

İŞLETME BİLİMİ DERGİSİ

THE JOURNAL OF
BUSINESS SCIENCE



JOBS

İşletme Bilimi Dergisi
2018
Cilt:6 Sayı:3



JOBS

İşletme Bilimi Dergisi
The Journal of Business Science

Sakarya Üniversitesi / Sakarya University
İşletme Fakültesi / Sakarya Business School

i

Cilt/Volume : 6
Sayı/Issue : 3
Yıl/Year : 2018

ISSN: 2148-0737
DOI: 10.22139/jobs

İNDEKS BİLGİLERİ/ INDEXING INFORMATION



ii



Kurucu Sahip/Founder

Prof. Dr. Gültekin YILDIZ

İmtiyaz Sahibi / Owner

Prof. Dr. Kadir ARDIÇ

Editör / Editor

Doç. Dr. Mahmut AKBOLAT

Editör Yardımcıları / Assoc. Editors

Doç. Dr. Mustafa Cahit ÜNÇAN

Danışma Kurulu/Advisory Board

| | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN | Sakarya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Bülent SEZEN | Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü |
| Prof. Dr. Dilaver TENGİLİMOĞLU | Atılım Üniversitesi |
| Prof. Dr. Erman COŞKUN | Sakarya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Kadir ARDIÇ | Sakarya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Mehmet BARCA | Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi |
| Prof. Dr. Nihat ERDOĞMUŞ | İstanbul Şehir Üniversitesi |
| Prof. Dr. Orhan BATMAN | Sakarya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Recai COŞKUN | Sakarya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK | Sakarya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Selahattin KARABINAR | İstanbul Üniversitesi |
| Prof. Dr. Sıdıka KAYA | Hacettepe Üniversitesi |
| Prof. Dr. Şevki ÖZGENER | Nevşehir Üniversitesi |
| Prof. Dr. Türker BAŞ | Galatasaray Üniversitesi |
| Doç. Dr. Surendranath Rakesh JORY | Southampton Üniversitesi |

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Kadir ARDIÇ
Doç. Dr. Mahmut AKBOLAT
Doç. Dr. Mustafa Cahid ÜNĞAN

Sekreteryaya / Secreteria

Arş. Gör. Özgün ÜNAL
Arş. Gör. Mustafa AMARAT
Arş. Gör. Ayhan DURMUŞ

iv

Dergimize yayınlanmak üzere gönderilen makalelerin yazımında etik ilkelere uyulduğu ve yazarların ilgili etik kurulundan gerekli yasal onayları aldığı varsayılmaktadır. Bu konuda sorumluluk tamamen yazarlara aittir. İşletme Bilimi Dergisi'nde yer alan makalelerin bilimsel sorumluluğu yazara aittir. Yayınlanmış eserlerden kaynak gösterilmek suretiyle alıntı yapılabilir.

It is assumed that the articles submitted for publication in our journal are written in ethical principles and the authors have obtained the necessary legal approvals from the relevant ethics committee. The responsibility of this matter belongs to the authors. Scientific responsibility for the articles belongs to the authors themselves. Published articles could be cited in other publications provided that full reference is given.

İşletme Bilimi Dergisi; www.dergipark.gov.tr/jobs Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi jobs@sakarya.edu.tr Esentepe Kampüsü 54187 Serdivan/SAKARYA

Bu Sayıda Katkıda Bulunan Hakemler *Reviewers List of This Issue*

İşletme Bilimi Dergisi
2018
Cilt:6 Sayı:3

| | |
|------------------------------------|--|
| Prof. Dr. Aykut Hamit Turan | Sakarya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Remzi Altunışık | Sakarya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Ruziye Cop | Abant İzzet Baysal Üniversitesi |
| Prof. Dr. Tamer Uğur | Atatürk Üniversitesi |
| Doç. Dr. Behçet Yalın Özkara | Eskişehir Osmangazi Üniversitesi |
| Doç. Dr. Burhanettin Zengin | Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi |
| Doç. Dr. Faruk Anıl Konuk | Sakarya Üniversitesi |
| Doç. Dr. Hakan Murat Arslan | Düzce Üniversitesi |
| Doç. Dr. Harun Kırılmaz | Sakarya Üniversitesi |
| Doç. Dr. Mehmet Ali Alan | Cumhuriyet Üniversitesi |
| Doç. Dr. Musa Said Döven | Eskişehir Osmangazi Üniversitesi |
| Doç. Dr. Mustafa Cahid Ünğan | Sakarya Üniversitesi |
| Doç. Dr. Nevran Karaca | Sakarya Üniversitesi |
| Doç. Dr. Özgür Uğurluoğlu | Hacettepe Üniversitesi |
| Doç. Dr. Özlem BALABAN | Sakarya Üniversitesi |
| Doç. Dr. Ötügen Senger | Kafkas Üniversitesi |
| Doç. Dr. Sinan Esen | Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi |
| Doç. Dr. Tansel Hacıhasanoğlu | Bozok Üniversitesi |
| Doç. Dr. Ümit Alnaçık | Kocaeli Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Kar | Kırıkkale Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Ersin İrk | Gaziosmanpaşa Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Ferda Alper Ay | Cumhuriyet Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Taha Dursun | Sakarya Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi İsa Demirkol | Kırıkkale Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Osman Uslu | Sakarya Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Sema Akpınar | Sakarya Üniversitesi |
| Öğr. Gör. Dr. Metin Bayram | Sakarya Üniversitesi |
| Arş. Gör. Dr. Seda Aydan | Hacettepe Üniversitesi |

Sizlerin özverili çalışmaları ve desteği ile İşletme Bilimi Dergisi'nin 2018 yılı üçüncü sayısı (Cilt 6, Sayı 3) huzurlarımızdayız. Önceki sayılarımızda olduğu gibi bu sayımızda da işletme biliminin turizm, sağlık yönetimi, muhasebe ve finans, örgütsel davranış, stratejik yönetimi ve sayısal yöntemler gibi farklı disiplinlerinden toplam 12 makaleye yer veriyoruz.

"Örgütsel Davranış Kongreleri Bildirilerinde "Metaforik Neolojizm" Sorunu Üzerine Eleştirel Bir İnceleme" başlıklı Hasan TUTAR'ın yazmış olduğu sayının ilk makalesi son dönemde örgütsel davranış literatüründe sıkça kullanılan "metaforik neoloji"lerin sorunsallaştırılması, bilimsel faaliyet adına yürütülen ve yabancı literatürde "neolojizm" olarak ifade edilen "yeni bir şeyler söyleme merakı"nın risklerine dikkat çekmektedir.

Bu sayımızın "Firmaların AR-GE Harcamalarının Aktif ve Özsermaye Karlılığına Etkisi: Bist Teknoloji Sektöründe Bir Uygulama" başlıklı ikinci makalesinde Hasan Hüseyin YILDIRIM ve Saşkir SAKARYA AR-GE harcamalarının firmaların finansal performansına etkisini araştırmaktadır.

vi

Hümeyra Töre BAŞAT ve Makbule AKGÜNDÜZ'ün kurumsal imaj kavramını ele aldıkları "Sektöre İlişkin Kurumsal İmaj Algılarının Kariyer Yapma İstekleri Üzerine Etkisi: Turizm Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama" başlıklı makale turizm eğitimi alan öğrencilerin sektöre yönelik imaj algılarının, kariyer yapma isteklerine etkisini belirlemeyi amaçlamaktadır.

"Trafik Kaza Desenlerinin Tanımlanmasında K-Means Kümeleme Algoritmasının Kullanılması: Sakarya İli Uygulaması" adlı makalenin yazarlığını Samet GÜNER, Keziban SEÇKİN CODAL, Hüseyin Serdar GEÇER ve Erman COŞKUN yapmıştır. Yazarlar makalede Sakarya ilinde meydana gelen trafik kazalarını incelemiş ve kazalar arasındaki benzerlikleri araştırmıştır. Araştırma sonuçları, Sakarya'da meydana gelen trafik kazalarının temel karakteristiklerini ortaya koymuştur.

Sayımızın beşinci makalesi Rifat YILMAZ'ın kaleme aldığı "Kültür Bağlamında Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yönteminin Türkiye'de Başarı Koşullarının Değerlendirilmesi" başlıklı makaledir. Yazar makalede Türk toplumunun kültür özelliklerinin faaliyet tabanlı maliyetleme yönteminin kabulüne etkisini ortaya koymaktadır.

Vildan ATEŞ ve Zafer KILIÇ tarafından yazılan “E-Müşterilerin Demografik Özelliklerine Göre Algı Ve Memnuniyetlerindeki Farklılıkların İncelenmesi: Gaziantep İli Örneği” adlı makale, e-müşterilerin cinsiyetinin, yaş grubunun ve okul türünün online alışverişe yönelik algılarında ve memnuniyetlerinde farklılık oluşturup oluşturmadığını araştırmaktadır. Sonuç olarak e-müşterilerin cinsiyetlerinin ve okul türünün müşteri algısında ve müşteri memnuniyetinde anlamlı farklılık oluşturduğunu bulunmuştur.

Son sayımızda yer alan “Girişimcinin Perspektifinden Kendi Girişimsel Başarı Değerlendirmesi Ve Bağlam Tartışması” başlıklı makalede Umut Sanem ÇİTÇİ, Oğuzhan ÖZTÜRK ve Metin DİNÇER öznel girişimsel başarı kavramına “bağlamın” etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Yazarlar araştırma sonucunda girişimsel başarı değerlendirmesinde üç farklı bağlam düzeyinin etkisinin olduğunu belirlemiş ve bu bağlamları “girişimciyi çevreleyen kurum temelli”, “girişimcinin temas halinde olduğu” ve “girişimcinin kendi ve firmasından kaynaklı” şeklinde tanımlamıştır.

Nuran AKŞİT AŞIK’ın yazdığı “İşe Yabancılaşma Boyutlarının Demografik Faktörler Açısından İncelenmesi” başlıklı makale otellerde çalışan bireylerin demografik özelliklerinin işe yabancılaşma boyutlarında fark oluşturup oluşturmadığını incelemektedir.

“Farklı Veri Setleri Üzerinde Smo Ve J48 Algoritmalarının Sınıflandırma Sonuçlarının Karşılaştırılması” başlıklı çalışmaları ile Mehmet Ali ALAN ve Cavit YEŞİLYURT, üç farklı veri seti ile TP-Oranı, FP-Oranı, Kesinlik, Duyarlık, F-ölçütü ve ROC analizi gibi çeşitli doğruluk ölçümlerini kullanarak, J48 ve SMO algoritmalarının sınıflandırma doğruluğu açısından performansını değerlendirmiştir.

