilik yapan göçmenlerin köken ÷lkeye yönelik ulusaşırı faaliyet yapma isteğini olumsuz etkilediğini söylemiştir. Çünkü yatırımlarını kurumsal belirsizliklerin olduğu bir yerde yapmaktansa daha istikrarlı kurumsal yapıların bulunduğu alıcı ÷lkede yapmanın daha rasyonel olduğunu düşünmektedirler. Bu ifadeye Suriye göçmeni O3 birebir uymaktadır. Suriye göçmeni O3 ÷lkesindeki savaş, rejim baskısı, etnik gerilim ve yüksek gümrükler yüzünden kendi ÷lkesindeki faaliyetlerinin düşük seviyede olduğunu, orada bulunan işletmelerinin %20 kapasite ile çalıştığını söylemiştir.

Köken ÷lkenin sosyal, kültürel, eğitim özellikleri de göçmenlerin girişimciliğini etkilemektedir. Waldinger (1990: 41), göç öncesi sahip olunan eğitim, tecrübe, lisan bilme gibi özelliklerin ve geldikleri yerin endüstriyel ya da kırsal bölge olması gibi durumların göçmenlerin girişimciliğini olumlu ya da olumsuz anlamda etkileyebileceğini belirtmiştir. B3, B4 ve O4'ün köken ÷lkenin sosyal ve eğitim şartları hakkında verdikleri cevaplar, Waldinger (1990)'in bu tanımı ile örtüşmektedir.

Köken ÷lkedeki alıcı ÷lke algısı ulusaşırı girişimcilik faaliyetlerini olumlu ya da olumsuz açıdan etkileyebilmektedir. Bu faktörü teyit eden doğrudan bir kaynak bulunamamakla birlikte, ikinci bölümün talep yönlü yaklaşım konusu altında Hammarstedt, (2004: 117), Baycan-Levent ve Nijkamp, (2009: 378), Fee ve Rahman, (2014:124)'ın belirttiği girişimciden kaynaklı olmayan dışsal faktörler, B2'nin cevabını doğrular niteliktedir.

**Tablo 4.7**  
**Köken Ülke İlişkileri (Köken Ülke Sosyal Yerleşiklik)**

<b>KÖKEN ÜLKE İLİŞKİLERİ</b>	
<b>KÖKEN ÜLKE SOSYAL YERLEŞİKLİK</b>	
<b>Köken ülkedeki akrabalarla dayanışma</b>	“Ticari faaliyetlerde Sırbistan’daki akrabalarla bağlantı kuruyoruz. Yeni nesiller geliyor çok farklılıklar oluyor. Biz bunlardan istifade etmeye çalışıyoruz. Mesela şu an oradaki işlerimizde tuttuğumuz muhasebeci bizim akrabalardan, tanıtım, katalog işlerini yapan kişi de bizim oradaki akrabalardan.” (B2)
<b>Köken ülkede istihdam edilenlerin insan sermayesi</b>	“Yeni nesil daha aktif. Onlardan yararlanıyorsun. Yüksekokul mezunları onlar. Kendini yetiştirmiş, eğitilmiş kişiler olması da önemli. Ayrıca karşılıklı güven daha sağlam oluyor.” (B2)
<b>Köken ülkedeki etnik-sosyal sermayenin sağladığı avantajlar</b>	“Onların (Sırbistan’da istihdam edilen akrabaları) bizim gibi pasaport kısıtlaması da yok. Bizim adıma Almanya’ya gidiyor, vize yok bir şey yok. Müslüman olduğu halde niye Sırp pasaportu var? O daha çok iş görüyor. Türkiye’ye gelince de Bulgaristan’dan rahatça geçer. Biz geçmeye kalksak Bulgar sınırında takılırız. Yunan sınırında takılırız. Ancak havaalanında binebiliriz. Çünkü şu an Sırbistan’a vize yok. İşte Sırp pasaportunun böyle bir özelliği var ama maalesef Türk pasaportuna hele şu ortamda gıcıklık var.” (B2)
<b>Köken ülkedeki kurumsal yapılara uyum sağlama</b>	“Memleket beni biraz kendine çekiyor. Hislerim su üstüne çıkıyor. Mesela ben Bulgaristan’a gidince duygulanıyorum. Ama başka bir yere gitsem mesela Romanya’ya filan gitsem bir şey hissetmem. Başka Balkan ülkelerinde de ihaleler açıldı ama onlara katılmadık. Bulgaristan’da iş olunca gitmek istiyorum. Bulgaristan’da birkaç ihaleye girdik. En sonuncuya girdiğimiz beş sene önceydi. Bulgaristan’da Türkler ile Bulgarlar arasında müthiş bir rekabet var, rüşvet rekabeti var. Türklere gidiyorsun konuşuyorsun, Bulgarlara gidiyorsun konuşuyorsun. Rüşveti veren ihaleyi alır. Baktık ki sıkıntılar çıkıyor, teminatımızı aldık bir daha da gitmedik. Bulgaristan dışında başka bir Balkan ülkesinde iş yapmadık. Bulgaristan’da da hiç çalışmadık, sadece ihalelere girdik. Rüşvet olayları olduğu için çıktık. Hep suç var orada.” (B3)
<b>Köken ülkedeki sosyal yerleşiklik durumu</b>	“Irak’a daha çok dernek işleri ile ilgili olarak sosyal faaliyetler amacıyla gidiyorum. Dernek ile ilgili işlerimiz oluyor, projelerimiz oluyor. Kerkük’te derneğimiz için bina aldık. Buradan Erbil’e kurban gönderiyorduk. Erbil’de, Kerkük’te kurban kestiriyorduk. İftar düzenliyorduk. 2002 senesinde ise bir dernek kurduk. Irak Türkmenleri Kardeşlik ve Kültür Derneği isminde. Bu dernek bugüne kadar devam ediyor. 2003 senesinden sonra Kerkük’te bir şube açtık. Sonra okullar açtık. Bir kız, bir erkek lisesi. Kur’an kursları açtık, spor kulübü açtık. Şu an bu kulübümüz, Irak 1. Futbol Liginde oynuyor. Musalla Spor Kulübü diye. Kendi büyüdüğümüz mahallenin adını bu takıma verdik. Sadece futbol değil, farklı branşlarda da faaliyet gösteren bir spor kulübüdür. Bir radyomuz var orada Sümer Radyo diye. Ben 9

<b>KÖKEN ÜLKE İLİŞKİLERİ</b>	
<b>KÖKEN ÜLKE SOSYAL YERLEŞİKLİK</b>	
	senedir bu derneğin başkanlığını yapıyorum. Bu başkanlığımın 3. Dönemi. Bu derneğimiz Osmanbey (Şişli)‘dedir. Yani kendi işimizin dışında hem buradaki, hem Irak’taki Türkmenlerle ilgili sosyal faaliyetlerimiz var.” (O4)
	“Makedonya’daki akrabalarla görüşüyoruz. Orada şimdi babamın halasının çocukları var. Onlarla görüşüyoruz. Bazen bizde düğün olur onlar gelir, bazen orada düğün olur biz gideriz. Özellikle babam sık sık gider. Annem Makedonya kökenli olmasına rağmen orada Türkçe konuşurlar. Babaanne tarafım Türk kökenli Türkçe konuşurlar. Babamın babası Arnavut kökenli, dedemin o yüzden Türkçesi zayıftı, ailede en zayıf Türkçesi olan O’ydu. Makedonya’da ki akrabalarımızla ticari konularda bir yardımlaşma yok. Tabi olsa iyi olurdu orada faaliyetlerimiz olsaydı istifade etmek isterdik. Babam 90’lı yıllarda bir dönem Makedonya’ya mal satmış. Şunu da söyleyeyim oradaki akrabalarımızın %90’ını İtalya’ya çalışmaya gidiyorlar. Kalan %10’luk kısım da yaşlılar. Onlar tabi gidip çalışamayacakları için kalıyorlar. Şu an bizim akrabaların gençlerinin hepsi İtalya’da. Makedonya’da bizim akrabalardan genç yok, sadece yazın izine geliyorlar.” (B4)
	“Orada akrabalar var. Amcamın akrabaları var. Geçen kurban kesmeye filan gittiler. Bosna’da bir müşterimiz var. Ama çok yoğun çalışmıyoruz orada. Başka ülkelerde iş hacimleri arttıkça küçük işlere bakamıyorsun. Belki iş hacmi yüksek bir müşteri gelse düşünürüm ama insanları kırmak, üzme de istemiyorum. Sırbistan’da da irtibat halinde olduğumuz biri var ama Onunla henüz bir iş aktivitesi başlamadı. Bu tür irtibatlarda, Boşnak olduğumu da belirtiyorum ama internette ya da yüz yüze konuşurken “merhaba ben Boşnağım” şeklinde değil. Bosna’ya ve Sırbistan’a gittiğim zaman orada konuşurken çay kahve arasında bu muhabbetlere giriyoruz. Birkaç kelime Boşnakça konuşuyorum. Elbette bunlar ilişkileri ve güveni artırıyor.” (B1)
<b>Köken ülkenin iş çevrelerine toplumsal kültürel şartlarına uyum</b>	“Bir süre sonra matbaacılık işine son verip ticarete atıldık. Neden atıldık çünkü Arapçam vardı. Arapçayı Araplardan daha iyi biliyordum. Arap dünyasının şartlarını biliyordum, Türkiye’nin şartlarını biliyordum. Yani Türklerle Araplar arasında bir bağlantımız vardı.” (O2)

Köken ülkedeki akrabalarla dayanışma faktöründe B2'in verdiği cevap, Riddle, Hrivnak, Nielsen, (2010: 399)'in görüşüyle birebir tutarlılık içerisindedir. B2'nin köken ülkede kendi akrabalarını istihdam etmesi ile Bagwell (2014: 343)'in çalışmasındaki şu genelleme birbiri ile uyum göstermektedir: İnsan sermayesi düşük olan uluslararası girişimciler eğitim, bilgi ve tecrübe olarak daha yüksek seviyede olan uluslararası girişimcilere göre etnik sosyal sermayelerine daha fazla güvendikleri tespit edilmiştir. İnsan sermayesi yüksek olan uluslararası girişimcilerin etnik sermayelerine daha az bağlı oldukları ortaya çıkmıştır. Fakat bunun yanında B2'nin kendi akrabası olmasına rağmen istihdam ettiği kişilerde yüksek eğitim araması, bir girişimcinin sahip olması gereken rasyonel karar alma özelliğinin (Aşkın, Nehir, Vural, 2011: 70) B2'de bulunduğunu göstermektedir.

Valdez (2002: 6), etnik-sosyal sermayenin uluslararası girişimciye hem somut hem de soyut katkılar sağladığını ifade etmiştir. Somut katkılar para, sermaye, mal, mülk gibi değerler iken, soyut varlıklar kültür, bilgi kanalları, sosyal dayanışma ve yardımlaşma, karşılıklı güven, yerine getirilmesi gereken yükümlülükler, beceri gibi konulardır. Burada B2, yazarın bahsettiği sosyal sermayenin avantajlarını köken ülkede kullanmaktadır.

Drori, Honig ve Wright (2009: 1009), uluslararası girişimcilerin, uluslararası bağlamda iş stratejileri geliştirdiklerinden dolayı farklı ülkelerdeki kurumsal çevrelere uyum sağlamak amacıyla farklı çevrelerin kurallarına uygun stratejiler geliştirmesi gerektiğini belirtmektedir. Yeung (2002: 31)'da kurumsal yapılar olarak ifade edilen farklı ülkelerdeki iş ve sosyal çevrelerinin, politik-ekonomik yapıların, baskın örgüt ve grupların uygulamalarına uluslararası girişimcilerin uyum sağlayabilme kapasitelerini geliştirmeleri gerektiğini ifade etmiştir. Tüm bu tanımlardan sonra B3'ün yaptığı açıklamada Bulgaristan'daki işlerinin yürümemesinin, buradaki hâkim grup ve politik yapılara, sosyal ve iş çevrelerine yeteri kadar uyum sağlayamamasının neticesi olduğu yorumu yapılabilir. Buradan şu sonuç da çıkarılabilir ki, köken ülkede akrabalık ilişkilerinin bulunması bu bağlantıların girişimcilik faaliyetinde fayda sağlayacağı anlamına gelmemektedir. Burada sahip olunan sosyal bağlantıların köken ülkedeki kurumsal yapılara nüfuz ve yerleşiklik sağlaması, girişimin gerçekleşmesi için önem arz etmektedir. B4'ün köken ülkede sosyal ilişkiler dışında ticari bağının olmadığını, bunun

köken ülke kaynaklı sorunlardan dolayı gerçekleşmediğini söylemesi, Rusinovic (2008: 447-448)'in ifade ettiği ikinci nesil uluslararası girişimcilerin köken ülke ile bağlarının ekonomik ilişkilerden çok sosyal ilişkiler üzerine kurulduğu iddiasına birebir uygunluk göstermektedir. Daha önce de ifade edildiği gibi yazar ikinci nesil uluslararası girişimciler için köken ülke ile ticaret yapmanın bir gereklilik olmaktan ziyade stratejik bir tercih olduğunu vurgulamıştır. B1'in yaptığı açıklama da, Rusinovic (2008: 447-448)'in bu ifadeleriyle uyum göstermektedir.

Literatüre göre, uluslararası girişimcilerin köken ülkede ve alıcı ülkedeki kültürel organizasyonlara, siyasi gruplara ve derneklere derin yerleşiklikleri ve onların bu yolla güvenilir bağlara sahip olması, uluslararası girişimcilerin başarı şanslarını artıracaktır (Sequeria, Carr ve Rasheed, 2009: 1032). O4'ün vermiş olduğu cevap bu ifadeyi destekler niteliktedir. Diğer yandan köken ülkenin iş çevrelerine, toplumsal, kültürel şartlarına uyum faktörü altında O2'nin vermiş olduğu cevap Yeung (2002: 30)'ın görüşlerini doğrulamaktadır.

**Tablo 4.8**  
**Alıcı Ülke İlişkileri (Alıcı Ülke Şartları)**

<b>ALICI ÜLKE İLİŞKİLERİ</b>	
<b>ALICI ÜLKE ŞARTLARI</b>	
<b>Alıcı ülkedeki siyasi şartlar</b>	“Suriye’deki olaylar sebebiyle 2013’te Suriye’den ayrılmak zorunda kaldım. İlk olarak ailemle Mısır’a gittim. Humus’ta yaptığım kağıtçılık işini Mısır’da devam ettirmeye çalışarak orada bir ortaklık kurdum. Bir yıl sonra Mısır’daki istikrarsız ve belirsiz ortam sebebiyle Türkiye’ye geldik Bizim Türkiye’yi tercih etmemizin sebebi Mısır’a göre politik, ekonomik ve sosyal açıdan burasının yaşamak için daha fazla potansiyele sahip olmasıdır. Mısır’da kendimizi geliştirmek ve ifade etmek için fazla alan yoktu. Politik açıdan farklı düşünceler burada daha fazla çeşitlilik arz ediyor. Politik özgürlük burada daha fazla.” (O3)
	“Ben Türkiye’ye geldim, sanki okyanustan çıkıp, akvaryuma girmiş gibi hissettim kendimi. Yani akvaryumun suyu tatlı, küçük, yemler hazır yukardan atılıyor. Köpekbalıkları yok, düşman yok. Ben kendimi akvaryum içinde hissettim, dedim kendime burada ne kadar hayat duru. Orada ise her gün her an gidebilirsin. Her gün seni götürebilirler geri gelemeyebilirsin. Orada öyle şiddetli bir durum o yüzden sürekli teyakkuz içinde kabiliyetler gelişti.” (O2)
	“Genel olarak şunu söyleyebilirim ki burada bürokrasi azaldı. Özal zamanında başladı bu. Ama bürokrasi sadece Ankara’da azaldı. Gümrüklerde yine sıkıntı var. Ben ihracat yaptım. Türkiye’den vergi iade mi alamadım. Merkez Bankası bana altı aylık devlet tahvil verdi.” (B2)
<b>Alıcı ülkedeki ekonomik şartlar</b>	“Türkiye’de vergiler yüksek , %18 KDV var. Yüzde %20 kurumlar vergisi var. %15 gelir vergisi var. Bunlar fazla Türkiye’de. İran’da vergiler bu kadar yüksek değil. Daha düşük. İran Türkiye’nin eski hali gibi. İran’da kim vergi veriyor, ne kadar veriyor belli değil. İran’da beyana dayalı vergi sistemi var. Kim ne kadar beyan ederse o kadar vergi veriyor.” (O2)
	Türkiye’deki sistem yeni girişimciliğin sağlam bir sermaye ile yapılmasını zorunlu kılıyor. Bu da şu anlama geliyor, yeni bir girişimci olarak girişim yapacaksan minimum elli çalışan ve sağlam bir sermaye yapısıyla başlaman gerekiyor. Bizim gibi küçükten başlayıp büyümeye çalıştığım anda vergiler, mevzuatlar, sigorta gibi şeyler küçük sermaye ile iş yapmayı engelliyor. Çünkü Türkiye’de iç piyasa vadeli olarak dönüyor. Yani mal satarken taksitle veriyorsun ama vergiler peşin olarak tahsil ediliyor. Malın satışını yapıyorsunuz ama malın tahsilatını yapmamışken devlet senden faturasını kestiğin malın vergisini istiyor. Ama kimse demiyor ki siz bu malın tahsilatını yaptınız mı? Bunu aşmanın yolu şudur; yurt dışına ihracat yaptığınız zaman daha peşin paralı daha nakit alışverişlere dönmüş oluyorsunuz. Ama burada da küçük firmaların boyu yurt dışında satış yapmaya yetişmiyor. Yetişmeyince de o firma bu imkânlardan mahrum kalıyor. Türkiye’deki yeni girişimciliğin önündeki en önemli engellerden biri bu.” (B4)

