

KÜLTÜREL ÇEVRENİN GİRİŞİMCİLİK TERCİHİNE ETKİSİ

Hüseyin ERSOY

Dokuz Eylül Üniversitesi

İzmir Meslek Yüksekokulu

E-posta: Ersoyh2001@yahoo.com

Özet

Küreselleşen ve küçük bir köy haline gelen dünyamızda yaşanan yoğun rekabet ortamında ayakta kalabilmenin yolu rakiplerle rekabet edebilmek ve hatta onlardan bir adım önde olabilmekten geçer.

Bu çalışmada ekonominin ve ekonomik kalkınmanın en önemli unsurlarından olan girişimcilik tercihlerine yaşanan bölge ve sosyo-kültürel ortamın etkisi araştırılmıştır. Girişimciliğin sadece ekonomik boyutu incelenmiş, kıvılcık, Kızılay, yardım dernekleri, tarihi ve doğayı koruma örgütleri gibi kar amacı gütmeyen sivil toplum örgütleri alanlarını kapsayan sosyal girişimcilik boyutuna girilmemiştir.

Araştırmaya konu olan sosyal alan üniversite son sınıf öğrencileri ile sınırlı tutulmuş, bu sayede eğitimin sosyo-kültürel çevreye etkisi de değerlendirilmiştir. Öğrencilere 15 sorudan oluşan bir anket uygulanmış ve sorulara verdikleri cevaplar SPSS programı yardımıyla değerlendirilerek yorumlanmış çıkan sonuçlar paylaşılmıştır. Öğrencilerin verdikleri cevaplarda düşük düzeyde kalan fikrim yok, kısmen gibi şıklara verilen bazı sonuçlardan sayfa darlığından dolayı burada bahsedilmemiştir. Bu nedenle bazı sonuçların toplamı %100'e ulaşmamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Girişimcilik, Sosyo-Kültürel Çevre, Kültürün ve Eğitimin Girişimciliğe Etkisi.*

Alan Tanımı: İşletme ve Yönetim/ Girişimcilik

THE EFFECTS OF REGION AND REGIONAL CULTURE IN ENTREPRENEURSHIP

Abstract

To keep running and living in intensive competition atmosphere, we need to be more competitive and be one step ahead of competitors in a world becoming a small global village.

In this study it has been studied the effects of regional culture and social environment in entrepreneurship trends. Social organisations known as social entrepreneurship, such as Red Crescent, Red Cross or some other non profit organisations have not been studied. Only economical dimension of entrepreneurship has been studied.

The social environment studied in this article is confined with the students imminent the Higher Education of vocational high school in İzmir. Also, a survey including 15 questions has been conducted. The answers have been collected, sorted and compiled by using SPSS program and came up with conclusion. Conclusions have been assessed and interpreted carefully and shared by public.

Key Words: *Entrepreneur, entrepreneurship, social and cultural effect, regional culture and trends.*

JEL Classification: I33, I32

1. GİRİŞ

Girişimcilik dört temel üretim faktöründen birisidir. Ülkelerin kalkınmasında teknolojinin gelişmesinde girişimcilik büyük rol oynamaktadır. Girişimcilik ülkenin endüstrileşmesi, endüstriyel dağılımı, endüstriyel çeşitliliği ve rekabet gücünün seviyesine, ekonomisinin karakteristiğine büyük etkisi bulunmaktadır.

Bomsa ve Levie yaptıkları araştırmalarda girişimcilik ile nüfus yapısı, satın alma gücü paritesi, demografik yapı, yeni ürün-yeni girişim oranı, büyüme oranı, GSYİH v.s. gibi faktörlerin yakını ilişkisi olduğunu göstermişlerdir (Bomsa ve Leive, 2009:28-33).

Bireyin doğup büyüdüğü sosyal çevrenin kişisel girişim tercihleri üzerinde etkisi var mıdır? Bireyler herhangi bir faaliyete teşebbüs ederken neleri düşünür, nelerin etkisinde kalırlar? Özelde ise ekonomik bir girişim için hangi etmenlerin tesirinde kalırlar? Bilgi ve görgüleri, adet ve gelenekleri, sosyal ve ekonomik çevre, eğitim seviyesi, alınan eğitimin türü ve eğitim alınan ortamın kişisel girişimcilik ruhuna ve yapısına ne denli bir etkisi bulunmaktadır?