Olgun Irmak ÇETİN “Etik Liderlerde Duygusal Emegin İşkolikliğe Etkisi” başlıklı çalışmada, iş yaşamında etik davranışlar sergileyen liderlerde duygusal emek algısının zamanla işkolikliğe dönüşeceği savını araştırmıştır. Çalışma sonucunda etik davranış gösteren liderlerde Derin Davranış ve Yüzeysel Davranış geliştiği ve Etik Liderlerde Derin Davranış olgusunun işkolikliğe yol açtığı bulunmuştur.

“Sağlık Profesyonellerinin Yalın Uygulamalara Direncini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma” başlıklı sağlık profesyonelleri üzerine yapılan araştırmayı Feryal BULUT ve Mehmet Selami YILDIZ kaleme almıştır.

Araştırmada yazarlar katılımcıların kurumlarında uygulanan yalın uygulamalarına karşı direnç durumlarının belirlenmesi amaçlanmaktadır.

“Endüstri 4.0 ve Çağrı Hizmetleri İlişkisi Üzerine Bir Araştırma” başlıklı makalede ise İsa DEMİRKOL ve Selami ÖZCAN, çağrı hizmetleri ile günümüzün gözde uygulamalarından olan endüstri 4.0 kullanımı arasındaki ilişkiyi tespit etmeye çalışmışlar ve endüstri 4.0’ın çağrı hizmetlerinde kullanımı ile çalışanların memnuniyeti, müşterilerin sorunlarını çözme, yöneticilerin davranışları, ekip çalışması ve çalışma ortamı anlamlı ve pozitif yönlü ilişkiler tespit etmişlerdir.

Görüldüğü gibi, dergimizin bu sayısı da işletmeciliğin farklı disiplinlerinde değerli bilim insanlarının kıymetli çalışmalarıyla oldukça zengin bir şekilde hazırlanmıştır. Dergi politikası olarak bundan sonraki sayılarımızda da işletme bilimine dayalı farklı disiplinlerden gelen çalışmaları yayınlamaya özen göstereceğiz. Bu sayımızda göndermiş oldukları makaleler ile dergimize katkı sağlayan tüm yazarlarımıza, dergimize gönderilen makalelerin değerlendirilmesi için kıymetli vakitlerini ayıran saygıdeğer hakemlerimize ve makalelerin dergide yayınlanmaya hazır hale gelmesi için yoğun bir gayret gösteren editör kurulumuz ve dergi sekreteryamıza teşekkürü borç bilirim. Dergimizin okurlarımız ve bilim insanlarına faydalı olması dileklerle sonraki sayılarımızda işletmeciliğin güncel çalışmalarını bilim dünyasının hizmetine sunmak için siz değerli bilim insanları ve araştırmacıların katkılarını bekliyoruz.

Saygılarımızla...

Doç. Dr. Mahmut AKBOLAT
Editör

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Yıl (Year) 2018 Cilt (Vol.) 6 Sayı (No) 3

İşletme Bilimi Dergisi

2018

Cilt:6 Sayı:3

Literatür Derlemesi/Literature Review

Örgütsel Davranış Kongreleri Bildirilerinde "Metaforik Neolojizm" Sorunu Üzerine Eleştirel Bir İnceleme

A Critical Review On The Problem Of "Metaphorical Neology" In The Proceedings Of Organizational Behavior Congresses

1-38

Prof. Dr. Hasan TUTAR

Araştırma Makaleleri/Research Articles

Firmaların Ar-Ge Harcamalarının Aktif Ve Özsermaye Karlılığına Etkisi: Bist Teknoloji Sektöründe Bir Uygulama

The Effect Of The Firms' R&D Expenditures On Return On Assets And Return On Equity: Evidence From Bist Technology Sector

39-60

Dr. Öğr. Üyesi Hasan Hüseyin YILDIRIM, Prof. Dr. Şakir SAKARYA

Sektöre İlişkin Kurumsal İmaj Algılarının Kariyer Yapma İstekleri Üzerine Etkisi: Turizm Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama

The Effect Of Corporate Image Perceptions Related To Sector On The Willingness To Making A Career: An Application On Tourism Students

61-87

Dr. Öğr. Üyesi Hümevra TÖRE BAŞAT, Makbule AKAGÜNDÜZ

Trafik Kaza Desenlerinin Tanımlanmasında K-Means Kümeleme Algoritmasının Kullanılması: Sakarya İli Uygulaması

The Use Of K-Means Clustering Algorithm For Identifying The Traffic Accident Patterns: Case Of The Sakarya City

89-106

Dr. Öğr. Üyesi Samet GÜNER, Dr. Öğr. Üyesi Keziban SEÇKİN CODAL, Hüseyin Serdar GEÇER, Prof. Dr. Erman COŞKUN

Kültür Bağlamında Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yönteminin Türkiye'de Başarı Koşullarının Değerlendirilmesi

Evaluating The Success Conditions Of The Activity Based Costing Method In Turkey From The Cultural Context

107-125

Doç. Dr. Rifat YILMAZ

E-Müşterilerin Demografik Özelliklerine Göre Algı Ve Memnuniyetlerindeki Farklılıkların İncelenmesi: Gaziantep İli Örneği

An Examination Of Differences On Satisfaction And Perceptions Of E-Customers According To Demographic Characteristics: Gaziantep Province Case

127-151

Dr. Öğr. Üyesi Vildan ATEŞ, Uzman Zafer KILIÇ

Girişimcinin Perspektifinden Kendi Girişimsel Başarı Değerlendirmesi Ve Bağlam Tartışması

Discussion Of Subjective Success Evaluation And Context From Entrepreneurship Perspective

153-174

Doç. Dr. Umut Sanem ÇİTÇİ, Arş. Gör. Oğuzhan ÖZTÜRK, Dr. M. A. Metin DİNÇER

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Yıl (Year) 2018 Cilt (Vol.) 6 Sayı (No) 3

| | |
|--|---------|
| İşe Yabancılaşma Boyutlarının Demografik Faktörler Açısından İncelenmesi <i>Examining The Dimensions Of Work Alienation In Terms Of Demographic Factors</i> | 175-197 |
| <i>Nuran AKŞİT AŞIK</i> | |
| Farklı Veri Setleri Üzerinde SMO Ve J48 Algoritmalarının Sınıflandırma Sonuçlarının Karşılaştırılması <i>Comparison Of Classification Results Of SMO And J48 Algorithms On Different Data Sets</i> | 199-213 |
| <i>Doç. Dr. Mehmet Ali ALAN, Doç. Dr. Cavit YEŞİLYURT</i> | |
| Etik Liderlerde Duygusal Emegin İşkolikliğe Etkisi <i>The Effect Of Emotional Labour Of Ethical Leaders On Workaholism</i> | 215-238 |
| <i>Dr. Öğr. Üyesi Olgun Irmak ÇETİN</i> | |
| Sağlık Profesyonellerinin Yalın Uygulamalara Direncini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma <i>A Research For Determining The Resistance Of Health Professionals To Lean Applications</i> | 239-272 |
| <i>Feryal BULUT, Prof. Dr. Mehmet Selami YILDIZ</i> | |
| Endüstri 4.0 Ve Çağrı Hizmetleri İlişkisi Üzerine Bir Araştırma <i>A Research On The Factors Affecting The Industrial 4.0 And Call Services</i> | 273-294 |
| <i>Dr. Öğr. Üyesi İsa DEMİRKOL, Prof. Dr. Selami ÖZCAN</i> | |

GİRİŞİMCİNİN PERSPEKTİFİNDEN KENDİ GİRİŞİMSSEL BAŞARI DEĞERLENDİRMESİ VE BAĞLAM TARTIŞMASI*

Girişimcinin
Perspektifinden
Kendi
Girişimsel
Başarı
Değerlendirmesi
Ve Bağlam
Tartışması

153

Doç. Dr. Umut Sanem ÇİTÇİ

Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Uluslararası Ticaret Bölümü umutc@sakarya.edu.tr

ORCID ID: orcid.org/0000-0001-8740-9076

Arş. Gör. Oğuzhan ÖZTÜRK

Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü oguzhanozturk@sakarya.edu.tr

ORCID ID: orcid.org/0000-0001-7959-9535

Dr. M. A. Metin DİNÇER

mtindincer79@gmail.com

ORCID ID: orcid.org/0000-0002-1065-963X

ÖZ

Amaç ve Problem: Bu çalışmanın amacı, öznel girişimsel başarı literatüründe ihmal edilen “bağlamın” etkisini ortaya koymaktır. Öznel girişimsel başarı, girişimcinin ne yaptığı ve nereye ulaştığında kendisini başarılı gördüğü ile ilgili bir durumdur. Literatürde; ekonomik bir birim olan işletmenin kurucusu ve çoğu zaman yöneticisi olan girişimcilerin, rasyonel bir varlık olmalarının gereği olarak ekonomik hedeflerini gerçekleştirme oranına göre kendilerini başarılı bulacağı öngörülmektedir. Wach ve arkadaşları (2016), girişimsel başarı değerlendirilmesinde ekonomik kriterlerin yanında, eş önem düzeyine sahip başka başarı kriterlerinin de olabileceğini iddia etmektedirler. Ancak Wach vd., geliştirdikleri girişimsel başarı kriterlerinin bütün girişimciler için geçerli ve kültürler-arası değişmez olduğunu varsayarak, “öznel” girişimsel başarı değerlendirmesinde “bağlamın” rolünü göz ardı etmişlerdir. Bu göz ardı edilmiş girişimsel başarı literatürünün genel problemi.

Yöntem: Bu çalışmanın iddiası, ileri sürülen girişimsel başarı kriterlerinin yani öznel unsurların “bağlam” çerçevesinde şekillendiğidir. Bu iddiadan hareketle, ilk olarak, Wach vd. tarafından geliştirilen 17 maddelik ölçek 5’li Likert ölçüm düzeyiyle 100 girişimciye gönderilmiştir. Geri dönen 55 anket

*Bu çalışma 24. Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresinde (Mayıs/ 2016) “Öznenin Ne Gördüğü, Nereden Baktığına mı Bağlı? ‘Girişimcinin Perspektifinden Girişimsel Başarı’” başlığı ile sunulmuş ve kongre kitabında genişletilmiş özet olarak basılmıştır.

girişimcilerin büyük bir kısmının önemli (4) ve kesinlikle önemli seçeneklerini (5) işaretlediği görülmüştür. Bu durumun “olanı” değil “olması gerekeni” yansıttığına yönelik şüphelerden hareketle, girişimciler için girişimsel başarı kriterlerinin önem düzeylerinin farklılaşacağı öngörülmüştür. Bu farklılaşmayı tespit etmek adına, farklı arka plana sahip 6 girişimci ile görüşme yapılarak AHS (Analitik Hiyerarşi Süreci) analizi uygulanmıştır. Girişimciler için girişimsel başarı kriterlerinin öneminin farklılaşmasının arkasında bağlamın etkisini tespit etmek adına, AHS analizindeki her bir ikili karşılaştırmadan sonra “niçin?” sorusu sorularak bağlama ilişkin detaylı nitel veri de elde edilmiştir.