<b>ALICI ÜLKE İLİŞKİLERİ</b>	
<b>ALICI ÜLKE ŞARTLARI</b>	
	“Türkiye’de biz eski zamanda piyasa şartlarında çok sıkıntı çekiyorduk. Mesela KDV yüksekti. Müşteri buraya gelmiyordu. Biz satarken üzerine KDV geldiği zaman bu ağır geliyordu. Bizim ticaretimizin çoğu giyim, elbisedir. 18’den 8’e düşünce KDV bizim satışlar çoğaldı. Eskiden bir de prosedürler çoktu, bunlar azaldı. Bizim şimdi bütün faturalarımız e-faturadır. Eskiden fatura getir, fatura götür, kayboldu, bilmem ne oldu, şimdi bunlar yok.” (O2)
	Biz ilk Türkiye’ye geldiğimizde bizim için çok zorluklar vardı. Birincisi burada çok rekabetçi bir çevre var. Sadece bizim sektörde değil her sektörde çok rekabetçi, yenilikçi, yaratıcı bir ortam var. Ve siz bunlarla rekabet etmelisiniz. Teknolojik değişimlere ayak uydurabilmelisiniz. Bunlar bizi daha rekabetçi, yenilikçi olmaya zorladı. Ekonomik açıdan zorluklar da vardı. Burada vergiler yüksek. KDV mesela. (O3)
<b>Alıcı ülke sosyal şartları</b>	“Bir kere iki ülke arasında vizesiz giriş çıkış olması iyi bir avantaj. Bir Türk istediği zaman İran’a gidebilir, pazar araştırması yapabilir. Aynı şekilde bir İranlı da sadece pasaportuyla Türkiye’ye giriş çıkış yapabilir. İkincisi, millet olarak Türkiye ve İran halkları birbirine yakın insanlar, kültürel olarak yakınlık avantajı var.” (O1)
	“Bizim Türkiye’yi tercih etmemizin sebebi Mısır’a göre politik, ekonomik ve sosyal açıdan burasının yaşamak için daha fazla potansiyele sahip olmasıdır. Mısır’da kendimizi geliştirmek ve ifade etmek için fazla alan yoktu. Yaşam tarzının yakın olmasının da Türkiye’ye gelmemizde etkisi büyük. Aynı zamanda sosyal olarak burası hayli zorlu. Senin fikirlerin ve bakış açın daima tanıştığın insanlar tarafından süzgeçten geçirilir ve sorgulanır ve farklı politik düşünce ve ideolojideki insanlardan bir şeyler öğrenme imkânın var. Bizim için Suriye ve Mısır’dan geldikten sonra en büyük farklılık bu oldu.” (O3)
<b>Alıcı ülkenin köken ülkeye yönelik göçmen politikaları</b>	“Biz üniversitede okurken İran-İrak savaşı devam ediyordu. 1988’de savaş bitti. Üniversiteden sonra askerliği yaptım. Körfez savaşı patlak verince tekrar askere gitmemek için kaçtım. 1991 yılında körfez savaşında Türkiye’ye göç ettim. Ben 2005 senesinde T.C. vatandaşı oldum. Vatandaşlık konusunda, bizim için bazı sıkıntılar çıktı o dönemde. 80’lerde Irak’tan gelenlerin dönemleri farklı dönemlerdi. Bizim geldiğimiz dönemlerde yani 90’ların başında binlerce, on binlerce insan göç etmişti, yığılmıştı buraya. Bunları kontrol altına almak çok zordu. O zaman bu vatandaşlık vermeyi kısıtladılar. Vatandaşlık verme işi durduruldu. Çünkü Türkiye Devleti, Türkmenlerin Kerkük’ü boşaltmasını istemiyordu. Yani orada daha da azınlığa düşmesinler, nüfus yapısı Türkmenler aleyhine değişmesin diye. Türkiye belki yılda bir tane iki tane vatandaşlık veriyordu. Çok zordu yani vatandaşlık almak. Daha sonra bu vatandaşlık almak kolaylaştı. Benim şirketim olmasına rağmen T.C. vatandaşı değildim. Ama 2005 senesinde Allah’a şükür vatandaş olduk.” (O4)
	“Saddam zamanıydı. Türkmen olduğumuz için bizi subay yapmıyorlardı, zulüm de çoktu. Askere gitmeyen kurşuna diziliyordu. Hatta kurşun ölenin ailesinden alınıyordu. Ben de dedim ki maden kurşuna dizecek dizensin. Babam annem çok korkuyordu. İnşaat mühendisliği okuyanlar subay oluyordu. Ama beni dozer şoförü yaptılar. Bir de İran Irak savaşı sürüyordu. Bizi tehlikeli yerlere gönderiyorlardı. Mayın tarlalarından geçiyorduk. Geceleri toprağı kazıyorduk. Öbürleri subay biz er olduk. Kendisi üniversiteden sınıf arkadaşım subay ben Türkmen olduğum için O’nun yanında erdim. Ben de bu Saddam’a askerlik yapmam dedim. Askerden kaçtım. 1984’de dağların arasından İran’a kaçtım.



<b>ALICI ÜLKE İLİŞKİLERİ</b>	
<b>ALICI ÜLKE ŞARTLARI</b>	
	İran’da sekiz ay kaldım. Orada hapisanelerde, kızılây kamplarında, mülteci kamplarında kaldım. Sonra yine dağlardan Yüksekova tarafından Türkiye’ye geçtim. Orada teslim oldum. İltica başvurusu yaptım. Üç sene sonra vatandaşlık aldım.” (O2)
	“1960’tan sonra Türkiye’de hükümetin uygulamış olduğu bir serbest göçmen politikası var. Yani o dönem Yugoslavya’da komünizm var, belki oradaki komünizmi zayıflatma amacı da olabilir. Türk soylu olduğunuzu belgelediğiniz anda, şu an bile hali hazırda Türk soylu olduğunuzu belgelediğiniz anda size TC vatandaşlığı veriliyor. Hiçbir şekilde önünüze ön şart koymadan.”(B4)
<b>Alıcı ülkenin girişimciliğe desteği</b>	“Burada devlet yerel olsun mülteci olsun, hangi görüşte olursa olsun, her zaman girişimciliği destekliyor ve takdir ediyor. Vergi muafiyeti gibi devlet teşvikleri var. Yatırım için parasal destek var.” (O3)
	“Türkiye’de devletin girişimciliğe desteği var. Bu destekler çoğu zaman, yaptığın masrafın karşılığını verme şeklinde oluyor. Çok değil gerçi ama olmamasından iyidir.” (O1)

Girişimcilerden alınan cevaplardan hareketle gelen göçmenlerin göç sebeplerinin başında savaş, baskı, ayrımcılık, etnik ve mezhebi gerilimler gibi etmenler olduğu görülmektedir. Literatüre bakıldığında (Aksoy, 2012: 294), görüşülen girişimcilerin biri hariç göç sebebinin tamamının siyasi kaynaklı olduğunu söylemek mümkündür. Sadece O1'in eğitim amacıyla Türkiye'ye gelip, sonradan yerleşmesi göz önüne alınırsa, göçlerin temel sebebinin ekonomik olmadığı, siyasi olduğu sonucuna varılabilir. Bu noktada Baltar ve Icart'ın göçmenlerin negatif ya da pozitif sebeplerle göç etmesinin onların ulusaşırı girişimcilik faaliyetini etkilediği görüşünü aktarmak gerekir. Yazara göre göçmenlerin eğitim veya ekonomik fırsatları değerlendirme gibi pozitif sebeplerle göç etmesi, onların köken ülke ile ticari bağlantı kurma konusunda istekli yapmaktadır (2013: 210). Aynı şekilde Portes (2002: 284) de, ABD'ye ekonomik sebeplerle göç eden Dominikli göçmenlerin köken ülkedeki toplum ve akrabalarıyla bağlarının sıkı bir şekilde devam ettiğini ve ulusaşırı girişimcilikte daha aktif olduklarını, ama ülkelerindeki iç savaş, devlet ile uyuşturucu kartelleri arasındaki savaşta sivillerin zarar görmesi, mafya terörü gibi negatif sebeplerle ülkelerini terk eden Kolombiyalı ve El Salvadorlu göçmenlerin ise köken ülke ile bağlarının zayıf olduğunu, ülkelerine ne ziyaret ne de yatırımda bulduklarını, köken ülkelerindeki yıllık kutlamalara (noel, paskalya, milli bayramlar vb.) katılmadıklarını ve sivil toplum faaliyetlerine dahil olmadıklarını, bundan dolayı da bu iki ülkeden göçmen grubun ulusaşırı faaliyetlerinin çok az olduğunu belirtmiştir (Portes 2001: 285). Köken ülkedeki kurumsal yapıların zayıflığı, istikrarsızlığı, politik, ekonomik, sosyal yapılarda yaşanan kriz ve gerilimler gibi negatif sebeplerle göçün yaşanması, göçmenlerin kendi ülkelerinde faaliyet yapma isteğini azaltmaktadır. Bunun sebebi göçmen girişimcilerin yatırımlarını ve ekonomik varlıklarını daha istikrarlı kurumsal yapıların olduğu alıcı ülkede değerlendirme isteğidir (Baltar ve Icart, 2013: 214). Görüşme yapılan O1 eğitim gibi pozitif bir sebeple alıcı ülkeye gelmiş, daha sonra çalışma izni alarak burada hem bir firmada işe başlamış hem de kendi girişimini kurmuştur. Köken ülkedeki akrabaları ve toplumla bağlarını sıkı bir şekilde devam ettirip, yıl içerisinde birkaç defa ülkesini ziyaret etmektedir. Bunun bir sonucu olarak da ulusaşırı faaliyetlerini de yoğun bir şekilde devam ettirerek buradan kendi girişimi için gerekli olan ürün ve kaynakları temin etmektedir. Köken ülkedeki kurumsal yapılardaki sorunlar yüzünden negatif sebeplerle ülkelerinden ayrılmış göçmenlerden biri olan O3'ün kendi ülkesi ile olan ulusaşırı faaliyeti çok alt

düzyededir. Bunun sebebi ise yatırımlarını kurumsal işleyişi bozuk ve belirsiz olan köken ülkede yapmak yerine, kurumsal yapısı görece daha sağlam olan alıcı ülkede yapmak istemesidir. Negatif sebeplerle göç eden diğer girişimcilerden O2 ve O4 ise köken ülkedeki kurumsal yapıların eskiye göre nispi olarak istikrara kavuşması nedeniyle köken ülkeye yönelik ulusaşırı faaliyetlere daha sonradan başladıkları görülmüştür. Yalnız burada O4 köken ülke ile ekonomik faaliyetlere başlamış olsa bile Irak'taki politik, ekonomik ve sosyal kurumlara güvensizliği devam ettiği ve ortaya çıkacak olası krizde bütün yatırımlarının tehlikeye gireceğini düşündüğü için faaliyetlerini köken ülkeye yoğunlaştırmadığı görülmüştür. Aynı şekilde Balkanlardan negatif sebeplerle göç etmiş girişimcilerin bu ülkelerin politik, ekonomik ve sosyal kurumlardaki olumlu gelişmeler sayesinde köken ülkelerine yönelik ticari ilgilerinin arttığı yorumu yapılabilir.

Yine Baltar ve Icart (2013: 207)'in bahsettiği alıcı ve köken ülkedeki etnik, din, dil ve kültürel değerlerin benzerliği göçmenlerin alıcı ülke toplumuna daha kolay intibak sağlamasına ve her iki ülkedeki ekonomik faaliyetlerini genişletmesine yardımcı olur. Burada mülakat yapılan bütün göçmen girişimcilerin alıcı ülkedeki ile benzer kültürel değerlere sahip olması onların sosyal yerleşikliklerini ve bunun neticesi olarak girişimciliklerini arttırmaktadır.

Hall (1999: 26), Fee ve Rahman (2014: 124), Hammarstedt (2004: 117), Baycan-Levent ve Nijkamp, (2009: 378)'in talep yönlü yaklaşım başlığı altında ifade ettikleri gibi göçmen girişimcilerin sahip olduğu finansal, sosyal ve beşeri sermayenin tek başına yeterli olmadığını bunun yanında göç edilen ülkenin, siyasi, ekonomik, sosyal kültürel yapısı gibi faktörlerin de göçmenlerin girişimcilik eğilimlerini ve girişimsel başarılarını etkileyebildiği vurgulanmaktadır. Bu açıdan, alıcı ülkenin siyasi, ekonomik, sosyal şartları başlığı altındaki göçmen girişimciliği etkileyen faktörlere verilen cevaplarda, bu şartların köken ülkeye göre genelde daha iyi olduğu yalnız ekonomik anlamda alıcı ülkedeki yüksek vergilerin ve bürokratik sürecinin fazlalığının göçmenleri zorladığı belirtilmiştir.

Waldinger, Aldrich ve Ward, (1990: 44)'in etkileşim modelinde bahsettiği, girişimcinin sahip olduğu fırsat yapılarının yanında devlet politikaları ve çevrenin de göçmen

girişimciliği destekleme seviyesi gibi faktörler temel alındığında O1 ve O3 vermiş olduğu cevapların literatüre uygunluk gösterdiği söylenebilir.

Etnikçi olma gerekçesiyle eleştirilen ve günümüzde işlerliğini kaybetmesine rağmen Türkiye'nin resmi ulus-devlet politikasında bulunan "Türk soyundan gelmeyen ve Türk kültürüne sahip olmayanları göçmen olarak kabul etmeme" kanunu<sup>3</sup> göz önüne alındığında (İçduygu, Erder ve Gençkaya, 2009: 61), görüşme yapılan sekiz girişimciden yedisinin Türk kökenli olması dolayısıyla bu kanundan muaf olmaları nedeniyle, Balkanlar'dan, Irak'tan ve İran'dan gelen Türk kökenli göçmenlere sığınma, çalışma izni ve vatandaşlık konularında daha fazla kolaylık sağlandığı söylenebilir. Bu kolaylıkların göçmenlerin alıcı ülkedeki kurumsal yapılara entegrasyonunu hızlandırdığı yorumu yapılabilir.

Devletin resmi yaklaşımı bu yönde olmasına rağmen son yıllarda yine siyasi sebeplerle ülkemize göç etmek zorunda kalan Suriyeli göçmenlerin sığınma ve çalışma izni konularında dezavantaj yaşamadıkları görülmektedir (ÇSGB, 2014: 3-4). Bu bilgiler ışığında görüşme yapılan girişimciler için vatandaşlık konularında bazı sıkıntılar olmasına rağmen sığınma ve çalışma izni konularında alıcı ülkenin, Türk kökenli olsun veya olmasın sığınma statüsü bulunan göçmenlere yönelik geniş kolaylık sağladığı yorumu yapılabilir. Bu kolaylıklar yukarıda da bahsedildiği gibi alıcı ülkedeki yerleşiklik sürecini hızlandırmaktadır.

Bununla yanında daha önceki yıllarda sığınma, çalışma izni, vatandaşlık kazanma gibi konularda "dağınık", "sistemsiz" ve "geçici" uygulamaların yürürlükte olduğu Türkiye'nin, özellikle 2003 yılından itibaren Avrupa Birliği uyum süreci ile birlikte gelişen politikalar ve düzenlemeler neticesinde bir kurumsallaşma sürecinin başladığı ifade edilmektedir (İçduygu, Erder ve Gençkaya, 2009: 326-327).

