

**DİSİPLİNLER ARASI PERSPEKTİFTEN GİRİŞİMLİĞE BAKIŞ:
İKTİSAT, PSİKOLOJİ VE SOSYOLOJİNİN GÖZÜNDEN
GİRİŞİMCİLİK**

**THE OVERVIEW OF ENTREPRENEURSHIP FROM
INTERDISCIPLINARY PERSPECTIVE: ENTREPRENEURSHIP FROM
THE EYES OF PSYCHOLOGY, SOCIOLOGY AND ECONOMY**

Esra SİNCER

Arş. Gör., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü

ÖZET

Girişimcilik son dönem üzerinde durulan ve birçok disiplinin ilgi alanı içerisine dahil olan disiplinler üstü bir alandır. Her disiplin kendi bakış açısıyla girişimciliği değerlendirmekte olup girişimciliğe ilişkin tek bir tanımlama yapılamamaktadır. Hakim iktisat teorisinde girişimcilik sürecinden öte girişimcilik faaliyetlerinin sonuçlarına odaklanılmaktadır. Halbuki iktisat, psikoloji ve sosyoloji perspektiflerini içeren girişimcilik yaklaşımlarında; girişimciliği etkileyen iktisadi ve iktisadi olmayan faktörlerin birlikte değerlendirilmesi mümkün olmaktadır. İktisadi olmayan faktörlerin girişimciliğin temel belirleyicilerinden olmasına rağmen neo klasik modellerin hata terimleri kapsamına sığdırılmaya çalışılması, girişimciliği salt iktisadi bakış açısıyla değerlendirmenin eksikliğini ortaya koymaktadır. Buradan hareketle literatürde girişimciliği disiplinler arası bakış açısıyla değerlendiren çalışma sayısı hızla artmaktadır. Ancak girişimciliğe ilişkin literatür değerlendirmesi yapan çalışmalardan büyük kısmı yalnızca tek bir disiplin çerçevesinde konuyu ele almaktadır. Psikoloji, sosyoloji ve iktisadın girişimcilik yaklaşımına ilişkin literatür değerlendirmesine dayalı çalışmada, literatürdeki diğer birçok çalışmadan farklı olarak girişimcilik literatürü bütüncül perspektiften değerlendirilmiş olmaktadır. Buradan hareketle çalışmada öncelikle; genel çerçevede girişimcilik değerlendirmesi yapılmakta sonrasında literatürdeki çalışmalardan yola çıkılarak sırasıyla hakim iktisat teorisi, psikoloji ve sosyoloji disiplinlerinin girişimcilik yaklaşımları ele alınmaktadır. Bu yolla hem disiplinler arası girişimcilik çalışmaları için hareket noktası oluşturulmuş olmakta hem de literatürdeki eksiklik tamamlanmış olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Girişimcilik, Kişilik Özellikleri, Sosyal Normlar, İktisat Teorisi*

ABSTRACT

Entrepreneurship is a supra-disciplinary study field which is lately emphasised and taken place within many disciplines field of interest. All disciplines evaluated entrepreneurship with respect to their perspectives so there is not unique description of entrepreneurship. Mainstream economy focuses on the consequences of entrepreneurship activities rather than entrepreneurship process. But in entrepreneurship approaches consist of economy, psychology and sociology perspectives, the simultaneous assessment of economic and non-economic factors affecting entrepreneurship could be possible. Despite the non economic factors have been the main determinants of entrepreneurship, they have been tried to fit in to the error terms of neoclassical models. This reveals the insufficiency of the assesment of entrepreneurship mere with economic perspectives. Starting from this point of view the number of studies assessing entrepreneurship with inter disciplinary perspectives are soaring. But the large part of the studies about the literature review of entrepreneurship are assessing the subject only with the perspective of one discipline. This study about the literature review of the entrepreneurship approaches of psychology, sociology and economy disciplines, assessing the entrepreneurship with holistic view differently from many studies. From this point of view inside this study firstly the entrepreneurship is assessed with general framework. Than, the economic, psychologic and sociologic approaches of entrepreneurship based on the literature review are assessed respectively. By this way both the starting point for inter disciplinary entrepreneurship studies has been formed and the literature gap has been filled.

Keywords: *Entrepreneurship, Social Norms, Economic Theory, Personality Traits*

GİRİŞ

Girişimcilik son dönem üzerinde durulan ve birçok disiplinin ilgi alanı içerisine dahil olan disiplinler üstü bir alandır. Özellikle Sovyet Cumhuriyeti'nin merkezi planlamaya dayalı ülkelerinin serbest piyasa ekonomisi haline gelmesi, Güney Amerika Venezuela ve Arjantin'deki büyük devlet işletmelerinin özelleştirilmesi, İngiltere'de birçok temel devlet hizmetinin özel işletmelere bırakılması, neoliberal politikaların hakimiyetinin artması ile mal ve hizmetlerin özel girişimci eliyle üretilmesi ve sunulması gibi gelişmeler girişimciliği her geçen gün daha önemli hale getirmektedir. Girişimcilik alanının bu kadar çok çalışılmasındaki en önemli etkenlerden bir diğeri ise girişimciliğin iktisadi kalkınma ve gelişmenin motoru olarak görülmesidir. (Bygrave,1993: 256) Şöyle ki Baumol; girişimciliği iktisadi gelişmenin temel bileşenlerinden biri olarak görmekte ve sermaye birikimi ve işgücündeki artışın toplumun üretim düzeyini arttırmada tek başına yeterli olamayacağını belirtmektedir. Kaldı ki üretim düzeyindeki artış; iktisadi gelişmenin bileşenlerinden biri olmaktadır. Baumol Solow'un 1909-1949 yılları arasındaki Amerikan verilerini kullanarak yapmış olduğu çalışmada iktisadi büyümenin %87,5' inin teknik gelişmeyle açıklanabileceğini, teknik gelişmenin kaynağının ise girişimcilik faaliyeti ve girişimci olduğunu belirtmektedir (Baumol,1968: 65-66). Girişimcilik faaliyeti yeniliğin (teknik gelişmenin) gerçekleştirilmesi, yayılması ve yeni fikirlerin uygulamaya geçirilmesinde etkin olan en temel faaliyet alanı olmakla birlikte, aynı zamanda üretim artışı, yeni iş alanı yaratılması, piyasaların yeniden düzenlenmesi ve yapısal uyum konularında göz ardı edilemeyecek düzeyde katkı sağlamaktadır (Emami ve Nazari, 2012; Mitchell vd., 2000).

Literatürdeki girişimcilik çalışmaları girişimciliği ele alış tarzlarına göre temelde iki kısma ayrılabilir. Birinci kısımda yer alan çalışmalar; neden bireyler girişimci olmayı tercih etmektedir sorusuna cevap ararken diğer kısımdakiler girişimci sayısında bölgeler arası farklılığı; normatif, yapısal ve kurumsal değişkenler yardımıyla açıklamayı hedeflemektedir. Bu bağlamda girişimcilik çalışmaları mikro ve makro yaklaşımlara dayalı çalışmalar olmak üzere iki kısma ayrılmaktadır. Neden bireyler girişimci olmayı tercih eder sorusuna cevap aranan mikro yaklaşımda girişimcilik faaliyetini gerçekleştiren girişimci merkezli değerlendirmeler yapılmaktadır. Bölgeler arası girişimcilik farkını açıklamayı hedeflemiş olan makro yaklaşımlarda ise girişimciliğin gerçekleştirildiği bölgedeki çevresel koşullar, kültür ve iktisadi koşulların girişimciliğe etkisi bağlamında değerlendirme yapılmaktadır (Zelekha vd., 2014: 748).

Gerçekleştirilen çalışmanın hangi yaklaşım kapsamında olduğundan bağımsız olarak öncelikle, girişimcilik kavramının zihinlerde açıklığa kavuşturulabilmesi önem taşımaktadır. Bundan ötürü girişimciliğin kavramsal tanımlamalarını yapan ve girişimciliği farklı disiplinlerin bakış açılarıyla değerlendirmeyi amaçlayan çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Literatürde girişimciliği kendi disiplininin bakış açısıyla değerlendiren ve bu bağlamda girişimcilik teorilerini ortaya koyan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Ancak aynı çalışma içerisinde birden çok disiplinin girişimcilik teorilerini ortaya koymayı hedeflemiş çok fazla çalışmaya rastlanmamaktadır. Hali hazırda gerçekleştirilen çalışma; iktisat, psikoloji ve sosyoloji disiplinlerinin girişimciliğe bakış açısını ve bu bağlamda literatürde gerçekleştirilen çalışmaları tek bir çalışma kapsamına dahil etmeyi planlamaktadır. Bu yolla girişimciliği disiplinler arası yaklaşımla değerlendirmeyi amaçlayan bundan sonraki çalışmalar için hareket noktası olmayı hedeflemektedir. Buradan hareketle çalışmanın birinci bölümü; kavramsal olarak girişimciliğin tanımlanmasına ayrılmaktadır. Sonraki bölümlerde ise sırasıyla hakim iktisat teorisi, sosyoloji disiplini ve psikoloji disiplinlerinin girişimcilik yaklaşımları değerlendirilmektedir. Sonuç ve değerlendirmelerin yapılmasıyla çalışma tamamlanmış olmaktadır.

1.GİRİŞİMCİLİK NEDİR?

Köken olarak girişimcilik kavramı; 13.yy'da ortaya çıkan Fransızca '*entreprendre*' kelimesine dayanmaktadır. "*Entreprendre*" bir şeyin yapılması ya da bir şeye girişmek anlamında kullanılmaktadır. 16.yy itibariyle girişimcilik kelimesi yeni bir iş yatırıma girişmek anlamında kullanılmaktadır. Bunun yanında girişimciliğin kavramak ve keşfetmek anlamları da bulunmaktadır. Girişimcilik olgusu 15. y.y.' da biraz anlam değiştirerek özellikle savaş döneminde risk alma davranışına karşılık gelmekte ve risk alan bireyler girişimci olarak nitelendirilmektedir. 16. yy. itibariyle kavram; risk alma pahasına üretim faktörlerini birleştirerek üretimde bulunma faaliyeti olarak tanımlanmaktadır (Formanini, 2001:3). Ancak girişimciliğe ilişkin herkesin hem fikir olduğu temel ve tek bir tanımlama yapmak mümkün değildir. Bunda girişimciliğin iktisat, sosyoloji, psikoloji, coğrafya, yönetim, finans gibi farklı disiplinler tarafından çalışılan çok disiplinli bir konu olması ve farklı alanlardan beslenmesi etkili olmaktadır (Bula, 2012: 81). Gartner girişimcilik kavramının 90, Morris ise 77 farklı tanımının bulunduğunu belirtmektedir. Daviddson girişimciliği sosyal boyutta girişimcilik ve akademik boyutta girişimcilik olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Sosyal boyutta girişimcilik; tüketiciye yeni seçenek sunma, rekabet halindeki üreticiye ise ürünlerini değiştirme zorunluluğu getirme yoluyla piyasada değişiklik yaratacak faaliyetlerin başlatılması biçiminde

tanımlanmaktadır. (Landström; 2005: 10-11; Daviddson, 2004: 10). Girişimciliğin akademik boyutta tanımlanması üç temel yaklaşım çerçevesinde olmaktadır. Bu yaklaşımlar; girişimciliğin piyasa içerisindeki fonksiyonuna göre tanımlanması, girişimciliğin girişimci birey üzerinden tanımlanması ve girişimciliğin süreç olarak tanımlanmasıdır. Girişimciliği piyasa içerisindeki fonksiyonuna göre tanımlayan çalışmalarda beş temel girişimci fonksiyonu belirlenmektedir. Bunlar; girişimcinin risk alma fonksiyonu, girişimcinin yenilikçi olma ve yeni olanak yaratma fonksiyonu, girişimcinin sınırlı kaynakların düzenleyicisi olma fonksiyonu, girişimcinin uyanık bir şekilde olanakların araştırmacısı olma fonksiyonu ve girişimcinin kapitalist olma fonksiyonudur (Landström, 2005: 13-14).Girişimciliği fonksiyonel bağlamda tanımlayan çalışmalara göre girişimcilik; yeni olanakların keşfedilmesi ve bu olanaklardan yararlanılması için yeni bir girişimin oluşturulması durumuna karşılık gelmektedir. (Bygrave ve Hofer, 1991:14; Bygrave, 1993: 257) Bu kapsamda girişimcilik; risk alma, inovasyon ve proaktifliği içeren davranışlar olarak tanımlanabilmektedir. Girişimcilik bu bağlamda; bir yerde Schumpeter'in yenilikçi girişimcisinin faaliyetlerini, Knight'ın risk alan girişimcisinin faaliyetlerini ve yeni olanaklar yaratma yeteneği ve hayal gücünü birleştiren girişimcilik faaliyetlerini içermektedir. Öyle ise fonksiyonel anlamda girişimciliği; bireylerin gerek bireysel olarak gerekse bir firmanın çatısı altında fırsatların peşinde koşma süreci olarak tanımlamak da mümkündür (Cuervo vd,2007:3).

Olanakların değerlendirilmesine ilişkin çalışmalar özellikle 1990'lı yıllardan sonra popülerlik kazanmakta olup girişimcilik bu çerçevede tanımlanmaya başlanmaktadır. Buna göre Timmons girişimciliği olanakların yaratılması ya da keşfedilmesi ve keşfedilen olanakların eldeki kaynaklara bakılmaksızın değerlendirilmesi süreci olarak tanımlamaktadır. Olanakların değerlendirilmesine ilişkin çalışmalarda; olanakların kaynakları, olanakların belirlenme ve değerlendirilmesi süreci ve olanakları belirleyen ve değerlendiren kişilerin kimler olduğu üzerinde durulmaktadır. Esasen bu bağlamda süreç yaklaşımları ve kişilik yaklaşımları bir araya getirilmektedir (Fayolle, 2007: 37-39). Bunun yanında fonksiyonel anlamda girişimciliği yeni bir değer yaratma süreci olarak tanımlayan çalışmalara da rastlamak mümkündür. Ahmetoğlu (2014) çalışmasında literatürde en çok üzerinde durulan girişimcilik fonksiyonlarından birinin değer yaratma olduğunu vurgulamaktadır. (Ahmetoğlu, 2014) Benzer şekilde Schumpeter'in yenilikçi girişimcisinden de beklenen değer yaratma fonksiyonunu yerine getirmesidir. Sonuçta değer yaratmayan bir yenilikçilik faaliyeti kuru bir teknik icattan öteye geçememektedir (Fayolle, 2007: 45-48; Bull ve Willard, 1993:183). Girişimciliği girişimci birey üzerinden tanımlayan çalışmalar genellikle davranışsal bilimler

içerisinde yer almaktadır. Davranışçılar genellikle “girişimci kimdir?” ve “niçin faaliyette bulunur?” sorusuna yönelmektedir. Burada girişimciliğe yönelik tanımlamalar genellikle girişimcinin kişilik özellikleri ile tercih ve davranışlarının kökeni üzerinden gerçekleştirilmektedir (Landström, 2005: 14-16).