Bulgular: Bu şekilde üç aşamalı bir araştırma sonunda, girişimcilerin öznel başarılarını değerlendirirken farklı bağlamsal koşullardan etkilendikleri sonucuna varılmıştır.

Sonuç Araştırma sonucunda, araştırmacıların geliştirdiği üç düzeyli bağlam modelini destekleyici veriler elde edilmiştir ve girişimsel başarı değerlendirmesinde 3 farklı bağlam düzeyinin etkisinin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Buna göre “girişimciyi çevreleyen kurum temelli”, “girişimcinin temas halinde olduğu” ve “girişimcinin kendi ve firmasından kaynaklı” şeklinde 3 farklı bağlam düzeyindeki çeşitli alt bağlamsal faktörlerin girişimsel başarı değerlendirmesinde bir etkisinin olduğuna ulaşılmıştır. Bu alt bağlamsal faktörlerden özellikle “içerdiği formal/informal kurumlar”, “endüstri yapısı” ve “girişimsel özellikler”in “girişimcilerin kendini başarılı bulma” halini etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Öznel Girişimsel Başarı, Girişimsel Bağlam

DISCUSSION OF SUBJECTIVE SUCCESS EVALUATION AND CONTEXT FROM ENTREPRENEURSHIP PERSPECTIVE

Girişimcinin
Perspektifinden
Kendi
Girişimsel
Başarı
Değerlendirmesi
Ve Bağlam
Tartışması

155

ABSTRACT

Aim and Problematic: The aim of this study is to demonstrate the “effect of context” which is neglected in Subjective Entrepreneurial Success literature. Subjective Entrepreneurial Success is a phenomenon related to perceptions of entrepreneur regarding to achievement of his/her criteria that he/she succeed or accomplished. The literature suggest that entrepreneurs as founders and mostly managers of economic units, consider themselves successful with respect to rate of achieving economic goals since they are economic beings. Wach et al. (2016) claim that besides economic criteria, there may be other success evolution criteria that have equal importance to economic ones. However, Wach et al. (2016) ignored the role of "context" in evaluating "subjective entrepreneurial success", assuming that the entrepreneurial success criteria they determined were valid for all entrepreneurs and invariant across cultures. Neglecting of the “context” is the general problem of the literature on the entrepreneurial success. The claim of this study is that, the entrepreneurial success criteria proposed by Wach et al. (2016), namely “subjective criteria” are shaped as part of the context.

Method: In order to test this claim, at first, the 17-item scale developed by Wach et al. (2016) with a 5-point Likert measurement questionnaire was sent to the 100 entrepreneurs. According to 55 returned questionnaire, most of the entrepreneurs endorsed important (4) and certainly important (5) category. With regard to doubt that survey results reflect the “ideal state” rather than “the present state”, it is proposed that importance level of entrepreneurial success criteria will vary among entrepreneurs. In order to determine the importance level of entrepreneurial success criteria of entrepreneurs, AHP (Analytic Hierarchy Process) analysis was applied to 6 entrepreneurs from different backgrounds. To understand the role of “context” in how importance level of success criteria differentiate among entrepreneurs, qualitative data reflecting the context was obtained by asking the question “Why?” after each binary comparison in the AHS analysis.

Findings: Findings of this three-step study show that, entrepreneurs were affected by different context conditions while evaluating their subjective achievements.

Results As a result of this study; data supporting the “Three-Level Context Model” developed by authors is obtained. Context is found to effect subjective entrepreneurial success phenomenon by the dimensions of “formal/informal institutions”, “industry structure” and “entrepreneurial characteristics”.

Keywords: Entrepreneurship, Subjective Entrepreneurial Success, Entrepreneurial Context

I. Girişimsel Başarı Nedir?

Başarı kavramı bir işte elde edilen yararlı sonuç, muvaffakiyet anlamını ifade etmektedir (<http://www.tdk.gov.tr>, Erişim: 19.04.2018). Bireyler pek çok konuda, alanda kendilerini, eylemleri ve bunların sonuçları açısından değerlendirir. Girişimsel başarı da farklı bir alanı ifade etmektedir. Girişimciler, ülke ekonomileri için önemli olduğundan ve her geçen gün üzerine politikalar üretilen bir grubu temsil ettiklerinden *özellikli* kabul edilebilir. Bu özellikli olma hali nedeniyle de salt bir öznel başarıdan farklı olarak ele alınmayı hak etmektedir. Girişimsel başarıyı nelerin etkilediğini açığa çıkarmak isteyen pek çok çalışma gerçekleştirilmiştir (Vesper, 1990; Watson et al., 1998; Taormina ve Lao, 2007; Dafna, 2008). Ancak, Panda'nın da (2002: 177) belirttiği üzere: “*girişimci özellikleri evrensel değildir, belirli bir kanunu ya da özellikler dizini yoktur, durumdan duruma girişimciye başarı için rehberlik de etmezler*”. Bu nedenle girişimsel başarı birçok farklı şekilde tanımlanabilmektedir (Makhbul ve Hasun, 2011: 117). Genel olarak girişimsel başarının çeşitli tanımlarından hareketle iki boyutu olduğundan bahsedilebilir: ekonomik başarı ve tatmin hissi (Solymossy, 1998:2). Girişimciler için geleneksel başarı ölçütleri olarak; firma gelirleri, kârlılık, gelir artışı gibi parasal faktörler ve kişisel refahın yaratılması ve sürdürülebilirlik gibi diğer göstergeler vurgulanmaktadır (Amit et al., 2000: 121). Girişimcinin tatmini noktasında somut öğelerin tespiti mümkün iken soyut öğelerin tespiti bu kadar kolay olamayabilir. Ancak bu noktadaki girişimler de süregelmektedir (Makhbul ve Hasun, 2011: 117).

Her ne kadar girişimsel başarı ile ilgili tanımlarda finansal kazanç düzeyinin temel bir değerlendirme kriteri olduğu ifade edilse de daha karmaşık teorik çerçevelerden hareketle gerçekleştirilen araştırmalarda girişimcilerin bazı kişisel özelliklerinin, girişimsel başarının değerlendirilmesinde etkili olduğu belirtilmektedir. Örneğin bireyin genel

girişimcilik eğilimi, girişimsel başarı değerlendirmesinde önemli bir rol oynayabilir (Baron ve Markman, 2002: 43) Schumpeter (1934) girişimci davranışlarını sadece ekonomik nedenlerle değil, aynı zamanda kâr dışı yani finansal odaklı olmayan motivlerle açıklayan kuramcılar arasında sayılabilen önemli isimlerden biridir. Schumpeter'e göre girişimsel başarı, kişisel önemsenme ve sosyal kabul görme gibi ihtiyaçlardan da yüksek oranda etkilenmektedir. Böylece, girişimsel davranış, Schumpeter'in teorisinde psikolojik güdüler tarafından da fazlasıyla etkilenen bir şey olarak resmedilmektedir (Schumpeter, 1934, akt. Aytaç ve İlhan, 2007: 104). Davranışsal kuramcıları ise olaya biraz daha farklı yaklaşmaktadırlar. Davranışçılara göre, girişimcilik, kişiliğin dışında çok sayıda faktörün etkileşiminden oluşan davranışsal bir süreçtir (Naffziger, 1995: 22'den akt. Aytaç ve İlhan, 2007: 104). Yine bu çerçevede kişisel öğrenme ve uygulama, iş-yaşam dengesi ya da topluma katkı gibi kriterlerin de girişimsel başarının bir göstergesi olarak kabul edildiği iddia edilmektedir (Jayawarna et al., 2013: 38). Özel başarı ve girişimsel başarı arasındaki bu ilişki her iki olgunun da birçok faktöre dayandığını ve bu faktörlerin birçok kesişim noktası olduğunu düşündürmektedir.

Girişimsel başarı değerlendirmesinde finansal kriterlerin dışında çeşitli kriterleri de göz önünde bulunduran güncel çalışmalardan birisi de Wach ve arkadaşlarının 2016 yılında kaleme aldıkları çalışmadır. Bu çalışma 1982 yılından beri yayınlanmakta ve etki derecesi (Impact factor) 3,677 olan *International Small Business Journal* dergisinde yayınlanmıştır. Güncel olmanın ötesinde yayınlandığı dergi de dikkate alındığında söz konusu çalışma özel girişimsel başarı değerlendirmesinde değerli bulunmuş ve araştırmacılar tarafından incelenmiştir. Söz konusu çalışma tümevarımsal olarak geliştirdikleri girişimsel başarı ile ilgili kategori sistemini beş ana kriter ve 14 alt başarı kriterinden oluşturmuşlardır. Araştırmacılar çalışmalarında bu başarı kriterlerini katılımcıların sıklıkla bahsettikleri başarı kriterleri üzerinden oluşturmuşlardır. Bu kriterler: *Firma performansı, iş yeri ilişkileri, amaçların gerçekleştirilmesi, toplum etkisi ve kişisel finansal ödüllerdir* (Wach et al., 2016: 1103). **i) Firma performansı**, ekonomik performans ile ilgili olarak elde edilen büyüme, satış, gelir, kardaki artış ve çalışan sayısındaki artış, firmanın pozitif gelişimindeki denge, pazarda sahip olunan konum ve firmanın hayatta kalma süresi gibi boyutlardan oluşmaktadır. **ii) İş yeri ilişkileri** kriterini oluşturan boyutlar ise firma içi ve dışı paydaşlar ve bunlarla olan ilişkileri kapsamaktadır. Çalışanlar ve ortakların tatmini, çalışan güvenliği, müşteri tatmini ve sadakati, pozitif geri beslemeler gibi boyutlar da bu kriterin içinde sayılmaktadır. **iii) Amaçların gerçekleştirilmesi** kriterini ise amaçlar, yaşanan zorluklar ve sonunda elde edilen kişisel başarılar, özgürlük ve otonomi gibi boyutlar oluşturmaktadır.