---

<sup>3</sup> 1934 tarihli İskan Kanunu. Bu kanun 2006 yılında yeniden düzenlenmesine rağmen bu ibare değişmemiştir (İçduygu, Erder ve Gençkaya, 2009: 23).

**Tablo 4.9**  
**Alıcı Ülke İlişkileri (Alıcı Ülke Sosyal Yerleşiklik)**

<b>ALICI ÜLKE İLİŞKİLERİ</b>	
<b>ALICI ÜLKE SOSYAL YERLEŞİKLİK</b>	
<b>Alıcı ülkedeki akrabalar ile dayanışma</b>	“Ortağım Yıldırım Çakmakçı 2004’te Türkiye’ye geldi. Ortaklık kurmadan önce başka yerlerde çalıştı, piyasayı pazarı öğrendi. Sonra ortaklık kurduk. Benim yeğenim olur. Ben onun dayısıyım. Ben 58 yaşındayım. O, 40 yaşındadır. Ondan sonra da diğer yeğenim de Kerkük’ten geldi ve O da bize katıldı. O’nun yaşı 30’dur. O daha çok teknolojik-bilgisayar işlerimize bakar.” (O2)
	“Biz işlerimizi ailecek, kardeşler olarak hep bir arada yaparız. Her işte beraber çalıştık. Babam zaten bu işleri başlatmıştı. Biz de bu işleri devam ettiriyoruz. Tüm kardeşler olarak birbirimizi teşvik ediyoruz, destek oluyoruz.” (B3)
	“Maalesef akrabalarım içinde beraber çalıştığım kimse yok. Ama olmasını çok isterdim. Son dönemde kendimden küçük kardeşime Türkiye’de bir döner dükkanı açtım. Ama tabii bu girişimcilik her aile de her bireyde farklılık gösteriyor. Benim kardeşim biraz ilgisizdi bu işte. Yani bir ailede bile kardeşler arasında çok değişkenlik var. Aslında beraber çalışabileceğim bir akrabam veya bir tanıdığımın olmasını çok isterim çünkü ona daha güvenirsin. Ama bence uzmanlık daha önemli güvenden. O işi iyi bilmeyince sen sıkıntıya giriyorsun.” (O1)
<b>Alıcı ülkede köken ülke vatandaşları ile dayanışma</b>	“Aker Eşarp’tan ayrıldıktan sonra kendi işimi kurmaya karar verdim. Benim bir arkadaşım vardı. Taha Kargo’nun sahibi Emin Taha Bey. O’da Kerküklüdür. Bana işyerinde bir oda verdi. Ben ihracat işlerini oradan yürüttüm. Ben o zaman bir müşteri ile başladım. Ama Aker Eşarp’tan kalan eskiden beni tanıyan müşteriler vardı. İşte Mısırlı, Lübnanlı, Filistinli. Ben onlara telefon açtım. Onlar başka yerlerden mal alıyorlardı. Yavaş yavaş bana yönlendiler. Yavaş yavaş müşteri biriktirmeye başladık.” (O4)
	“Geçen ay benim İranlı bir arkadaşşıma kendisine şirket kurmakta yardımcı oldum. İran’dan gelenlere destek olmaya çalışıyorum. Onları başka firmalarla tanıştıyorum, fuarlara götürüyorum. Bu şekilde desteklerimiz oluyor.” (O1)
	“Bildiğim kadarıyla Türkiye’de 100 bin Iraklı var. Çoğu da İstanbul’da. Çalışanlarımızdan yaklaşık 10’u Iraklıdır. İstanbul’da Kerküklü de çoktur. Biz buradaki Kerküklüleri istihdam ediyoruz. Tabii kanuni şekilde. Sadece Kerküklüler değil, Mısırlı, Suriyeli çalışanlarımız da var. Onlara da sahip çıkmaya çalışıyoruz.” (O2)
	“Çalışanlar arasında bizim Balkan göçmenleri var. Boşnaklar var, Makedonlar var. Tabii milliyetçilik gözüyle bakmıyoruz bu olaya ama bir yakınlık ve anlayış uyumu daha iyi oluyor aramızda. Yani biz yok desek de milliyet bağından birbirini tutma var. Birbirimize sahip çıkma duygusu ağır basıyor.” (B4)
	“(Balkan veya Bulgaristan göçmenlerini istihdam etme konusunda) Fark görmem, hatta bazen bize çok yakın olanlar

<b>ALICI ÜLKE İLİŞKİLERİ</b>	
<b>ALICI ÜLKE SOSYAL YERLEŞİKLİK</b>	
	bize daha çok sıkıntı çıkarıyor. Bizim taş ocağı, kum ocağı sektörünün çoğu Karadenizli, ben de Karadenizli olmadığım için çalışanlar arasında Balkan göçmeni bulmak biraz zor. Ben şuna da inanırım fazla milliyetçilik hoş değil. Bu ülkede yaşayan, bu ülkeye menfaat sağlayan herkesin bu ülkenin nimetlerinden faydalanması lazım. Yoksa o Balkandı, bu Karadenizliydi, o bundan yararlansın, bu ondan yaralansın gibi şeyler benim hoşuma gitmiyor.” (B3)
	“Yardımlaşma tabii ki oluyor, sonuçta kan çekiyor. En azından danışyorsun. Ama son zamanlarda herkes kendini kurtarmanın peşinde. Ülkenin de ekonomik olarak sıkıntıları var. Herkes kendi kabuğuna çekiliyor. 8-10 sene öncesine kadar akrabalarda ekonomik anlamda bir sıkıntı yoktu. Yardımlaşma daha fazlaydı. Lazım olurdu çek verirdik. Ama zamanla bu azaldı. Hemşerilikte bir sıkıntı yok. Ama piyasa durgun olduğu için herkes korkuyor. Bir de şu var. Birisi borç ister sen yok dersin o an için darıltmış olursun. Ama sen verdikten sonra isteyip de alamazsan o zaman kavga çıkar. O yüzden böyle şeyler olmaması için herkes kabuğunda. Zaten verince de almamacasına veriyorsun, işleri düzelirse verir diyorsun.” (B2)
	“Biz buraya ailecek geldik. Şu an işlerde oğlum Aatıf’la beraber çalışıyoruz. Burada Koç Üniversitesi işletme bölümünü bitirdi. Bitireli 5-6 ay oldu. Onun dışında aileden, ya da akrabalarından yanımızda çalışan yok. Bunun dışında üç tane Suriyeli iki tane de Türk çalışmamız var. Toplam 5 çalışmamız var. Elbette daha fazla Suriyeli göçmene yardım etmek isterim. Onlara karşı bir sorumluluk hissediyorum. Fakat bizimde bir istihdam kapasitemiz var. Öte yandan yerel çalışanla göçmen arasında bir ayrımcılık yapamam. Burada önemli olan firma için gerekli olan tecrübe, eğitim gibi özelliklerin çalışanlarda bulunması. Suriyeli de olsa eğitim ve tecrübe eksiliği varsa alamam. Bunu yanında Türkiye’ye karşı da bir sorumluluğumuz var. Türkiye ekonomisine olabilecek en çok katkıyı yapmak istiyoruz. Bundan dolayı Türk çalışanları da istihdam ediyoruz. Bundan dolayı ikisi arasında bir denge kurmaya çalışıyoruz.” (O3)
<b>Alıcı ülkedeki etnik topluma yerleşiklik</b>	“Biz burada bir vakıf kurduk. Bu vakıf altında hem Irak’ta hem de Türkiye’de sosyal faaliyetler yapıyoruz. Türkiye’ye göç etmiş ailelere yönelik programlarımız var. Bu ailelerin çocuklarıyla ilgileniyoruz. Piknikler düzenliyoruz. Sadece Iraklı Türkmenlere yönelik değil, Irak ve Suriye’den gelen Araplarla da ilgileniyoruz. Bağdat’tan, Samarra’dan, Anbar’dan, Musul’dan Felluce’den, bayağı Iraklı, Türkiye’ye yerleşti.” (O4)
	“Müşterilerimiz arasında paketleme-ambalajlama, matbaacılık yapan hatırı sayılır miktarda Suriyeli var. Onlar da Türkiye’ye gelip burada iş kurmuş kişiler. Biz onlara mal satıyoruz. Onlardan bazıları ile iş ilişkimiz Suriye’ye dayanıyor. Suriye’de iken de onlar bizim müşterimizdi. Şimdi onlar da buraya gelip işlerini kurunca yine bizden mal alıyorlar. Suriye’den Türkiye’ye göçünce bizimle iletişime geçtiler ve yine bizimle iş yapmaya başladılar. Suriyeli müşterilerimizin çoğu güney illerinde, Gaziantep, Şanlıurfa, Hatay gibi iller.” (O3)
<b>Alıcı ülkedeki politik-güç yapılarına yerleşiklik</b>	“2007 senesinde ben Cumhurbaşkanı Abdullah Gül ile görüştim. Ben dernek başkanı olduğum için bizi davet ettiler. Görüşmemizde şimdi Kerkük’ten Türkmenlerin göçünü biz nasıl durdurabiliriz konusu vardı. Ben şu öneride bulunmuştum. Eğer biz Türkiye olarak iş adamlarımız, Kerkük’te yatırım yaparlarsa oradaki gençler buraya gelmez. Gençler niye geliyor buraya? Çünkü orada işsizlik var. Yani ekonomik sıkıntıdan geliyorlar buraya. Bu yüzden oraya

<b>ALICI ÜLKE İLİŞKİLERİ</b>	
<b>ALICI ÜLKE SOSYAL YERLEŞİKLİK</b>	
	yatırım yapılması lazım.” (O4)
<b>Alıcı ülkedeki göçmenlerin sosyal yerleşiklik durumu</b>	“Türkiye’de Balkan Türkleri diye ayrı bir kesim olarak bir toplum kalmamış. Ataları Balkanlardan gelmiş ama çocuklar Balkanları hiç bilmiyor. Gitmemiş görmemiş.” (B3)
<b>Alıcı ülkenin iş çevrelerine toplumsal kültürel yapılarına yerleşiklik</b>	“Türkiye’ye geldim ve ilk olarak Ankara’da Türkçe öğrendim. Sonra İstanbul Üniversitesinde pazarlama alanında yüksek lisansa başladım ve okudum. Türkiye’de çalışma izni aldım. İstanbul’da bir Rus yazılım firmasında part-time olarak social media marketing kısmında işe başladım. Sonra evlendim. Rus firmasından ayrıldım ve bir dış ticaret firmasında çalışmaya başladım. Bir yandan firmada çalışırken bir yandan firma bilgisi dahilinde kendi işlerimi de yapmaya başladım. Endüstriyel mutfak ürünlerinin ihracat ve ithalatı üzerine iş yapmaya başladım. Bazen kendim bazen de firma ile ortak çalışarak bu işleri yürütüyordum. Çalıştığım firma kendi işimle ilgili finans anlamında bana destek sağlıyor. Bazı projeleri de ortak yapıyoruz.” (O1)

Valdez (2002: 6)'in arz yönlü yaklaşım başlığı altında bahsettiği, göçmen girişimcilerin sahip olduğu para, mal, mülk gibi somut varlıkların yanında sosyal sermaye kapsamına giren etnik kaynaklardan olan yardımlaşma, dayanışma, karşılıklı güven gibi değerler ile O1, O2 ve B3'ün alıcı ülkedeki akrabalar ile dayanışma faktöründe verdiği cevaplar örtüşmektedir. Aynı şekilde Sequeria, Carr ve Rasheed, (2009: 1032) de uluslararası girişimcilikte alıcı ülkedeki sosyal ağ, akrabalık, geniş aile gibi güvenilir bağlara sahip olmanın bu girişimcilerin faaliyetlerini olumlu yönde etkileyeceğini belirtir.

Basu ve Goswani, (1999: 61), Bindala ve Strömberg, (2013: 22) ve Valdez, (2002: 6)'in arz yönlü yaklaşım konusunda belirttiği gibi göçmen girişimcilerin kullanabileceği, etnik topluluk içindeki gerek sosyal sermaye, gerek finansal sermaye, gerekse insan sermayesi gibi değerler göçmen girişimciliğin başarısında önemli rol oynamaktadır. Alıcı ülkede köken ülke vatandaşları ile dayanışma faktörü altında verilen cevaplardan şu yorum yapılabilir ki, Ortadoğulu göçmen girişimcilerin, yukarıda bahsedilen üç sermaye türünü Balkan göçmen girişimcilere göre daha fazla kullanma çabası içinde oldukları görülmüştür. Bunun sebepleri arasında birinci nesil göçmen olmaktan kaynaklanan alıcı ülkenin kurumsal yapılarına tam olarak yerleşiklik sağlayamamalarından dolayı ticari ve sosyal zorluklara karşı birlikte hareket etme ihtiyacının doğmasıdır. Aynı şekilde yine birinci nesil göçmen olmaları sebebiyle köken ülkeden taşıdıkları kültürel değerleri korumaları onların birbirlerine duydukları güven ve bağlılığı arttırmaktadır. İkincisi, doğu kültüründen kaynaklanan hemşericilik ve akrabalık duygularının daha yoğun olması sebebiyle dayanışma ve yardımlaşma duygusunun daha fazla olması, köken ülkeden taşıdıkları kültürel değerlerini koruyor olmaları onların birbirlerine duydukları güven ve bağlılığı arttırmaktadır. Bu noktada O1, O2 ve O4'ün cevapları Portes (1993: 1345)'in göçmen toplum içindeki bireylerin kendi etnik gruplarına yerleşikliklerinin nedenlerini anlattığı çalışmayı teyit etmektedir. Yazara göre göçmenlerin sosyal sermayeye ulaşmalarını sağlayan sosyal yerleşiklik nedenleri şunlardır: Birincisi dışardan göçmen topluma yönelik kültürel ve ırksal sebeplere dayanan ayrımcılık. Yazarın ifade ettiği bu tarz ayrımcılık göçmenlerin din ve ırk olarak yerel toplumla benzerlik göstermelerine rağmen ekonomik, kültürel sosyal farklılıklar sebebiyle yerel topluma yerleşiklik hemen sağlanmayabilir. Ya da yerel toplumda bir ayrımcılık olmasa bile göçmen toplumda böyle bir algı olması göçmen toplumun kendi içindeki yerleşikliğini arttırabilir. İkincisi, göçmen bireyin kendi başına



sorunlarından çıkış ve çözüm seçeneklerinin kısıtlı olması. Üçüncüsü göçmen toplumun özerk/bağımsız kültürel yapısını koruyor olmasıdır. Portes (1993: 1345)'in belirttiği bu maddeler alıcı ülkedeki kurumsal yapılara yerleşiklik sağlamada henüz ilerleme sağlayamamış göçmen toplumların kendi aralarındaki “sınırlı dayanışması” olarak adlandırılmaktadır. Aynı şekilde yazar, göçmen bireylerin etnik sosyal yerleşikliklerinin sebeplerinden birisinin “mecburi güven” olduğunu söylemiştir. Bunu da oluşturan üç madde vardır. Birincisi dış çevredeki ekonomik ve sosyal fırsatların kısıtlanması. İkincisi, grup içi ekonomik kaynakların mevcudiyeti. Üçüncüsü göçmen toplumun, kendi içindeki bireyleri izleme, takip ve yaptırım kapasitesinin olması. Bu bilgilerden sonra Ortadoğulu girişimcilerden O2 ve O4'ün birinci nesil göçmen olarak kurumsal yapılarda yerleşikliklerdeki eksiklikleri, onların başlangıçta kendi sosyal sermayelerine yönelmelerine sebep olmuştur. Öte yandan B2, B3 ve B4'ün cevaplarından yola çıkarak, Balkan göçmeni girişimcilerin ikinci nesil olmalarından kaynaklı olarak köken ülkeye ait bazı kültürel ve sosyal bağlılıkların azaldığını, alıcı ülkeden kendilerine yönelik hiçbir bir ayrımcılık belirtisi algılamadıklarını ve en önemlisi alıcı ülkedeki politik, ekonomik, sosyal yerleşikliklerinin, Ortadoğulu göçmenlere göre çok daha iyi olması sebebiyle kendi etnik kaynaklarından ziyade, fırsat ve avantajların daha çok olduğu ve zaten çoktandır bütünleşik oldukları yerel toplumun kaynaklarına yöneldikleri görülmektedir. Alıcı ülkede köken ülke vatandaşları ile dayanışma ve alıcı ülkedeki göçmenlerin sosyal yerleşiklik durumu kategorilerinde B3'ün verdiği cevaplar ve B2'nin etnik dayanışmanın çok fazla olmadığı yönündeki açıklamaları ikinci nesil etnik bağlarının hem köken ülkede hem alıcı ülkede zayıfladığı yönündeki iddiayı destekler niteliktedir.