Girişimciliği süreç olarak ele alan çalışmalar ise ‘girişimcilik nasıl ortaya çıkmaktadır?’ sorusunu temel almaktadır. Girişimciliği süreç olarak ele alan çalışmaların en temel özelliği; girişimciliğe iktisadi faaliyet ya da kişilik özellikleri gibi tek bir pencereden bakmak yerine farklı pencereleri bir araya getiriyor olmasıdır. Bu bakımdan süreç yaklaşımları ile girişimciliğin çok boyutlu değerlendirmesi sağlanmaktadır (Landström, 2005: 18; Fayolle, 2007: 34). Gartner (1988) girişimciliği yeni bir firmanın yaratılması süreci olarak tanımlamaktadır. (Gartner, 1988). Bygrave ve Hofer (1991) yine aynı kapsamda girişimciliği olanakların farkına varma ve fark edilen olanakları değerlendirmeye ilişkin işletme kurma süreci olarak tanımlamaktadır (Bygrave ve Hofer, 1991: 14). Girişimciliği süreç olarak ele alan çalışmalar; genellikle yeni bir işletmenin ortaya çıkış süreci üzerinde durmakta olup işletme kurma niyetine ve işletme oluşmadan önceki sürece vurguda bulunmaktadır. Bu süreçte yer alan girişimci literatürde “*nascent girişimci*” olarak adlandırılmaktadır. Bunun yanında bu grupta yer alan çalışmalar; farkedilen olanakların nasıl değerlendirildiği, farklı mal ve hizmetlerin nasıl keşfedildiği ve farklı mal ve hizmetlerin kimler tarafından ve ne tür sonuçlar yaratarak oluşturulduğu üzerinde durmaktadır (Landström,2005:9; Gartner,1988).

İşletme kurulmadan önceki sürece ilişkin çalışmaların bir kısmı girişimciliğin ortaya çıkmasında etkili olan faktörler üzerinde durmaktadır. Başka bir ifadeyle bu tür çalışmalarda girişimci olma sürecini etkileyen faktörler çerçevesinde girişimcilik ele alınmaktadır. Bu kapsamda; girişimciliğin ortaya çıkmasında etkili olan faktörler temelde üç başlık altında değerlendirilebilmektedir. Bunlardan birisi girişimciyi girişimci olmayan bireylerden ayıran ve girişimciye özgü kişilik özellikleridir. Bu kişilik özelliklerinden bazıları; risk alabilme, belirsizlikle karşı karşıya gelme isteği, bağımsızlık isteği, içsel kontrol odağı, yenilikçilik, yaratıcılık, proaktif kişilik, özgüven ve başarıya güdüsüdür. Bir ikinci faktör girişimciliği teşvik eden ekonomik ve çevresel faktörlerdir. Piyasanın büyüklüğü, teknolojik değişimin yarattığı dinamikler, piyasanın yapısı gibi faktörler buna örnektir. Üçüncü faktör ise; kurumların fonksiyonu, kültür ve toplumsal değerlerdir (Cuervo vd,2007:4; Fuduric,2008; Ahmetoğlu vd., 2014: 59). Buna göre girişimciliği süreç olarak ele alan çalışmalarda girişimcilik; sosyoloji, psikoloji ve iktisat disiplinlerinin ortak yaklaşımları çerçevesinde

değerlendirilmiş olmaktadır. Girişimciliği süreç olarak ele alan, birey üzerinden tanımlayan ve fonksiyonel bağlamda tanımlayan çalışmalara ek olarak girişimcilik; Johannisson'un tanımında olduğu gibi tek bir girişimcinin davranışlarından öte birden çok birey arasındaki etkileşim bağlamında da ele alınmaktadır. Bu durumda girişimciliğin temel vurgusu sosyal ağların oluşması ve bireyler arası ilişki düzeyine indirgenmektedir (Delmar,1996:5-6). Landstroom'un da ifade ettiği gibi girişimcilik çok disiplinli bir alan olup bireysel boyuttan toplumun bütününe yani özelden genele genişletilebilen birçok çalışma alanının kapsamı ve tanımlamasına dahil edilebilmektedir.

Girişimciliği analiz eden her bir disiplin alana ilişkin kendi sorularını sormakta, her bir çalışmanın kendine has amacı olmakta ve kendine has ölçme yöntemi bulunmaktadır. Bundan ötürü girişimciliğin birden çok ve birbirinden farklı tanımlamalara sahip olması şaşırtıcı olmamaktadır. Kısaca bahsedilen bu tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere 200 seneden fazla süredir girişimcilik kavramı tanımlanmaya çalışılmakta ve kavrama ilişkin birçok tanım yapılmaktadır. Süreçte girişimcilik kavramı gelişim ve değişime uğramaktadır. Bu çerçeveden bakıldığında önemli olan girişimciliğin sosyal, kültürel, tarihsel ve psikolojik boyutlarıyla değerlendirilmesi, yalnızca piyasada yer alan iktisadi bir olguya indirgenip saf iktisadi analizlere sıkıştırılmamasıdır (Emami ve Nazari, 2012: 59; Zafirovski, 1999: 351). Buradan hareketle çalışmanın bir sonraki kısımları; sırasıyla iktisat, psikoloji ve sosyoloji disiplinlerinin bakış açılarıyla girişimciliğin değerlendirilmesine ayrılmaktadır.

2. HAKİM İKTİSAT TEORİSİNDE GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik kavramının iktisat teorisindeki karşılığı, iktisat teorisinin çözüm bulmaya çalıştığı problemlerin dinamik ve statik nitelikte olması ile bağlantılı olarak değişiklik göstermektedir. Şöyle ki 18. yy' daki iktisat teorisi iktisadi gelişmenin sağlanması problemine çözüm aramakta olup bu sorun dinamik nitelik taşımaktadır. Benzer şekilde 20. yy'da Schumpeter "*İktisadi Kalkınma Teorisi*" adlı çalışmasında dinamik bir girişimci tipi yaratmaktadır. Bu tür girişimci; liderlik vasfına sahip, dinamik ve yenilikçi olup iktisadi dengesizlik yaratmaktadır. Schumpeter ile birlikte diğerlerinden farklı bir girişimci profili ortaya çıkmaktadır (Hebert ve Link,2006:1-2; Schumpeter, 2013: 71).

Buna karşılık iktisat biliminin başlangıç döneminde girişimci ürün ve üretim faktörleri piyasasının merkezinde yer alan iktisadi ajandır. Smith'den önceki süreçte girişimci ile kapitalist özdeşleştirilmekte ve girişimcilik kavramı belirsizleşmektedir. Daha sonraki süreçte Marx kapitalizmin dinamiklerini değerlendirirken kapitalist ve girişimciyi özdeşleştirmekte ve her ikisini de aşağılamaktadır. Bu noktadan sonra girişimcilik kavramı yeniden silikleşmektedir. Yüz yıllık gelişimden sonra geleneksel iktisat Marks'ın köktencilğini eleştirmekte ve daha çok sınırlı kaynakların nasıl etkin şekilde dağılacığı konusu ile ilgilenmektedir. Bu kapsamda iktisat teorisinin genel denge teorisi çerçevesinde yeniden dizayn edilmesi ile girişimcilik kavramı tekrar göz ardı edilmektedir (Hebert ve Link,2006:2).

Casson (2003) Ortodoks iktisat ve neoklasik iktisatta girişimcilik kavramının göz ardı edilmesi ile, iktisadi girişimci teorisinin oluşumunun engellendiğini ortaya koymaktadır. Casson (2003)'a göre Ortodoks iktisat teorisi bireylerin ve iktisadi sistemlerin, iktisadi sisteme yönelik değişime uyum sağlama sürecine ilişkin tatmin edici bilgi sunmamaktadır. Basit neoklasik iktisat teorisi de süreçten öte sonuçla ilgilenerek basit varsayımlarla durumu açıklamaya çalışmaktadır. Neoklasik iktisatta rekabet dengesi detaylı bir şekilde analiz edilmekle birlikte süreç üzerinde durulmamış olup, Neoklasik iktisatçıların piyasasında girişimciye ihtiyaç duyulmamaktadır (Casson,2003:9-12) .

Neoklasik iktisatta ve Ortodoks iktisatta girişimciye ihtiyaç duyulmamasında her iki okulun da piyasayı kişiliksizleştirilmesi etkili olmaktadır. Neoklasik iktisatta kişilikleştirme yalnızca tüketicinin tüketime yönelik tercihleri ile sınırlı kalmaktadır. Buna göre piyasada yer alan aktörler birbirlerine Ortodoks iktisatta Adam Smith'in görünmez eliyle, neoklasik iktisatta ise tam rekabet piyasası varsayımları ile bağlı olmaktadır. Halbuki ihtiyaç duyulan Adam Smith'in görünmez elinden öte durumları başka insanlardan daha farklı algılayan ve bu yolla piyasadaki kaynak dağılımını etkileyen girişimcinin görünür elinin değerlendirilmiş

olmasıdır (Casson, 2003: 13). Neoklasik iktisat okulu girişimciye yer vermemekle birlikte yer verdiği noktada ise girişimcileri dördüncü üretim faktörü olarak görmektedir. Bu yolla girişimciyi kaynak dağılımı ve koordinasyonu ile firma adına karar vermeden sorumlu tutmaktadır. Ancak tahmin edileceği üzere girişimcinin firma adına karar verme sorumluluğu da beklenen fayda maksimizasyonu çerçevesinde Neuman ve Morgenstern'in, tercihlerde bütünlük, bağımsızlık ve mükemmellik gibi belirsizlik altında karar verme aksiyomlarına indirgenmektedir. Dolayısıyla neoklasik iktisatçılar girişimciye yer verdikleri zaman da gerçek girişimciden öte hipotetik ve temsili girişimci profili üzerinde durmaktadır (Endres ve Woods, 2006:191).

Buna karşılık Avusturya Okulu'na mensup iktisatçılar girişimcinin kar maksimizasyonu dışında kendisine özgü doğası olduğunu ortaya koymaktadır. Bu yolla iktisada canlılık katmak isteyen Avusturya Okulu mensupları, Neoklasiklerin rasyonel en çoklaştırma ya da piyasa dengesine uygun olarak dışsal kabul ettikleri girişimci davranışlarını yeniden göz önünde bulundurmaktadır (Cowen, 2003:5-6). Neticede daha önce bahsedildiği üzere hemen hemen tüm iktisadi kavramlarda olduğu gibi girişimcilik kavramı da ele alındığı dönem ve ele alan iktisadi okulun perspektifinden etkilenerek farklı anlamlara karşılık gelmekte ve farklı önem derecesine sahip olmaktadır. Şöyle ki az önce de izah edildiği üzere kimi okullarda dışsal olarak ele alınmış ve kendisine yer verilmemiş olmakla beraber kimi okullarda merkezi rol üstlenmektedir. Buradan hareketle hakim iktisat teorisinde girişimciliğe ilişkin literatür değerlendirmesi yapmak isteyen çalışmalara derli toplu bir referans sunmak amacıyla; farklı okullar perspektifinde iktisadın girişimciliği ele alışı aşağıdaki tabloda özetlenmektedir.

Tablo 1. Farklı İktisadi Okulların Bakış Açısıyla Hakim İktisat Teorisinde Girişimcilik

Fizyokratlar	Klasikler	Neoklasikler	Avusturya İktisat Okulu	Diğer yaklaşımlar
Cantillon:Belirsizlik altında risk alabilme, arz ve talep arasındaki farktan yararlanarak kar elde etme,	Adam Smith: maceracı, proje yapıcı, müteahhid, risk ve belirsizliğe katlanan , kar elde etmek için plan ve proje	Marshall : İşletmenin günlük faaliyetleri, yenilikçilik	Shumpeter: Yaratıcılık, yenilikçilik, yeni iktisadi olanakların algılanması, piyasaya yeni fikirlerin sunulması, olanakları belirleme,	Liebenstein: rakibinden fazla çalışma gücü, yenilikçilik, yaratıcı taklitçilik, yeni ürün ve hizmet geliştirme , ekonomik dönüşüm yaratma
Baudeau: yenilikçilik, risk alabilme, piyasa etkinliğini arttırma, denetim ve düzenleme faaliyeti	yapan, gerekli sermayeyi temin eden, üretim faaliyetleri ni düzenleyen, yöneten, denetleyen		Wieser: yenilikçilik, liderlik,yöneticilik, spekülatoörlük, olanakları fark edebilme	By Grave ve Hofer, Stevenson, Rochman ve Ahamed, Ahmetoglu Linan vd. : Olanakların farkına varma ve değerlendirme
			Hayek: Yeni olanakların keşfedilmesi	Cole: Kar amaçlı işletmeyi başlatma, geliştirme,

				sürdürme
			Kirzner: Olanakları fark etme ve değerlendirme, risk alabilme, yenilikçilik, arbitaj	Gürbüz: Optimal faktör bileşimi
Quesnay: belirsizlikleri öngörme ve düzenleme, üretim faaliyetini yönetme, yeni ürün üretme, yeni metod ve yeni pazar bulma faaliyetleri	Mill: Üretimin denetimi ve kontrolü	Von Thünen: risk alabilme ve yenilikçi lik,	Menger: İktisadi duruma ilişkin bilgi edinilmesi, etkin bir duruma ilişkin gerekli hesaplamaların yapılması, üretimin denetlenmesi	Gartner: yeni kurumların yaratılması Schultz: dengesizlik durumunda kaynakların yeniden dağıtımı
	Bentham: yenilikçilik, yaratıcılık, belirsiz getiri sağlamak için risk alma		Casson: Kıt Kaynakların Organizasyonu için yargısal karar verme Hisrich: finansal, psikolojik ve sosyal riskleri göze alıp yeni değer yaratma	Reynolds: Olanakların keşfedilmesi, yeni şirket kurma yoluyla yeni iktisadi faaliyet yaratma
Turgot :Para yatırılmaya değer görülen her türlü iş fırsatına para yatırılması	Say: üretim faktörlerini n organizasy onu ve yönetimi, piyasayı	Knight: belirsizlik altında karar verme	Mises: eldeki olanakları değerlendirme sürecidir. Olanakların farkına varma, olanakları yaratma faaliyetinin yapılması	Drucker: Yenilikçilik, yeni değer yaratma

Tablo 1.'de görüldüğü üzere hakim iktisat genellikle girişimciliği fonksiyonel anlamda tanımlamakta ve daha çok girişimci ne yapar sorusu üzerinden hareket etmektedir. Girişimci kimdir, girişimciliğin arkasındaki karar verme süreçleri nelerdir soruları üzerinden girişimciliğin ele alınması ise daha çok psikoloji disiplinine bırakılmaktadır. İstisnaları olmakla beraber genellikle hakim iktisadın girişimcilik teorileri rasyonalite ve dolayısıyla rasyonel girişimci varsayımına dayanmaktadır. Rasyonalite varsayımına dayalı girişimcilik yaklaşımında da girişimcilik faaliyetlerinin süreçlerinden öte sonucuna odaklanılmakta ve psikolojik faktörlerin ve sosyolojik faktörlerin etkisi genellikle dışarıda bırakılmaktadır. Bu durumun hakim iktisat teorisindeki istisnası Keynes'in girişimcilik yaklaşımı olmaktadır.