**Girişimcinin
Perspektifinden
Kendi
Girişimsel
Başarı
Değerlendirmesi
Ve Bağlam
Tartışması**

157

Yine kişisel tatmin, yaratıcılık ve inovasyon, sahip olunan serbest zaman ve sağlık gibi boyutlar da yine bu kriterin önemli birer parçasını oluşturmaktadır. **iv)** *Toplum etkisini* ise firmanın sahip olduğu itibar/şöhret ve devamlılık gibi boyutlar belirlemektedir. **v)** Son kriter *kişisel finansal ödüllerdir* ve yüksek gelir elde etme arzusu ile dışsal ödülleri içermektedir. Wach ve arkadaşlarına ait çalışma eleştirel olarak değerlendirildiğinde bağlam boyutunun belli noktalarda göz ardı edildiği ve çalışmanın bütünü ile çelişki içerecek şekilde yargılara vardıkları belirlenmiştir. Problemler olarak görülen noktalar şu şekilde ifade edilebilir:

(1) Çalışmada geliştirilen ölçek farklı iki kültür ve bağlama sahip olan ülkeler üzerinde uygulanmıştır ve kültürler arası değişkenlik, geliştirilen bu ölçekle sabitmişçesine ölçülmeye çalışılmıştır. Oysaki bağlamsal, kültürel ve sektörel farklılık öznel başarı kriterlerinin belirlenmesinde ve ölçülmesinde önemli bir unsur olarak değerlendirilmeyi hak etmektedir.

(2) Farklı girişimcilik tipleri üzerine yapılan çalışmalarda genel olarak girişimcilerin motivasyonlarında önemli derecede bir heterojenliğin olduğu dile getirilmektedir. Wach ve arkadaşları (2016) bu "heterojenliği" veri kabul edip bir yandan da öznel girişimsel başarı faktörünü kültürler arası "değişmezliğe" dayalı bir ölçekle ölçme girişimleri oldukça çelişkilidir. 'Öznel' girişimsel başarı ölçeği geliştirip bu ölçeğin kültürler arasında geçerli olabileceği iddiasında bulunmak tutarsız bir görünüm sergilemektedir. Defakto olarak bağlamın göz ardı edilmesi veya tüm kültürlerin ortak bir bağlama sahip olduğunun düşünülmesi sonuçlar açısından araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliğinin sorgulanmasına neden olmaktadır.

(3) Çalışmada araştırmanın spesifik bir örneklem üzerinden gerçekleştirildiği belirtilirken ihmal edilen bağlam boyutu daha da öne çıkmaktadır. Zira bağlam bir şeyin spesifik olmasında başlı başına birçok faktörün belirleyicisi haline gelmektedir.

Bu eleştirilerden hareketle, bu çalışmada bağlamsal farklılıkların öznel başarı kriterlerinin belirlenmesinde ve ölçülmesinde belirleyici olabileceği iddia edilmektedir. Her ne kadar Wach ve arkadaşları bu iddianın temel hareket noktası olarak görülse de, aslında bu iddia girişimcilik literatürünün genelindeki bir probleme yöneliktir. Bu iddiayı gerekçelendirmek için bir sonraki başlıkta girişimcilik ve bağlam arasındaki ilişki tartışılmaktadır.

II. Girişimcilik ve Bağlam

Bu çalışmanın temel varsayımı, girişimcilerin parçası oldukları bağlamın onların davranışlarını ve stratejik kararlarını etkilediği kadar (Kim

et al., 1989; Denicolai et al., 2015) kendi eylemlerini değerlendirmelerini de etkilediğidir.

Bir bireyin girişimci olmak istemesinin ardında ekonomik ihtiyaçlar, bağımsız çalışma isteği, üretim süreçlerinden kaynaklanan gelirden daha fazla pay almak arzusu, hayallerini olduğu gibi hayata geçirme isteği gibi pek çok neden sayılabilir. Bu motivler kişideki ihtiyacın derecesi ile ilgili olarak bireyi harekete geçirecektir ve karşılama düzeyine bağlı olarak da birey kendini tatmin olmuş sayacaktır. Ancak ihtiyaç, ihtiyacın karşılama derecesi ve motiv üçlüsünün *biricik* bir gerçekleşme biçimi yoktur. Örneğin her kültürde kendini başarılı bulmanın nedeni (Weber, 1999) ya da başarı ihtiyacının ifade edilme şekli (Pillis, 1998) aynı değildir. Motivasyon sürecindeki bu fark sürecin sonunda elde edilen durumun değerlendirilmesinde de söz konusu olabilir ve bağlam bu farklılığın kaynağı olarak yorumlanabilir iddiası bağlamın ne olduğunun açıklanmasını gerektirmektedir.

Sosyal bilimlerde bağlam hem açıklayıcı bir faktördür hem de kavramsal ya da analitik araçlar ile çözümlenmesi gereken bir sürü felsefi sorunun kaynağıdır (Huen, 2009: 149). Sosyal problemlerde değişkenler spesifik olayları ölçümlemeyi mümkün kılarken, nedensellik mekanizmaları ise birbirleriyle ilişkili girdi ve çıktılarını içeren sosyal süreçlerin altında yatan nedenleri açıklamaktadır (Falleti ve Lynch, 2009: 19). Bağlam, bir sosyal problemin çözümünde sosyal aktörün çevresinin betimlendiği bir şey olarak değil aksine problemin bağımlı bir parçası olarak yani analitik biçimde değerlendirilmeyi gerektiren bir kavramdır (Boudon, 2014: 19). Ontolojik açıdan bağlamın ne olduğu tartışmasında iki farklı bakış açısından bahsetmek mümkündür: (a) bağlam bireyin ya da olayların sınırı, çevresi olarak düşünülmekte ve onlardan ayrı düşünülebilecek bir gerçeklik olarak kabul edilmektedir; (b) bütünü kendisi ya da bir parçası olarak görülen bağlamın 'ayrı düşünülmesinin' imkânsızlığı vurgulanarak iç içe geçmiş bir gerçeklik kabulü söz konusudur (Strathern, 1992: 73). Her ne kadar ontolojik açıdan iki ana kutuptan bahsedilse ve tartışmalar bunun üzerinden yürütülmekte olsa da bu çalışmada bağlam tartışmasını kutup noktalarına çekmek ve olabildiğince felsefi bir problem haline getirmek yerine, bu gri alanı girişimcilik yazınında somutlaştırma kaygısı taşımaktadır. Ekonomi ve yönetimde alınan hiçbir karar salt yapay şartlarda gerçekleşmemektedir ve tüm kararlar bağlamın sundukları ile şekillenmektedir (Sarasvathy, 2001: 243). Kararlarını ve bu kararların sonuçlarını ekonomi ve yönetim alanında alan bir aktör olarak girişimcinin bağlamı nasıl değerlendirilebilir sorusunun yanıtı özellikle 'iç- içe geçmiş gerçeklik' kabulünden doğan farklı bağlam perspektiflerinde aranabilir:

**Girişimcinin
Perspektifinden
Kendi
Girişimsel
Başarı
Değerlendirmesi
Ve Bağlam
Tartışması**

159

**Girişimcinin
Perspektifinden
Kendi
Girişimsel
Başarı
Değerlendirmesi
Ve Bağlam
Tartışması**

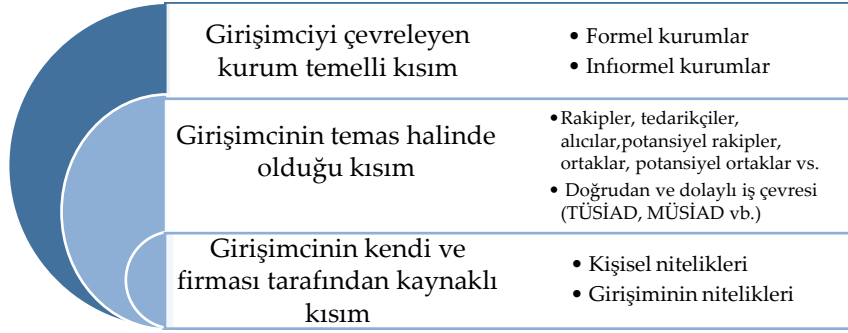
160

(i) Etkileşim meselesi olarak 'bağlam': Ericson ve Schultz (1997)'a göre bağlam "orada olan" yani statik bir varlık değildir, aksine içine aldığı bireylerin etkileşimi ile şekillenen, karşılıklı inşa edilen ve sürekli değişiklik arz eden gelişen bir fenomendir. Hatta Dilley (1999)'e göre bağlam hem sosyal olayları yaratan hem de sosyal olaylardan doğan bir şeydir (Augier et al., 2001: 128-129).

(ii) Birey ya da topluluk meselesi olarak 'bağlam': Sosyal olayların çıktısı olarak değerlendirilmesi durumunda her ne kadar kolektif bir yan kazansa da Rapport (1999)'a göre bağlam, insanların olaylar karşısında sordukları sorulara nasıl cevaplar verdikleriyle ilgilidir. Yani "diğerlerini ve onların yaptıklarını içeren bir durumla karşılaşıldığında bağlam, bireyin bunları nasıl yorumladığı" ile ilgilidir (Augier et al., 2001: 129).

(iii) Arz yönlü ve talep yönlü olma meselesi olarak 'bağlam': Bağlamın, bireylerin niteliklerinden kaynaklanan arz yönü olduğu gibi bu niteliklerin ortaya çıkmasına ya da kullanılmasına imkân veren talep yönü de bulunmaktadır (Thornton, 1999: 19). Girişimcilik özelinde düşünüldüğünde bağlamın arz yönü girişimcinin özellikleri (kültür, sosyal sınıf, etnik sınıf vs. saymanın yanında başarı odaklılık, kontrol odaklılık, risk alma potansiyeli, problem çözme stili, liderlik tarzı vs.) iken talep yönü ise fırsatların niteliği, ekonomik fırsatların objektif yapısı ve bu tip fırsatları yakalayıp davranışa dönüştüren sistemin katılımcılarındaki kapasite farklılıklarıdır (Glade, 1967: 251; Thornton, 1999: 24'den akt.). Bu şekilde yorumlandığında arz yönü görece daha durağan ya da farklılaşması zaman alan şeyleri yani bağlamın görece statik yanını ifade ederken, talep yönü ise sık değişim gösteren sosyal ortamlarda girişimcilerin kararlarını etkileyen şeyleri ifade etmektedir.