Portes (1993: 1329), göçmenlerin göç ettikleri ülkenin siyasal, ekonomik, sosyal yapılarına yerleşiklerinin dışında gittikleri ülkede kendi sosyal tabanlarının yerleşikliğine dayalı bir diaspora dayanışmasının onları ilk olarak girişimci olmaya ve sonrasında ulusaşırı girişimci olmaya sevk edebileceğini ve diğer rakiplerine göre bu durumun onlara avantaj sağladığını ifade etmektedir. Burada Riddle, Hrivnak ve Nielsen, (2010: 398-399)'in görüşlerinde de yola çıkarak, O4'ün köken ülkesinde yaptığı ticari ve sosyal faaliyetlerin bir benzerini alıcı ülkede de yapmasının sosyal statünün gelişimi ve sosyal ağın güçlendirilmesinden doğacak olan sosyal sermayenin de gelişmesine katkı sağladığı söylenebilir. Bu noktada şunu özellikle vurgulamakta

fayda var ki, O4 ve diğer göçmen girişimcilerin gerek alıcı gerek köken ülkede yaptıkları sosyal faaliyetlerin birincil ve temel amacının insani ve vicdani sebepler olduğundan şüphe yoktur. Fakat kendilerinin talep etmemeleri ve düşünmemelerine rağmen bu tür bazı yan faydalarının olabileceğini gözden kaçırmamak ve bu çalışmada yapıldığı gibi bulguların akademik açıdan tespit ve analizi gerekmektedir.

O3'ün alıcı ülkedeki etnik topluma yerleşiklik faktörüne verdiği cevabın anklav teorisine uyum gösterdiği tarafları mevcuttur. Bu teoriye göre etnik kimliğin, müşteriye, finans desteğine, bilgiye, iş gücüne ulaşmada önemli bir etkisi vardır. (Zhou 2004: 1044). O3, alıcı ülkedeki müşterilerinin önemli bir bölümünün Suriye'deki savaştan kaçıp Türkiye'ye gelen eski müşterileri olduğunu ayrıca çalışanlarının da hepsinin olmasa da yarısının Suriyeli olduğunu söylemiştir.

O4'ün verdiği cevapta dikkat çeken politik bağlantıları, O'nun ulusaşırı girişimciliğinin alıcı ülkedeki güç ilişkilerinden ayrı düşünüleceğini ortaya koymuştur. Drori, Honig ve Wright (2009: 1011)'a göre güç ilişkileri ve politik bağlam, ulusaşırı girişimcilerin amaçlarını, seçimlerini, stratejilerini şekillendirmektedir. Aynı şekilde Yeung (2002: 38) da politik çevre ve yapıların, belirgin bir şekilde ulusaşırı girişimcilerin tutum ve davranışlarını etkilediğini söylemiştir. Bu ağlar ve kurumlar ulusaşırı girişimcilerin girişimlerinde başarılı olmaları için gerekli olan stratejik altyapıyı sağlamaktadır. Öte yandan Sequeira, Carr ve Rasheed (2009: 1032)'da ulusaşırı girişimcinin sosyo-politik bağlantılarının, başarılı ulusaşırı girişim faaliyetleri için gerekli bilgi ve kaynağı sağladığını ifade etmiştir. Hatta Styan (2007: 1182)'a göre ulusaşırı girişimcilerin amaç ve stratejileri politik çevreden etkilendiği gibi politik çevreyi de şekillendirebilmeleri söz konusudur. Tüm bu bilgiler ışığında O4'ün Kerkük ve Kerkük Türkmenleri ile ilgili alıcı ülkedeki politik yapıdan stratejik altyapı ve kaynak sağlayarak amaç ve faaliyetlerini buna göre şekillendirmesi söz konusu iken, alıcı ülkedeki politik çevreyi de Kerkük Türkmenleri lehine harekete geçirme çabası içinde olduğu yorumu yapılabilir.

Son olarak ulusaşırı girişimcilikte alıcı ülkenin iş çevrelerine, toplumsal, kültürel şartlarına yerleşiklik faktörü altında O1'in verdiği cevap Drori, Honig ve Wright (2009: 1007)'ın sosyal yerleşikliğin önemi hakkındaki ifadeleri ile uyum içindedir. Yazar, ulusaşırı girişimcilerin alıcı ve köken ülkedeki sosyal kurumlardaki yerleşiklikleri

sayesinde iki farklı çevredeki sosyal konumları ve bağlantıları ile kaynaklara ulaşım ve fırsatları keşfetme ve değerlendirme avantajına sahip olduklarını belirtmiştir. Yeung (2002: 31) da alıcı ve köken ülkedeki sosyal ve iş ağlarına, politik, ekonomik ve kültürel kurumlara yerleşiklik sağlayarak burada karşılaştıkları engellerin üstesinden gelerek, rekabet avantajı elde ettiklerini vurgulamıştır.

Alıcı ülkedeki göçmen girişimcilerin politik, ekonomik, sosyal faaliyetlerini ve yerleşikliklerinin incelediği bu tema altındaki bölümde görüşme yapılan girişimcilerin göçmen girişimcilik teorilerine ne kadar uygunluk gösterdiğini de incelemek gerekmektedir. İncelediğimiz göçmen girişimcilerin arabulucu azınlık teorisine uygunluk göstermediği, anklav teorisine ise bazı yönleriyle uygunluk gösterdiğini söylemek mümkündür. Arabulucu azınlık teorisine göre alıcı ülkede faaliyet gösteren göçmen girişimcilerin yerel toplumla ne etnik, ne dini, ne kültürel bir benzerliğe sahip olmamaları gerekir. Bu öğelerden tamamen kopuk olmasalar da kendi kimliklerini asimile olmaktan korumaktadırlar (Zhou, 2004: 1041; Terjesen ve Elam, 2009: 1095). Bu yönüyle görüşülen girişimcilerin hiçbiri bu tanıma uymamaktadır. Çünkü hepsinin ya ırk, ya din, ya da kültür olarak yerel toplumla benzerlikleri hatta bütünlükleri vardır. Bu yönüyle araştırılan göçmenlerin yerel toplumla olan sosyal ilişkileri ve bağları güçlüdür. Bunun dışında bu teoriye göre arabulucu azınlık girişimcileri ekonomik faaliyetlerini kendi etnik grubundan olsun veya olmasın göçmen topluluklara ve azınlık gruplara yoğunlaştırmışlardır (Zhou, 2004: 1042). İncelenen girişimcilerin faaliyetlerini alıcı ülkedeki başka azınlık gruplarına yoğunlaştırma durumu olmadığı için bu yönden de bir benzerlik söz konusu değildir.

Anklav teorisine göre (Zhou 2004: 1042) girişimciler incelenecek olursa bu teoriye göre göçmen girişimciler faaliyet gösterdikleri pazarda yerleşik bir düzen kurmuştur ve buradaki aynı etnik kökenden insanlarla sosyal ve ticari bağları kuvvetlidir. Bu yönüyle mülakat yapılan girişimlerden özellikle birinci nesil göçmen olan Ortadoğulu girişimlerin bu tanıma uyduğu söylenebilir.

Bunun dışında girişimcinin kendi grubunun yoğun olduğu yerleşim yerlerinde faaliyette bulunması anklav ekonomiye örnektir. Bu tanıma hiçbir girişimci uymamaktadır. Bunun iki sebebi olabilir. Birincisi eskiden olduğu gibi aynı etnik, dini, ya da kültürel yapıdan insanların bir arada yaşadığı “mahalle” olgusunun günümüzde artık pek kalmamasıdır

(Baday, 2011: 74-76). Özellikle büyük ve kozmopolit şehirlerde bunun örnekleri görülebilir. İkincisi günümüz küresel dünyasında iletişim ve ulaşım teknolojilerinin çoğalması, hızlanması ve ucuzlamasıyla aynı etnik kökenden olan kişilerin uzak mesafelerde olsalar bile ekonomik faaliyetlerini rahatlıkla yapabiliyor olmalarıdır. Örneğin, görüşme yaptığımız kişilerden Suriye göçmeni O3, İstanbul'da yaşamasına ve işlerini buradan devam ettirmesine rağmen, Suriyeli müşterilerinin çoğunun Hatay, Şanlıurfa, Gaziantep gibi güney illerinde bulunduğunu söylemiştir. Yani O3, girişimciliğini sürdürmesi için güney illerinde kendi toplumu ile aynı fiziksel mahallede yaşamasına gerek yoktur. İletişim ve ulaşım teknolojisindeki ilerleme sayesinde bu bölgedeki kendi etnik müşterileri ile ekonomik bağlantılarını devam ettirirken, aynı zamanda İstanbul'da bulunmanın getirdiği imkân ve fırsatlardan da faydalanabilmektedir.

Anklav teorisinin diğer bir görüşü, girişim sahiplerinin, etnik toplum içinde müşteriye, finans desteğine, bilgiye, iş gücüne ulaşabilmek için etnik kimliğe vurgu yapmalarının önemidir (Zhou 2004: 1044). Etnik kimliğe vurgunun gerçek hayattaki yansıması bazı açılardan hemşericilik derneklerinde görülebilir. Mesela Iraklı O4, köken ülkeden gelen göçmenler için bir dayanışma ve yardımlaşma derneğinin kurulduğunu belirtmiştir. Bu dernek, sosyal faaliyetler dışında aynı etnik kökenden girişimciler için bilgi, finans, insan kaynağı, müşteri gibi imkânların olduğu geniş bir sosyal sermaye yapısı olarak da görülebilir. B1 de Bosna Hersekli müşterisi ile konuşmalarında Boşnak olduğu vurgusunu yaptığını söylemiştir. Fakat kendisi bu vurguyu işi bağlamak için damdan düşer gibi yapmadığını, iş anlaşmasının ardından güven artırıcı bir etki olması amacıyla yaptığını ifade etmiştir. Yukarıdaki bu örnekler gerek Ortadoğulu, gerek Balkan göçmeni girişimcilerin ekonomik bağlantılar amacıyla etnik veya hemşericilik vurgusunu kullandıkları, bu yönleriyle anklav teorisine uygunluk gösterdikleri yorumu yapılabilir.

Anklav teorisinin diğer bir maddesi girişimin sahibi kişilerle yanlarında çalışan personelin aynı etnik kökenden olmasıdır (Zhou 2004: 1044). Bu maddeye tam olarak uyum gösteren göçmen girişimci bulunmamaktadır. Görüşme yapılan girişimcilerden personel istihdam edenler göz önüne alındığında kendi etnik kökeninden istihdam olunanların oranı yüzde 20 ile 60 arasında değişmektedir. Aslında bu durum, göçmen girişimcilerin işletmelerini profesyonelce yönettiklerinin, işe alımlarda bilgi, eğitim,

tecrübe gibi liyakat unsurlarını ön planda tuttuklarının, duygusal kararlardan ziyade rasyonel düşünceye önem verdiklerinin bir göstergesidir. Kendilerinin de yaptıkları açıklamalarda, istihdamda etnik dayanışmanın bir yere kadar önemli olduğu fakat eğitim, tecrübe ve bilginin kendileri için daha gerekli olduğunu vurgulamışlardır.

Burada dikkat çekici bir husus şudur ki, göçmenlerin alıcı ülkeye kurumsal yerleşiklikleri arttıkça etnik kaynaklardan daha az faydalanma eğilimi göstermektedirler. Burada göçmenler ihtiyaç duydukları kaynakları, politik, ekonomik, sosyal ve kültürel kurumlarına yerleşiklik sağladıkları alıcı ülkeden temin etme tercihinde bulunmaktadır. Tam tersine, alıcı ülkeye kurumsal ve sosyal yerleşikliğini henüz sağlayamamış girişimciler ise ihtiyaç duydukları sermaye, bilgi, işgücü, teknoloji, müşteri vb. kaynakların temininde kendi etnik ve sosyal ağlarına daha fazla güvenmektedirler. Örneğin ikinci nesil Balkan göçmeni olan B3, işgücü temini noktasında o kişinin Balkan göçmeni olup olmamasına dikkat etmediğini, hatta geçmişte kendi hemşerilerinden gördüğü sıkıntılar yüzünden kendi etnik kökeninden işgücü istihdamında istekli olmadığını söylemiştir. Elbette bu tercihteki en önemli sebep, yerel kurumsal yapılara sağladığı yerleşiklik sayesinde kendisi için en optimum faydayı sağlayacak olan alternatif kaynaklara yönelebilmek fırsatına sahip olmasıdır. Diğer yandan ise Türkiye’de henüz dördüncü yılını doldurmuş olan Suriyeli O3’ün çalışanlarının yüzde altmışının Suriyeli olması, bilgi ve tecrübe paylaşımı, müşteriye ulaşım gibi konularda kendi etnik kaynaklarına yönelmesi, yabancısı olduğu ve henüz kurumsal yapılarına tam olarak yerleşiklik sağlayamadığı alıcı ülkedeki kendi etnik ve sosyal kaynaklarına daha fazla güvenmek zorunda kaldığını göstermektedir.

Sonuç olarak mülakat yapılan ulusaşırı girişimcilerin arabulucu azınlık teorisine yukarıda anlatılan sebepler yüzünden hiç uymadığını, anklav teorisine göre ise yine yukarıda ifade edilen kriterler açısından uyan ve uymayan yönlerinin olduğunu söylemek mümkündür.

**Tablo 4.10**  
**Üçüncü Ülke İlişkileri**

<b>ÜÇÜNCÜ ÜLKE İLİŞKİLERİ</b>	
<b>ÜÇÜNCÜ ÜLKELERE YÖNELİK GİRİŞİMLER</b>	
<b>Uluslararası piyasa şartları</b>	“Bizim sektörde en yoğun iş hacmi şu anda Ortadoğu’da. Çok bir kârlılık yok ama iş çok. İran’da, Suudi Arabistan’da, Birleşik Arab Emirlikleri’nde iş hacmi fazla. Körfez ülkelerinde, Dubai gibi yerlerde deli gibi inşaat var. İnşaatlarda çalışan iş makineleri ve hafriyat yapan kamyonların hepsi dizel araç. Böyle olunca onların tamir bakım ve servislerini kim yapacak? Oradaki dizel pompa bakım servisleri yapacak. Peki oradaki bakım firmaları gerekli olan parçayı nereden tedarik edecek? Buradan tedarik edecek.” (B1)
<b>Üçüncü ülkelere açılma/açılmama sebepleri</b>	“Yoğun olarak çalıştığımız 5-6 tane ülke var. ABD, Kanada, Almanya ve bazı Ortadoğu ülkeleri var. Bunun sebebi buralarda Türklerin Arapların ve İranlıların yoğun olarak yaşıyor olması. Çünkü bizim sattığımız ürün kebab üretim malzemeleri. Hepsini bir sayacak olursam, ABD, Kanada, Almanya, Fransa, Hollanda, İsveç, Ortadoğu’da, Suudi Arabistan, Lübnan gibi ülkelere ihracat yapıyoruz. Bu ülkelerde Türk, Arap ve İranlıların işlettiği ya da gittiği restoranlara biz ürünlerimizi satıyoruz.” (O1)
	“Ben de yurtdışı müşteri portföyünü olabildiğince genişletmek istiyorum. 100-150 kadar yurt dışı müşterimiz var. Ağırılık Ortadoğu’da, Polonya, Fransa, Yunanistan, Ukrayna, İtalya var. Amerika’da herhangi bir kontak kuramadık. Zor, yapamadık, gidip göstermek lazım güven anlamında. Orada fuara gidemedik. Latin Amerika’da büyük bir otomotiv potansiyeli var, irtibatta olduğumuz kişiler var ama henüz sonuçlanmadı. Bir de oradaki ülkelerin para birimlerinde yoğun devalüasyon var biz avro ile çalıştığımız için pariteler önemli.” (B1)
<b>Uluslararası girişimcilik tecrübesi</b>	“Daha öncesinde 80’lerde Almanya’da işler vardı. Sonra oradan Yugoslavya’ya geçtim. Ondan sonra bizim Balkanlarla işler başladı. 85’te bayağı bir gittim. Sene de 10-15 defa Balkanlara gittim. Slovenya’dan Adidas ayakkabı getiriyordum. Adidas’ın o zamanlar Slovenya’da ayakkabı fabrikası vardı. Her türlü ayakkabı var Adidas’ın orada ama Türkiye’de yok. Burada basketçiler basketbol ayakkabısı bulamıyordu. 50 numara üstü ayakkabı yok. Orada var. Tampon vidası yoktu onu getiriyordum. Ben 95 senesinde de Slovenya’ya ihracat yapıyordum. O zaman oraya yaş sebze meyve ihraç ettim. Benim orada firmam vardı. Tabi sıkıntılı zamanlardı. Bosna savaşı devam ediyordu. Ama biz o zamanlarda da ticaretimizi devam ettirdik. Ticari konularda çok sıkıntı yaşamadık. Çünkü lisan var, kültüre yabancı değilsin, dini inancın farklı olsa da konuştukça, anlaştıkça karşılıklı güven kuruluyor. Fakat o işi çok takip edemedik. Bizden kaynaklı oldu. Zarar etmeye başlayınca oradaki firmayı kapattık. Aslında önu açık bir işti. Bir de ticaretimizi çok etkilemedi ama Bosna savaşı sırasında Türklere cephe alınmıştı Slovenya’da. (B2)”