Çalışmada bu konular araştırılmış bölgeselden daha geniş yani bütüne, ülkenin ekonomik durumuna ve ekonomik aktivitelerinin çeşitliliği ve çeşitlendirilmesi sonucuna doğru ulaşılmaya çalışılmıştır. Çalışmada genel olarak üniversite öğrencileri üzerinde durulmuştur.

1.1. Girişimciliğin Tanımı

Schumpeter'in 1934 yılında yaptığı ilk tanımdan bugüne girişimcilik ve girişimcinin henüz dünya çapında kabul görmüş bir tanımı bulunmamaktadır. Peter Drucker (1985) girişimciliği "mevcut kaynakları değerlendirerek yeni zenginlik üreten kapasite yaratan yenilikçi faaliyet" (Lee ve Chang ve Lim, 2005:1) olarak tanımlamaktadır.

Girişimcilik iktisat ve ekonomi literatüründe ekonomik sistemlerin tanımlanmasında da kullanılan dört üretim faktöründen birisi olarak kabul edilmektedir. Genel kabul gören tanımlardan birisi de şöyledir: "mal ve servis üretmek için diğer üç üretim faktörünü bir araya getirmek için gerekli riski alma ve becerilerine sahip olma" (Griffin ve Pustay 2001, 9) . Girişimci de bu becerilere sahip olan ve riskleri alan kişidir. Girişimci ile işletmeci aynı kişi değildir. Girişimce yeni bir alanda sıfırdan risk alıp yenilik yaratırken işletmeci var olan bir işletmeyi yöneten ya da satın alan kişi şeklinde tanımlanmaktadır.

Girişimcilik kavramının iktisat literatürüne girişi 19. ve 20. yıllara rastlamaktadır. Bu kavramı literatüre Fransız ekonomist Cantillon kazandırmıştır(Aytaç, 2006:141). Bir grup bilim adamı girişimcinin hem risk üstlenmesi hem de yönetici yeteneklerine sahip olması gerektiğini savunurken diğer bir grup bilim adamı girişimcinin yöneticilik yeteneklerine sahip olmasının gerekmediğini risk üstlenmesinin yeterli olacağını savunmaktadırlar(Aytaç, 2006:141). Girişimci risk alan kişidir. Ancak girişimcinin aynı zamanda yenilik yaratan bir yönünün de bulunması gerektiği görüşünde olan bilim adamları da bulunmaktadır (Açma, 2007:9).

Yirminci yüzyılda ortaya çıkan girişimcilik teorisine göre, girişimci risk alarak yenilik (innovation) yapan kişidir. Diğer bir deyişle, girişimci, fırsatları gözleyen ve onları bulduğunda her tür riski alarak gerçekleştirilmeye çalışandır (TÜSİAD, 2002:33).

Eğitimli ve bilgili insanların girişimciliği ile eğitimsiz ve gelenekten gelen kişilerin girişimciliği arasında karakteristik farklılıklar bulunmaktadır. Eğitimli kişilerin girişimciliği ileri teknoloji ve bilgi isteyen dolayısıyla rekabet gücü yüksek alanlarda yoğunlaşmakta, eğitim düzeyi düşük kişilerin geliştirdiği girişimcilik ise daha çok emek yoğun ya da geleneksel ve ulaşılabilirliği geçmiş olan teknolojiyi kullanan alanlarda yoğunlaşmaktadır. Bu tür işletmelerin rekabet gücü bulunmamakta ve bu işletmeler genellikle kısa ömürlü kalmaktadırlar.

Marka yaratabilmek ve rekabet gücü yüksek işletmeler geliştirebilmek için eğitimli ve uzman insan gücüne gereksinim bulunmaktadır. Porter ulusal rekabet avantajı elmas'ında faktör koşullarından bahsederken bu koşulların ülkenin rekabet yeteneğini belirlediğini ifade etmekte ve bu koşulların içinde üretim faktörlerinden birini teşkil eden işgücünü de göstermektedir. Porter iş gücünün (emek) eğitim seviyesini de faktör koşulları kapsamında değerlendirmektedir (Griffin ve Pustay 2001, 137). "Ülkelerin belli bir endüstride rakabet edebilmesi için yetişmiş eleman gücü ve alt yapı gibi üretim faktörlerindeki pozisyonları" (Porter 1990, 71) faktör koşullarıdır.