Keynes girişimcilik yaklaşımında girişimciliğin temel motivasyonları üzerinde durmakta; girişimciliğin temel motivasyonunun rasyonel kar elde etme güdüsünden ziyade irrasyonel hayvansal güdüler olduğunu belirtmektedir. Buna göre girişimciyi motive eden ya da motivasyonunu önleyen şeyin anlık iyimserlik ve umutlu bakış açısı ile anlık korku ya da kötümserlik olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla girişimciliği gerçekleştirmenin karlı olup olmayacağına ilişkin rasyonel hesaplamalar hayvansal güdülerin tamamlayıcısı konumunda olmaktadır (Zafirovski, 1999: 364; Keynes, 2003:105-106). Keynes'in girişimcilik yaklaşımından yola çıkarak esasen Keynes'e göre psikolojik faktörlerin iktisadi faaliyetleri etkileyen temel belirleyicilerden biri olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Girişimciliğin önemli iktisadi faaliyet alanlarından biri olmasından hareketle; çalışmanın bir sonraki bölümü psikoloji disiplini perspektifinden girişimciliğin değerlendirilmesine ayrılmaktadır.

3. PSİKOLOJİ DİSİPLİNİNDE GİRİŞİMCİLİK

Geleneksel olarak psikoloji disiplininin konusu bireylerin algıları, bilişleri, duygu, motivasyon ve davranışlarının açıklanmasıdır. Dolayısıyla disiplin; girişimcilik algısı ve olanakların farkına varma ve değerlendirme faaliyetleri ile diğer girişimci davranışlarını; bilişsel, duygusal, algısal ve motivasyonel boyutta ele almaktadır. Bunun yanında örgüt psikolojisi alanı da girişimcilik konusunu ele almaktadır. Bu kapsamda; örgüt gelişimi, gelişim düzeyinin korunması ya da örgütün sona ermesinin altında yatan örgütsel psikolojinin ne olduğu üzerinde durulmaktadır (Frese, 2009: 439-440; Kalkan ve Kaygusuz, 2012: 4-5, Edewor vd., 2014: 19). Psikoloji disiplininin girişimciliği ele alışı kendi içerisinde

gruplandırılarak, çalışma kapsamında psikolojinin girişimciliği ele aldığı üç temel bakış açısı üzerinde durulmaktadır. Bunlar; kişilik özellikleri perspektifi, bilişsel psikoloji perspektifi, sosyal psikoloji ve niyet modelleri perspektifleri olmaktadır

3.1. Kişilik Özellikleri Perspektifinden Girişimcilik

Ekonomist dergisinde; 2009 yılında yayınlanan küresel girişimcilere yönelik rapordan hareketle iki temel sonuca ulaşılmaktadır. Bunlardan biri girişimcilerin çoğunun erkek olduğu, bir diğeri ise girişimcilerin diğer bireylerden farklı kişilik özelliklerine sahip olduğudur. (Economist,2009:4) Yine *Journal of Economic Psychology* dergisi özel sayısında girişimciyi diğer bireylerden ayıran özelliklerin girişimciliğe başlama ve girişimcilik başarısına etkisinin ne düzeyde olduğuna yönelik çalışmalara yer verilmektedir. Bu kapsamda neden kadın girişimci sayısı erkeklerden az, ya da rol modellerin girişimcilik niyetine etkisi nedir türünden sorulara yanıt aranmaktadır (Caliendo ve Kritikos, 2011:1). Buradan da anlaşılacağı gibi esasen 1950'li yıllardan itibaren literatürde en çok tartışılan konulardan biri; girişimciyi yönetici ve çalışandan ayıran ve bireyin girişimci olmasında etkili olan kişilik özelliklerinin neler olduğudur. Nitekim girişimcilik faaliyetinin merkezindeki temel aktörün girişimci olduğu düşünüldüğünde girişimciyi diğerlerinden ayıran kişilik özelliklerinin neler olduğuna ilişkin sorgulamaların haklılığı ortaya çıkmaktadır (Reimers-Hild, 1995: 22).

Psikolojideki en eski ve en genel yaklaşım; davranışların kaynağının bireyin kişilik özellikleri olduğudur. Kişilik yaklaşımı olarak bilinen bu yaklaşıma göre bireyler hemen her durumda benzer davranış sergilemekte, yani birey davranışları çevresel faktörlerden etkilenmemektedir. Davranışların kaynağına ilişkin ikinci bir yaklaşım durumsalcıların yaklaşımıdır. Buna göre birey davranışlarının kaynağı çevresel (environmental) ve durumsal (situationalist) faktörler olmaktadır. Durumsalcılara göre bireyler artık aynı durumla karşılaştıklarında benzer davranışları sergilemektedir. Son olarak etkileşimciler davranışların kaynağının yalnızca çevresel ve durumsal faktörler veya yalnızca kişilik özellikleri olmadığını, davranışların bu ikisinin etkileşimi ile ortaya çıktığını belirtmektedir (Chell, 2008: 143). Psikoloji disiplini başlangıçta girişimciliği ele alırken, girişimciyi girişimci olmayan bireylerden ve başarılı girişimcileri de başarısız girişimcilerden ayıran kişilik özellikleri üzerinde durmaktadır. Kişilik yaklaşımı olarak nitelendirilen bu yaklaşıma göre girişimcinin olanakların farkına varma ve değerlendirme faaliyetleri girişimciye özgü kişilik özelliklerinin etkisiyle gerçekleşmektedir.

Girişimciye özgü kişilik özellikleri ile ilgili literatürdeki çalışmalardan Fruduric (2008)'e göre girişimciyi diğer bireylerden ayıran en önemli karakter özelliklerinden bazıları;

başarma ihtiyacı, risk toleransının yüksek olması, aşırı iyimser olma, bağımsızlık isteği, davranışlarının sorumluluğunu üstlenebilme, yaratıcılık, diğer insanların göremediği olanakları görme ve kullanmaya ilişkin bilişsel beceriye sahip olma, güçlü sezgilere sahip olma, öz yeterlilik, bilgiyi genelleştirme becerisi ve dışa dönüklüktür (Fuduric, 2008: 10-13). Korkmaz (2012)' a göre girişimciyi diğer bireylerden ayıran kişilik özellikleri; başarma ihtiyacı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, kendine güven, yenilikçilik ve kontrol odağıdır (Korkmaz, 2012: 212-213). Caliendo ve Kritikos (2011) girişimciyi diğer bireylerden ayıran kişilik özelliklerinin risk alma eğilimi ve bağımsızlık (özerklik) isteği olduğunu belirtmektedir (Caliendo ve Kritikos, 2011). Littunen (2000)'in üzerinde durduğu en temel kişilik özellikleri kontrol odağı olma ve başarma ihtiyacıdır. (Littunen, 2000:295-299). Amiri ve Marimaei (2012) girişimcinin kişilik özelliklerine ilişkin literatür değerlendirmesinde Hornaday (1990)'ı referans göstererek girişimciyi diğer bireylerden ayıran 42 temel kişilik özelliği olduğunu belirtmektedir. Bunlardan bazıları; başkalarını etkileyebilme gücü, başarma ihtiyacı, ılımlı risk alabilme, olumlu bakış açısı, liderlik, kararlılık, azimlilik, beceriklilik, başkaları ile iyi ilişkiler kurabilme, esneklik, bağımsızlık, zeka, hatalardan ders alabilme, cesaret, hayal gücü, olanakları fark edebilme, belirsizliklere katlanabilme, bencillik, başkalarına duyarlılık ve dürüstlüktür (Amiri ve Marimaei, 2012: 23).

Girişimciyi diğer bireylerden ayıran kişilik özellikleri ile ilgili literatürde yer alan çalışmaların birçoğu az önce kısaca değinilen kişilik özelliklerine vurguda bulunmaktadır. Bunun yanında; proaktiflik, belirsizliğe katlanabilme ile yüksek enerjiye sahip olma ve işe bağlılık literatürde üzerinde durulan diğer kişilik özellikleridir. Literatürde en çok vurguda bulunduğu düşünülerek çalışma kapsamında detaylandırılan kişilik özellikleri; başarma ihtiyacı, içsel kontrol odağı, yenilikçilik ve risk alabilmedir. (Barona, 1998: 276; Güler ve Tınar, 2009: 95; Ahmetoğlu vd, 2014: 59).

3.1.1. Başarma İhtiyacı

McClelland'a göre girişimcilerin temel motivasyonu başarı hazzı ve en temel kişilik özelliklerinden birisi de başarma ihtiyacıdır (Hamilton ve Harper, 1994: 11; Tiryaki, 2012: 28; Bjerger, 2007: 73). Kavramsal olarak başarma ihtiyacı; bireylerin faaliyetlerinin sonuçlarını daha iyi hale getirme isteği ve kendilerini buna ilişkin olarak sorumlu hissetmeleri olarak tanımlanmaktadır. Genellikle başarma ihtiyacı yüksek olan bireyler bir işin nasıl daha iyi yapılabileceği ve önemli başarılarla nasıl ulaşılabacağına ilişkin kafa yormaktadır. Başarma ihtiyacı kişinin kendisi ile kendisine koyduğu standartlar arasındaki sürekli mücadele olarak tanımlanmaktadır (Entrialgo vd., 2000:138). Aynı zamanda başarma ihtiyacı; bireyin kişisel

ve profesyonel hayatında koyduğu zorlu hedefleri başarma istek ve çabası olarak tanımlanmaktadır (Byrne vd, 2004:204). Yukarıdaki tanımlamalardan yola çıkılarak başarma ihtiyacını; Durand ve Shea (1974)'in belirttiği üzere hedefe ulaşma davranışının önemli bileşeni olarak görmek mümkündür (Durand ve Shea, 1974: 59).

McClelland başarma ihtiyacı motivasyonu güçlü olan bireylerin diğer bireylerden daha enerjik ve yenilikçi olduğunu ve bu bireylerin faaliyetlerinin sorumluluğunu alma düzeyinin diğer bireylerden daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre bu tür bireyler; daha fazla çaba ve yeteneklerini kullanmalarını gerektiren işleri tercih etmekte, açık geri bildirimlerden hoşlanmakta, karar verme ve problemlerin üstesinden gelme noktasında bireyselliği tercih etmekte ve yönetebileceklerine inandıkları düzeyde (ılımlı düzeyde) risk almayı tercih etmektedir. Aynı zamanda bu tür bireylerin özgüvenleri ve kendi kendilerine problem çözme yetenekleri yüksek olmaktadır (Collins vd, 2004: 96, 99; Fayolle, 2007: 32; Basılğan,2008:474).

Başarma ihtiyacına ilişkin literatürde yer alan çalışmalardan bazıları; Güler ve Tınar (2009), Ghosh ve Chattopadhyay (2002), Durand ve Shea (1974) ve Stewart ve Roth (2007)'dir. (Güler ve Tınar, 2009:106; Ghosh ve Chattopadhyay,2002:23; Durand ve Shea, 1974:62; Stewart ve Roth, 2007:411). Yaklaşım farklılıkları olmakla birlikte çalışmaların tamamında; girişimcilik ile başarma ihtiyacı arasında pozitif yönlü ilişki bulunduğu ve başarma ihtiyacının girişimciliğin önemli kişilik özelliklerinden biri olduğu ortaya koyulmaktadır.

3.1.2. Kontrol Odağı Olma

Kontrol odağı olma kavramı Rotter'in sosyal öğrenme teorisine dayanmaktadır. Sosyal öğrenme teorisinde davranışları ile davranışlarının sonuçları arasındaki nedensel ilişkiye yönelik algılarının, bireylerin hayatları boyunca karşılaşacağı durumlarda hangi davranışı seçeceği tercihinin etkide bulunacağı ortaya koyulmaktadır. Bu noktada bireylerin davranışlarının sonuçlarını kendilerine mi yoksa dışsal faktörlere mi atfettiği önemli olmaktadır. Buradan hareketle Rotter kontrol odağı olmayı; bireylerin başına gelen iyi şeyleri kendi davranışlarına ya da kendi davranışları dışındaki faktörlere atfetme düzeyi olarak tanımlamaktadır (Rotter, 1966:1-2). Buna göre bireyler olayları / durumları kendi kontrolü altında olanlar ve şans eseri veya dışsal nedenlerden kaynaklananlar biçiminde sınıflandırmaya tabi tutmaktadır. Dolayısıyla kendi karar ve davranışlarının sorumluluğunu yüklenen ve karşılaştıkları durumları kader, şans vs. gibi dışsal faktörlere atfetmeyen bireyler içsel kontrol odağına sahipken tam tersi bir biçimde karşılaştıkları durumları dışsal faktörlere

atfeden bireylerin dışsal kontrol odağına sahip olduğu belirtilmektedir (Johnson ve Delmar, 2010: 298; Basılğan, 2008: 475; Geist ve Bangham, 1980: 1281; Rotter, 1966:1).

Konuyla alakalı literatür değerlendirilmesi yapıldığında; Zhang ve Bruning (2011) ile Yan (2010) ve Levesque ve Minniti, (2006)'ın aktarımına göre Venkatapathy (1984), Shapero (1975), Brokhaus (1974) ve Borland (1974) içsel kontrol odağının girişimciye özgü önemli kişilik özelliklerinden biri olduğunu ortaya koymaktadır (Zhang ve Bruning, 2011: 95; Yan, 2010; Levesque ve Minniti, 2006:179). Buna karşılık Güler ve Tınar (2009) çalışmalarında; İçsel kontrol odağı ile girişimcilik düzeyi arasında pozitif yönlü ilişkiye rastlamamaktadır (Güler ve Tınar, 2009: 106). Begley ve Boyd (1987) yöneticiler ve girişimciler arasında kıyaslama yaptıkları çalışmalarında girişimciler ve yöneticilerin içsel kontrol odağı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığını ortaya koyarak içsel kontrol odağının yalnızca girişimciye özgü bir kişilik özelliği olup olmadığını sorgulanmasına neden olmaktadır (Dana, 1995; Begley ve Boyd, 1987: 87-88). Yukarıdaki değerlendirmelerden ve çalışmanın kapsamını daraltmak adına çalışma kapsamında değerlendirilmeyen çalışmalardan hareketle literatürde içsel kontrol odağı- girişimcilik ilişkisine yönelik farklı yaklaşımların bulunduğu söylenebilmektedir. Ancak literatürdeki genel kanı içsel kontrol odağının girişimciliğin önemli kişilik özelliklerinden biri olduğu yönündedir.