<b>ÜÇÜNCÜ ÜLKE İLİŞKİLERİ</b>	
<b>ÜÇÜNCÜ ÜLKELERE YÖNELİK GİRİŞİMLER</b>	
	“Türkiye ve İran dışında üçüncü bir ülkede bulunmadım. Zaten bu iş yeni bir iş. Yaklaşık üç yıl oldu. Satışlarımız da direk yurtdışına başladı. Bu iş başlar başlamaz yurt dışına ürün yollamaya başladım.” (O1)
<b>Alıcı ülkenin uluslararası alandaki imajı</b>	“Ortadoğu’daki müşterilerin gözünde Türkiye’nin popülerliği de var. Gelişmiş Müslüman bir ülke olarak görülüyor.” (O1)
	“Ben Avrupa’ya gidiyorum, Ortadoğu’ya gidiyorum. Eskiden ben giderdim oralara Türk dediğin zaman biraz insanlar olumsuz bakıyordu. Ama şimdi Türk dediğin zaman seni güzel bir şekilde karşılıyorlar. Neden? Çünkü bu senin gücünü gösteriyor. Türkiye eskiye göre daha güçlü, dışa daha fazla açıldı. Hem Avrupa’ya hem Ortadoğu’ya hem Afrika’ya daha fazla açıldı. Bu da dış ticaret imkânlarını geliştirdi. Bizler için daha çok imkân oluştu.” (O4)
	“Sırbistan hükümetinin bir uygulaması var. Atalarının, dedelerinin, akrabalarının oralı olduğunu belgelersen sana Sırbistan pasaportu veriyor. Benim de evraklarım hazır Sırp pasaportu almak için. Ama henüz gidip veremedim. Neden? Çünkü Avrupa’da Sırp pasaportunun vize sorunu yok. Ama maalesef Türk pasaportuna hele şu ortamda gıcıklık var.” (B2)
<b>Uluslararası iş irtibatlarının kuruluş şekli</b>	“İlk yurtdışına malzemeyi Çin’e gönderdik. Sonra Hollanda’dan ithal ettiğimiz malzemeleri Türkiye’de de satmaya başladık. Sonra ufak ufak başka ülkelere bizi bulmaya başladılar. Cezayir’den bizi buldular internet ve faks aracılığı ile. Fuarlara katılımları da arttırdık. Automechanika, uluslararası otomotiv yan sanayi yedek parça fuarlarında stant açtık. Ufak ufak bölgemizde duyulmaya başladık. İran, Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan, Yunanistan, Ukrayna, Rusya, Almanya gibi ülkelere malzeme satıyoruz ve ticari faaliyetimiz her geçen gün artıyor. İnternette ziyade insanlarla birebir tanıştıktan sonra iş yapmayı tercih ediyorlar. Birebir temas çok önemli. Bazen tek bir iyi kelime ile işi bitirebilirsin. Kötü bir tavır ya da kelime ile iş bozulabilir. Automechanika İstanbul fuarı var. Sadece 15 bin avroyu 150 m2 lik tuttuğumuz yere verdik. 10 bin avro konstrüksiyon için harcadık. Her şey para değil, gövde gösterisi yapmakta lazım. Daha önce böyle şeyler firmamızda yoktu. Son 10 senedir bu tür faaliyetler yapıyoruz.” (B1)
	“Biz yurtdışı işlerimizde tanış vasıtasıyla bu işleri yaptık. Tanıdıklar aracılığıyla oldu. Mesela Irak’ta, eskiden birlikte iş yaptığımız bir kişi orada çalışıyordu. Onun bilgi ve yardımlarıyla Irak’ta çalıştık. Etiyopya’da yine bir tanıdığımız vasıtasıyla orada iş yaptık. Ukrayna’daki iş de bir arkadaşımızın işiydi biz de O’na ortak olduk. O şekilde Ukrayna’ya gittik.” (B3)
	“Biz her yere mal gönderiyoruz. Avrupa’ya da gönderiyoruz. Tekstil, hazır giyim ürünleri gönderiyoruz. Bağlantılarımız bazen müşteri yoluyla oluyor. Kişi bazen yoldan geçerken bizim tabelayı görüyor. Bazen gidiyor bir firmadan mal aldığı zaman adam soruyor ben birini arıyorum, malımı yurt dışına satabilecek, ihracat yapabilecek firma olarak kimi tavsiye edersin diye. O firma da bizi tavsiye ediyor. Bizim işimiz hizmet. İyi bir hizmet verersen ve müşteri memnun kalırsa başka arkadaşlarına da tavsiye eder. İşte bunun dışında kendi müşterilerimiz bize müşteri gönderiyor. Ben mesela yurt dışı ülkelerini ziyaret ediyorum. Orada mesela bir müşterim varsa onu çoğaltmaya çalışıyorum. O

<b>ÜÇÜNCÜ ÜLKE İLİŞKİLERİ</b>	
<b>ÜÇÜNCÜ ÜLKELERE YÖNELİK GİRİŞİMLER</b>	
	ülkede müşteri potansiyelini arttırmaya çalışıyorum. Filistin, Yemen, Fas başlıca iş yaptığımız ülkeler. Avrupa’da Almanya, Belçika, Norveç var. Kanada var.” (O4)
	“Bir internet sitesi kurdum. Bu siteyi kurduktan sonra, telefonlar gelmeye başladı. Yurt dışından daha çok. ABD, Kanada, Almanya, İsveç, farklı ülkelere telefonlar gelmeye başladı. İlk makinemi İran’dan getirttim, aynı gün iki müşteri geldi. O makineyi sattım.” (O1)
<b>Coğrafyalara göre uluslararası girişimcilikte farklılıklar</b>	“Bizim Avrupa’da da işlerimiz var. Ama Irak özelinde Ortadoğu genelinde bizim ticaret Avrupa’daki gibi oturmuş değil. Ortadoğu’daki ticarete çok fazla alavere dalavere döndüğü için bunun sıkıntılarını çekiyoruz. Mesela çok başımıza geldi bizim, bizim tır çıkıyor gidiyor buradan birisi ihbar ediyor. Kaçak ya da sahte marka mal var diye 2-3 gün tırın içini arıyorlar bir şey çıkmıyor, bırakıyorlar sonra. Ama ihbar eden ne kâr ediyor bundan, bizi 2-3 gün geciktiriyor, kendisi malını bizden önce gönderiyor. Bizim müşterilerimiz bize kızıyor neden vaktinde malı ulaştırmıyorsunuz diye. Çok başımıza geldi bu. Hatta bizim aleyhimize vergi dairesine şikayette bulunuyorlar. Vergi dairesinden dediler ki ‘Biz bu Atlas Port’u çok kontrol ettik, şimdiye kadar hiçbir şey çıkmadı.’ Bu firma aleyhine çalışanlar var. Biz kalktık bu ihbar edenleri takip ediyoruz. Bunun meydana çıkması lazım. Bir de bizim yaşadığımız sorunlardan birisi hesap kapama işlemleri ile ilgili. Eskiden bazı ödemeler elden oluyordu, biz makbuz veriyorduk. Makbuz geçerliydi. Şimdi makbuz geçerli değil. Şimdi bizim ödemelerimiz hep banka yoluyla oluyor. Ya bankayla ya da günlük çek veriyoruz, o çekle bankadan parayı al. Ama Irak ve Ortadoğu piyasaları oturmamış, yarım fatura vermek istiyor. Malı aldığı fiyatın altında göstermek istiyor. Biz diyoruz ki yarım fatura istemiyoruz. Çünkü biz kanuna uygun çalışıyoruz. Firmalarla en büyük problemimiz bu. Yani Ortadoğu’daki en büyük sorunlardan birisi bu. Ama mesela Almanya’da veya Avrupa ülkelerinin herhangi birisinden sen Türkiye’ye geldiğin zaman sana soruyor kaç para götürdün?” (O2)
	“Biz kolektivist bir toplumuz. Bir sıkıntı olduğunda birbirimizin yardımına koşarız. Ama maalesef her türlü dolandırıcılık ve sahtekarlık da Müslüman toplumlarda. Bir kere bile Avrupa’da ödemelerde sorun olmadı. Ama Suudi Arabistan’da param kaldı. Libya’dan dolandırıldım. Maalesef ne gelirse Müslümanlardan geliyor. Bilmiyorum bunu biraz sıcak iklim kuşağındaki ülkelerin bir özelliği olabileceğini düşünüyorum. Akdeniz ülkeleri, Meksika vs., Ama İspanya sıcak bir ülke olmasına rağmen Avrupa kültürü var.” (B1)



B1'in uluslararası piyasa şartları faktörü altında vermiş olduğu cevap piyasa raporlarını (www.emlakkulisi.com, 2013) doğrulamaktadır. Ortadoğu'da inşaat sektörünün gelişmesi dolaylı olarak, B1'in işlerini de olumlu etkilemektedir. O1'in üçüncü ülkelere açılma/açılmama sebepleri faktörüne verdiği cevapta ise ürün kaynaklı uluslararası girişim fırsatlarını değerlendirdiği görülmektedir. O'nun bu faaliyeti Bayraktar (2008: 6)'ın görüşüyle uyum göstermektedir. B1'in yanıtı da Kalkınma Bakanlığının Stratejik Eylem Planı'ndaki ifadelerini teyit etmektedir (2015: 49).

Uluslararası girişimcilik tecrübesi faktörüne verilen cevaplar ışığında B2'nin daha önce sahip olduğu uluslararası iş faaliyetlerinden edindiği bilgi ve tecrübe daha sonraki uluslararası girişimciliğini daha özgüvenle yapmasını sağlayarak uluslararası deneyimsizlik algısını kendisi için bir dezavantaj olmaktan çıkardığı yorumu yapılabilir. B2'nin cevabı Shaw ve Darroch (2004: 336)'un görüşleriyle örtüşmektedir. O1 ise üçüncü bir ülkede bulunmadığını söyleyerek uluslararası faaliyetlerde tecrübenin önemi ile ilgili verdiği yanıt literatürden farklılık göstermektedir.

Alıcı ülkenin uluslararası alandaki imajı faktörüne verilen cevaplarda O1, Ortadoğu ülkeleri açısından, O4 ise hem Ortadoğu hem de Avrupa ülkeleri açısından bu ülkelerdeki müşterilerin ve insanların Türkiye'ye olumlu baktıklarını vurgulamışlardır. B2'nin ise Türkiye'nin Avrupalı devletler nazarındaki imajının iyi olmadığı ve işlerinin bundan olumsuz etkilenmemesi için Sırp pasaportuna başvurduğu yanıtını vermiştir.

Uluslararası iş irtibatlarının kuruluş şekli faktörüne verilen cevaplarda B1, uluslararası iş bağlantılarını daha çok fuarlar aracılığı ile kurduklarını, burada müşteriler ile birebir iletişime geçmenin karşılıklı güveni arttırdığını ifade etmiştir. B3 ise, yurtdışı işlerinin tamamının araçlar vasıtasıyla kurulduğunu belirtmiştir. Eski iş ortakları, eski çalışanları, üçüncü ülkelerde iş yapan tanıdıkları vasıtasıyla alıcı ve köken ülke dışına açılma fırsatı bulmuştur. Burada B3'ün alıcı ülkedeki iş ve sosyal ağlara yerleşikliğinin sonucu ortaya çıkan sosyal sermayenin avantajlarından faydalandığı yorumu yapılabilir. Zaten B3'ün daha önceki yorumlarından yola çıkarak, politik, ekonomik, sosyal yerleşikliği en fazla olan girişimci olduğu göze çarpmaktadır. O4 ise, iş bağlantılarının çoğunu yurtdışı ziyaretleriyle gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. Üçüncü ülkelerdeki müşterilerini ziyaret ederek onların aracılığıyla başka müşterilere ulaşmaya çalışmaktadır. O1 ise üçüncü ülkelerle yaptığı girişim faaliyetlerinin tamamının internet

aracılığı ile başladığını kendisinin ne üçüncü ülkelere gittiğini ne de Türkiye dışında uluslararası bir tecrübesinin olduğunu söyleyerek uluslararası girişimciliğe internet sayesinde başladığını söylemiştir.

Ülkelere göre uluslararası girişimlerin farkları faktöründe hem B1 hem de O2 Ortadoğu'da iş yapmanın zorluklarından bahsetmektedirler. Ortadoğu pazarı, yolsuzluk, usulsüzlük, iş ahlakında eksiklik gibi sorunlar yüzünden görüşme yapılan girişimcilerin şikâyetlerine sebep olmaktadır. Fakat yine de buradaki pazar hacminin büyüklüğü girişimcileri burada iş yapmaya devam ettirmektedir. Avrupa koşulları ise, girişimciler tarafından dürüstlük, iş ahlakı, kurallara riayet gibi özellikleri nedeniyle takdir edilmektedir.

## SONUÇ

Bu çalışmanın ana amacı ulusaşırı girişimcilik olgusunu Türkiye bağlamında araştırmak, literatürde bahsedilen tanımlar ile değerlendirip farklı yanlarını açığa çıkarmaktır. Alt amaçlar ise göçmen girişimcileri ulusaşırı olmaya sevk eden bireysel ve kurumsal faktörleri araştırmak ve bu kapsamda literatürden ve elde edilen bulgulardan yola çıkarak ulusaşırı girişimciliğin genel bir çerçevesini çizmektir.

Uluslararası girişimciliğin diğer girişimcilik türlerinden ayırt edici olan yönü, bir girişimcinin kazancını artırma ve rekabet avantajına sahip olmak için birden fazla ülkedeki politik, ekonomik, sosyal ve kültürel kurumlara uyum sağlaması, bunun yanında bu kurumlara yerleşikliğini artırma çabası içinde olmasıdır. Yerleşikliğini arttırması, sahip olunan beşeri ya da sosyal sermaye ile mümkün olmaktadır. Uluslararası girişimcilikte de bireylerin sahip olması gereken bazı kişisel niteliklerin olması gerekmektedir. Bu nitelikler onların uluslararası girişimci olma eğilimlerini arttırmakla birlikte bu nitelikler onların farklı ülkelerdeki kurumsal yapılara uyumlarını ve yerleşikliklerini sağlayarak uluslararası girişimci olmalarına yardımcı olmaktadır. Bunun yanında iş ve sosyal ağları aracılığı ile farklı ülkelerdeki kurumlara yerleşiklik sağlama çabası uluslararası girişimciliğin başarısını etkileyen faktörlerdendir. Elbette burada uluslararası girişimcilikte başarıyı sadece kişinin kendisine ya da sosyal ağına bağlamak doğru değildir. Faaliyet gösterdiği ya da göstermek istediği ülkelerin kurumsal yapılarının da uluslararası girişimciliği destekleyici özellikte olması gerekmektedir. Yani politik, ekonomik, sosyal ve kültürel kurumların istikrarlı, güvenilir, politik ve ekonomik özgürlüğün olduğu, hür teşebbüsü destekleyici, göçmenlere toleranslı bir yapısının bulunması gerekmektedir. Uluslararası girişimcileri bir yatırımcı olarak görmek gerekirse bu yatırımcılar kaynaklarını, belirsizlikten, riskten uzak bir şekilde değerlendirmek istedikleri için kurumsal yapıların buna uygun olması gerekmektedir. Bununla birlikte uluslararası girişimciliği her şeyiyle yüzde yüz rasyonel bir çerçeveye oturtmak doğru değildir. Göçmen girişimcilerin köken ülke bağlarını devam ettirme isteğinin sadece ekonomik kaygılarla olmadığını, bunun yanında sosyal ve kültürel bağların da uluslararası girişimciliğin başlamasında ve devam etmesinde önemli boyutlar olduğunu belirtmek gerekir.