Bugünün büyük işletmeleri, dünün küçük girişimlerinden meydana gelmiştir. Her girişim Türkiye'nin en büyük beş yüz firması arasına girmesi mümkün olmamakla birlikte. Türkiye'nin 500 büyük firması bundan 20, 30, 40, 50 yıl ya da daha önceki yıllarda kurulan küçük işletmelerden oluşmaktadır. ABD'nde 23 milyon adet küçük işletme bulunmakta ve ABD GSYİH'sının yaklaşık %50'sini teşkil etmektedirler. 23 milyon adet küçük işletme kuruluşu kapanan milyonlarca ile birlikte 100 milyona yaklaşan yeni girişim bir o kadar da girişimci demektir.

ABD'de ki küçük işletmeler büyük işletmelere oranla işçi başına 13 ila 14 kat daha fazla patent üretmekte, bilim adamı, mühendis ve bilgi teknolojileri uzmanları gibi yüksek bilgi düzeyine sahip elemanların %39'unu istihdam etmekte ve ABD firmalarının geliştirdiği yenilikçiliğin büyük çoğunluğunu yaratmaktadır(Leebaert, 2006:4). Girişimciliğin sonuç mu sebep mi olduğu tartışılmakla birlikte "girişimciliğin ekonomik kalkınmanın en önemli itici gücü olduğu konusunda genel bir görüş birliği mevcuttur" (Bottke ve Coyne, 1).

1.2. Girişimcilik, Toplumsal Çevre ve Kültür

Girişimcilik ile bireyin içinde yaşadığı doğup büyüdüğü sosyal yapı arasında yakın ilişki bulunmaktadır. Kişi ya da birey içerisinde yaşadığı toplumun sosyal yapısından, teknolojik altyapıdan, ekonomik faaliyetlerden ve eğitim durumundan büyük oranda etkilenmekte ve düşünce yapısına bu ortam şekil vermektedir.

Girişimciliğin kuramsal çerçevesi incelenirken psikolojik kuramda girişimcilik, davranışsal kuramda girişimcilik ve sosyolojik kuramda girişimcilik gibi ayrı kuramlarda incelenmektedir (Aytaç,2006 :142-147).

Girişimcilik ile sosyal yapı arasındaki yakın ilişki bireylerin düşünce yapılarına tesir etmekte, bu yapı içinde oluşan düşünce sistemi de girişimcilik tercihlerine tesir etmektedir. Kurumlaşmış sosyal ilişkiler ağı olarak tanımlanan sosyal yapılar, nitelikleri ölçüsünde davranış kalıpları, kurumsal örüntüler ve kültürel formlar üretirler (Aytaç, 2006:147).

Bireylerin yaşamlarını düzenlemede içinde bulunulan sosyal yapının büyük etkisi bulunmaktadır. Sosyo-kültürel ortam kişi düşüncesinin oluşmasında ve dünyayı değerlendirmesinde insanların düşünce kalıplarını oluşturur. Her sosyal yapı, belli insan tipi, düşünme ve yaşama tarzı, nasıl ve ne

şekilde davranılacağına ilişkin kalıplaşmış modeller sunar (Aytaç,2006:147). Ve birey tercihlerini bu kalıplar içerisinde yapar.

Girişimciğin ekonomik girişimciliğin yanında bir de sosyal girişimcilik boyutu bulunmaktadır. Ekonomik girişimcilik hem tarihi itibarı ile eskiye dayanmasına hem de çok fazla ilgi çekmesine karşın, sosyal girişimcilik yeni yeni ilgi çekmeye başlamıştır (Mair ve Marti, 2006:36). Sosyal girişimcilik tanımı henüz tam olarak yapılmamış olmakla birlikte, genel olarak kar amacı gütmeyen faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Sınırları tam olarak çizilmiş değildir (Mair ve Marti, 2006:36).