3.1.3. Yenilikçilik

Girişimciyi yenilikçilikle özdeşleştiren ve girişimciyi iktisadi kalkınmanın motoru olarak gören en önemli iktisatçı Schumpeter'dir. Schumpeter'in deyimiyile yenilikçilik yeni ürün ve üretim yöntemleri geliştirme, yeni piyasalara açılma, üretimde yeni hammaddeleri kullanma ve herhangi bir endüstride yeni kurumları hayata geçirme faaliyetlerinin tamamıdır (Palmer, 1971: 33; Ahmetoğlu: 2014: 33; Gürol ve Atsan, 2006: 29). Esasen Fadaee ve Alzahrh (2014) yenilikçiliği; girişimcinin yaratıcı fikirlerini piyasaya sunabilme olanağına sahip olduğu ve bu yolla değişim yarattığı süreç olarak tanımlamaktadır (Fadaee ve Alzahrh, 2014:3). Wenekers ve Thurik (1999) ve Ahmetoglu (2014) girişimcinin en temel faaliyet alanlarından birinin yenilik yapmak olduğunu ortaya koymaktadır. Benzer şekilde Holcombe (1998) girişimciyi yenilikçi ve daha etkin bir şekilde üretimde bulunan ve bu yolla ülke ekonomisinde üretkenliğe yol açan birey olarak tanımlamaktadır (Braunerhjelm, 2010: 10; Ahmetoglu, 2014: 32; Wenekers ve Thurik,1999: 28-29). Buradan hareketle girişimcinin olmazsa olmaz kişilik özelliklerinden birinin yenilikçilik olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla yenilikçilik ile girişimcilik arasında güçlü bir ilişkinin olması beklenmektedir. Nitekim Bozkurt ve Erdurur (2013) ve Frese ve Rauch (2013), Altınay vd. (2012), Gürol ve Atsan

(2006), Muller ve Thomas (2000) yenilikçilik ile girişimcilik eğilimi arasında güçlü bir ilişki olduğunu destekleyen çalışmalardan bazılarıdır. (Bozkurt ve Erdurur, 2013:73-74; Frese ve Rauch, 2013:369; Altınay vd, 2012: 495; Gürol ve Atsan,2006: 35, Muller ve Thomas, 2000)

3.1.4. Risk Alabilme Becerisi

Klasik karar davranışı teorisyenleri riski; herhangi bir sonuca ulaşma olasılığı ile olası sonuçların dağılımındaki çeşitliliğin ve bunlara yönelik subjektif değerlendirmelerin fonksiyonu olarak tanımlamaktadır. Buna karşılık bazı yaklaşımlar riskin yukarıda tanımlandığı kadar rasyonel hesaplamalara dayalı olmadığını rasyonel hesaplardan öte bireylerin risk alabilme eğilimleri ile bağlantılı olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda Koh (1996) riski; bireylerin belirsizlik durumunda risk alma eğilimi olarak tanımlamaktadır. (Koh,1996: 15) Bu durumda risk durum ve koşullara bağlı olmaktan öte bireysel eğilimle alakalı bir olgu haline dönüşmüş olup girişimciyi diğer bireylerden ayıran en temel özelliklerden biri olarak görülmektedir (Stewart ve Roth, 2001:145). Ancak literatürdeki çalışmaların bir kısmı ise girişimcilerin yüksek risk alabilme becerisine sahip olmasının girişimciyi diğer bireylerden ayırd edici özellik olmadığını ortaya koymaktadır (Praag vd, 2014:2). Örneğin Mill, Knight, Brandstatter ve Koh (1996) girişimciyi yöneticiden ayıran temel özelliklerden birinin girişimcinin yüksek düzeyde risk alabilme becerisi olduğunu belirtirken buna karşılık Brockhous (1980), Caliendo, Fossen ve Kritikos (2010), Korunka vd. (2003), Hoque vd. (2014) girişimcinin ılımlı risk alma konusunda daha hevesli olduğunu ortaya koymaktadır. (Basılğan, 2008:476; Brockhaus, 1980:512 ; Koh,1996: 22; Caliendo ve Kritikos, 2011: 2 ; Korunka vd. , 2003: 36; Hoque vd, 2014: 132).

Yukarıda belirtilen iki farklı yaklaşım dışında Palmer (1971) başarılı girişimciyi riski öngörme ve riski azaltmaya ilişkin doğru politikaları uygulama becerisine sahip birey olarak tanımlamakta olup, riski öngördüğü halde riski azaltmayı beceremeyen bireyin girişimci olamayacağını belirtmektedir. (Palmer,1971: 38). Sonuçta; girişimcilerin risk alma düzeylerine ilişkin literatürde birtakım tartışmalar söz konusu olmakla birlikte, girişimcinin temel kişilik özelliklerinden birinin risk alabilme becerisi olduğu da sıklıkla vurgulanmaktadır. Çalışmanın hali hazırdaki alt bölümünde girişimciliği literatürde en çok vurguda bulunan dört kişilik özelliği çerçevesinde değerlendiren çalışmaların bazılarına yer verilmektedir. Psikoloji disiplininin girişimcilik yaklaşımı başlangıçta kişilik özellikleri üzerinden hareket etmekle birlikte; girişimciliği girişimcinin kişilik özellikleri üzerinden ele alan çalışmalar 1980’li yıllardan itibaren eleştirilmeye başlanmıştır. Eleştirilere dayanak olarak; yapılan çalışmaların bir kısmında yalnızca girişimciye özgü olduğu söylenen kişilik

özelliklerinin yöneticilerde de var olduğu ortaya koyulmaktadır (Baron,1998). Buradan hareketle psikologlar girişimciliği bilişsel yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirmeye başlamıştır. Çalışmanın bir sonraki kısmında bilişsel perspektiften girişimciliğin ele alınışı üzerinde durulmaktadır.

3.2. Bilişsel Psikolojinin Bakış Açısıyla Girişimcilik

Bilişsel çalışmalarda inanç, bilgi işleme gibi insanların bilişsel süreçleri ve bilişsel yapıları üzerinden girişimci davranışları ve girişimcilik değerlendirilmektedir. Esasen girişimci tarafından oluşturulan temel kavrayışlar, girişimcinin amacı, girişimcinin nitelikleri ve hayal etme yeteneği üzerinde durulmaktadır. Böylece girişimcinin yukarıda belirtildiği üzere olanakların farkına varma, yeni bir girişim oluşturma ve var olan girişimi geliştirme noktasında nasıl düşündüğü, değerlendirdiği ve karar verdiği değerlendirilmektedir (Yan, 2010). Karar verme aşamasında girişimcinin bilginin elde edilmesi, işlenmesi ve kullanılmasına ilişkin zihinsel süreçlerden etkilendiği ortaya koyulmaktadır. Aynı zamanda yeni bir ürün ve hizmet geliştirme ve yeni bir girişim için gerekli kaynakları temin etmede girişimcinin kullandığı bilişsel süreçler üzerinde durulmaktadır (Sanchez, Carballo ve Gutierrez, 2011: 436, Chell, 2008:152). Girişimcinin bilişselliğine ilişkin çalışmaların bir diğer kısmı da girişimcinin girişimci olmayan bireylerle aynı bilişsellik eğilimine ve aynı bilişsel hatalara sahip olup olmadığını ortaya koymaktadır. Bu noktada “Girişimciler diğer bireylerden, aynı zamanda başarılı girişimciler başarısız olanlardan daha farklı düşünmekte midir” sorusuna cevap aranmaktadır (Baron,2000). Bilişsel yaklaşımlarda aynı zamanda girişimcinin karar verme ve değerlendirme sürecinde başvurduğu bilişsel kısa yollar (heuristic), bilişsel şemalar ve önyargılar karar verme sürecini hızlandıran çerçeveler, kısa yollar ve temel kurallar kapsamında değerlendirilmektedir. Bilişsel kısa yollar ve önyargılar özellikle stratejik karar verme sürecinde oldukça önem taşımaktadır (Chell, 2008:153). Bilişsel yaklaşımlara göre bireyler aşırı bilgi yükü, zaman kısıtı, çok fazla yenilik ve yüksek belirsizlik durumuyla karşı karşıya kaldığında karar verme sürecinde bir takım kısa yollara başvurmaktadır.

Shaver (2010) ve Douglas(2009)’un atfına göre; Barney ve Busenitz (1997) girişimci ve yöneticilerin karar verme süreçlerini kıyaslamakta, girişimcilerin daha fazla kısa yollara, bilişsel şemalar ve önyargılara dayanarak karar verdiğini ortaya koymaktadır. Barney ve Busenitz’e göre kısa yollar amaçlandığı üzere hızlı karar vermeyi sağlamakla birlikte, sonuçta alınan kararlar rasyonel olmamaktadır. Dolayısıyla hızlı karar vermek isteyen girişimciler de basit genel kabul görmüş kurallar çerçevesinde hareket etmelerinden ötürü sınırlı

rasyonaliteye sahip olmaktadır (Shaver, 2010: 368; Douglas, 2009: 11). Kısa yollara başvurma durumu değerlendirme hatalarına, aşırı özgüvene ve ön yargılara neden olmaktadır. Özellikle bilgi kısıtının olduğu durumlarda girişimciler, fırsatları değerlendirebilmek adına az bilgi ile genel yargılara ulaşmaya çalışmakta ve bu noktada özgüvenlerinden yararlanmaktadır. Nitekim herhangi bir bireyden daha fazla yeni duruma adapte olmak, aşırı bilgi yükü altında bulunmak, daha fazla duyguları ile hareket etmek durumunda kalan girişimci daha fazla bilişsel hataya düşmektedir. Olmayan bir şeyi varmış gibi düşünme (counterfactual thinking) ve kaçırılan fırsatlara üzülmeye, duygu yayılımı (affect-diffusion), kendine hizmet eden yanlılık (self –serving bias) bu bilişsel hatalar arasında yer almaktadır (Chell, 2008: 158).

Kahneman ve Lovallo (1993) ve Douglas (2009) ; girişimcilerin herhangi bir girişimi değerlendirme noktasında yalnızca o dönemki koşulları ve o girişime ilişkin şartları ele aldığını geçmişteki durumla günceli kıyaslama yoluyla karar vermediğini ortaya koymaktadır. Bilişsel kör nokta (cognitive blind spot) olarak adlandırılan bu duruma göre girişimciler geleceğe ilişkin öngörülerinde geçmiş verilerden öte geleceğe ilişkin plan ve başarı hayallerinden yararlanmaktadır (Kahneman ve Lovallo,1993: 17;Douglas, 2009: 10). Bunun yanında Simon vd (2000) girişimcilerin aşırı güven, küçük örneklem üzerinden sonuç çıkarma, kontrol edemeyecekleri etkenleri dahi kontrol edebileceklerine ilişkin inanç düzeylerinin başka bir ifadeyle girişimcilerin bilişsel hatalara sahip olma eğiliminin yüksek olduğu üzerinde durmaktadır. Bu kapsamda bilişsel önyargılar ile yeni bir girişimin oluşturulması arasındaki dolaylı ilişki ele alınmaktadır (Simon vd, 2000). Baron (2000)'in atfına göre; Busenitz ve Barney girişimcilerin diğer bireylere nazaran kendi değerlendirmeleri konusunda aşırı özgüvenli davrandıkları ve daha fazla kısa yollardan yararlandığı üzerinde durmaktadır. Palich ve Bagby ise belirsizlik durumlarında girişimcilerin kazanacakları yönündeki algılarının girişimci olmayanlara göre daha yüksek olduğu ve girişimcilerin risk algılarının daha yanlı (olumluya yakın) olduğu sonucunu ortaya koymaktadır (Baron, 2000: 15-16). Şöyle ki; girişimciler girişime ilişkin riskleri olduğundan küçük ve uzak risklermiş gibi değerlendirme eğilimine sahip olmaktadır. Bunun yanında girişimciler; girişimcilikten elde edecekleri kazançları olduğundan fazla algılamak için, müşteri elde etmek ve maaş ödemek için geçen zamanı olduğundan düşük görme eğilimi taşımaktadır (Douglas, 2009: 15).

Keh vd. (2002) olanakları değerlendirmede risk algısının etkili olduğu ve düşük düzeyli risk algısının olanakları değerlendirmede olumlu etkiye sahip olduğunu ortaya

koymaktadır. Düşük düzeyli risk algısına sebep olan faktörlerin ise; aşırı özgüven, küçük sayılar kuralına inanç, planlama hatası ve kontrol yanlılığı olduğu belirtilmektedir (Keh vd., 2002). Girişimciliği etkileyen bilişsel yanlılıklardan bir diğeri çerçeveleme etkisidir. Çerçeveleme etkisine göre; herhangi bir durumun ifade ediliş tarzı bireylerin risk alma davranışını etkilemektedir. Buna göre karar verici olumlu çerçevede sunulan karar verme durumunda riskten kaçınma eğilimi taşırken aynı durum olumsuz ifade ile sunulduğunda ise risk alma eğilimi taşımaktadır. Çerçeveleme etkisi girişimciliğe uyarlandığında; girişimcide artan bağlılık davranışının gözlemlendiği ortaya koyulmaktadır. Buna göre girişimciler iyi olmayan projelere yatırım yapabilecekleri gibi geçmişte iyi olsa dahi kötüleşme haberi yayılan projelere yatırım yapmaya devam etmektedir (Douglas, 2009: 16).

Daha önce de vurgulandığı gibi bireylerin kendisinin ve başkalarının davranışlarını açıklama girişiminin temelini bilişsel süreçler oluşturmaktadır. Bireyler davranışlarının nedenini açıklama şansı elde ettiğinde şimdiki ya da gelecekteki davranışlarını ön görme şansına sahip olmaktadır. Bundan ötürü birey davranışlarının nedenlerini açıklama girişimi önemli olmaktadır. Birey davranışlarını açıklamada kişilik özellikleri ve çevresel faktörler etkileşim içerisinde olmaktadır. Birey davranışlarının kişilik özellikleri ve çevresel faktörlerle açıklanması gayreti sosyal – psikoloji alanı kapsamında yer almaktadır. Buradan hareketle çalışmanın bir sonraki kısmı sosyal psikoloji ve niyet modelleri perspektifinden girişimciliğin değerlendirilmesine ayrılmaktadır.

3.3. Sosyal Psikoloji, Niyet Modelleri ve Girişimcilik

Sosyal psikoloji alanına göre; birey davranışları kişinin çevresi ve kişilik özelliklerinin fonksiyonudur. Aynı zamanda sosyal psikolojiye göre; bireyler karar alma süreçlerinde sosyal çevrelerinden etkilenmekte ve çevresel faktörler bireylerin bilişselliklerini ve bilgi işleme süreçlerini etkilemektedir (Shaver, 2010: 369-370; Aldrich ve Zimmer, 1986:6; Segal vd., 2005:43). Bu bağlamda sosyal psikoloji kapsamında olanakların algılanması, yeni bir girişimin oluşturulması ve girişimci davranışlarını anlamaya ilişkin olarak girişimci niyet modelleri üzerinde durulmaktadır. Girişimci niyet modelleri ile girişimciliğe başlamadan önceki süreç üzerinde değerlendirme yapılmakta olup, girişimciliğin oluşmasına etki eden çevresel faktörlerin girişimciliğe etkisi ele alınmaktadır. Niyet modelleri çerçevesinde girişimciliği gerçekleştirme / gerçekleştirilmeme kararı verilirken iki soruya yanıt aranmaktadır. Bunlardan ilki; “*girişimcilik benim için arzu edilen / istenilen sonuç yaratan bir faaliyet midir?*” Bir diğeri de “*girişimciliğe uygun niteliklere sahip miyim*” sorularıdır (Shaver, 2010; Segal vd, 2005: 45).