Araştırmada ulaşılan en önemli sonuçlardan birisi ulusaşırı girişimcilerin yerleşiklikleri bulunan alıcı ve köken ülke dışında kurumsal yerleşiklik sağlamadan üçüncü ülkelerle de yoğun faaliyetlerinin olmasıdır. Literatür, ulusaşırı girişimciliğin birden fazla ülkedeki kurumsal yerleşikliği sayesinde gösterdiği faaliyetlere yoğunlaşırken, bu çalışma, göçmen girişimcilerin birden fazla ülkenin kurumsal çevresine yerleşiklik sağlayıp faaliyet göstermelerinin yanında, kurumsal yerleşiklik sağlamadan uluslararası girişimcilik faaliyeti göstermelerini ve bunun sebepleri üzerinde durarak literatüre ulusaşırı girişimcilikle ilgili yeni bir boyut kazandırmıştır.

Elde edilen bulgulardan yola çıkarak, ulusaşırı girişimciliğin üçüncü ülkelerle yaptıkları ticari faaliyetlerin hacminin köken ülkeye oranla yüksek olduğu görülmüştür. Bunun sebepleri arasında köken ülkedeki, ekonomik hacmin çok fazla olmaması, bu ülkelerdeki kurumsal yapıların görece zayıflığının oluşturduğu güvensizlik, küresel ve yerel rekabet şartlarında varlığını korumak ve rekabet avantajı sağlamak amacıyla ticaret yapılan ülke sayısını artırma çabası, özellikle ikinci nesil ulusaşırı girişimcilerin köken ülkenin politik, ekonomik, sosyal ve kültürel kurumlarına yerleşikliğinin zayıf olması ve köken ülke ile ticareti bir zorunluluktan çok stratejik bir tercih olarak görmeleri gibi sebepler, ulusaşırı girişimcilerin köken ülkeyle olan ekonomik ve sosyal bağlarını korumaya çalışmakla birlikte bu ülkelerin uluslararası ticaret portföylerindeki ağırlığının azalmasına neden olmuştur.

Bu çalışmadan elde edilen bulgular sonucu, ekonomik ve eğitim amacı gibi pozitif sebeplerle alıcı ülkeye gelen göçmen girişimcilerin savaş, baskı, toplumsal gerginlik gibi negatif sebeplerle göç eden girişimcilere göre ulusaşırı girişimciliğe katılım düzeylerinin daha yoğun olduğu görülmüştür. Fakat köken ülkedeki kurumsal yapıların gelişme göstermesi, negatif sebeplerle göç eden girişimcilerin köken ülke ile zamanla ticari bağ kurmalarını sağlamıştır.

Göçmen girişimcilerin alıcı ülkeye yönelik algıları da birinci veya ikinci nesil olma durumlarına göre değişmektedir. Birinci nesil göçmenler kendilerine kucak açan ve ağırlayan alıcı ülke hakkında minnettarlık duygularıyla ve dışarıdan gelmiş olmanın verdiği yabancılaşma duygusuyla politik, ekonomik, sosyal, kültürel alanda genelde daha olumlu görüşler ortaya koyarlarken, ikinci nesil göçmenler yerel kurumlara yerleşiklik seviyelerinin yüksek olması ve herhangi bir yabancılaşma ve ayrımcılık algısına sahip

olmadıkları için alıcı ülkenin politik, ekonomik, sosyal, kültürel şartlarına daha objektif, soğukkanlı hatta eleştirel yaklaştıkları görülmüştür.

Balkan göçmeni girişimcilerin köken ülkedeki kurumsal yerleşikliklerini arttırma isteği buralarda ekonomik faaliyet yapmaktan çok köken ülke vasıtasıyla üçüncü ülkelere açılma fırsatına sahip olmak veya köken ülkedeki sosyal ve kültürel mevcudiyetlerini devam ettirme düşüncesinden ileri gelmektedir

Uluslararası girişimcilik araştırmalarının büyük çoğunluğu Avrupa ve ABD'deki göçmen ve uluslararası girişimcilik vakalarını incelemek için yapılmıştır. Bu bölgelere özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra yaşanan büyük göç dalgaları ve yapılan göçlerin pozitif sebeplerle yani eğitim ve ekonomik amaçlarla yapıldığı göz önüne alınırsa bu göçmenlerin kendi ülkeleri ile ticari ve sosyal bağlar açısından irtibat halinde olmalarının daha muhtemel olması sebebiyle bu konuda araştırma yapmak için araştırmacıların zengin bir örneklem havuzu oluşturma imkânına sahip oldukları söylenebilir. Türkiye ise bulunduğu coğrafi konum itibarıyla tarih boyunca yaşanan göç trafiğinde hem bir geçiş noktası hem de bir nihai durak olma özelliği ile göç olgusunu yoğun bir şekilde yaşamış bir ülkedir. Özellikle 19. ve 20. yüzyıllarda bölgesinde yaşanan savaşlar, krizler, baskı ve şiddetten kaçan milyonlarca insan Türkiye'ye sığınmıştır. 21. yüzyılda da bölgedeki istikrarsızlık, belirsizlik ve krizler, insanları göçe zorlamaktadır. Batıdaki örneklerinin aksine savaş, baskı, etnik ve mezhebi gerilimden kaçmak gibi negatif sebeplerle Türkiye'ye gelen göçmenlerin köken ülkeleri ile tekrar bağlantı kurma konusunda ne imkânı ne de isteğinin olduğu söylenemez. Osmanlı'nın son dönemlerinde ya da Cumhuriyet döneminde yine negatif sebeplerle Türkiye'ye gelen göçmenlerin, köken ülkelerindeki politik, ekonomik, sosyal yapılarında son yıllarda meydana gelen olumlu değişime rağmen, göç üzerinden çok uzun zaman geçmesi ve birinci nesil göçmenlerin yerini ikinci neslin almasından dolayı sosyal bağlar dışında, politik, ekonomik, sosyal ve kültürel kurumlara uyum ve yerleşiklikte sorun yaşadıkları için uluslararası girişim faaliyetlerinin düşük seviyede kaldığı görülmüştür. Buna ilave olarak Cumhuriyet dönemi ve sonrası dönemlerde Balkanlardan veya başka bölgelerden gelen Türk kökenli göçmenlerin Türkiye'deki politik, ekonomik ve sosyal kurumlara büyük ölçüde yerleşiklik sağlamaları ve kamu sektörünün kendilerine açılması özel sektörün ve girişimciliğin göçmenler için bir zorunluluktan ziyade bir alternatif olarak kalmasına sebep olmuştur. Bu ise Balkan

göçmenleri arasındaki ulusaşırı girişimcilik olgusunun yeterli gelişme göstermemesine neden olduğu söylenebilir. Fakat Cumhuriyetin erken dönemleri ile karşılaştırıldığında geç dönem Balkan göçmenlerinin ulusaşırı girişimcilik faaliyetlerine katılımının daha yoğun olduğu görülmüştür. Kahraman (2010: 62-63)'ın belirttiği gibi 80'li yılların sonlarında Bulgaristan'dan gelen göçmenlerin yakın dönemde gelmiş olmaları, alıcı ve köken ülke arasında coğrafi yakınlık bulunması, iki ülkenin dilini, kültürünü çok iyi bilmeleri, her iki ülkede de akrabalık bağlarının canlı olması, bütün Bulgaristan göçmenlerinin Türkiye vatandaşlığına sahip olmamasından dolayı alıcı ülkeye kurumsal yerleşikliğinin tam olarak sağlanamaması ve en önemlisi de baskıcı Jivkov döneminin bitmesinden sonra Bulgaristan'ın demokratikleşme sürecine girmesi ile dönüşlerin başlaması ve kurumsal istikrarın sağlanması gibi sebepler yüzünden, geç dönem Balkan göçmeni girişimciler arasında ulusaşırı girişimcilik faaliyetlerinin yüksek olduğu sonucuna varılabilir. Fakat bu çalışmadaki Balkan göçmenleri, 1950-60 yılları arasında veya öncesinde Türkiye'ye göç etmiş kişiler olmasından dolayı köken ülkedeki politik, ekonomik, sosyal ve kültürel kurumlara yerleşikliklerinin, alıcı ülkedeki kurumlara yerleşikliklerine göre daha düşük düzeyde kaldığı görülmektedir. Bundan dolayı da görüşme yapılan Balkan göçmeni girişimcilerin hepsinin köken ülke ile sosyal ve kültürel bağları bulunmasına rağmen, bazılarının ekonomik faaliyetlerinin olmadığı tespit edilmiştir. Bunda köken ülkede faaliyet gösterilmek istenirse bile bu ülkeye yerleşiklik düzeylerinin az olmasının bir dezavantaj olarak karşılına çıkmasının etkisi olduğu gibi, üçüncü ülkelerle yaptıkları ekonomik faaliyetler sebebiyle köken ülkeyle bir ekonomik bağlantının öncelik sırasında olmaması ve bir gereklilikten ziyade bir tercih olarak kalmasının da payı büyüktür.

Araştırılan Ortadoğulu girişimcilerin ise ulusaşırı faaliyetlere katılımları biraz farklılık göstermektedir. Geç dönem göçmenler olmalarından dolayı köken ülke ile ekonomik ve sosyal bağlarının daha sıkı olması beklenirken ülkelerinden negatif sebeplerle göç etmeleri ve köken ülkelerindeki zayıf kurumsal yapılar sebebiyle göçmen girişimcilerin ulusaşırı faaliyetlerinde, ülkelerindeki kurumların düzelmeye başladığı yakın zamana kadar bir yoğunluk gözlenmemektedir. Yine çok yakın bir zamanda gelmiş olmasına rağmen negatif sebeplerle göç eden ve ülkesindeki kurumsal yapının hâlâ bozuk olduğu bir girişimcinin ulusaşırı faaliyetlere katılımı çok alt seviyede kalmıştır. Bu girişimcinin köken ülkede iş faaliyeti bulunmasına rağmen ülkesindeki savaş şartları, ekonomik

zorluklar, getirilen ağır g m ruk vergileri, rejim korkusu, bütün akrabalarının ülkeyi terk etmesi gibi sebeplerle alıcı ve köken ülke arasında karşılıklı ekonomik ve sosyal mobilizasyonu bulunmamaktadır. Görüşme yapılan Ortadoğulu göçmenler arasında bu konuda tek bir istisna vardır. Diğer Ortadoğulu göçmenlerin aksine eğitim gibi pozitif bir sebeple çok yakın bir zamanda gelen ve köken ülkesindeki politik, ekonomik, sosyal kurumlarında istikrar ve düzen bulunan bir girişimci, alıcı ve köken ülke arasındaki ulusaşını faaliyetlere yoğun katılım gösterdiği görülmüştür.

Yukarıda anlatılanlardan şu sonuç çıkarılabilir ki, 80’li, 90’lı, 2000’li yıllar gibi Türkiye’nin geç dönemlerinde göç eden göçmenlerin de yine çoğunlukla negatif sebeplerle göç etmeleri onların başlangıçta köken ülkeleri ile sosyal ve ticari bağ kurmalarını engellerken daha sonra köken ülkede yaşanan kurumsal iyileşme, onların ekonomik ilişki kurma konusundaki imkân ve isteklerini arttırmıştır. Bunun yanında pozitif sebeplerle ve kurumsal istikrarın bulunduğu bir ülkeden gelen göçmen girişimcilerin ulusaşını faaliyetlere daha hızlı ve daha yoğun bir şekilde başladıkları yorumu yapılabilir. 1950-60 arası yıllarda veya öncesinde gelen göçmenlerin yerlerini alan ikinci neslin, köken ülkenin dil ve kültür  gelerinde yaşadıkları eksiklik, kurumsal yapılarına yerleşikliğin az olması gibi sebeplerle sosyal bağlar güçlü tutulmaya çalışılsa bile ekonomik faaliyetlerin d şuk yoğunlukta kalmasına neden olmuştur. Fakat köken ülkelerinde 90’lı yıllardan itibaren yaşanan kurumsal yapılarıdaki güven arttırıcı iyileşmeler, görüşme yapılan Balkan göçmenlerinin köken ülkedeki sosyal ağlarını kullanarak kendi ülkelerinde faaliyet yapmaları konusunda onları motive etmiştir. Burada Balkan göçmenleri arasında bir kişi farklılık göstermektedir. Köken ülkesinin dilini ve kültürünü çok iyi bilen, kurumsal yapısı diğer Balkan ülkelerine göre eskiden beri istikrarlı olan bir ülkeden göç eden bir girişimci 80’li yıllardan beri farklı sektörlerde olmak üzere akrabalık ve sosyal ağlarını da kullanarak ulusaşını faaliyet göstermektedir. Buradan ulusaşını girişimciliğin başarısı ve devamlılığı için sosyal ve kurumsal yerleşikliğin tek başına yeterli olmadığı bunun yanında faaliyet gösterilecek ülkedeki kurumların sağlamlığı, güvenilirliği ve istikrarının da çok önemi olduğu sonucu çıkarılabilir.

Bu çalışmada ulusaşını girişimcilikle ilgili üç kavram dikkat çekmektedir. Görüşme yapılan göçmen girişimcileri bu üç kavrama göre sınıflandırarak değerlendirmek

mümkündür. Bu kavramlardan birincisi göçmenlerin köken ülkenin kurumsal yapılarına yerleşikliği, ikincisi göçmenlerin alıcı ülkenin kurumsal yapılarına yerleşikliği, üçüncüsü ise göçmenlerin alıcı ülkedeki kendi etnik yapılarına yerleşikliğidir. Köken ülkeye yoğun olarak kurumsal yerleşiklik sağlayan biri Balkan, biri Ortadoğulu olmak üzere iki kişi vardır. Bunlardan Ortadoğulu olan, yakın zamanda pozitif bir sebeple gelmiştir. Balkan göçmeni olan ise ikinci nesildir. Buradan şu sonuç çıkarılabilir ki, yakın zamanda göç etmenin, köken ülke ile yerleşiklik sağlamada ve uluslararası faaliyetlere katılımında girişimciye olumlu katkısı olmayabilir. Yine çok yakın zamanda gelen Ortadoğulu bir girişimcinin negatif sebeple göç etmesi ve köken ülkedeki kurumsal yapılardaki sorunlar yüzünden yerleşiklik sağlayamaması sebebiyle uluslararası girişimcilik oranının alt düzeyde kalması yakın zamanda göç etmenin uluslararası girişimcilik için bir ön şart olmadığını ispatlamaktadır.

Alıcı ülkenin kurumsal yapılarına yerleşiklik durumu ise daha çok Balkan göçmenlerinde gözlenmektedir. Ortadoğulu göçmenlere göre daha erken bir dönemde gelmeleri ve yerleşikliğin neredeyse tamamen sağlanması gibi sebeplerle etnik bağın ve dayanışmanın Ortadoğulu göçmenlere göre daha zayıf olduğu görülmüştür. Alıcı ülkenin kaynaklarından herkes kadar istifade edebilme fırsatının olması, bununla ilgili bir ayrımcılığa maruz kalınmaması, alıcı ülkenin kültürel ve sosyal kurumlarına yerleşikliğin tam olması gibi sebepler etnik bağlardan faydalanma oranını azaltmıştır.

Son olarak alıcı ülkedeki etnik bağlara yoğunlaşan girişimcilere gelinecek olursa, bu noktada geç dönemde gelen Ortadoğulu göçmenler göze çarpmaktadır. Burada en belirgin olanı yakın zamanda geldiği için alıcı ülkenin kurumlarına tam yerleşiklik sağlayamayan, onun ötesinde köken ülkesinde savaş, akrabaların ülkeyi terk etmesi sebebiyle sosyal ağlardan mahrumiyet ve rejim korkusu sebebiyle köken ülkeye de yerleşikliği alt seviyede bulunan bir girişimci, çareyi alıcı ülkedeki kendi etnik kaynaklarına odaklanmakta bulmuştur. Gerek bilgi ve tecrübe paylaşımı, gerek iş gücü ihtiyacı, gerek müşteriler, gerek tedarik konularında çoğunlukla kendi etnik ağlarından veya göç öncesinde sahip oldukları iş ve sosyal ağlardan faydalandığı görülmüştür. Portes (1993: 1345), alıcı ülkede kurumsal yerleşiklik sağlayamayan göçmenlerin kendi etnik sosyal yerleşikliklerinden doğan sosyal sermayeye yönelmek durumunda kaldıklarını belirtmiştir. Dış çevredeki ekonomik ve sosyal fırsatların kısıtlanması (bu



göçmen kaynaklı yerleşiklik eksikliğinden veya alıcı ülkenin ayrımcı tutumdan kaynaklanabilir) ve grup içi kaynakların mevcudiyeti gibi faktörler, göçmenleri kendi sosyal yerleşikliğinden doğan sosyal sermayesine yöneltmektedir.