Yüksek risk ve yüksek büyüme potansiyeline sahip yatırım alanlarında girişimci sayısı ülkemizde yeteri kadar bulunmamaktadır. Özel bilgi gerektiren ve ekonomik ortamdaki faaliyetlerin çeşitliliğini üst seviye ekonomik süreci teşkil eden risk sermayesi düşük düzeyde kalması bu ortamın ülkemizde henüz oluşmamasından kaynaklanmaktadır. Ülkemizdeki sosyal ve kültürel çevrenin henüz tüm Türkiye çapında homojen bir yapı göstermemesi risk sermayesi girişiminin belli bölgelerle ya da belli sayılarla sınırlı kalmasına neden olmaktadır.

Melek yatırımcı (Angel Businessman) sayısının az gelişmiş ülkelerde düşük, gelişmiş ülkelerde yüksek olması sosyal çevre ve ekonomik çeşitliliğin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Yüksek risk ve yüksek büyüme potansiyeline sahip firmalara, kuruluşlarının başlangıç döneminde yatırım yapan özel bir yatırımcı tipi olarak tanımlanan melek yatırımcılar (UİG, 2008: 15), Avrupa birliği ülkelerinde yıllık yapılan girişim sermayesi yatırımlarında GSYİH'ların %0.4'ünü, ABD'de %0.8'ini, hatta İsrail'de %1.6'sını teşkil ederken, bu oran ülkemizde %0.003 düzeyindedir.

Girişimcilik faktör etkili ekonomilerde farklı, yüksek verimli ekonomilerde farklı, yenilikçi ekonomilerde farklı rol oynamaktadır (Bomsa ve Levie, 2009:9). Bu nedenle ekonomik gelişme ile girişimcilik arasında yakın ilişki bulunmaktadır. Ekonomik çeşitlilik girişimciliği, girişimcilik tercihleri de ekonomik gelişme ve çeşitliliği artırmaktadır. Girişimciliği hükümet politikaları, programları, eğitim ve yetiştirme, araştırma ve geliştirme transferi, ticari ve profesyonel alt yapı, iç Pazar açıklığı, fiziksel alt yapıya giriş, kültür ve sosyal normlar sınırlamaktadır (Bomsa ve Levie:2009:33).

Sosyal ve ekonomik durumun girişimcilik tercihlerine etkisi işletmelerin belirli bölgelerle sınırlı kalmasına, bazı işletmelerin bir bölgede aşırı derecede yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Bu şekilde tercihler girişimcilerin kendi sonlarını getirmelerine de neden olmaktadır. Çünkü o bölge aynı türden çok sayıda işletmeyi yaşatacak kadar kaynağa sahip olmayabilmektedir. Bazı bölgelerin belirli bir üründe uzmanlaşmış işletmelerle anılması (Denizli Serinhisar, Acıpayam, Suçatı gibi) bu tercihlerin sonucudur. Bu şekilde yapılan girişimcilik sonucu kurulan işletmeler yeniliğe kapalı oldukları için aile işletmesi olarak kalmakta ve daha ileriye gidip markalaşmaya geçememektedir.

Toplumdaki hakim sosyo-kültürel yapı bu tür girişimciliğin ana etmeni olmaktadır. "Toplumdaki hakim sosyal ilişki biçimleri de, girişimciliğe açıklık ya da kapalılığı belirleyebilmektedir. Parsons'ın ifade ettiği gibi, girişimcilik, aile ve akrabalık bağlarına dayalı yüz yüze, samimi sosyal ilişkiler yerine, daha çok ikincil, rasyonel, gayrişahsi ve anonim nitelik taşıyan sosyal ilişki konseptlerinden beslenir (Aytaç, 2006:148).

Bazı bilim adamları dini inançların girişimcilik kararlarında çok fazla etkisi olmadığını görüşünde iken bazıları da etkili olduğunu düşünmektedirler. Bir kişinin girişim kararını vermesinde geniş bir spektrum etkili olurken dini inançlar genellikle bu kararlarda etkili olmamaktadır. Araştırmalarını

Max Weber ve Adam Smith'e dayandıran bazı araştırmacılar dini inançların girişimcilik kararlarında etkili olduğu görüşündedirler (Audretsch ve Meyer, 2009:1).