Niyete dayalı en temel modeller; Ajzen planlı davranış modeli, Shapero'nun girişimci etkinlik modeli ve Bird girişimci niyet modelidir (Timuroğlu ve Çakır, 2014; Top vd., 2012). Girişimcilik Tutum Eğilimi (Entrepreneurial Attitude Orientation), Girişimcilik Potansiyeli Modeli (Entrepreneurial Potential Model) ve Davidsson Modeli girişimin oluşturulması ve girişimci davranışlarını belirlemede kullanılan diğer modeller arasında yer almaktadır (Miralles vd., 2012:483). Hali hazırdaki çalışmanın kapsamını daraltmak adına niyete dayalı temel modeller çalışma kapsamında detaylandırılmamaktadır. Ancak literatürde Boyd ve Vozikis (1994), Yan (2010), İnce vd. (2014) , Douglas (2009), Zelekha (2014) yılı çalışmaları niyet modelleri çerçevesinde girişimciliği ele alan çalışmalara örnek oluşturmaktadır (İnce vd., 2014; Douglas, 2009; Zelekha, 2014, Yan, 2010; Boyd ve Vozikis, 1994). Niyet modelleri ve nedensellik teorilerinin bakış açılarından yararlanılarak, girişimcilik çalışmalarında iktisat ve psikolojinin yanı sıra sosyolojinin bakış açısının da göz önünde bulundurulması gerektiği düşünülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın bir sonraki kısmı sosyoloji perspektifinden girişimciliğin değerlendirilmesine ayrılmaktadır.

4.SOSYOLOJİ DİSİPLİNİNDE GİRİŞİMCİLİK

Sosyoloji disiplini altında; girişimcinin içinde bulunduğu toplumun yarattığı, değer, kültür, norm ve kuralların girişimciliği şekillendirmedeki etkisi üzerinde durulmaktadır. Bu bağlamda özellikle vurgulanan; yalnızca bireylerin kişilik özellikleri üzerinden girişimciliğin değerlendirilmesinin eksik kalacağıdır. Buna göre girişimcilik değerlendirilirken psikolojinin kişilik kuramları ile birlikte bireyin içinde yaşadığı sosyal grubun etkisi çerçevesinden de konunun ele alınması gerekmektedir. Nitekim son dönemde özellikle vurgulanan konu; girişimciliğin sosyal bir olgu olduğu ve ülkeye veya bölgeye göre girişimcilikte görülen farklılaşmanın girişimciliğin gerçekleştiği sosyal çevre merkezli değerlendirmeye tabi tutulması gerektiğidir (Grebel, 2004; 87; Thornton vd., 2011:106; Zafirovski, 1999:354). Bundan ötürü sosyologların özellikle üzerinde durduğu konu yeni firmaların hangi koşullarda ve hangi sosyal bölgelerde ortaya çıktığının tespit edilmesidir. Sosyolojide girişimcilik ele alınırken sosyal sistem ve onun aktörleri üzerinden değerlendirme yapılmaktadır. Sosyal sistem içerisindeki aktörlerden mal ve hizmet üreten üretim kuruluşları sosyal sistemin en hayati yapılarından. Politik süreçte önemli etkileri olmakla birlikte kendileri bireyle toplum arasındaki en önemli araçlardan biridir. Nitekim bireylerin, toplumdaki statüleri meslek seçimleri ve iş örgütleri ile bağlantıları olmaktadır.

Reynolds (1991) sosyolojinin girişimciliğe yaklaşımını üç temel boyuta indirgemektedir. Birinci boyutta; gelişmiş ülkelerde büyük firmaların baskın olduğundan

hareketle merkezinde üretim kuruluşlarının yer aldığı sosyo ekonomik sistemin dengeye doğru ilerleyişi, sistem içerisindeki aktörler arası çatışmalar, gelişmekte olan ülkelerde ortaya çıkan dinamik küçük firmaların bu yapıyı dönüştürmesi, ikili ekonomi ve esnek uzmanlaşma çerçevesinde değerlendirme yapılmaktadır (Reynolds, 1991: 47).

İkinci boyutta girişimcinin ortaya çıkışını etkileyen sosyal ve çevresel koşullar üzerinde durulmaktadır. Bu kapsamda; toplumun modernleşme süreci, sosyo ekonomik gelişim ve var olan firma sayısının yeni firma kurmaya etkisi değerlendirilmektedir. Toplumun modernleşme sürecinin girişimciliğe etkisi değerlendirilirken özellikle vurgulanan; toplumsal dönüşümün yarattığı yeni sosyal normların girişimciliğe etkisi olmaktadır. Reynolds'ın modernleşme süreci ile Aldrich'in sosyalizmden kapitalizme dönen toplumunda girişimciliğin benzer tarzda değerlendirilmesi beklenmektedir. Buna göre toplumun modernleşmesi ile kamusal ya da özel girişimciliğin başlaması bir arada olmaktadır. Nitekim faaliyetlerinin engellenmeyeceği hissine kapılan bireyler ancak girişimcilik yapmakta iken, köleliğin hüküm sürdüğü feodal toplumlarda girişimciliğin yapılması mümkün görünmemektedir. Aynı zamanda politik devrimler eski kurumları yok ederken yerine yeni kurumların oluşmasına neden olmaktadır. Bundan ötürü Reynolds'a göre politik devrimlerin yarattığı belirsizlik ortamı girişimciliğe olanak yaratmaktadır (Reynolds, 1991:48).

Sosyo ekonomik gelişim bağlamında girişimcilik faaliyetleri; emek, sermaye, ara malı, teknoloji gibi ekonomiyle bağlantılı ve girişimciliğin meşruiyeti, sosyal hareketlilik olanağı, ideoloji ve girişimcilikle statü elde etme gibi ekonomi dışı faktörlerin ulusal boyutta gelişimi ve devlet desteği ile bağlantılı olarak görülmektedir. Girişimciliği etkileyen sosyal ve çevresel koşullardan bir diğeri de kayıt dışı ekonomidir. Nitekim devlet kısıtlamalarına, düzenlemelerine ve yüksek vergiye maruz kalmamak adına çok fazla küçük ölçekli kayıt dışı girişimcilik faaliyeti yapılmaktadır (Reynolds 1991: 56-58; Zafirovski, 1999: 363). Son olarak var olan firma sayısının yeni firma kurmaya etkisi kapsamında girişimci davranışlarının değerlendirilmesi yeni bir firma yaratma ya da firmaya ilişkin karar alma noktasında piyasadaki diğer firmaların ve çevresel koşulların etkisi bağlamında gerçekleştirilmektedir. Girişimciliğe ilişkin bu çalışmalar daha çok örgütsel popülasyon teorileri kapsamında yer almakta ve sistem temelli yaklaşımlara dayanmaktadır (Hannan ve Freeman, 1977).

Üçüncü boyutta ise toplumsal çerçeve içerisinde girişimci davranışına vurguda bulunmaktadır. Bu kapsamda; bireyin girişimci olma tercihini etkileyen sosyal faktörlerin neler olduğu ile girişimcinin değerlendirmesi beklenen olanakların hangi koşullarda ortaya çıktığı üzerinde durulmaktadır. Reynolds'a göre bireyin girişimci olma tercihini etkileyen

sosyal faktörler; bireyin yaşam süreci dönemleri, sosyal ağlar içerisindeki rolü, etnik geçmişi ve piyasa deneyimi olmaktadır (Reynolds, 1991: 60-62). Reynolds' a ilaveten sosyolojide; eğitim, ailenin mesleki ve eğitimsel kökeni, cinsiyet gibi diğer sosyal etkenlerin de bireyin girişimci olma tercihini etkilediği üzerinde durulmaktadır. Aynı zamanda literatürdeki çalışmalara göz atıldığında girişimciliğin oluşmasında kültürün etkisi yani başka bir ifadeyle kültür ve girişimcilik etkileşimine vurguda bulunan birçok çalışmaya rastlanmaktadır (Watson,2012:307;Zafirovski,1999:357) Sosyolojinin girişimcilik yaklaşımının iktisat ve psikoloji disiplinleri ile etkileşimi genellikle üçüncü boyutta ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda girişimcilerin karar verme süreçlerinde, kişilik özelliklerinde ve birtakım iktisadi faaliyetlerinde sosyal ve çevresel faktörlerin etkisi üzerinde durulmaktadır. Buradan hareketle çalışmanın hali hazırdaki bölümünde; bireylerin girişimci olma tercihini etkileyen sosyal faktörler alt başlıklara ayrılarak detaylandırılmaktadır.

4.1. Eğitim Düzeyi, Deneyim ve Girişimcilik İlişkisi

Eğitim düzeyi ve deneyim bireylerin beşeri sermayesi kapsamında yer almaktadır. Beşeri sermaye ve girişimcilik ilişkisi; girişimci olma/ olmama tercihi ve olanakların farkına varma, değerlendirme ve yeniliklere uyum sağlayabilme becerisi çerçevesinde değerlendirilmektedir (Davidsson ve Honig, 2003: 305, 306). Eğitim düzeyinin girişimciliğe etkisi literatürde tartışmalı bir konudur. Nitekim girişimci olma tercihi ve girişimcilikte başarılı olma ile eğitim düzeyi arasında doğrusal olmayan ilişki söz konusu olmaktadır (Davidsson ve Honig, 2003: 306).Varsayılanın aksine eğitim düzeyi düşük ancak işgücü piyasasına dahil olamamış bireyler de girişimci olmayı tercih edebilmektedir. Dezavantaj teorisi olarak geçen bu teoriyle birlikte girişimcilik ile beşeri sermaye arasında doğru yönlü ilişki vardır hipotezi de çürütülmüş olmaktadır. Nitekim; Johansson (2000) yılı çalışmalarında öne sürüldüğü üzere eğitim düzeyi yüksek olanlar işgücü piyasasında daha fazla ücrete çalışacaklarından, hali hazırdaki işlerinden vazgeçip girişimcilik yapma eğilimleri daha düşük olmaktadır (Johansson, 2000:126).

Benzer şekilde etnik girişimciler dezavantajlı gruplar içerisinde yer almakta olup, bu gruptaki düşük eğitim düzeyine sahip bireyler daha fazla girişimci olma eğilimi taşımaktadır (Minns ve Rizov, 2005: 261-262; Giannetti ve Simonov, 2004:273). Ancak buna karşılık Evans ve Leighton (1989) eğitim düzeyi arttıkça girişimciliğin artacağını ortaya koymaktadır. (Evans ve Leighton,1989:116) Bu noktada eğitim düzeyi ve girişimcilik arasındaki ilişki tercih edilen sektöre göre farklılık göstermektedir. Nitekim yüksek teknoloji bir sektörde

eğitim düzeyinin yüksekliği ile girişimcilik arasında pozitif yönlü ilişki söz konusu olmaktadır (Giannetti ve Simonov, 2004: 273).

Eğitim düzeyi ile girişimcilik arasındaki ilişki girişimcinin başarısı bağlamında değerlendirildiğinde de girişimcilik ile eğitim düzeyi arasında pozitif yönlü ilişki ortaya çıkmaktadır. Kaldı ki Basu ve Goswami (1999) ve Altınay (2008) eğitim düzeyi ve niteliğindeki artışın girişimcinin başarısını pozitif şekilde etkilediğini ortaya koymaktadır (Basu ve Goswami, 1999: 65; Altınay, 2008:114). Beşeri sermaye içerisinde yer almakta olup girişimciliği etkilemesi açısından önemli bir diğer olgu deneyimdir. Nitekim iş gücü piyasasındaki ya da daha dar kapsamda mesleğe yönelik deneyimle elde edilen becerinin beşeri sermayeyi ve dolayısıyla girişimciliği etkilediği ortaya koyulmaktadır. Bu kapsamda eğitimin kazandırdığı beceriler mi yoksa başka yerde çalışma deneyiminin kazandırdığı beceriler mi girişimcilikte daha etkilidir sorusu ortaya çıkmaktadır. Bu soruya ilişken genel yargı; girişimciliğin başlangıç evrelerinde ya da daha çok rutin davranışlara dayanan, basit düzey girişimcilikte deneyimin buna karşılık yeniliğin dahil edildiği, hızlı değişimin olduğu ve kompleks ilişkilerin ortaya çıktığı daha gelişmiş düzeydeki girişimcilik faaliyetinde ise eğitimin ön plana çıkmış olduğudur (Ferrante ve Sabatini, 2007: 8- 9; Davidsson ve Honig, 2003: 306).

4.2. Ailenin Geçmişi ve Girişimcilik

Sosyal normlar ile girişimcilik arasındaki dolaylı ilişki ailenin geçmişinin bireyin girişimci olma kararını etkilemesi uzerinden değerlendirilmektedir. Buna göre ailesinde ya da akrabalarında hali hazırda ya da daha öncesinde girişimcilik yapan bireylerin girişimci olma eğilimi yüksek olmaktadır. Nitekim Matthew ve Moser (1995) ailesinde girişimci olanların mezun olduktan sonra girişimcilik yapmayı tercih etme eğiliminin ailesi diğer mesleklere sahip olanlardan daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır (Giannetti ve Simonov, 2004:280; Rokhman ve Ahamed, 2015: 34; Matthew ve Moser, 1995:371). Kaldı ki ailesinin girişimcilik geçmişi bulunan bireyler; ailenin sağlayacağı sosyal desteğin etkisiyle hali hazırda sahip olduğu sosyal sermayeyi kullanarak daha fazla karlı olanağı keşfetme ve karlı olanakları değerlendirmede daha başarılı olma şansına sahip olmaktadır (Davidsson ve Honig, 2003: 309).

Ailenin girişimciliğe etkisi yalnızca anne babanın mesleği bağlamında değil ailenin yapısı, kültürel değerleri ve çocuğun ailede ne tür alışkanlıklar kazandığı ile de alakalı olmaktadır. Buna göre ailesi dışa dönük, başarma ihtiyacı yüksek, atak, üretken ve tutumlu bireylerin girişimci olma eğilimi daha yüksektir. Buna karşılık geleneksel ve ata erkil

ailelerde itaat kültürü çok baskın olup yeniliğe açıklık, başarıya güdüsü, risk alma, üretkenlik, dinamizm özelliklerinin silik kalması girişimci bireylerin yetişmesine engel teşkil etmektedir (Aytaç ve İlhan, 2007:107-108). Ailede girişimci olup olmaması ve ailenin kültürel değerleri ve çocuğuna kazandırdığı alışkanlıkların yanı sıra ailenin eğitim ve gelir düzeyi de bireyin girişimci olma eğilimini etkilemektedir. Buna göre ailesi eğitilmiş ve ailesinin gelir düzeyi yüksek olanların girişimcilik eğilimi de yüksek olmaktadır (Kahya ve İmamoğlu, 2013: 4).