Bu bağlam perspektiflerinden hareketle bağlamın kendisinin bir gerçeklik olması kadar pek çok gerçekliği de kapsadığı sonucuna varmak mümkündür. Çalışmada, bağlamının üç kısımda değerlendirilmesi gerektiği kararlaştırılmış ve Şekil 1'deki gibi bir model oluşturulmuştur. *İlk kısım* girişimcinin kendisinden kaynaklı yani kişisel özelliklerini, eğitimini, arka planını içeren (Denicolai et al., 2015) ve yapmakta olduğu işin niteliklerini (Pettigrew, 1987); *ikinci kısım* girişimcinin doğrudan temas halinde olduğu aktörleri; *son kısım* ise girişimciyi dolaylı olarak etkileyen ve kendisinin sorgulama ve analitik becerisine bağlı olarak farkındalığına sahip olduğu aktörleri içermektedir. Bu modelde Pettigrew (1987)'in çalışmasındaki gibi iç-dış mesele olarak bir bağlam anlayışı geliştirilerek en dış katman kurum temelli, kapsayıcı ve şekillendirici yanı, ikinci katman firmanın faaliyetlerini yürütmekte olduğu rekabetçi çevreyi ve en iç katman ise firma politikalarını ve kültürünü içermenin yanında tasarımcısı olan girişimcinin kişisel özelliklerini kapsamaktadır.



Girişimcinin Perspektifinden Kendi Girişimsel Başarı Değerlendirmesi Ve Bağlam Tartışması

161

Şekil 1.

Girişimcilik Araştırmaları için Bağlam Çerçevesi Önerisi

Girişimcilik araştırmalarında bağlamın üç kısma ayrılmasının nedeni, girişimci davranışlarının inançlardan münezzehe olduğu iddiasına dayanan Rasyonel Tercih Kuramının öngördüğünden çok farklı amaç kategorilerinde gerçekleşiyor olmasıdır (Boudon, 2014: 17). Farklı amaç kategorilerinin ardında bağlamın farklı seviyelerinin etkisi söz konusu olabilir. Peng et al. (2009)'nin strateji tripodunu yaratmak için endüstri ve kaynaklara dayalı yaklaşımların yanına kurum temelli yaklaşımı önerdikleri çalışmada formel ve informal kurumların stratejik davranışlar üzerine etkisi gözler önüne serilmektedir. Peng ve arkadaşlarına (2009: 64) göre hukuk, yasal düzenlemeler ve kurallardan oluşan formel kurumların gelişmediği ülkelerde, örneğin piyasa düzeninin tam olarak çalışmadığı emergent/gelişen piyasalarda firmaların davranışları normlar, değerler ve etik/din gibi informal kurumlarca şekillendirilmektedir. Tabii bu durum sadece firmalar için değil onların tasarımcısı olan girişimciler için de geçerli olabilir. Örneğin inançları gereği bir girişimci din/etik informal kurumunun şekillendirmesi ile kendini bir işi başardığında değil o işin toplumsal bir yansıması olduğunda başarılı bulabilir. Girişimcilerin temas halinde oldukları bağlam ise girişimciler için görev çevresi olarak yorumlanabilir (Dess ve Beard, 1984). Çünkü girişimciler, girişimsel faaliyetlerini yürütmek için kendilerini doğrudan ilgilendiren, temas halinde oldukları aktörlerle bir araya gelmekte, onlardan etkilenmekte ve etkilemektedirler. Bu durum onların kendilerini başarılı olarak değerlendirmelerinde kıyas ve karşılaştırma eylemleri yani referans noktası belirleme imkânı yaratması bakımından önemlidir. Son olarak, girişimcilerin kişisel nitelikleri ve girişimlerinin nitelikleri alışılmış olanın dışında 'bağlam' olarak değerlendirilmiştir. Bu nitelikler, bireylerin işlerini tasarlamalarını, kaynak kombinasyonlarını etkilediği kadar eylemlerini ve sonuçlarını da etkileyebilir. Örneğin, ailesinde kendinden başka girişimci olması durumunda bir girişimcinin kendini başarılı bulma eşiği ailesinde girişimci olmayan girişimcilerden yüksek olabilir.

Bu çalışmada girişimcilerin kendilerini başarılı bulmalarında bağlamın etkisi ampirik olarak araştırılmaktadır. Çalışma, girişimcilerin rasyonel ya da irrasyonel yollarla belirledikleri amaçlarına varma düzeylerine bağlı olarak kendi başarılarını değerlemede hem kişisel hem de kişisel olmayan nedenlerin yani genel anlamda bağlamın ne denli etkili olduğunu keşfetmek üzere kurgulanmıştır. Bağlamın doğrudan ölçülebilen bir şey olmadığı dikkate alındığında girişimcinin perspektifinden ne gördüğü ve nasıl değerlendirdiği önem kazanmaktadır (Hanks, 1992). Bu durumda bireyin kendisini çevreleyen bu gerçekliğin içinde yaşadıklarını nasıl anlamlandırdığı/açıkladığı onun perspektifine göre değişiklik arz etmektedir. Dolayısıyla da bireyin durumu yorumlamasına etki edebilecek her şey (eğitimi, kişisel özellikleri, arka planı vs.) bir değişken haline gelmektedir (Augier et al., 2001: 129). Bu nedenle olayların geliştiği bağlam ile girişimcinin gözünden o bağlamın nasıl yorumlandığı kendi davranışlarını, başarısını nasıl gördüğünü de etkileyecek bir faktör haline gelmektedir. Örneğin piyasa şartlarının neden olduğu bir olay karşısında bir fırsat keşfederek pozisyon geliştirme imkânı bulmanın girişimcide yarattığı başarı durumu ile bu olayı eldeki yetersiz kaynakları ile aşmak zorunda kalan bir girişimcide gelişen başarı durumunun nedensellik mekanizmasının aynı olması beklenmemelidir.

III. Metodoloji

Önceki bölümlerde, öznel girişimsel başarı değerlendirmesinde bağlamın göz ardı edildiği ve bu nedenle çalışmanın amacının girişimcilerin kendi başarılarını değerlendirmelerinde “*bağlamsal*” arka planlarına vurgu yapılması gerektiği yönünde bir gerekçelendirme yapılmıştır. Böyle bir gerekçelendirmeden sonra, ilk olarak, çalışmamızın hareket noktasını oluşturan Wach et al. (2016)’nin bağlamı göz ardı ettiğini göstermek adına yazarlar tarafından girişimsel başarının göstergelerinin ne olduğu ile ilgili geliştirilen 17 maddelik ölçek Türkçeye çevrilerek kolayda örnekleme tekniği ile 100 girişimciye gönderilmiştir. 100 anketten 55 tanesi dönmüştür. Ancak bulgular çalışmanın nicel bir araştırma olarak devam ettirilmesinin mümkün olup/olmadığının sorgulanmasını gerektirmiştir.

Anketteki 17 maddeye söz konusu 55 girişimcinin büyük oranda önemli (4) ve çok önemli (5) şıklarını işaretledikleri tespit edilmiştir. Bu durumda anket sayısının artırılmasının Türkiye bağlamında bir fark oluşturmayacağı öngörülmüştür. Çünkü ankette yer alan ifadeler yazılı ve sözlü medyada girişimcilik için önemli olduğu vurgulanan anlamları içermektedir. Bu durumda da girişimcilerin “olanı değil”, “olması gerekeni” işaretledikleri tahmin edilmektedir. Oysaki Türkiye’nin emergent/oluşan bir

piyasa ve farklı kurumsal arka plana sahip olduğu dikkate alındığında, bu maddelerin önem derecelerinin farklılaşabileceği öngörülmektedir. Girişimcilerin anket sorularını cevaplarken ne denli bilinçli ve karşılaştırmalı olarak önem attediklerini tespit etmek için araştırmaya yeni bir aşama eklenmiştir.

**Girişimcinin
Perspektifinden
Kendi
Girişimsel
Başarı
Değerlendirmesi
Ve Bağlam
Tartışması**

**Tablo 1.
Frekans Analizi Sonuçları**

| Maddeler | 1:Hiç Önemli Değil (%) | 2:Önemli Değil (%) | 3: Nötr (%) | 4: Önemli (%) | 5:Çok Önemli (%) |
|-----------------------------|---------------------------|-----------------------|-------------|---------------|---------------------|
| Firma kârlılığı | 0 | 1 (1,8) | 2 (3,6) | 22 (40,0) | 30 (54,5) |
| İş hacmi/Satışlar | 1 (1,8) | 0 | 2 (3,6) | 23 (41,8) | 29 (52,7) |
| Kâr artışı | 0 | 2 (3,6) | 3 (5,5) | 29 (52,7) | 21 (38,2) |
| Artan Pazar payı | 0 | 1 | 4 (7,3) | 26 (47,3) | 24 (43,6) |
| Güçlü müşteri ilişkileri | 0 | 0 | 1 (1,8) | 14 (25,5) | 40 (72,7) |
| Çalışan memnuniyeti/tatmini | 0 | 0 | 2 (3,6) | 22 (40,0) | 31 (56,4) |
| Destekleyici firma kültürü | 0 | 0 | 8 (14,5) | 23 (41,8) | 24 (43,6) |
| İş-yaşam dengesi | 0 | 4 (7,3) | 8 (14,5) | 22 (40,0) | 21 (38,2) |
| Kişisel çalışma esnekliği | 0 | 0 | 12 (21,8) | 22 (40,0) | 21 (38,2) |
| Kendi kararlarını verebilme | 0 | 0 | 2 (3,6) | 16 (29,1) | 37 (67,3) |
| Kişisel gelişim | 0 | 0 | 4 (7,3) | 23 (41,8) | 28 (50,9) |
| Çalışanlar için toplumsal | 0 | 1 (1,8) | 12 (21,8) | 27 (49,1) | 15 (27,3) |
| Firmanın topluma katkısı | 0 | 0 | 11 (20,0) | 25 (45,5) | 19 (34,5) |
| Çevre dostu firma | 0 | 1 (1,8) | 9 (16,4) | 23 (41,8) | 22 (40,0) |
| Kişisel gelirlerde artış | 0 | 0 | 8 (14,5) | 27 (49,1) | 20 (36,4) |
| Kişisel finansal güvenlik | 0 | 0 | 7 (12,7) | 22 (40,0) | 26 (47,3) |
| Maddi güc yeterliliği | 0 | 0 | 2 (3,6) | 23 (41,8) | 30 (54,5) |

Anketten elde edilen bulgular sonrasında, girişimcilerin öznel girişimsel başarılarını değerlendirmede bağlamsal farklılıkların tespit edilebilmesi için ve daha güçlü bir gerekçelendirme sunmak adına *Çok Kriterli Karar Verme Tekniklerinden* AHS analizi uygulanmasına karar verilmiştir. Bu analiz ile girişimciler için girişimsel başarıya ilişkin 5 boyutun önem düzeyleri açısından bir farklılaşmanın olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmaktadır. AHS analizi neticesinde ortaya çıkan farklılaşmanın girişimcilerin bağlamsal arka planlarından kaynaklanıp kaynaklanmadığını belirleyebilmek için AHS'deki her bir ikili

karşılaştırmadan sonra “niçin?” sorusu sorularak nitel verilerin derlenmesine karar verilmiştir. AHS yönteminde seçilen 6 girişimci “kasti/amaçlı” örneklem niteliğindedir. Söz konusu 6 girişimci farklı bağlam düzeylerini analiz edebilmek için çeşitlilik dikkate alınarak seçilmiştir. Tablo 2’de girişimcilere ait özellikler verilmiştir.