Son yıllarda Türkiye'ye göç eden Suriyeli göçmenler ise hem negatif sebeplerle göç etmeleri ve hem de köken ülkenin kurumsal yapılarındaki istikrarsızlığın devam etmesi sebebiyle köken ülke ile uluslararası girişim yapma eğilimleri azdır. Üstelik alıcı ve köken ülke arasındaki politik gerilimin ekonomiye de yansması sonucu gümrük ve kotalar yoluyla bazı ekonomik engellerin çıkması nedeniyle Türkiye'de yasal yollarla kayıtlı girişimcilik yapan Suriyeli göçmenlerin köken ülke ile ticaret yapma konusundaki imkânları daralmıştır. Türkiye'nin sınır illerinde yasadışı yollarla iki ülke arasında ticaret yapan Suriyeli göçmenler ise ayrı bir araştırma konusu olarak ele alınabilir.

Türkiye'deki uluslararası girişimcilik ile ilgili bundan sonraki çalışmalarda daha çok sayıda kişiden oluşacak örneklem sayesinde genellenebilir araştırmalar yapmak mümkün olabilir. Bunun yanında ileride yapılacak çalışmalarda farklı göçmen kesimlerinin hem birinci hem de ikinci nesillerine ulaşılarak, farklı etnik gruplardaki farklı nesillerin uluslararası girişimcilik eğilimleri, alıcı ve köken ülkeye yerleşiklik seviyeleri, üçüncü ülkelere yönelik ekonomik faaliyetleri gibi konular daha sağlıklı şekilde değerlendirilebilir. Uluslararası girişimcilik ile ilgili ileriki çalışmalarda araştırmacıların odaklanabileceği en önemli grup, son yıllarda ülkelerindeki iç savaştan kaçan Suriyeli ve Iraklılar olabilir. Bu kesim arasından girişimcilik faaliyeti gösteren Suriyeli ve Iraklı göçmenlerin köken ülke ile sosyal ve ekonomik bağlantıları ya da bağlantı kurma eğilimleri uluslararası girişimcilik konusunda çalışan araştırmacılar tarafından incelenebilir. Fakat elbette bu çalışmaların daha geniş örneklem havuzunda yapılabilmesi için köken ülkelerinde devam eden savaş, terör, baskı, etnik ve mezhebi gerilimlerin minimum düzeye inmesi ve bu ülkelerin kurumsal yapılarının belli bir istikrar ve düzene kavuşabilmesi gerekliliği unutulmamalıdır.

Bu araştırmadan elde edilen bulgulardan bir tanesi de görüşme yapılan göçmenlerin biri dışında hepsinin uluslararası girişimcilik öncesi aynı sektörde girişimcilik faaliyetlerinde bulunması ve bu alanda tecrübe sahibi olmalarıdır. Fakat bir girişimcinin farklı bir sektörden gelerek tecrübe sahibi olmadığı bir alanda uluslararası girişimcilik faaliyeti göstermesi dikkat çekicidir. Bununla ilgili olarak ileriki çalışmalarda farklı bir

sektörden gelerek tecrübesinin bulunmadığı başka bir alanda ulusaşırı girişimcilik faaliyetinde bulunan göçmen girişimcilerin bu tercihlerinin sebepleri, başka bir sektörden gelmenin ulusaşırı girişimciliğe olumlu ya da olumsuz katkılarının neler olduğu araştırılabilir.

Bu araştırma ayrıca kurumsal ilişkilerin ve sosyal yerleşikliklerin bir girişimcinin farklı ülkelerdeki girişimcilik aktivitelerini nasıl etkilediğini göstermektedir. Görüşme yapılan girişimciler arasından Balkan göçmenlerinin köken ülke yerleşiklik seviyesinin az olduğu, daha çok alıcı ülkenin kurumsal yapılarına yerleşiklik sağladıkları, bundan dolayı alıcı ülkedeki kendi etnik kaynakları yerine daha çok yerel toplumun kaynaklarından faydalanma çabası içinde oldukları görülmüştür. Ortadoğulu göçmenlerin ise her ne kadar alıcı ülkenin kurumsal yapılarına yerleşiklik sağlama çabası içinde olsalar ve bunda mesafe kat etmiş olsalar da yine de sermaye, bilgi, işgücü, teknoloji, gibi konularda köken ülke yerleşikliğinden kaynaklı avantajlarına ve alıcı ülkedeki kendi etnik ve sosyal ağlarına güvendikleri sonucuna varılmıştır. Bundan hareketle, farklı ülkelerdeki farklı kurumsal ilişkilerin ve yerleşikliklerin girişimcilerin ulusaşırı faaliyetlere katılım düzeyini etkilediğinin görülmesinden dolayı girişimcilerin farklı kurumsal yapılara intibak ve yerleşikliğinin ne derece olduğunun ve bunun girişimsel faaliyetlerini ne derece etkilediğinin açıklanması açısından kurumsal mesafe kavramı ve ulusaşırı girişimcilik olgusu ilişkilendirilerek ileriki çalışmalarda araştırılabilir.

## KAYNAKÇA

### *Kitaplar*

- Akyol, T. (2011). *Bilim ve Yanılgı*, Doğan Kitap.
- Blalock, H.M. (1967). *Toward a theory of minority-group relations*, New York: John Wiley & Sons.
- Bozkurt, Ö. Ç. (2011). *Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Bridge, S., O’Neill, K. ve Martin, F. (2009). *Understanding Enterprise: Entrepreneurship and Small Business (Third Edition)*. Palgrave/Macmillan.
- Dolgun, U. (2003). *Girişimcilik*, Alfa Basım Dağıtım. İstanbul.
- Erdoğan, İ. (1994). *İşletmelerde Davranış*. Beta Basım Yayın. İstanbul.
- Hisrich, R. D. ve Peters M. P. (2002). *Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing A New Enterprise, Third Edition*, Richard D. Irvin Inc.
- İçduygu, A., Erder, S. ve Gençkaya, Ö. F. (2009). *Türkiye’nin Uluslararası Göç Politikaları, 1923-2023: Ulus-Devlet Oluşumundan Ulus-Ötesi Dönüşümlere*. Koç Üniversitesi Göç Araştırmalar Merkezi. Ocak 2014 İstanbul.
- Kotler, P. ve Keller, K. L. (2003). *Marketing Management*, Pearson Edition.
- Robbins, S.P. ve Coulter, M. (2012). *Management. Angewandte Chemie International Edition (Vol. 40)*. [https://doi.org/10.1002/1521-3773\(20010316\)40:6<9823::AID-ANIE9823>3.3.CO;2-C](https://doi.org/10.1002/1521-3773(20010316)40:6<9823::AID-ANIE9823>3.3.CO;2-C).
- Say J. B. (1971). *A Treatise on Political Economy*. Augustus M. Kelley Publishers. New York 1971.
- Schumpeter, Joseph A. (1978). *York: Oxford University Press. Capitalism, Socialism and Democracy*, New York: Oxford University Press.

Sözen, H. C. ve Basım, H. N. (2012). Örgüt Kuramları. Beta Basım Yayın.

Swedberg, R. ve Granovetter, M. (1992). The Sociology of Economic Life. Boulder: Westview Press.

Swedberg, R. (2000). Entrepreneurship: The Social Science View, Oxford. Oxford University Press.

Waldinger, R., Aldrich, H. ve Ward, R. (1990). Ethnic Entrepreneurs. Sage Publications.

### *Sürekli Yayınlar*

- Acs, Z. J. (2006). How Is Entrepreneurship Good for Economic Growth? Innovations: Technology, Governance, Globalization, 1(1), 97–107.  
<https://doi.org/10.1162/itgg.2006.1.1.97>
- Acs, Z. J. ve Audretsch, D. B. (2009). Understanding the Entrepreneurial Mind, Indiana University Bloomington, IN, USA. DOI 10.1007/978-1-4419-0443-0
- Adiguna, R. ve Shah, S.F.H. (2012). Exploring Transnational Entrepreneurship: On the Interface between International Entrepreneurship and Ethnic Entrepreneurship, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Jönköping International Business School, Jönköping University. Jönköping, İsveç, 2012.
- Aksoy, Z. (2012). Uluslararası Göç Ve Kültürlerarası İletişim. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi. Cilt: 5 Sayı: 20 Kış 2012 Issn: 1307-9581
- Ardichvili, A., Cardozo, R. ve Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. Journal of Business Venturing, 18(1), 105–123.  
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(01\)00068-4](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00068-4)
- Asylum-Seekers (2019). UNHRC. <https://www.unhcr.org/asylum-seekers.html>. © UNHCR 2001-2019.
- Aşkın, A., Nehir, S. ve Vural, S. Ö. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (6:2).
- Audretsch, D. B. ve Keilbach, M. (2004). Does Entrepreneurship Capital Matter? Entrepreneurship Theory And Practice. Baylor University. Fall, 2004.
- Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007). “Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif”. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:18
- Baday, Ö. N. (2011). Modern Kent Mekanlarında Mahallenin Konumu. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi. Konya, 2011.
- Basch, L., Schiller, N. G. ve Szanton-Blanc, C. (1994). Nations Unbound: Transnational

Projects: Postcolonial Predicaments and Deterritorialized Nation-States. New York.

Basu, A. ve Goswami A. (1999). ‘Determinants of South Asian entrepreneurial growth in Britain: A multi-variate analysis’, *Small Business Economics*, 13: 57–70.

Bagwell, S. (2014). Transnational Entrepreneurship amongst Vietnamese Businesses in London. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 41(2), 329–349.  
<https://doi.org/10.1080/1369183X.2014.907739>

Bali, R. N. (1998). Cumhuriyet Döneminin Azınlıklar Politikası. *Birikim Dergisi*. Sayı 115. Kasım 1998. s.80-90

Baltar, F. ve Icart, I. B. (2013). Entrepreneurial gain, cultural similarity and transnational entrepreneurship. *Global Networks*.  
<https://doi.org/10.1111/glob.12020>

Baycan-Levent, T. ve Nijkamp, P. (2009). Characteristics of immigrant entrepreneurship in Europe, *entrepreneurship and regional development*, 21(4), 375- 397.

Bayraktar, S. (2008). Girişimcilik. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. EIS526 -H04-1

Bindala, J. ve Strömberg, M. (2013). Immigrant Entrepreneurship in Sweden: Strategies for Firm Growth. Umeå School of Business and Economics.

Bonacich, E. (1973). “A theory of middleman minorities”, *American Sociological Review*, 38, 583–594.

Bourdieu, P. (1986). “The Forms of Capital”, Edt. J. E. Richardson, *Handbook of Theory of Research for the Sociology of Education*: Greenwood Press.

Brandstaitter, H. (1997). Becoming an entrepreneur- a question of personality structure? *Journal of Economic Psychology* Vol. 18 157-177.

Brzozowski, J., Cucculelli, M. ve Surdej, A. (2017). Transnational ties and

performance of immigrant entrepreneurs : the case of IT industry in Italy.  
International Migration © 2017 IOM International Migration Vol. 55 (3). ISSN  
0020-7985

Bula, H. O. (2012). Evolution and Theories of Entrepreneurship: A Critical Review on the Kenyan Perspective. *International Journal of Business and Commerce*. Vol. 1, No.11: Jul 2012[81-96].

Chen, W. ve J. Tan (2009). “Understanding Transnational Entrepreneurship Through A Network Lens: Theoretical and Methodological Considerations”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1079-1091.

Cuervo, Á., Ribeiro, D. ve Roig, S. (2007). *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*. Introduction. Library of Congress Control Number: 2006936629 ISBN 978-3-540-48542-1 Springer Berlin Heidelberg New York.

Çakmak, O. (2003). Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi. *Adnan Menderes Üniversitesi İİBF Dergisi*. Sayı: 8.

Çarıkcı, İ. H. ve Koyuncu, O. (2010). Bireyci-Toplumcu Kültür ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Yıl: 2 Sayı: 3 2010-Güz (s. 1-18)

Çiçekli, B. (Ed.). (2009). *Göç Terimleri Sözlüğü*. Uluslararası Göç Örgütü (IOM). Cenevre, İsviçre. ISSN 2074-6709.

Çitçi, U. S. (2011). *Örgüt Teorilerinde Yöneticinin Yeniden Konumlandırılması İçin Bir Araç Olarak Sosyal Ağlar*. Doktora Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sakarya, 2011.

Develi, I. (2011). *Entrepreneurship and Importance of Personality on Entrepreneurship: A Research on Trainees of Entrepreneurship Education Program*. *International Journal of Business And Management Studies International Journal of Business and Management Studies*, 3(1), 1309–8047.

Dimitratos, P., Buck, T., Fletcher, M. ve Li, N. (2016). The motivation of international

entrepreneurship: The case of Chinese transnational entrepreneurs. International Business Review. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.01.012>.

Drori, I., Honig, B. ve Ginsberg A. (2006). Transnational Entrepreneurship: Toward A Unifying Theoretical Framework. Academy of Management Best Conference Paper 2006 IM:Q1.

Drori, I., Honig, B. ve Ginsberg A. (2008). Toward a Practical Theory of Transnational Entrepreneurship: Understanding the Habitus of Cross-Cultural Affiliation. [https://legacy.wlu.ca/documents/30236/Toward a Practical Theory.pdf](https://legacy.wlu.ca/documents/30236/Toward%20a%20Practical%20Theory.pdf).

Drori, I., Honig, B. ve Wright, M. (2009). Transnational entrepreneurship: An emergent field of study. Entrepreneurship: Theory and Practice, 33(5), 1001–1022. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00332.x>

Dumrul, C. ve Dumrul, Y. (2014). Osmanlı İmparatorluğu'nun Kapitalist Paternde Sanayileşmesinin Önündeki Engeller Üzerine Bir İnceleme. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi – Sayı:23 (2014) - Doi: <http://dx.doi.org/10.11611/JMER248>

Dünya Gazetesi (2014). “Kadın girişimci sayısı ilk kez 100 bini aştı!” 07 Aralık. <https://www.dunya.com/ekonomi/kadin-girisimci-sayisi-ilk-kez-100-bini-asti-haberi-265070>

Ertan K. A. ve Ertan B. (2017). Türkiye'nin Göç Politikası. İktisat ve Sosyal Bilimlerde Güncel Araştırmalar. Cilt 1, Sayı 2: 7-39.

Edwards, A. (2016). UNHCR viewpoint: ‘Refugee’ or ‘migrant’ – Which is right? UNHRC. <https://www.unhcr.org/55df0e556.html>. (11 Temmuz 2016).

Emlakkulisi.com (2013). Birleşik Arap Emirlikleri inşaat sektöründe ilk sırada bulunuyor. <https://emlakkulisi.com/birlesik-arap-emirlikleri-inaat-sektorunde-ilk-sirada-bulunuyor/189318>

Fee, L. K. ve Rahman, M. M. (2014). From workers to entrepreneurs: Development of bangladeshi migrant businesses in the Republic of Korea. International Migration



- Frederick, H. H. ve Kuratko, D. F. (2010). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*, 2nd Asia-Pacific Edition.
- Günay, E., Atılgan, D. ve Serin, E. (2017). Dünya’da ve Türkiye’de Göç Yönetimi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. Cilt 7, Sayı 2: 37 – 60
- Hamilton, R. T. ve Harper, D. A. (1994). The Entrepreneur in Theory and Practice. *Journal of Economic Studies*, 21(6), 3–18.
- Hammarstedt, M. (2004). Immigrant self-employment in Sweden—An Analysis of Intragroup Differences, *Small Business Economics* 23: 115–126, 2004.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context *Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context*, 2, 1–26.
- Honig, B. (1998). What determines success? Examining the human, financial, and social capital of Jamaican microentrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 13, 371–394.
- International Organization for Migration (IOM) (2018). *World Migration Report 2018*. The UN Migration Agency. Geneva, Switzerland. ISSN 1561-5502. ISBN 978-92-9068-742-9. e-ISBN 978-92-9068-763-4. [http://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr\\_2018\\_en.pdf](http://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2018_en.pdf)
- İlhan, S. (2003). Sosyo-Ekonomik Bir Fenomen Olarak Girişimciliğin Oluşumunu Etkileyen Başlıca Faktörler. *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi* Güz 2003 Sayı 11.
- Jenssen, J. I. and Greve, A. (2002). Does the Degree of Redundancy in Social Networks Influence the Success of Business Start-ups? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol. 8, no. 5, pp. 254-267.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Entrepreneurship in Turkey*. 2010
- Güney, S. ve Nurmakhmatuly, A. (2007). Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve

Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt: 10 Sayı: 18 Aralık-2007, ss. 62-86

Kahraman, N. (2010). Transnational Entrepreneurship Activities of Bulgarian Turks. M.Sc. Thesis. Istanbul Technical University. Institute of Science and Technology.