4.3. Cinsiyet ve Girişimcilik

Sosyologların üzerinde durduğu bir diğer konu cinsiyet ve girişimcilik arasındaki ilişkidir. Bu kapsamda gerçekleştirilen çalışmalar erkeklerin kadınlardan daha fazla yeni işletme kurduğunu ortaya koymaktadır (Dolton ve Makepeace, 1990: 44; Kahya ve İmamoğlu, 2013:4; Kılıç vd, 2012: 433). Girişimcilik ve cinsiyet ilişkisine yönelik çalışmalar 1990'lı yıllardan önce daha çok erkek ve kadın girişimcilerin bireysel özellikleri (eğitim düzeyi, deneyim seviyesi, girişimci olma motivasyonu) arasındaki farklılıklara odaklanmışken, 1990 sonrası dönemde çevresel koşullar, firma ve girişimcilik süreci bağlamında kadın ve erkekler arasındaki farklılıklara yönelik çalışmalar ağırlık kazanmaktadır. Bu çalışmalar neticesinde erkek ve kadın girişimci arasındaki temel farklılığın firma büyüklüğü, faaliyette bulunulan sektör ve işletme yönetim tarzında ortaya çıktığı belirtilmektedir. Nitekim gerçekleştirilen çalışmaların bir kısmı kadınların daha çok hizmet sektöründe ve bar işletmeciliği, güzellik merkezi gibi kadınlara yönelik sektörlerde faaliyette bulunduğunu ortaya koymaktadır. Cinsiyet farklılığına ilişkin çalışmalar genellikle cinsiyetler arasındaki farklılığın sosyal bağlamda cinsiyetlerin birbirinden farklı görülmesinden kaynaklandığını da ortaya koymaktadır. Buna göre; toplumun sosyal bağlamda cinsiyetlere verdiği roller onların tutum ve davranışlarını etkilemektedir (Popescu, 2012, Mazzarol vd, 1999: 58).

4.4. Bireyin Yaşam Döngüsü ve Girişimcilik

Bireyin yaşam süreci dönemleri bağlamında girişimcilik değerlendirildiğinde; literatürdeki çalışmaların bir kısmı bireylerin ilk kez girişim kurma deneyimlerinin ağırlıklı olarak 30'lu yaşların sonu ve kırklı yaşların başı olduğunu belirtmektedir. İlk girişimciliğin bu yaşlara tekabül etmesinde önceki süreçte deneyim ve bilgi birikimi kazanma isteğinin etkili olduğu vurgulanmaktadır. Buna karşılık Hoogendoorn vd. (2014) 25- 39 yaş aralığında girişimci olma eğiliminin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır (Hoogendoorn vd., 2014: 9). Benzer şekilde Levesque ve Minniti (2006) girişimci olma eğiliminin 25-35 yaş aralığında yüksek olduğunu ve yaşlıların girişimci olma eğiliminin azaldığını belirtmektedir. Buradan

hareketle girişimcilik ile yaş arasında ters yönlü ilişki bulunmaktadır (Minnitti ve Levesque, 2006: 181, 188). Minns ve Rizov (2005) girişimciliği etkileyen açıklayıcı değişkenlerden biri olarak nitelendirdiği bireyin yaşı ile girişimcilik arasında ters yönlü ilişkiyle karşılaşmaktadır. Şöyle ki; genç yaştakiler belirli bir yaşa gelinceye kadarki süreçte girişimcilik düzeyleri yaşla ve deneyimle birlikte artmakta olup, ilerleyen yaşlarda ise girişimcilik faaliyetini gerçekleştirme riskinin yaratacağı maliyet algısındaki ve zamanın fırsat maliyetindeki artıştan ötürü girişimcilik düzeyi azalmaktadır (Minns ve Rizov, 2005: 269). Giannetti ve Simonov (2004) risk alabilme eğilimi yüksek olan bireylerin daha girişimci olacağından ve yaş ile risk alabilme arasında negatif yönlü ilişki bulunduğundan hareketle yaş ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi değerlendirmektedir. Buna göre 40 yaşına yaklaşan bireylerin girişimcilik yapma eğilimi yüksekken 40 yaşından sonra bu eğilimin azaldığı öne sürülmektedir (Giannetti ve Simonov, 2004: 273).

4.5. Sosyal Ağ Teorisi ve Girişimcilik

Literatürde sosyal ağ ve girişimcilik ilişkisi sosyal ağ teorisi kapsamında değerlendirilmektedir. Sosyal ağ teorisine göre insanlar arası ilişkilerin oluşturduğu sosyal ağlar girişimciliğin oluşmasını önemli ölçüde etkilemektedir. Özellikle sosyal ağlar kapsamında yer alan finansal ağ, iş gücü ağı, bilgi ağı ve pazar ağının girişimciliğin oluşmasını önemli ölçüde etkilediği ortaya koyulmaktadır (Dana, 2009: 92-93). Ayrıca sosyal ağların yeni bir işletmenin kuruluş sürecini önemli ölçüde etkilediği ortaya koyulmaktadır. Şöyle ki; girişimci iş fikirlerini girişimciliğe dönüştürme esnasında çok fazla fiziki kaynak, bilgi, deneyim ve tavsiyeye ihtiyaç duymaktadır (Grebel, 2004: 86-88).

Girişimciliğin ortaya çıkmasında gerekli bilgi ve kaynakların bazen tek bir bireyde olmadığından hareketle girişimciler bankalar, ticaret odaları, devlet kurumları gibi resmi veya aile, arkadaşlar, geçmiş iş arkadaşları, üye olunan cemaatler gibi resmi olmayan sosyal bağlantılara ihtiyaç duymaktadır. Sosyal ağ olarak nitelendirilen bu sosyal bağlantılar aracılığıyla sosyal ağ çeşitliliğini arttırmış girişimciler daha fazla bilgi ve kaynağa sahip olma şansı elde etmektedir. Bu yolla sosyal ağ içerisinde yer alan bireylerin risk alabilme eğilimi artmaktadır. Sosyal ağların sağladığı işbirliği ve güven ortamı sayesinde girişimcilerin karar verme süreçleri hızlanmakta, girişimcilerin yenilik yapma düzeyi de artmaktadır. Aynı zamanda sosyal ağlar bireylerin olanakların farkına varma ve gerekli kaynaklara sahip olmasını kolaylaştırmaktadır. Sosyal bağlantıların olanakların farkına varma becerisini güçlendirdiği bulgusuna Mot (2011)'un aktarımına göre Hills (1995) ve Mot (2011)' da ulaşmaktadır (Birley, 1985:109; Aldrich ve Zimmer, 1986: 4, 19; Simoni ve Labory,

2006:101-110; Mot, 2010: 111-112). Sosyal ağlar; üretilen mal ve hizmeti daha fazla kişiye pazarlayacak dağıtım kanallarına ulaşmayı da kolaylaştırmaktadır. Sonuçta konuyla alakalı çalışmalar; girişimci davranışlarının sosyal ilişki ağları içerisinde gömülü olduğunu ve bireyin girişimci olup olmama kararında sosyal ağların etkili olduğunu ortaya koymaktadır (Aldrich ve Zimmer, 1986: 4). Sosyologlardan diğer sosyal bilimlere ihraç edilen sosyal sermaye kavramı da sosyal ağlar ile bağlantılıdır. Nitekim sosyal sermaye aile, arkadaş, toplum ve örgütsel sermayenin yarattığı sosyal ağlar ile güçlendirilmektedir.

Sosyal sermaye; bireyin sosyal yapı içerisinde kazandığı ve tüm bireylerin ortak hedeflerine daha kolay ulaşması adına birlikte hareket etmesine aracılık eden güven, sosyal norm ve sosyal ağ gibi elle tutulur kaynaklardır. Ayrıca Nwankwo vd. (2012) sosyal sermayeyi Fukuyama (1999)'u referans göstererek; sosyal ilişkilerde gerekli sosyal işbirliğini tetikleyen ve bu yolla iktisadi büyümenin temel araçlarından biri sayılan ortak norm ve değerler olarak tanımlamaktadır. Girişimcilik açısından değerlendirildiğinde girişimcinin sosyal sermayesi; diğer girişimcilerle ve finansal güçlük çektiğinde finansal kaynak temin edebileceği aile bireyleri ya da likidite kuruluşları ile ilişkileri biçiminde kendini göstermekte olup işlem maliyetini azaltmaktadır (Thornton vd, 2011: 7; Douglas, 2009: 7; Ferrante ve Sabatini, 2007: 7-8; Nwankwo vd, 2012:151). Sosyal sermaye kadar girişimcilik literatüründe üzerinde durulan konulardan bir diğeri etnik kökenin girişimcilik ile ilişkisidir. Bundan ötürü bir sonraki alt başlık bu ilişkinin değerlendirilmesine ayrılmaktadır.

4.6. Etnik Köken ve Girişimcilik

Etnik köken ve girişimcilik ilişkisi literatürde “*etnik girişimcilik*” kavramı çerçevesinde değerlendirilmektedir. Etnik girişimciler; sundukları ürün grubu, hitap ettikleri müşteri grubu ve uyguladıkları kendilerine özgü iş yapma stratejileri ile diğer girişimcilerden farklılaşmaktadır. Sosyologlar etnik girişimciliğe ilişkin çalışmalarında ‘kültürcü yaklaşım’ çerçevesinde etnik grupların girişimci olmalarını destekleyen kendilerine özgü değer, beceri ve kültürel özelliklere sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre etnik grupların girişimciliğini desteklediği düşünülen kültürel faktörlerden bazıları; iç dayanışma ve bağlılık, esneklik, kişisel motivasyon, çalışkanlığı teşvik eden çalışma ahlakı, aynı etnik grupta yer alan bireyler arasında iletişim ve işbirliği ağları ve esnek finansal düzenlemelerdir (Levent vd. , 2003: 1132). Etnik köken ve girişimcilik ilişkisinde özellikle etnik grupların kendi içerisinde oluşturdukları sosyal bağlara vurguda bulunmaktadır. Şöyle ki farklı bir ülkede yaşayan belirli bir etnik kökene mensup bireyin girişimci olmasında kendisinin de parçası olduğu etnik grubun desteği önem taşımaktadır. Bu destek; akraba ve arkadaşların vereceği destek

biçiminde olabileceği gibi dini kuruluşlar, hayır kurumları ve diğer küçük işletmelerin sağlayacağı daha geniş çaplı destek şeklinde de olabilmektedir. Etnik grupların kendi içerisinde oluşturdukları sosyal bağlar grup içerisinde yer alan bireyler arasında güven yaratmakta, yaratılan bu güven olgusu girişimciye daha fazla destek bulma şansı vermektedir (Aldrich ve Zimmer,1986:15). Özellikle birbirlerine bağlılık düzeyi yüksek olan etnik topluluklarda; etnik gruba özgü sosyal sermaye ve sosyal ağlar yardımıyla, bilgi, deneyim, finansal kaynak ve işgücü sağlama şansının ve etnik grupların ürettiği ürünlere ilişkin piyasa talebinin yüksek olması bu topluluğa mensup bireylerin girişimci olma istek ve düzeylerini arttırmaktadır. Ayrıca birbirine bağlılık düzeyi yüksek olan etnik gruplarda yaratılan sosyal sermaye o gruba mensup girişimcilerin yaşadıkları ülkede karşılaşacakları yasal kısıtlamaların yaratabileceği dezavantajların azaltılmasını sağlamakta ve bu yolla da girişimciliği teşvik etmektedir (Metzer, 2010:2, 11).

4.7. Sosyal Norm, Kültür ve Girişimcilik İlişkisi

Sosyal normlar ve kültürel değerler girişimciliğin o toplum içerisinde nasıl algılandığını ve toplumun girişimciliğe verdiği değeri etkileme yoluyla kişilerin girişimci olma kararlarını etkilemektedir. Bu tür bir yaklaşım Etzioni'nin çevre desteği ya da destekleyici çevre olarak adlandırdığı bakış açısıdır. Bu çerçevede sosyal normlar ve kültürel değerler ile girişimcilik arasındaki ilişki girişimciliği meslek seçimi teorisi kapsamında değerlendiren çalışmalar bağlamında ele alınmaktadır. Bu noktada iktisadi büyümenin temel kaynağı olarak görülen girişimciliği arttırmak adına girişimci rol modeller oluşturmanın etkisi üzerinden değerlendirme yapmak mümkün olmaktadır (Giannetti ve Simonov, 2004: 272; Halis vd., 2007: 24).

Aynı zamanda kültürlerin değer ve sosyal normları şekillendirdiği üzerinde duran çalışmalar da kültürün girişimciliği önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymaktadır. Buna göre yapısal değişikliğin yarattığı endüstriyel ilerlemeyi değerli hale getiren kültüre sahip toplumlardaki girişimcilik düzeyi, yasal bir otorite tarafından sağlanan istikrarın değerli olduğu toplumların girişimcilik düzeyinden çok daha yüksek olmaktadır. (Giannetti ve Simonov, 2004:280). Weber Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhunu çalışmasında; dinlerin kültürel normlar geliştirme yoluyla bireylerin davranışlarını şekillendirdiği ve toplumdaki tüm birey davranışlarının bu kültürel kodlarla şekillenmesiyle girişimcilik ve kapitalizmin alt yapısının oluşturulduğu üzerinde durmaktadır. Weber gibi Mc Clelland da Protestanlığın kazandırdığı başarıya güdüsü ve bağımsız yetiştirme normlarının girişimciliğe ve kapitalizme zemin hazırladığını ortaya koymaktadır (Aytaç ve İlhan, 2007:109). Weber'in girişimcilik

yaklaşımını Watson (2012) in çalışmasında ele aldığı kurumsal akıl temeline dayandırmak da mümkündür. Kurumsal akıl; süreçte toplum tarafından inşa edilerek birey davranışlarını şekillendiren ve anlam kazandıran aile, din, politika, bürokrasi kurumu gibi toplumun temel kurumları ile bağlantılı, değerler, kurallar, varsayımlar ve uygulamalar kümesidir. Süreçte kurumsal akıl içerisinde yer alan değer ve kuralların birbiri ile çelişmesi sosyal değişimin motoru olma işlevi görmektedir. Buna göre Weber'in de ortaya koyduğu üzere; kilise merkezli dinsel akıl girişimciliğin ve kapitalizmin engelleyicisi iken; Calvinizm ile birlikte ortaya çıkan kurumsal akıl hem girişimcilik hem de kapitalizmin en temel destekleyicisi haline dönüşmektedir. Ancak bu tür bir dönüşüm bireyden bağımsız olmamakla beraber birey ile kurumsal aklın etkileşimi sonucu oluşmaktadır (Watson,2012:309).

Buradan hareketle bir toplumun sahip olduğu sosyal ve kültürel değerlerin toplum içerisinde yer alan bireylerin değer yargılarını şekillendirme yoluyla girişimciliği etkilediği ortaya koyulmaktadır. Buna göre girişimciliği destekleyen ve girişimcilik için uygun değer yargı alt yapısına sahip olan toplumlarda girişimcilik yüksek olmaktadır. Şöyle ki; yenilik, risk alabilme ve bağımsız /özerk olabilmenin önemli değer yargıları olarak değerlendirildiği toplumların girişimcilik düzeyi, bu değer yargılarına önem vermeyen toplumların girişimcilik düzeyinden çok daha yüksek olmaktadır (Licht ve Siegel:2006). Aynı şekilde olanakların farkına varma ve değerlendirmeyi teşvik eden kültürlerde girişimcilik düzeyi daha yüksek olmaktadır (Zhao vd, 2015).