Kültürel çevrenin kolektivist ya da bireyselci olmasının da risk almada büyük etkisi bulunmaktadır. Kolektivist ortamda kişiler daha az risk alırken, bireyselci kültürde kişiler kendilerini daha özgür ve bağımsız hissetmekte ve daha fazla risk almaktadır). Kültür örgütsel risk üstlenmelerde ve proaktif işletme davranışlarında doğrudan etki yapmaktadır(Kreiser; Marino ve Weaver:5-12).

Türk toplumu daha çok kolektivist/kamucu bir karakteristik yapıya sahiptir. Bu tür toplumlarda girişimci güdülerle girişimci benlik/kişilik ve kültürel kalıpların oluşmasının önünde, toplumun örgütlenme tarzı büyük engel gibi durmaktadır (Aytaç,2006:149). Kültürel farklılıklar coğrafi engel ya da fırsatlarla da birleşince doğal olarak tercih parametrelerini ve önceliklerini etkilemektedir. Kültürel, ekonomik ve coğrafi etmenler kişilerin karar verme sürecinde etkili unsurlardır. Kişinin kişilik yapısı da her ne kadar doğuştan gelen özelliklerini korusa da içinde yaşadığı sosyo-kültürel ortam ile şekillenir.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Araştırmada üniversite son sınıf öğrencilerini kapsayan bir anket çalışması yapılarak öğrencilerin geldikleri, doğup büyüdüleri bölge irdelenmiş. Doğup büyüdüleri sosyo-kültürel ortam ile şu anda yaşadıkları bölgenin sosyo-kültürel ortamın düşüncelerine etkisi araştırılmaya çalışılmıştır. Üniversiteye gelmeden önceki düşünceleri ile üniversite hayatı boyunca bu düşüncelerindeki değişimler gözlemlenmeye çalışılmıştır. Öğrencilere 15 sorudan oluşan bir test uygulanmış ve verdikleri cevaplar değerlendirilmiştir.

Anket soruları Likert ölçeğine göre hazırlanmış olup kişilerin yaşadıkları ortamın özelliklerini taşıması açısından pilot bölgeler seçilmiş ve anket çalışmaları bu bölgelerde uygulanmıştır. Çalışmada kişilere yüksek eğitim almadan önceki düşünceleri ve bu düşüncelerin eğitimden sonra değişip değişmediği, işletme kurmayı düşünüp düşünmediği ve bu düşüncede sosyal çevrenin tercihleri üzerindeki etkisi ve yabancı işletmelere olan bakış açılarını ölçmek üzere 3 gruptan oluşan sorular sorulmuştur.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

Anketimize katılan öğrencilerin %42.2'si gelecekte kendi işyerini kurmayı düşündüğünü ifade ederken %36.5'i düşünmediğini ifade etmektedir. %56.8'i okul bitince kendi memleketlerine ya da çevrelerine gitmeyi düşünürken, %24.7'si okudukları bölgede kalmayı düşünmektedir. Ayrıca öğrencilerin %52.6'sı okula başladıktan sonra işletme kurma konusundaki düşüncelerinin değiştiğini, %18.1'i değişmediğini, %15.4'ü kısmen değiştiğini ifade etmektedir. Ankete katılan öğrencilerin %72.9'u eğitimin girişimcilik konusunda kişilerin tercihlerini daha ileri teknoloji yoğun alanlara doğru değiştireceğini ifade etmektedirler. Ankete katılanların %56.1'i taşra kökenli, %43.9'u da şehir merkezi kökenlidir.

Ankete katılanlardan taşradan gelenlerin %46,3'ü işletme konusunda daha yenilikçi, yaratıcı ve teknolojik alanları tercih ettiğini ifade ederken, şehir merkezlerinde yaşayanlarda bu oran %72.8'dir. Kırsaldan gelenlerin %51.3'ü işletme kurma aşamasında çevrenin etkisini dikkate alırken, şehir merkezi kökenlilerde bu oran %31.8'dir. kırsal kökenlilerin %68'7'si işletme kurmada dini inançlarının etkisi olacağını düşünürken şehir merkezi kökenlilerde bu oran %36.4'tür.