**Tablo 2.
Girişimcilerin Özellikleri**

| Girişimci | Uyruk | Yaş | Cinsiyet | Eğitim Durumu | Eğitim Gördüğü Ülke | Yaptığı İş | Kaçıncı Nesil Girişimci |
|-----------|---------|-------|----------|---------------|---------------------|--------------------------|-------------------------|
| M1 | Çin | 35-40 | Bayan | Y.Lisans | Çin | Online Perakende | 1. Nesil |
| M2 | Türkiye | 65-70 | Erkek | Lise | Türkiye | Karavan Üretimi | 1. ve 2. Nesil |
| M3 | Türkiye | 35-40 | Erkek | Y.Lisans | Türkiye | Müteahhit / Enerji | 2. Nesil |
| M4 | Türkiye | 50-55 | Erkek | Lisans | Almanya | Kapı Yükleme Teknolojile | 1. Nesil |
| M5 | Türkiye | 40-45 | Bayan | Tasarım Okulu | Türkiye | Tasarım | 1. Nesil |
| M6 | Türkiye | 45-50 | Erkek | Lise | Türkiye | Patlayıcı Madde | 3. Nesil |

AHS analizi kapsamında girişimcilerin Wach ve arkadaşları (2016) tarafından belirtilen girişimsel başarı ile ilgili 5 boyutu ikili karşılaştırmalar yaparak değerlendirmeleri istenmiştir. Söz konusu 5 boyut yukarıda ifade edilen 17 maddelik ölçeğe faktör analizi uygulanması neticesinde elde edilmiştir. Faktör analizi sonucunda 3 madde analizden çıkartılarak, toplamda 5 boyut ve 14 alt boyuttan oluşan bir kriterler setine ulaşılmıştır. Böylelikle girişimsel başarının değerlendirilmesinde önem atfetmek noktasındaki farklılıkları tespit etmeye yönelik bir adım atılmıştır.

Tablo 3.
Boyutların Görelî Önem Düzeyleri

| Boyutlar | M1 (0,03) | M2 (0,09) | M3 (0,06) | M4 (0,09) | M5 (0,07) | M6 (0,08) | Geo. Ort. (0,01) |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------------|
| Firma Performansı | 0,362 | 0,402 | 0,182 | 0,120 | 0,333 | 0,219 | 0,312 |
| İşyeri İlişkileri | 0,260 | 0,128 | 0,073 | 0,457 | 0,279 | 0,110 | 0,229 |
| Amaçların Gerçekleştirilmesi | 0,214 | 0,042 | 0,033 | 0,238 | 0,279 | 0,339 | 0,177 |
| Toplumsal Etki | 0,087 | 0,044 | 0,303 | 0,155 | 0,075 | 0,222 | 0,148 |
| Kişisel Finansal Ödüller | 0,077 | 0,384 | 0,409 | 0,030 | 0,033 | 0,110 | 0,134 |

**Girişimcinin
Perspektifinden
Kendi
Girişimsel
Başarı
Değerlendirmesi
Ve Bağlam
Tartışması**

165

***Tutarlılık oranı¹**

Tablo 3’de görüldüğü üzere, girişimciler tarafından girişimsel başarı kriterlerine yüklenen anlamlar farklıdır. Bu durumda ilk etapta uygulanan ankette farklılıklar görece az iken ikili karşılaştırmada kriterler arası açılmıştır. Araştırmanın son aşamasında ise girişimcilere “niçin bir kriter diğerine göre daha önemlidir?” sorusu yöneltilmiş ve cevaplamaları istenmiştir. Girişimcilerin gerekçelerini belirttiği yanıtları üç araştırmacı önce ayrı ayrı daha sonra da ortak olarak değerlendirmiştir. Değerlendirme sonucunda bağlama ilişkin noktalar tespit edilmiştir. Tablo 4’de girişimcilerin ifadelerinden hareketle bağlam çerçevesi ve öğelerine göre veri analizi gerçekleştirilmiştir.

IV. Bulgular ve Sonuç

Yapılan mülakatlar neticesinde elde edilen verilere içerik analizi yapılmıştır. Nitel içerik analizi verilerin kod, kategori ve tema şeklinde bir soyutlama mantığıyla çözümlenmesini ifade etmektedir. Dolayısıyla nitel içerik analizi ile toplanan verilerin araştırma sorusu çerçevesinde yorumlanarak kategoriler geliştirilmesi hedeflenmektedir (Miles ve Huberman, 1994). Bu çalışmada ise kodlardan kategori ve temalara değil, tema ve kategorilerden kodlara gidilmiştir (Coşkun, 2017: 362). Bu bağlamda mülakatlardan elde edilen verilerin analizinde Şekil 1’deki bağlama ilişkin üç boyut “temalar”, bu boyutun altındaki unsurlar “kategoriler” olarak kabul edilmiş ve her bir kategoriye ilişkin kodlar olarak da mülakatlardan alıntılanan örnek ifadeler belirlenmiştir.

¹ Tutarlılık oranı katılımcıların karşılaştırma yaparken tutarlı davranıp davranmadığını ölçmek için kullanılmaktadır. Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) tekniğine göre bu oranın 0.10’ın altında olması gerekmektedir. Aksi takdirde katılımcılar tutarsız olarak kabul edilmektedirler. Boyutların görelî önem düzeyleri ve katılımcıların tutarlılık oranları Expert Choice programından elde edilmiştir.

Tablo 4.
Nitel Verinin Bağlam Temelli Analizi (ifadeler metinde gösterilmek üzere örnek olarak seçilmiştir)

| Temalar | Kategoriler | İfadeler/Alıntılar (Kodlar) |
|---|---------------|--|
| <i>Girişimciyi çevreleyen kurum temelli kısım</i> | Din | <p>"Bazen zararı minimize etmek başarıdır. Ticaretin helal olmasının kaynağı da budur... Allah varsa kader varsa öleceksek bunlar hikâye... " M2</p> <p>"Allah zenginliği dilediğime ilmi çalışana veririm diyor; biz buna inanıyoruz. Almanlarda böyle bir şey yok deli gibi çalışacaksın, Japonlar da aynı." M2</p> <p>"dini tam yaşarsak girişimcilikte kendiliğinden gelir. Peygamberimiz bile kazancını ticaretle yapmıştır. Dinimize göre davranırsak girişimciliğin en büyüğü biz oluruz" M3</p> <p>"banka ile çalışmak zorunda kalıyorsunuz ve faizli bir sürecin içine girmiş oluyorsunuz. Bunun parayı bereketsizleştirdiğini düşünüyorum... helal kazanç ile başarılı olmak çok zor " M4</p> <p>"Farklı şeyler hissetmek benim için çok önemli. neden? Amacımıza ulaştığımız zaman yani hayalinizdeki olayı yarattığımız zaman, tövbe haşa yaratmak Allaha mahsus..." M5</p> <p>"Türkiye'de dini bağlam girişimcilik için daha destekleyici çünkü Çin'de nüfusun büyük kısmı dinle ilgili değil. Türkiye'de din dominant bir faktör." M6</p> |
| | Kültür | <p>"Türk girişimcisi zor mutlu oluyor. Biz kararlı değiliz, ne istediğimizi çok iyi bilmiyoruz. Kervan yolda düzülür, düzeltilir. Arkadaş planlı gidersin, nereye gideceğini bilmeyenin hangi yoldan gideceğinin ne önemi var diyor alicem harikalar diyarı." M1</p> <p>"başarı, işlerimizi büyütüp daha çok insan çalıştırmak daha çok insana ekme kapısı aralamak" M3</p> <p>"Türkiye'de başarı algısını doğru bulmadığım için burada asla kendimi başarılı olarak görmüyorum. Çünkü çok somut çok materyalist." M4</p> <p>"Türkler hiçbir şeye hayır diyemeyecek kadar kibarlar. Yapamayacakları bir şeye bile tamam hallederiz diyorlar. Bir şeyi 1 haftada yaparım dediklerinde aslında o bir ayda bitecek biliyorum" M6 (iş yapma kültürü)"Türk kültürünün girişimciliği az desteklediğini düşünüyorum. Çünkü insanlar genellikle güvenli bir bölgede kalmak istiyorlar. Eğer ayda 2000 tl kazanabileceksem niye bunu riske atayım diye düşünüyorlar, bir şirket açıp niye paramı kaybedeyim diyorlar. Güvende olmak Türkler için daha önemli." M6</p> |
| | Piyasa düzeni | <p>"amaçlar hayaller yaratıcılık inovasyon bunlar şirket büyüdükten sonra insanları kandırmak için uydurulan hikâyeler" M2</p> <p>"Türkiye'de birilerinin bu işi yapması lazım... Çünkü Türkiye güçleniyor, bunların Türkiye'de yapılması Türkiye'nin gücünü arttıracaktır" M3</p> |
| | Tr koşulları | <p>"Türkiye'de başarılı olma ihtimali Almanya'dan daha fazla... Türkiye'de pazarlarda açıklık var oysa Almanya daha doymuş pazar..." M1</p> <p>"20 yıl önce bütün legal ya da illegal süreçler basitti. İnsanların beklentileri düşüktü bunun karşılanması iş hayatında çok büyük bir zorluk arz etmiyordu" M2</p> <p>"Türkiye'de girişim yaptığımız zaman bazı bürokratik engeller önünüze çıkıyor. Bu konudaki sıkıntıları aşırsa girişimciliğin önü açılr, iş adamları daha çok iş yapar." M3</p> <p>"benim ürünüüm benden daha rahat dolaşiyor. Ürünlerim 32 ülkeye giderken ben vize almak zorunda kalıyorum" M5</p> <p>"Türkiye koşullarında başarılıyım çünkü şirketim çok para kazanıyor" M6</p> |