Kültür - girişimcilik ilişkisini değerlendiren çalışmaların bir kısmı; Hofstede'nin kültürün alt boyutları üzerinden hareket etmektedir. Hofstede'ye göre kültürün alt boyutları; bireycilik- toplumsalcılık, güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma davranışı ve erkeksilik-kadınsılıktır. Bu bağlamda girişimciliği değerlendiren çalışmalara göre; erkeksi, bireyciliğin hakim olduğu ve belirsizlikten kaçınma ve güç mesafesinin düşük olduğu toplumların girişimcilik düzeyi yüksek olmaktadır. Aynı zamanda kültürün girişimciliğe etkisi; performans eğilimi, gelecek eğilimi, kayıptan kaçınma, cinsiyet eşitliği, iyi insan olmayı teşvik etme eğilimi(Humane orientation), grup içi bağlılık ve agresiflik üzerinden de değerlendirilmektedir (Zhao vd, 2015). Esasen kültür ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi değerlendiren çalışmalarda; kültürün sosyal bir kavram olduğunun ve sosyal düzeydeki analizlere tabi olduğunun göz önünde bulundurulması önem taşımaktadır. Nitekim Weber'in iktisadi gelişmeyi Protestan Ahlakın Kalvinist aktörlerine ve bu ahlakın yarattığı sosyal koşullara dayandırdığı Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu çalışması girişimciliği sosyal boyutuyla ele alan çalışmalara örnek teşkil etmektedir (Licht ve Siegel, 2006).

Sosyolojide girişimcilik aynı zamanda girişimcilik ve kurumların ilişkisi bağlamında değerlendirilmektedir. Sosyolojinin bakış açısıyla girişimcilik ve kurumlar arasındaki ilişki; kurumların kültür ve sosyal ilişkilerin etkileşimine dayandığından ve insani, sosyal ve kültürel sermayenin girişimcilik için gerekli kaynakları temin etmeye aracılık ettiğiinden hareketle ele alınmaktadır. Girişimciliğin bakış açısından değerlendirildiğinde kurumlar; bireyler ve sosyal gruplar arasındaki iktisadi, sosyal ve politik etkileşimi düzenleyen kurallar topluluğu olarak tanımlanmaktadır (Thornton vd., 2011:110).

Sosyologlar girişimciliği ele alırken yalnızca toplumsal ve kültürel norm ve etkenlerin girişimcilik üzerindeki etkisini değil, aynı zamanda girişimciliğin toplumu dönüştürücü ve yönlendirici etkisini de ele almaktadır. Bu kapsamda kendi çıkarlarını düşünen, gerekli kaynaklara sahip olan ve toplumun geniş bir kesiminin kültür ve kurumsal yapısını etkileyen elit kesime karşılık gelen “*kurumsal girişimciler*” deyimini ön plana çıkmaktadır. Kurumsal girişimcilik bağlamında; yeni teknolojik standartların adaptasyonu, kurumsal alanda düzenleyici ve normatif değişiklikler, yeni piyasaların kurulması ve hatta AB ortak pazarı ile bağlantılı analizler gerçekleştirilmektedir. Bütün bu çalışmalarda ortak vurgu yeni anlamlar, kavramlar, bilişsel çerçeveler, gibi girişimciliğin kültürel ürünleri ile ilgili olmaktadır (Aytaç ve İlhan, 2007;102-105; Ruef ve Lounsbury, 2007: 11,16).

Toparlamak gerekirse; genel manada sosyoloji disiplini girişimciliği yeni bir firma yaratma süreci, yeni bir firma kurulmasına zemin hazırlayan sosyo ekonomik koşullar ve iktisadi büyüme, kültür ve değerler açısından bölgeler arası farklılaşma bağlamında değerlendirmektedir. Reynolds’un firmanın kurulmasına ilişkin sosyo ekonomik koşullar ve Weber ile Mc Lellanda ve Parsons’ın iktisadi büyüme, kültür ve değerler açısından bölgeler arası farklılaşma bağlamında girişimciliği ele alan çalışmaları bu kapsamlarda yapılan çalışmalara referans gösterilebilmektedir (Watson, 2012:307; Ruef ve Lounsbury, 2007: 16; Reynolds,1991). Aynı zamanda Watson (2012) girişimciliğe sosyolojik boyut kazandırmak adına girişimciden öte girişimcilik faaliyetine odaklanılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Sosyolojide girişimcilik konusu ele alınırken iki yönlü yaklaşım üzerinden hareket edilmektedir. Yaklaşımlardan birinde hareket noktası işletme kurmak isteyen birey iken diğesinde işletme kurulmasına zemin hazırlayan sosyal çerçevedir. Bu bağlamda sosyolojinin girişimciliğe yaklaşımını mikro ve makro yaklaşımların sentezi olarak değerlendirmek mümkün olmaktadır (Watson, 2012: 307-308). Çok boyutlu sosyoloji yaklaşımı ile birlikte girişimcilik karşılaştırmalı tarihsel perspektiften de ele alınmaktadır. Bu yolla gelişmiş/ gelişmemiş, geleneksel/ modern ve kapitalist / kapitalist olmayan toplumların girişimcilik

düzeyi farklılıklarında tarihsel zaman ve sosyal mekan etkisini değerlendirmek de mümkün olmaktadır.

SONUÇ

Girişimcilik; yenilikçilik faaliyetinin gerçekleştirilmesi, uygulamaya geçirilmesi ve yayılmasının yanı sıra üretim artışı, yeni iş alanı ve dolayısıyla istihdam yaratma, piyasaların yeniden düzenlenmesi ve yapısal uyum konularında göz ardı edilemeyecek düzeyde katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla girişimcilik, iktisadi büyüme ve kalkınmanın motoru olarak görülmektedir. Özellikle 1980 sonrası dönemde neoliberal politikaların hakim olması ve her geçen gün hakimiyetlerini arttırmasıyla ülkelerin serbest piyasa ekonomisini benimsemeleri ve özelleşme hareketleri girişimciliğin her geçen gün daha önemli hale gelmesine yol açmaktadır. Dolayısıyla farklı disiplinlerde gerçekleştirilen girişimcilik çalışmalarının sayısı her geçen gün artmakta, her disiplin kendi perspektifiyle girişimciliği ele almaktadır. Bundan ötürü girişimciliğe ilişkin tek bir tanımlama yapmak mümkün olmamaktadır.

Hakim iktisat teorisinde girişimcilik sürecinden öte girişimcilik faaliyetlerinin sonuçlarına odaklanılmaktadır. Halbuki iktisat, psikoloji ve sosyoloji perspektifinden girişimcilik yaklaşımlarında; girişimciliği etkileyen iktisadi ve iktisadi olmayan faktörlerin birlikte değerlendirilmesi mümkün olmaktadır. Bu yolla neoklasik iktisadın robotik ve bencil, sosyal ilişki ağlarından bağımsız Robinson Crouse tipi bireye dayanan irrasyonel girişimcilik değerlendirmesinin dışında, girişimciliğin daha rasyonel ve gerçekçi perspektiften değerlendirilmesi mümkün olmaktadır. Nitekim iktisadi olmayan faktörlerin girişimciliğin temel belirleyicilerinden olmasına rağmen neo klasik modellerin hata terimleri kapsamına sığdırılmaya çalışılması, girişimciliği salt iktisadi bakış açısıyla değerlendirmenin eksik bir yaklaşım olacağı görüşünü desteklemektedir (Zafirovski, 1999:358). Buna dayanarak literatürdeki inter- disiplinler perspektifte girişimcilik çalışmalarının sayısı her geçen gün artmaktadır. Hali hazırdaki çalışmanın; girişimciliği disiplinler arası bakış açısıyla değerlendirme kaygısıyla yola çıkmış çalışmalara hareket noktası oluşturması amaçlanmaktadır. Buradan hareketle çalışmada öncelikle genel çerçevede girişimcilik değerlendirilmesi yapılmakta, arkasından literatürdeki çalışmalardan yola çıkılarak hakim iktisat teorisi, psikoloji ve sosyoloji disiplinlerinin girişimciliğe bakış açısı ele alınmaktadır. Kısa bir literatür değerlendirmesi mahiyetindeki çalışma ile, girişimciliğe ilişkin diğer literatür çalışmalarından farklı olarak; farklı disiplinlerdeki girişimcilik çalışmaları ve disiplinlerin girişimciliğe ilişkin değerlendirmeleri aynı çalışma içerisinde özetlenmiş olmaktadır. Bu yolla girişimciliğe ilişkin bütüncül bir değerlendirme yapılmış olmaktadır.

Türkçe literatürde farklı disiplinlerin girişimcilik yaklaşımlarını aynı çalışma içerisinde değerlendiren çok fazla çalışma bulunmamasından hareketle, hali hazırdaki çalışma ile literatüre önemli ölçüde katkı sağlanacağı düşünülmektedir. Çalışmayı sınırlandırma kaygısından ötürü literatürdeki tüm çalışmalara yer verilmemekle birlikte, bundan sonraki çalışmalarda daha fazla çalışma üzerinden değerlendirme yapılarak çalışmanın genişletilmesi planlanmaktadır.

KAYNAKÇA

AHMETOGLU, G. (2014) “The Entrepreneurial Personality: A New Framework and Construct for Entrepreneurship Research and Practice”, Phd. Thesis , Goldsmiths , University of London, , August 2014

ALDRİCH H. ve ZİMMER C. (1986) “Entrepreneurship Through Social Networks”. Sexton ,D ve Smilor , R (Ed.), The Art and Science of Entrepreneurship. New York: Ballinger

ALTINAY, L., MADANOGLU, M., DANİELE, R. ve LASHLEY, C. (2012) “The Influence of Family Tradition and Psychological Traits on Entrepreneurial Intention “, International Journal of Hospitality Management, 31: 489–499

ALTINAY, L. (2008) “The Relationship Between an Entrepreneur’s Culture and The Entrepreneurial Behaviour of the Firm”, Journal of Small Business and Enterprise Development, 15 (1): 111-129

AMİRİ, N. S. ve MARİMAEİ, R. (2012) “Concept of Entrepreneurship and Entrepreneurs Traits and Characteristics”, Scholarly Journal of Business Administration, 3 (2): 20-25

AYTAÇ, Ö., Süleyman İ., (2007) “Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,18: 101-120

BARON, R. (2000) “Psychological Perspectives on Entrepreneurship: Cognitive and Social Factors in Entrepreneurs Success”, Current Directions In Psychological Science, 9 (1): 15-18, February 2000

BARONA, R. (1998) “Cognitive Mechanisms in Entrepreneurship : Why and When Entrepreneurs Think Differently than Other People”, Jotunal of Business Venturing, 13(4):275-294

BASILGAN, M. (2008) “Girişimcilerin Kişilik Profili Üzerine Bir İnceleme: Bursa Örneği”, Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları:112, Kongreler Dizisi 16:472-484

BASU, A. ve GOSWAMİ, A. (1999) “Determinants of South Asian Entrepreneurial Growth in Britain: A Multivariate Analysis”, Small Business Economics, 13(1) :57-70

BAUMOL, W. J. (1968) “Entrepreneurship in Economic Theory”, The American Economic Review, 58 (2):64-71

BEGLEY, T., M. ve BOYD, D., P. (1987) “Psychological Characteristics Associated with Performance in Entrepreneurial Firms and Smaller Businesses”, *Journal of Business Venturing*, 2:79-93

BİRLEY, S. (1985) “The Role of Networks in the Entrepreneurial Process”, *Journal of Business Venturing*, 1 (1):107-117

BJERKE, B. (2007) *Understanding Entrepreneurship*, Edward Elgar Publishing, UK

BOYD, G., ve VOSİKİS, S. (1994) “The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions”, *Entrepreneurial Theory and Practice* 13:63-77

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

BOZYİĞİT, S., İNCE, M. ve ÇELİK, A. (2014) “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma”, *Niğde Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3):113-124

BRAUNERHJELM, P. (2010) “Entrepreneurship Innovation and Economic Growth: Past Experiences, Current Knowledge and Policy Implications”, *Swedish Entrepreneurship Forum, Working Papers 2010: 2*

BROCKHAUS, R., H. (1980) “Risk Taking Propensity of Entrepreneurs”, *Academy of Management Journal*, 23 (3):509-520

BULA, H. (2012) “Evolution and Theories of Entrepreneurship: A Critical Review on the Kenyan Perspective”, *International Journal of Business and Commerce*, 1 (11):81-96

BULL, I. ve WILLARD, G.E. (1993) “Towards A Theory of Entrepreneurship”, *Journal of Business Venturing*, 8:183-195

BYGRAVE, W. (1993) “Theory Building in the Entrepreneurship Paradigm”, *Journal of Business Venturing*, 8:255-280

BYGRAVE, W. ve HOFER, W. (1991) “Theorizing about Entrepreneurship”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1042 (2587):13-22

BYRNE, Z., S., CARDADOR, J., M., FOX, S., FRİNTRUP, A., MUELLER-HANSON, R., A., SCHULER, H., & THORNTON, G. C. (2004) “Measuring Achievement

Motivation: Tests of Equivalency for English, German, and Israeli Versions of the Achievement Motivation Inventory”, *Personality and Individual Differences*, 37 (1): 203-217

CALIENDO, M. ve KRÍTIKOS, A. (2011) “Searching For Entrepreneurial Personality: New Evidence and Avenues for Further Research”, *Iza Discussion Paper Series*, No:5790, June 2011

CASSON, M. (2003) *The Entrepreneur An Economic Theory: Second Edition*, Edward Elgar Publishing, USA, 2003.

CHELL, E. (2008) *The Entrepreneurial Personality:A Social Construction*, Routledge, UK, 2008.

COLLINS, C. J., HANGES, P., LOCKE, E., A. (2004) “The Relationship of Achievement Motivation to Entrepreneurial Behaviour: A Meta Analyses”, *Human Performance*, 17(1):95-111

COWEN, T. (2003) “Entrepreneurship, Austrian Economics, and the Quarrel Between Philosophy and Poetry”, *The Review of Austrian Economics*, 16 (1) :5-23

CUERVO, A., RIBEIRO, D., ROIG, S. (2007) “Entrepreneurship: Concept, Theory and Perspective: Introduction”, s., Cuervo, A., Ribeiro, D. ve Roig, S. (Ed.), *Entrepreneurship: Concept, Theory and Perspective*, Springer, Berlin Heidelberg

DANA, L. P. (2009) “Religion as an Explanatory Variable For Entrepreneurship”, *Entrepreneurship and Innovation*, 10 (2):87-99

DANA, L., P. (1995) “Enterprising Culture in Hong-Kong”, *Journal of Enterprising Culture*, 3 (4):497-510

DANA, P. (2009) “Religion as an Explanatory Variable For Entrepreneurship”, *Entrepreneurship and Innovation*, 10 (2):87-99

DAVIDSSON, P. ve HONIG, B. (2003) “The Role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs”, *Journal of Business Venturing*, 18:301-331

DAVIDSSON, P. (2004) *Researching Entrepreneurship*, Springer, USA

DELMAR, Frederic (1996) “Entrepreneurial Behaviour and Business Performance”, *Doctorate Thesis*, Stockholm School of Economics

DOLTON, P. J. ve MAKEPEACE, G. H. (1990) “Self Employment Among Graduates”, *Bulletin of Economic Research*, 42 (1):35-53

DOUGLAS, E. (2009) "Perceptions – Looking at the World Through Entrepreneurial Lenses", Carsrud, Alan. L. ve Brannback, Malin (Ed.), Understanding the Entrepreneurial Mind: Opening the Black Box, Springer, Verlag-New York

DURAND, D. ve SHEA, D. (1974) "Entrepreneurial Activity as a Function of Achievement Motivation and Reinforcement Control", The Journal of Psychology, 88 (1):57-63

Economist (2009) " Global Heroes, a Special Report on Entrepreneurship", March 14th, 2009.