Kariv, D., Menzies, T. V, Brenner, G. A.ve Filion, L. J. (2009). Transnational networking and business performance: Ethnic entrepreneurs in Canada. Entrepreneurship ve Regional Development, 21(3), 239–264. <https://doi.org/10.1080/08985620802261641>

Kaya, C. (2017). Mülteci Hakları Bağlamında Ayrımcılık Yasağı ve Geçici Özel Önlemler. I. Uluslararası Göç ve Mülteci Kongresi Bildirileri. Düzce Üniversitesi Yayınları; No.5. Kongreler;1. ISBN : 978-605-81933-6-9 © Düzce Üniversitesi, Eylül 2018 Sertifika No: 13869

Keskin, S. (2014). Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (9:1) 2014. Journal of Entrepreneurship and Development.

Kibassa, F. M. (2012). Small Business Research: Upon Finding Definitions of Entrepreneurship, Entrepreneur and Small Firms. European Journal of Business and Management, 4(15), 2222–2839.

Klyver, K., Hindle, H. ve Meyer, D. (2007). Influence of social network structure on entrepreneurship participation - A study of 20 national cultures. Int Entrep Manag J (2008) 4:331–347 DOI 10.1007/s11365-007-0053-0

Kritikos, A. S. (2014). Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth. DIW Berlin, University of Potsdam, and IZA, May 2014, Germany.

Lee, S. Y., Florida, R. ve Acs, Z. (2004). Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation. Regional Studies, 38(8), 879–891. <https://doi.org/10.1080/0034340042000280910>

Levie, J.D. ve Smallbone, D. (2009). Immigration, ethnicity and entrepreneurial

- behavior. In: Perspectives on Entrepreneurship Volume 1. Praeger Publishers.
- Lin, X. ve Tao, S. (2012). Transnational entrepreneurs: Characteristics, drivers, and success factors. *Journal of International Entrepreneurship*, 10(1), 50–69. <https://doi.org/10.1007/s10843-011-0082-1>
- Linan, F., Rodríguez, J.C. ve Rueda, J.M. (2005). Factors affecting entrepreneurial intention levels. 45th Congress of the European Regional Science Association, Amsterdam, 23-27 august 2005.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L. W. ve Bird, B. (2007). The Central Question in Entrepreneurial Cognition Research 2007. *Entrepreneurship Theory and Practice*. (1-27) January 2007.
- OECD (2014). Migration Policy Debates, May 2014.
- Olsen, S. ve Galamidi, B. (2009). Managing Social and Environmental Impact: A New Discipline For A New Economy. *Journal Of World Affairs*, 15(2), 43-56.
- Ojo, S. (2013). Diaspora Entrepreneurship: A Study of Nigerian Entrepreneurs in London. A thesis submitted in partial fulfilment of the requirements of the University of East London for the degree of Doctor of Philosophy.
- Özay, M. (2006). Güneydoğu Asya'nın İslâm Kültür ve Medeniyetine Katkısı Bağlamında Açe'de Bir Osmanlı Tekkesi :Dayah Tanoh Abee, 30, 191–213.
- Özkan, Ş., Emsen, Ö. S., Gündoğdu, F. ve Aksu, H. (2003). Türkiye'de Girişimcilik ve Belirleyicileri: Marmara ve Doğu Anadolu Bölgesi Üzerine Bir Uygulama. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. 58 (4), 145-172.
- Öztürk, İ. (2008). 2008 Girişimcilik Raporu. İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği. İstanbul.
- Portes, A. ve Sensenbrenner, J. (1993). Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action. *American Journal of Sociology*. Volume 98 Number 6 (May 1993): 1320-50.

- Portes, A., Guarnizo, L. E. ve Haller, W. J. (2002). Transnational entrepreneurs: An Alternative Form Of Immigrant Economic Adaptation. *American Sociological Review*, 67(2), 278-298.
- Praag, C. Mirjan Van (1999). "Some Classic Views On Entrepreneurship", *De Economist*. Vol. 147, No. 3, pp. 311-335.
- Pittaway, L. ve Freeman, W. A. (2011). *The Evolution of Entrepreneurship Theory Working*. Center for Entrepreneurial Learning and Leadership: Working Paper Series.
- Radulov, K. ve Shymanskyi, O. (2014). *Transnational Entrepreneurs: Implications of the Dual Background on Opportunity Recognition: A Case Study of Transnational Entrepreneurs in the Skane Region*, Lund: Lund University.
- Riddle, L., Hrivnak, G. A. ve Nielsen, T, M. (2010). Transnational diaspora entrepreneurship in emerging markets: Bridging institutional divides. *Journal of International Management* 16 (2010) 398-411
- Rusinovic, K. (2008). Transnational Embeddedness: Transnational Activities and Networks among First and Second Generation Immigrant Entrepreneurs in the Netherlands. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 34(3), 431–451. <https://doi.org/10.1080/13691830701880285>.
- Saxenian, A. L. (2002). *Transnational Communities and the Evolution of Global Production Networks: the Cases of Taiwan, China and India*. Forthcoming in *Industry and Innovation*, Special Issue on Global Production Networks, Fall 2002.
- Saxenian, A. L. (2005). From Brain Drain to Brain Circulation: Transnational Communities and Regional Upgrading in India and China. *Studies in Comparative International Development*, Summer 2005, Vol. 40, No. 2, pp. 35-61.
- Sajjad, S. I., Shafi, H. ve Dad, A. M. (2012). Impact of Culture on Entrepreneur Intention. *Information Management and Business Review* Vol. 4, No. 1, pp. 30-34, Jan 2012 (ISSN 2220-3796).

- Sequeira, J. M., Carr, J. C. ve Rasheed, A. (2009). Transnational entrepreneurship: Determinants of firm type and owner attributions of success. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(5), 1023–1044. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00333.x>
- Schiller, N. G., Basch, L. ve Blanc-Szanton, C. (1992). "Transnationalism: A new analytic framework for understanding migration." *Annals of the New York Academy of Sciences*.
- Shane, S. ve Venkantaraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review* 2000. Vol.25, No. 1,217-226.
- Shaw, V. ve Darroch, J. (2004). Barriers to Internationalisation: A Study of Entrepreneurial New Ventures in New Zealand. *Journal of International Entrepreneurship* Vol.2, pp.327–343
- Stoyanov S., Woodward, R. ve Stayanova, W. (2017). The Embedding of Transnational Entrepreneurs in Diaspora Networks: Leveraging the Assets of Foreignness. *Management International Review*. DOI 10.1007/s11575-017-0336-9
- Strüder, I. R. (2003). Do concepts of ethnic economies explain existing minority enterprises? The Turkish speaking economies in London, (December), 34. Retrieved from <papers://517ae4fd-166e-4608-8d88-54552c4c558e/Paper/p458>
- Styan, D. (2007). The security of Africans beyond borders: Migration, remittances and London's transnational entrepreneurs. *International Affairs*, 83(6), 1171–1191. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2346.2007.00680.x>
- Szanto, Z. (1995). Social embeddedness of the economy. *Revija za sociologiju*, Vol XXVI. (1995), No 3-4: 205-208
- Terjesen, S. ve Elam, A. (2009). Transnational entrepreneurs' venture internationalization strategies: A practice theory approach. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(5), 1093–1120. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00336.x>

- T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (2014). Geçici Koruma Sağlanan Yabancıların Çalışma İzinlerine Dair Uygulama Rehberi. Çalışma Genel Müdürlüğü.
- T.C. İçişleri Bakanlığı (2017). Türkiye Göç Raporu 2016. T.C. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü Yayınları Yayın No: 40. Nisan, 2017.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı (2015). Startejik Eylem Planı 2015-2018. [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPTemelBelge/files/n4JRw+GISEP\\_2015-2018\\_.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPTemelBelge/files/n4JRw+GISEP_2015-2018_.pdf)
- TÜİK (2017). Girişimcilik. Haber Bülteni. 1 Mart 2017 <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24870>.
- TÜSİAD (2002). Türkiye’de Girişimcilik. Aralık 2002 (Yayın No. TÜSİAD-T/2002-12/340).
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs (2015). Trends in International Migrant Stock: Migrants by Destination and Origin (United Nations database, POP/DB/MIG/Stock/Rev.2015).
- Van Der Kuip, I. ve Zoetermeer, I. V. (2003). Early Development of Entrepreneurial Qualities: the Role of Initial Education. <http://ondernemerschap.panteia.nl/pdf-ez/n200311.pdf>.
- Varma, R. (2011). Transnational Migration and Entrepreneurialism: Indians in the U.S. Technology Sector. *Perspectives on Global Development and Technology*, 10(2), 270–287. <https://doi.org/10.1163/156914911X582422>
- Wennekers, S. ve Thurik, A. R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics* 13: 27–55.
- World Economic Forum (2011). Global Entrepreneurship and the Successful Growth Strategies of Early-Stage Companies. World Economic Forum USA Inc. & Stanford University.

Yeung, H. W.-C. (2002). Entrepreneurship in International Business: An Institutional Perspective. *Asia Pacific Journal of Management*, 19(1), 29–61.  
<https://doi.org/10.1023/A:1014887523110>

Zhao, X., Li, H. ve Rauch, A. (2012). Cross-country Differences in Entrepreneurial Activity: The Role of Cultural Practice and National Wealth. *Frontiers of Business Research in China*. (1-25). DOI: 10.3868/s070-001-012-0021-0. ISSN: 16737326

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

## EK

### MÜLAKAT SORULARI

#### Sayın Katılımcı,

Bu araştırma Türkiye’deki göçmen girişimcilerin girişimciliklerini etkileyen faktörleri, göç ettikleri ülke ile olan sosyal ve ekonomik ilişkilerini ve üçüncü ülkelerle yaptıkları ticari faaliyetleri konu edinmektedir. Araştırmamıza değerli görüşlerinizle destek vermeniz sayesinde, ülkemizdeki göçmen girişimcilerin göç ettikleri ülke ile ve üçüncü ülkelerle ticaretleri olup olmadığı, varsa bu ticareti etkileyen sebepleri tespit konusunda bize olumlu katkılar sağlayacaktır. Elde edilen bilgiler bilimsel amaçlar dışında kullanılmayacak ve kesinlikle gizli tutulacaktır. Bu çalışmaya göstereceğiniz ilgi için şimdiden teşekkür ederim. Talha FIRAT. Sakarya Üniversitesi, Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Öğrencisi. İletişim bilgileri: mail: [talha.firat@ogr.sakarya.edu.tr](mailto:talha.firat@ogr.sakarya.edu.tr) Tel: 0537 770 69 92

#### Mülakat Soruları

##### *Bölüm 1: Girişimcinin ve girişimsel sürecin keşfi*

1. Bu çalışma göçmen girişimciler üzerine bir araştırma olduğu için etnik kökeninizi ve doğum yılınızı ve yerinizi sormakla başlamak istiyorum.
2. Bana kısaca nasıl bir yaşam öykünüz olduğundan bahseder misiniz? Hayat sizi nereden nerelere sürükledi, neler yaptınız, nerelerde okudunuz, ne işler yaptınız? Detaylı bir hayat öyküsü diyelim buna.
3. Eğitim seviyesiniz, eğitiminizi hangi ülkede aldınız ve ne üzerine eğitim aldınız?
4. Hayat öykünüzü paylaşırken pek çok şeye değindiniz ama unuttuğunuz bir şey varsa diye tekrar sormak istiyorum, bu işe başlamadan önce mesleğiniz neydi? Ya da daha önce ne tür işlerle uğraştınız? Yaptığınız bu işlerde hiç yurtdışında bulunmak durumunda kalmış mıydınız? Yani uluslararası bir tecrübeniz var mıydı?
5. Mevcut girişiminizi gerçekleştirme fikri ilk ne zaman ve nasıl oluştu? Sizi girişimde bulunmaya sevk eden, motive edici faktör ya da olaylar nelerdi?



## ***Bölüm 2: Girişimciliği etkileyen etmenler***

Girişimcilik çok araştırılan bir konu, hal böyle olunca girişimciliği etkileyen, onu şekillendiren pek çok etmeden bahsedilmektedir. Şimdi size daha önceki araştırmalarda önemine vurgu yapılan konularla ilgili sorular yöneltmek istiyorum.

**6.** Girişimciliğin oluşmasında, girişimcinin yetişmesinde ailenin öneminden bahsedilmektedir. Ailenizde sizden başka girişimci var mı (baba, kardeş, amca, dayı vb.)? Varsa onlar ne iş yapıyorlar? Memleketler mi yoksa onlar da göçmenler mi? Onların girişimci olması sizin girişimci olmanızda etkili olmuş mudur?

**7.** Yine araştırmaların dediğine göre göçmen girişimciler için geldikleri ülkenin yani memleketlerinin makro şartları (yani ekonomik, siyasi, sosyal ortamı ve rekabet şartları) etkili bir etmen olabilmektedir. Rica etsem köken ülkenizin siz Türkiye'ye gelirken ki halini resmeder misiniz? Şartlar nasıldı?

**8.** Bir başka araştırmada aynı şekilde alıcı ülkenin yani göçmenin yerleştiği ülkenin şartlarının da etkili olduğu ifade edilmektedir. Siz niçin Türkiye'yi tercih ettiniz? Geldiğinizdeki Türkiye'nin ekonomik, siyasi, sosyal durumundan ve rekabet şartlarından bahseder misiniz?

## ***Bölüm 3: Köken ülke ve üçüncü ülke ilişkileri***

**9.** Göç ettiğiniz ülke ile ilişkiniz devam ediyor mu? Tedarikçi, insan kaynağı, finansman ihtiyacını temin amaçlı köken ülkede görüştüğünüz kişiler var mı? Ne sıklıklar onları ziyarete gidirsiniz? Normalde memleketinize (göç ettiğiniz ülke) ne sıklıkla gidersiniz?

**10.** Memlekete (göç ettiğiniz ülke) gittiğinizde neler yaparsınız? Memleketle bağlantınızı nasıl tanımlarsınız?

**11.** Eğer göç ettiğiniz ülke ve Türkiye arasında iş ilişkisiniz varsa iki ülke arasında faaliyet yürütmenin avantajları ve dezavantajları nelerdir?

**12.** Memleketinizde ya da Türkiye'de işlerinizi yürütürken sosyal ilişkilerinizden örneğin tedarikçi ve müşteri bulmada, ortaklıklar kurmada ya da ürün ve hizmetlerinizi geliştirmede eş-dost, arkadaş, diğer göçmenlerden yararlanıyor

musunuz? Kendinizi bu ilişkilerden faydalanma konusunda yeterli buluyor musunuz?  
Evet ise nasıl, hayır ise niçin olduğunu söyler misiniz?

**13.** Türkiye ve göç ettiğiniz ülke dışında başka ülkelerde faaliyet gösteriyor musunuz?  
Varsa bunlar hangileri? Niçin bu ülkeleri tercih ettiniz? Ülkelerin belirlenmesinde etkili olan şeyler nelerdir? Kaç yıldır orada/oralarda faaliyet yürütüyorsunuz?

Ya da işinizin uluslararası bir boyutu var mı? Örneğin yabancı tedarikçi ya da müşterileriniz var mı?

**14.** Mülakat soru ve cevapları ile ilgili çıkabilecek izaha muhtaç noktaların düzeltilmesi amacıyla iletişime geçebilmek için e-mail adresinizi ve telefon numaranızı alabilir miyim?

İletişim Bilgileriniz:

E-mail:

Tel:

Sorularımı yanıtladığınız için çok teşekkür ederim.

## ÖZGEÇMİŞ

Talha FIRAT 1989 yılında Adapazarı'nda doğdu. 2012 yılında Kocaeli Üniversitesi İşletme Bölümünden mezun oldu. 2013 yılında Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümünde yüksek lisans öğrenimine başladı. 2014 yılından beri Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi Uluslararası Ticaret Bölümünde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaktadır. Lisans ve yüksek lisans öğrenimleri sırasında öğrenci değişim programları ile Litvanya ve Almanya'da bulundu. İleri derece İngilizce, orta derece Rusça bilmektedir.