Tablo 4. Devamı

| Temalar | Kategoriler | İfadeler/Alıntılar (Kodlar) |
|--|---------------|--|
| | Piyasa düzeni | <p>“amaçlar hayaller yaratıcılık inovasyon bunlar şirket büyüdükten sonra insanları kandırmak için uydurulan hikâyeler” M2</p> <p>“Türkiye’de birilerinin bu işi yapması lazım... Çünkü Türkiye güçleniyor, bunların Türkiye’de yapılması Türkiye’nin gücünü arttıracaktır” M3</p> |
| | Tr koşulları | <p>“Türkiye’de başarılı olma ihtimali Almanya’dan daha fazla... Türkiye’de pazarlarda açıklık var oysa Almanya daha doymuş pazar...” M1</p> <p>“20 yıl önce bütün legal ya da illegal süreçler basitti. İnsanların beklentileri düşüktü bunun karşılanması iş hayatında çok büyük bir zorluk arz etmiyordu” M2</p> <p>“Türkiye’de girişim yaptığımız zaman bazı bürokratik engeller önünüze çıkıyor. Bu konudaki sıkıntıları aşılırsa girişimciliğin önü açılır, iş adamları daha çok iş yapar.” M3</p> <p>“benim ürünüm benden daha rahat dolaşüyor. Ürünlerim 32 ülkeye giderken ben vize almak zorunda kalıyorum” M5</p> <p>“Türkiye koşullarında başarılıyım çünkü şirketim çok para kazanıyor” M6</p> |
| Girişimcinin temas halinde olduğu kısım | Sektör | <p>“Artık İtalyan’lar tarafından taklit edilebilir pozisyona gelmeye başlıyoruz. Ben bunu neye değiştirebilirim ki?” M5</p> <p>“firmanın başarısı sektöründe kabul görmüş olabilmektir. Sektöründe tercih sebebi olmak, sektöründe iyi bir alternatif veya arzulanılan bir ürün haline gelmek...” M1</p> <p>“ yaptığım iş kişiye özel olduğu için müşteriyle diyalog çok önemli... Bunun yanında o ürünü üretebilmek için makinadaki, kesimdeki her bir elemanla olan diyalog da çok önemli...” M4</p> |
| | Rakipler | <p>“Herkes 500 düşerken siz 300 düşerseniz zararımız daha azdır başarılısınızdır” M2</p> <p>“piyasada Bizim gibi yerli firmalara hiç acıma yok ama en pahalı benzini en pahalı elektriği kullanıyoruz” M5</p> |

Girişimcinin Perspektifinden Kendi Girişimsel Başarı Değerlendirmesi Ve Bağlam Tartışması

167

Tablo 4. Devamı

| Temalar | Kategoriler | İfadeler/Alıntılar (Kodlar) |
|--|----------------|---|
| Girişimcinin kendi ve firmasından kaynaklı kısım | Kişisel bağlam | <p>"İstanbul'da yaşayıp o darlığın içerisinde hiç kendini deşarj edemeyip daha başarılı olmaktansa orta başarıyla burada olmayı tercih ederim" M1</p> <p>"başarı eşittir mutluluk. Mutlu olabileceğim kadar başarılı olmak istiyorum. Çok para kazanıp istediğini yiyememek, istediği zaman uyuyamamak ve kalkmamak başarı değildir." M1</p> <p>"Aile olarak kardeşlerde de müteşebbislik var. Babamdakinden çok bende var galiba. Çünkü ben sınır tanımıyorum." M5</p> <p>"Kocama işi babasından kaldığı için kocam bir girişimci değil. Ailem de de başka girişimci yok ama olması benim için bir avantaj olurdu çünkü ondan birçok şey öğrenebilirdim" M6</p> <p>"ailemde girişimcinin olmaması dezavantajdı. Çünkü hep mücadele etmek zorunda kaldım" M4</p> <p>"Hedeflediğim şeye ulaştığım zaman kendimi başarılı hissedirim. İstanbul'da bir kilometrelik yerden buraya gelmek bile benim için bir başarıdır. Başarı kısa kısa yani hedefler minik minik olmalı. Başarının illa çok büyük bir şey olması gerekmiyor." M4</p> <p>"herkes okul bitirir ama gerçekten başarılı olmaz. Bu anlamda bazı şeylerin yaradılış özelliği olduğunu düşünüyorum. hayatta en çok zevk aldığım şey, bir şey üretmek" M4</p> <p>"soyadımızı taşıyan bir ürün yapıyorsunuz. Bence bu yeterli bir şey" M5</p> |
| | İşyeri bağlamı | <p>"benim mutluluğum yanımda çalışanların yavaş yavaş araba almaları, bir şeylere sahip olmalarıdır. Kendime iyi bakmak zorundayım, çünkü insanlar elime bakıyor" M5</p> <p>"Topluma etki, iş yeri ilişkileri gibi kavramlar hikaye fasa fiso eğer holding değilseniz" M2</p> <p>"hangi faktörün daha önemli olduğu kurumsallaşma süreci uluslararasılaşmaya bağlıdır" M4</p> |

AHS ve nitel veri analizi sonucunda araştırmacılar tarafından belirlenen temel noktalar şu şekilde ifade edilebilir: **(i)** beş kriter ana çalışmada birbirinden ayrı olarak değerlendirilmişken görüşme yapılan girişimciler bu kriterler arasında dolaylı ilişki kurmuştur **(ii)** girişimcilere başarı nedir sorusu sorulduğunda 'bunun göreceli olacağını' belirtmede ısrar etmeleri öznel girişimsel başarı üzerine genelleme kaygısı güden bir çalışma yapmanın gerekliliğini sorgulamayı gerektirmektedir **(iii)** görüşmecilerden biri 'zaten modern dünya insanı iki yüzlü yapmaktadır' diyerek, verilen cevapların özellikle işyeri ilişkileri ve topluma etki kriterlerine ilişkin atfedilen önemi sorgulamaya neden olmaktadır **(iv)** rasyonel olması

beklenen girişimcilerin başarıyı mutluluk ile ilişkilendirmesi yani somut değerlendirme boyutlarını ikincil plana atması bağlamın bir etkisi olarak değerlendirilebilir (v) yine bağlamın bir etkisi olarak finansal ödül ile firma performansının ayırımında kurumsallaşmanın değil hak, adaletli ortaklık gibi ifadelerle yer verildiği görülmektedir (vi) bir başka bağlamsal öge olarak sektörel farklılıkların başarılı olarak değerlendirme noktasında etkili olduğu görülmektedir (vii) Türkiye'nin halen emergent/gelişen bir piyasa olmasının sonucu olarak girişimcilerin materyalist ve manevi olmak arasında kalmış oldukları görülmektedir (viii) ailesinde girişimci olan görüşmecilerin ailesinde girişimci olmayanlara göre başarı tatminlerinin görece üst eşikte gerçekleştiği görülmektedir.

**Girişimcinin
Perspektifinden
Kendi
Girişimsel
Başarı
Değerlendirmesi
Ve Bağlam
Tartışması**

169

V. Çalışmanın Değeri ve Gelecek Çalışmalar ile Entegrasyonu

Çalışmanın, üzerine henüz sağlam bir literatürün gelişmediği girişimsel başarı değerlendirme için bağlamsal farklılıkların dikkate değer bir nokta olduğunu ortaya koyması önemli bir katkı sunmaktadır. 1963-2005 yılları arasında Academy of Management Journal dergisinde yayınlanan 50 girişimcilik makalesi incelendiğinde popüler olarak girişimciliğin ilişkilendirildiği konular ve üzerine yazılıp çizilenlerin (1) girişimcilik eylem ve davranışları (2) örgütsel büyüme (3) bireysel ve girişimsel nitelikler (4) hayatta kalma ve yok olma (5) halka açılma performansı (6) firma performansı olduğu belirlenmiştir. Alternatif olarak nedensellik mekanizmalarını kurma ihtimali bakımından bağlam ve bağlamla ilgili geliştirilecek bağımlı ve bağımsız değişkenlerin araştırmalara dâhil edilmesiyle girişimcilik yazını farklı bir mecraya kavuşabilir (Ireland et al., 2005: 561). Bu durumda bu çalışmada belirlenen bağlamsal nitelikler dikkate alınarak yapılacak yeni çalışmalarla birlikte girişimcilik alanında daha nitelikli ve genellenebilir karşılaştırmalı çalışmaların yapılması mümkün olabilir. Ayrıca girişimcilikte bağlam çalışmalarının bir diğer katkısı da girişimcinin kimliğini belirleme noktasında olabilir. Bilindiği üzere girişimcilik çalışmalarında araştırmaya konu edilen girişimciler için standart bir girişimci tanımı kullanılamamaktadır (Short et al., 2010: 9). Bu nedenle de sonuçlar karşılaştırmalarda ve genellemelerde soru işaretleri yaratmaktadır. Oysa yapılan araştırmalarla bağlamın niteliklerini detaylı olarak belirleyebilen araştırmalar, karşılaştırmaların ve yapılan genellemelerin inandırıcılığına hizmet edecektir.