EDEWOR, A. P., OLUREMI, A. ve Mofoluwake, A., P. (2014) "An Exploration of Some Sociological Approach to Entrepreneurship" , European Journal of Business and Management, 6 (5):18-24,2014

EMAMI, M. ve NAZARI, K. (2012) "Entrepreneurship, Religion and Business Ethics", Australian Journal of Business and Management Research, 1 (11):59-69

EMAMI, M. ve NAZARI, K. (2012) "Entrepreneurship, Religion and Business Ethics", Australian Journal of Business and Management Research, 1(11):59-69

ENDRES, A., M. ve WOODS, C., R. (2006) "Modern Theories of Entrepreneurial Behaviour: A Comparison and Appraisal", Small Business Economics, 26: 189-202

ENTRIALGO, M., FERNANDEZ, E. ve VAZQUEZ, C. J. (2000) "Psychological Characteristics and Process: The Role of Entrepreneurship in Spanish SME'S", European Journal of Innovation Management, 3 (3):137-149

FADAEI, A. ve ABD ALZAHRAH., H., O. (2014) "Explaining The Relationship Between Creativity, Innovation and Entrepreneurship", International Journal of Economy, Management and Social Sciences, 3 (12):1-4

FAYOLLE, A. (2007) Entrepreneurship and New Value Creation: The Dynamic of the Entrepreneurial Process, Cambridge University Press, New York

FORMAINI, R. (2001) "The Engine of Capitalist Process: Entrepreneurs in Economic Theory", Economic and Financial Review, Fourth Quarter:2-11

FRESE, M. (2009) "Toward A Psychology of Entrepreneurship: An Action, Theory Perspective", Foundations and Trends in Entrepreneurship, 5 (6):435-494

FUDURIC, N. (2008) "Individuals and Opportunities: A Resource Based and Institutional View of Entrepreneurship", Doctoral Research Paper 1, Department of Planning and Development, Aalborg University

GARTNER, W., B. (1988) "Who is an Entrepreneur is a Wrong Question", Entrepreneurship Theory and Practice, Summer 1988:47-67

GEIST, C. R. ve BANGHAM, W., R. (1980) "Locus of Control and Religious Affiliation", Psychological Reports, 47:1281-1282,

GHOSH, A. ve CHATTOPADHYAY R. (2002) "Predicting Entrepreneurial Success: A Socio-psychological Study", The Journal of Entrepreneurship, 11 (1): 21-31,

GIANNETTI, M. ve SIMONOV, A. (2004) "On The Determinants of Entrepreneurial Activity: Social Norms, Economic Environment and Individual Characteristic", Swedish Economic Policy Review, 11:269-313

GREBEL, T. (2004) Entrepreneurship A New Perspective, Routledge, London, 2004

GÜROL, Y. ve ATSAN, N. (2006) "Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students: Some Insights for Entrepreneurship, Education and Training in Turkey", Education & Training, 48 (1): 25-38

HALIS, M., ÖZSABUNCUOĞLU, H., I. ve ÖZSAĞIR, A. (2007) "The Values of Entrepreneurship and Factors That Effect Entrepreneurship: Findings from Anatolia", Serbian Journal of Management, 2 (1) pp:21-34,2007

HAMILTON, R.T. ve HARPER, D.A. (1994) "The Entrepreneur in Theory and Practice", Journal of Economic Studies, 21 (6):3-18

HANNAN, M. ve FREEMAN, J. (1977) "The Population Ecology of Organizations", American Journal of Sociology, 83(5):929-954

HEBERT, R., F. ve LINK, A., N. (2006) "Historical Perspectives on the Entrepreneur", Foundations and Trends in Entrepreneurship, 2 (4): 261-408

HOOGENDOORN, B. , RIETVELD, C. A. ve STEL, A.V. (2014) "Exploring the Relation Between Religion and Business Ownership at the Country Level", Fourth International Workshop on Entrepreneurship, Culture, Finance and Economic Development, Alpen-Adria-Universität Klagenfurt , Austria, July 3-4 2014

HOQUE, N., MAMUN, A. ve AHSHANUL MAMUN, A., M. (2014) “Dynamics and traits of entrepreneurship: an Islamic approach,” World Journal of Entrepreneurship: Management and Sustainable Development, 10 (2): 128 – 142

JOHANSSON, E. (2000) “Self Employment and Liquidity Constraints: Evidence from Finland”, Scandinavian Journal of Economics, 102 (1):123-134

JOHNSON, A. R. ve DELMAR, F. (2010) “The Psychology of Entrepreneurs: A Self-Regulation Perspective”, Landström, H. ve Lohrke, F. (Ed.) Historical Foundations of Entrepreneurial Research, , Edward Elgar, U.K.,2010.

KAHNEMAN, D. ve LOVALLO, D. (1993) “Timid Choices and Bold Forecasts: A Cognitive Perspective on Risk-Taking”, Management Science, 39 (1):17-31

KAHYA , C. ve İmamoğlu, K. (2013) “Sosyo- Demografik Özellikler ve Girişimcilik İlişkisinin Yerel Kalkınma Bağlamında Değerlendirilmesi: Bayburt İli Örneği”, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, 38:1-14

KALKAN, M. ve KAYGUSUZ, C. (2012) “The Psychology of Entrepreneurship”, Helmchen, Thierry, B. (Ed.) Entrepreneurship- Born, Made and Educated, , Intech Open Access Publisher, Croatia, 2012.

KEH, H., T. , FOO, M., D. ve LİM, B., C. (2002) “Opportunity Evaluation under Risky Conditions: The Cognitive Processes of Entrepreneurs”, Entrepreneurship: Theory and Practice, 27 (2): 125-148

KEYNES, J., M. (2003) The General Theory of Employment, Interest and Money, A Project Gutenberg of Australia ebook, Australia, 2003

KILIÇ, R., KEKLİK, B. ve ÇALIŞ, N. (2012) “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17 (2):423-435

KOH, H. C. (1996) “Testing Hypothesis of Entrepreneurial Characteristics: A Study of Hong-Kong MBA Students,” Journal of Managerial Psychology, 11(3): 12-25

KORKMAZ, O. (2012) “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14 (2): 209-226

KORUNKA, C., FRANK, H., LUEGER, M. ve MUGLER, J. (2003) "The Entrepreneurial Personality in the Context of Resources, Environment and the Start Up Process- A Configurational Approach," *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28 (1): 23-42

LANSTRÖM, H. (2005) *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research: International Studies in Entrepreneurship*, Springer, New York

LEIGHTON, L. S. ve EVANS, D. S. (1989) "The Determinants of Changes in U.S. Self-Employment: 1968-1987", *Small Business Economics*, 1:111-119

LEVENT, T., MASUREL, E. ve NĪJKAMP, P. (2003) "Diversity in Entrepreneurship: Ethnic and Female Roles in Urban Economic Life", *International Journal of Social Economics*, 30 (11):1131-1161

LĪCHT, A., N. ve SĪEGEL, J., I. (2006) "The Social Dimensions of Entrepreneurship", Casson, M. ve Yeung, B. (Ed.), *Oxford Handbook of Entrepreneurship*, Oxford University Press, U.K.

LĪTTUNEN, H. (2000) "Entrepreneurship and the Characteristics of the Entrepreneurial Personality", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6 (6): 295 – 310

LOUNSBURY, M. ve RUEF, M. (2007) "Introduction: The Sociology of Entrepreneurship", *Research in the Sociology of Organizations*, 25:1-29

MATHEWS, C., H. ve MOSER, S., B. (1995) "Family Background and Gender: Implications for Interest in Small Ownership", *Entrepreneurship and Regional Development: An International Journal*, 7 (4):365-378

MAZZAROL, T. , DOSS, N., VOLERY, T. ve THEĪN, V. (1999) "Factors Influencing Small Business Start Ups: A Comparison with Previous Research", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 5 (2): 48-63

METZER, J. (2010) "Self Employment in Jewish Communities: A Comparative Examination Across Time and Places", Paper presented at the EHA 2010 Annual Meeting, Evanston Illinois, September 24-26

MĪNNĪTĪ, M. ve LEVESQUE, M. (2006) "The Effect of Aging on Entrepreneurial Behaviour", *Journal of Business Venturing*, 21 (2) :177-194

MİNNNS, C. ve MARIAN, R. (2005) “The spirit of capitalism? Ethnicity, religion, and Self-Employment in early 20th century Canada”, *Explorations in Economic History*, 42:259–281,2005

MİNNNS, C. ve RİZOV, M. (2005) “The Spirit of Capitalism? Ethnicity, Religion, and Self-Employment in Early 20th Century Canada”, *Explorations in Economic History*, 42:259–281

MİRALLES, F., RİVEROLA, C. ve GİONES, F. (2012) “Analysing Nascent Entrepreneur’s Behaviour through Intention-Based Models”, 7th European Conference on Innovation and Entrepreneurship, 20-21 September 2012, Portugal

MİTCHELL, R., BROCK, S., K. ve MORSE, E. (2000) “Cross- Cultural Cognitions and the Venture Creation Decision”, *Academy of Management Journal*, 43 (5): 974-993

MOT, P. (2010) “An Entrepreneurial Opportunity Recognition Model: Dubin’s Theory Building Framework”, *Waseda Business Economic Studies*, 46: 103-129

NWANKWO, S., AYANTUNJİ, G. ve SANYA, O. (2012) “Religion, Spirituality and Entrepreneurship: The Church as Entrepreneurial Space Among British African”, *Society and Business Review*, 7 (2) :149 – 167

PALMER, M. (1971) “The Application of Psychological Testing to Entrepreneurial Potential”, *California Management Review*, 13 (3):32-38

POPESCU, S. (2012) “Gender Differences in Entrepreneurship”, *Challenges of the Knowledge Society, Social Sciences*, pp:1939-1951

PRAAG, M., SLOOF, R. ve KOUDSTAAL, M. (2014) “Risk Uncertainty and Entrepreneurship: Evidence From a Large-Lab in the Field Experiment”, *Management Science*, 62 (10):2897-2915

RAUCH, A. ve FRESE, M. (2013) “Let’s Put the Person Back into Entrepreneurship Research: A Meta Analysis on the Relationship Between Business Owner’s Personality Traits, Business Creation and Success,” *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16 (4): 353-385

REİMERS-HİLD, C. (1995) “Locus of Control, Need for Achievement and Risk Taking Propensity: A Framework for the Entrepreneurial Learner of the 21’st Century”, *Doctorate Thesis, Faculty of The Graduate College at the University of Nebraska*, , August 2005

REYNOLDS, P. D. (1991) "Sociology and Entrepreneurship: Concept and Contributions", *Entrepreneurship Theory& Practice*, 16:47-70

ROKHMANN, W. ve AHAMED, F. (2015) "The Role of Social and Psychological Factors on Entrepreneurial Intention among Islamic College Students in Indonesia", *Business and Economic Review*, 3 (1):29-42

ROTTER, J., B. (1966) "Generalized Expectancies For Internal Versus External Control of Reinforcement", *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1):1-28

SABATINI, F. ve FERRANTE, F. (2007) "Education, Social Capital and Entrepreneurial Selection in Italy", *MPRA Paper*, No:2451

SANCHEZ, J., C., CARBALLO, T. ve GUTIERREZ, A. (2011) "The Entrepreneur From Cognitive Approach", *Psychotema*, 23 (3):433-438

SCHUMPETER, J., A. (2013) *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profit, Capital, Credit, Interest and Business Cycle*, Transaction Publishers, U.S.A and U.K, 2013

SEGAL, G., BORRIGIA, D. ve SCHOENFELD, J. (2005) "The Motivation to Become Entrepreneur", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11 (1): 42-57

SHAVER, K. G. (2010) "The Social Psychology of Entrepreneurial Behaviour", *Academy of Management Review*, 35 (1): 1-20. Z., J. ve Audretsch, D., B. (Ed.), *Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey And Introduction: Second Edition*, Springer, New York

SIMON, M., HOUGHTON, S. M., & AQUINO, K. (2000) "Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies", *Journal of Business Venturing*, 15(2): 113- 134.

SIMONI, C. ve LABORY, S. (2006) "The Influence of Social Capital on Entrepreneurial Behaviour", *Entrepreneurship: The Engine of Growth: Vol:1-3*, Publishing Group

STEWART, H. W. ve ROTH, P., L. (2007) "A Meta Analysis of Achievement Motivation Differences Between Entrepreneurs and Managers", *Journal of Small Business Management*, 45 (4): 401-421

THOMAS, A. S. ve MUELLER, S. L. (2001) "Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness," *Journal of Business Venturing*, 16 (1): 51-75

THORNTON, P., SORIANO, D. R. ve URBANO, David (2011) "Socio - Cultural Factors and Entrepreneurial Activity: An Overview", *International Small Business Journal*, 29 (2):105-118

TINAR, Y. ve GÜLER, B.K. (2009) "Measuring The Entrepreneurial Level of the Businessmen: The Relationship Between Personal Traits and Entrepreneurial Level", *Ege Akademik Bakış*, 9(1):95-111

TİMUROĞLU, M. K. ve ÇAKIR, S. (2014) " Girişimcilerin Yeni Bir Girişim Yapma Niyetlerinin Risk Alma Eğilimi ile İlişkisi", *AKÜ İ.İ.B.F. Dergisi*, 16 (2):119-136

TİRYAKİ, A.(2012) "İktisat Teorisinde Girişimcilik", Zafer E. (Ed.) , *Girişimcilik ve KOBİ'ler: Kavramlar, Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, Ekin Basım Yayın ve Dağıtım, Bursa,

TOP, S. , ÇOLAKOĞLU, N. ve DİLEK, S. (2006) "Evaluating Entrepreneurship Intentions of Vocational High School Pupils Based on Self Efficacy Concept", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58:934-943

WATSON, T.J. (2012) " Entrepreneurship: A Suitable Case For Sociological Treatment", *Sociology Compass*, 6 (4):306-315

WENNEKERS, S. ve THURİK, R. (1999) "Linking Entrepreneurship and Economic Growth", *Small Business Economics*, 13:27-55

YAN, J. (2010) "The Impact of Entrepreneurial Personality Traits on Perception of New Venture Opportunity", *New England Journal of Entrepreneurship*,13(2):21-35

ZAFİROVSKİ, M. (1999) "Probing in to the Social Layers of Entrepreneurship: Outlines of the Sociology of Enterprise", *Entrepreneurship&Regional Development*, 11 (4): 351-371

ZELEKHA, Y., AVNİMELECH, G. ve SHARABİ, E. (2014) "Religious Institutions and Entrepreneurship", *Small Business Economics*, 42 : 747-767

ZHANG, D. ve BRUNING, E. (2011) "Personal Characteristics and Strategic Orientation: Entrepreneurs in Canadian Manufacturing Companies", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour Research*, 17 (1): 82-103,2011

ZHAO, X. , RAUCH, A. ve MİCHAEL, F. (2015) “Cross-Country Differences in Entrepreneurial Activity: The Role of National Cultural Practice and Economic Wealth”, <http://workspace.imperial.ac.uk/business-school>, Erişim Tarihi:29.05.2015