3. SONUÇ

Girişimcilik ekonomik kalkınmanın itici gücüdür (driving force). Gelişmiş ülkelerin arkasında milyonlarca yeni/yenilikçi girişimcinin emeği bulunmaktadır. Girişimciliğin çeşitlendirilmesi, girişimci sayısının artırılması, yeniliklerin yaratılması, sosyal ve teknolojik üstünlüğün yakalanması ancak yenilikçi girişimler sayesinde sağlanır. Girişimcilik tercihlerini yaşanan sosyo-kültürel çevrenin de içinde bulunduğu çok çeşitli çevresel koşulun etkilediği görülmektedir.

Çalışma sonucunda taşradaki sosyal yapının şehir merkezlerine oranla daha güçlü olması nedeni ile sosyal yapının ve dini inançların girişimcilik tercihlerinde daha etkin olduğu görülmektedir. Ayrıca ankete katılanların büyük çoğunluğu eğitimin kişilerin ufkunu açacağını ve girişimcilik tercihlerini daha farklı boyutlara taşıyarak daha yenilikçi, daha rekabetçi ve daha bilgiye dayalı alanlara doğru yönelteceği görüşündedir. Bu bulgulardan kişilerin tercihlerinde içinde yaşadıkları sosyo-kültürel ve coğrafi yapının etkili olduğu ve eğitimin bunu değiştirdiği görülmektedir. O nedenle eğitime önem verilmeli, eğitim seviyesi ile sosyo-kültürel ve teknolojik çevrenin ülkenin her tarafına eşit şekilde yaygınlaştırılması sağlanmalıdır.

KAYNAKLAR

Açma, Bülent, “*Girişimcilik Kavramı ve Ortaya Çıkışı*”, in Delibalta, Suat; Kaya, Aydın, Girişimcilik, Lisans Yayıncılık, 2007, ss:9-28.

Audretsch, David B. and Meyer, Nancy S., “*Religion, Culture and Entrepreneurship in India*”, IPAA 2009 International Public Affairs Conference, 2009.

Aytaç, Ömer, “*Girişimcilik:Sosyo-Kültürel Bir Perspektif*”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:15, Ağustos 2006:139-160.

Bosma, Niels and Levie, Jonathan, *Global Entrepreneurship Monitor:2009 Executive Report*, 2009.

Boettke, Peter J. and Coyne, Christopher J. “*Entrepreneurship and Development: Cause or Consequence?*”,
<http://mercatus.org/uploadedFiles/Mercatus/Publications/Cause%20or%20Consequence.pdf>

Griffin, W. Ricky, Pustay, W. Michael, “*International Business*”, Prentice-Hall Publishing Company, New Jersey 2001.

Kreiser, Patrick, Marino, Louis and Weaver K. Mark, “*Correlates of Entrepreneurship: The Impact of National Culture on Risk-Taking and Proactiveness in SMEs*”, University of Alabama, Department of Management and Marketing, Tuscaloosa, AL 35487-0225.

Lee, Sang M., Chang, Daesung and Lim, Seong-Bae, “*Impact of Entrepreneurship Education: A Comparative Study of the U.S.A. and Korea*”, International Entrepreneurship and Management Journal 1, 27-43, 2005.

Leebaert, Derek, “*How Small Business Contribute to U.S. Economic Expansion*”, Economic Perspectives 2006, U.S.A., 2006.

Licht Amir N. And Siegel Jordan I., *Oxford Handbook of Entrepreneurship: Social Dimension of Entrepreneurship*, Oxford University Press, 2006.

Mair, Johanna and Marti Ignasi, “*Socail Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight*”, Journal of World Business, 2006, 41:36-44.

Porter, E. Michael, (1990), “*The Competetive Advantage of Nations*”, 1990, The Free Press, New York.

Porter, Michael E., Stern Scott and Furman, Jeffry L., (2000), “*The Determinants of National Innovative Capacity*”, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA, September : <http://www.nber.org/papers/w7876>.

TUSİAD, *Türkiye’de Girişimcilik*, Aralık 2002,. Yayın No:TUSİAD-T/2002-12/340.

Ulusal İnnovasyon Girişimi, 2008 Yılı Çalışmaları, TÜSAİD ve Sabancı Üniversitesi Ortak Çalışması, 2008.

United Nations, *Unleashing Entrepreneurship*, U.N., 2004.