KAYNAKÇA

- Augier, M., Shariq, S. Z. ve Vendelo, M.T. (2001). Understanding Context: Its Emergence, Transformation and Role in Tacit Knowledge Sharing, *Journal of Knowledge Management*, 5 (2): 125-137.
- Amit, R., MacCrimmon, K. R., Zietsma, C. ve Oesch, J. M. (2001). Does money matter?- Wealth attainment as the motive for initiating growth-oriented technology ventures, *Journal of Business Venturing*, 16(2): 119-143.
- Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007). Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyal Bir Perspektif, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18: 101-102.
- Baron, R., Markman, G.D. 2003. Beyond social capital- the role of entrepreneurs' social competence in their financial success, *Journal of Business Venturing*, 18(1): 41-60
- Boudon, R. (2014). What is Context?. *Köln Z Soziol*, 66: 17-45.
- Coşkun, R. (2017). Yönetim Organizasyon Kitaplarında Klasik Yönetime Atfedilen "Kapalı Sistem" Yakıştırmalarına İtiraz: 1925 Yılından Önce Yazılmış Seçilmiş Kitaplarda "Açık Sistem" İmaları Üzerine Nitel Bir Çözümleme, 8. *Uluslararası Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresi*, Köstence-Romanya: 357-371.
- Dafna, K. (2008). Managerial performance and business success: Gender differences in Canadian and Israeli entrepreneurs. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 2(4): 300 – 331.
- Denicolai, S., Hagen B. ve Pisoni, A. (2015). Be International or Be Innovative? Be both? The Role of the Entrepreneurial Profile. *Journal of International Entrepreneurship*, 13(4): 390-417.
- Dess, G. G. ve Beard, D. (1984). Dimensions of Organizational Task Environments, *Administrative Science Quarterly*, 29 (1): 52-73.
- Dilley, R. (1999). *The Problem of Context*, Berghahn Books, New York, NY.
- Erickson, F. ve Schultz, J. (1997). When is a context? Some Issues and Methods in the Analysis of Social Competence. *Mind, Culture and Activity: Seminal Papers from the Laboratory of Comparative Human Cognition*, 22-31.
- Falleti, T. G. ve Lynch, J. F. (2009). Context and Causal Mechanisms in Political Analysis, *Comparative Political Studies*, 42(9): 1143-1166.
- Glade, W. P. (1967). Approaches to a Theory of Entrepreneurial Formation, *Explorations in Economic History*, 4(3): 245-259.
- Hanks, W. F. (1992). The Indexical Ground of Deictic Reference, Duranti A. ve Goodwin, C. (edt.), *Rethinking Context: Language as an Interactive Phenomenon*, Cambridge: Cambridge University Press, 43-76.
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ad86d43b85136.13823187 [Erişim: 19.04.2018]
- Huen, C. W. (2009). What is Context?. *Anthropological Theory*, 9(2): 149-169.
- Ireland, R. D., Reutzell, C. R., ve Webb, J. W. (2005). Entrepreneurship Research in AMJ: What Has Been Published, and What might the Future Hold?. *Academy of Management Journal*, 48(4): 556-564.
- Jayawarna, D., Rouse, J., & Kitching, J. (2013). Entrepreneur Motivations and Life Course. *International Small Business Journal*, 31(1): 34-56.

- Kim, K. C., Hurh, W. M. ve Fernandez, M. (1989). Intra-group Differences in Business Participation: Three Asian Immigrant Groups, *International Migration Review*, 23(1): 73-95.
- Makhbul, Z. M. ve Hasun, F. M. (2011). Entrepreneurial Success: An Exploratory Study among Entrepreneurs, *International Journal of Business and Management*, 6(1): 116.
- Miles, M. B., ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage.
- Panda, T. K. (2002). Entrepreneurial Success and Risk Perception among Small-scale Entrepreneurs of Eastern India, *The Journal of Entrepreneurship*, 11 (2): 173-190
- Peng, M. W., Wang, D. Y., Jiang, Y. (2009). The Institution-Based View as a Third Leg for a Strategy Tripod. *The Academy of Management Perspectives*, 23(3): 63-81.
- Pettigrew, A. M. (1987). Context and Action in the Transformation of the Firm, *Journal of Management Studies*, 24(6): 649- 670.
- Pillis, E. G. (1998). What's Achievement Got to Do with It? The role of National Culture in the Relationship between Entrepreneurship and an Achievement Motivation. *Frontiers of Entrepreneurship Research*: 73-87.
- Rappoport, N. (1999). Context as an act of personal externalization. *The problem of Context*, Berghahn Books, New York, NY, 187-211.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. *Academy of Management Review*, 26(2): 243-263.
- Short, J. C., Ketchen Jr, D. J., Combs, J. G., ve Ireland, R. D. (2010). Research Methods in Entrepreneurship: Opportunities and Challenges, *Organizational Research Methods*, 13(1): 6-15.
- Solymossy, E. (1998). *Entrepreneurial dimensions: The relationship of individual, venture, and environmental factors to success* (Doctoral dissertation, Case Western Reserve University).
- Strathern, M. (1992). Parts and Wholes: Refiguring Relationships in a Post- plural World, *Conceptualizing Society*, London: Routledge, 75-104.
- Taormina, R. J., ve Lao, S. K. M. (2007). Measuring Chinese entrepreneurial motivation: Personality and environmental psychological. *Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 13(4): 200-221.
- Thornton, P. H. (1999). The Sociology of Entrepreneurship, *Annual Review of Sociology*, 25(1): 19-46.
- Vesper, K.H. (1990). *New Venture Strategies*. 2nd ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Wach, D., Stephan, U. ve Gorgievski, M. (2016). More than Money: Developing an Integrative Multi-Factorial Measure of Entrepreneurial Success. *International Small Business Journal*, 34(8): 1098-1121.
- Watson, K., Horgarth-Scott, S. ve Wilson, N. (1998). Small business start-ups: Success factors and support implication. *Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 4(3): 217-238.

Weber, M. (1999). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*, Çev. Z.Gürata, Ankara: Ayraç Yay.

DISCUSSION OF SUBJECTIVE SUCCESS EVALUATION AND CONTEXT FROM ENTREPRENEURSHIP PERSPECTIVE

EXTENDED ABSTRACT

The aim of this study is to demonstrate the effect of context in evaluating subjective entrepreneurial success. Subjective entrepreneurial success is about what an entrepreneur does and where he finds himself as successful. The literature suggests that entrepreneurs who are founders of businesses and generally managers, which is an economic unit for rationality (e.g.: Perren,1999;2000; Barreria, 2004; Parker, 2009), find themselves successful with their achievement rates, according to Wach et al.'s success criteria. The fundamental claim of this study is that depending on the perspective of the entrepreneurs' perspective, that is, the meaning they place on the success criteria which arise from the context will be different. The basic assumption of this study is that the context, which entrepreneurs are one part of it, is influenced by their own actions as well as their behavior and strategic decisions (Kim et al., 1989; Denicolai et al., 2015). In order to test this claim, a three-stage research is conducted. In this study, the effect of context on entrepreneurs to finding themselves as successful is being empirically investigated. This study is designed to be related to the sense of accomplishment of the entrepreneurs depending on their level of reaching their goals determined by rational or irrational means. Considering that the context is not something that can be seen directly, from the perspective of the entrepreneur, what is seen and how it is assessed is gaining importance (Hanks, 1992). In this case the reality, which surrounds individuals, is that they live in it and how they explain/interpret it varies depending on their perspectives. Therefore, everything that will affect the interpretation of individuals in a situation (i.e. education, personal characteristics, background) becomes variable (Augier, 2001).

Consequently, the context in which events develop and the interpretation of this context from the perspective of the entrepreneur becomes a factor which influences how the entrepreneur see his/her behavior and success. The success feeling which is based on an event in the market conditions and taking a position opportunity which emerged in these conditions on the entrepreneur should not have the same causality mechanism with the other entrepreneur who has to overcome with the insufficient resources. In the first

step of the research, the scale which was developed by Wach et al. (2015) has been translated into Turkish. The questionnaire is a tool used by researchers to show why qualitative study was needed for this research. The questionnaire is modified for 100 entrepreneurs to understand what it means for Turkish entrepreneurs with the convenient sampling technique. At the end of this process, 55 questionnaires were obtained. The survey, which has 17 items, is conducted as the pilot study and determined that most of the entrepreneurs significantly chose important (4) and very important (5) options. In terms of Turkish entrepreneurs, this situation reveals that the perception of the scale items mentioned in the questionnaire have equal priorities among the participants. But when we consider the situation of Turkey as an emergent market having different institutional backgrounds from other countries, it can be anticipated that the importance degree of these items may differ. Therefore, we added a new stage to this research to investigate and understand how the entrepreneurs give consciousness response and comparative importance attributed to the questionnaire. After the pilot study, to ease the qualitative part of the research and to present more powerful justification, Multiple Criteria Decision Making Technique was used. For this technique, entrepreneurs are asked to evaluate the five criteria by making binary comparisons. To this end, we conducted interviews with 6 entrepreneurs who have different backgrounds from each other. In order to find out whether there is a difference in context we asked a “why” question after every binary comparison. Through this way, we collected detailed qualitative datum. As a result of the Multi-Criteria Decision Making Technique and the qualitative data analysis, the main points determined by the researchers can be expressed as follows: (i) In the main study, which is conducted by Wach at al (2015), 5 criteria have been evaluated separately from each other but in our study, interviewees have built indirect relationships between these 5 criteria. (ii) When we ask the question “what is success?” to the entrepreneurs, all of them insistently stated that “this/it will be relative”. This result prompted us to think and inquire the requirement of a study to conduct on subjective entrepreneurial success which has generalization aim on this issue. (iii) One of the interviewees stated that the ‘modern world has already made people hypocritical;’ again, this statement prompts us to inquire the responses especially on workplace associations/relations and collective impact criteria. (iv) Entrepreneurs, who are expected to be rational, associating success with happiness can evaluate the effects of the context as they leave concrete evolution dimension on the second plan. (v) Also, it is observed that as the effect of the context, the distinction between financial rewards, firm performance equal rights, and fair partnership statements gain more

**Girişimcinin
Perspektifinden
Kendi
Girişimsel
Başarı
Değerlendirmesi
Ve Bağlam
Tartışması**

173

**Girişimcinin
Perspektifinden
Kendi
Girişimsel
Başarı
Değerlendirmesi
Ve Bağlam
Tartışması**

importance rather than institutionalism. (vi) Another contextual element which is observed in the study is sectoral differences, because sectoral differences affect the evaluation of success from sector to sector. (vii) Due to Turkey's still emergent market economy, entrepreneurs are in a dilemma of sorts, which is being materialist and spiritual. (viii) Furthermore, it is understood that entrepreneurs, who have entrepreneurs in their family, have higher success satisfaction than the others.

Results of this three-step study show that, entrepreneurs were affected by different context conditions while evaluating their subjective achievements. As a result of this study; data supporting the "Three-Level Context Model" developed by authors is obtained. Context is found to effect subjective entrepreneurial success phenomenon by the dimensions of "formal/informal institutions", "industry structure" and "entrepreneurial characteristics". The contextual qualifications considered in this study and new studies that are conducted in the future may be possible to make more qualified and general comparative studies in the field of entrepreneurship. Besides another contribution of context studies in entrepreneurship may be the point of distinguishing the identity of entrepreneurs. Moreover, through this study scholars can develop a more comprehensive and robust scale for the entrepreneurial success.

Keywords: Entrepreneurship, Subjective Entrepreneurial Success, Entrepreneurial Context