

PAPER DETAILS

TITLE: Ege Bolgesi Girişimci Profili On Çalışması Modernleşmecî Ölçütlerle Girişimci Kavramı

AUTHORS: Nese ÖZGEN ERTÜBEY

PAGES: 0-0

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/592822>

EGE BÖLGESİ 'GİRİŞİMCİ' PROFİLİ ÖN ÇALIŞMASI (MODERNLEŞMECİ ÖLÇÜTLERLE 'GİRİŞİMCİ' KAVRAMI)

Neşe ÖZGEN ERTÜBEY(*)

Modernleşme kuramları gelişme sorunsalını, "kalkınma" kavramına atfettikleri geniş anlamda çözmeye çalışırken, -bireyi hareket noktası olarak ele alan evrimci anlayışlarına uygun olarak-modern toplumun ideal birey tipini çizmekle işe başlarlar. Yaklaşımın dinamik gücü olan insan tipi, en genel hatları ile 'girişimci' olarak tanımlanabilir. Yaratıcılıktan-yeniliğe, atak olmadan cesarete kadar çeşitli anlamlar atfedilen girişimci insan tipi; modern olan'ın, yani uygarlık aşamasının dinamik ve değiştirici gücüdür. McClelland'ın deyişi ile; "Uygarlık, en azından ekonomik yönüyle, ne adaptasyon ne yüceltmedir. O, yüksek n-ach düzeyinin dinamik kıldığı insanlarca yaratılan pozitif bir evrendir"(1).

Bu çalışmanın amacı modernizasyonun lokomotif gücü sayılan girişimci birey kategorizasyonunu modernleşme teorilerinin temel kavramları ile oluşturmak ve bu kategorizasyonu, Ege Bölgesi sanayicileri arasında yapılan bir uygulama ile sınamaktır. Bu amaçla oluşturulan ölçümler, EBSO meclis üyeleri arasından seçilmiş İzmir, Aydın ve Manisa illerinde yer alan 25 kişilik sanayici gruba uyarlanmıştır. Grup imalat sanayinde orta ve büyük işletme sahiplerinden oluşmaktadır. Örneklemin küçüklüğü açısından sonuçların genellenebilmesi mümkün değildir, ancak çalışmada hedeflenen gelişmiş ve azgelişmiş ülke girişimcilerinin fark ve benzerliklerine ilişkin temel noktaları yakalamak ve böylece de girişimci analizinde kullanılabilecek araçlara kendi çapında katkıda bulunabilmektir.

(*) Araştırma Görevlisi, Ege Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü.

GİRİŞİMCİLİK KAVRAMININ KURAMSAL ANALİZDEKİ YERİ

Gelişme-kalkınma-sanayileşme üçlemesinin paradoksal söyleminde, değerler sistemini öncelikli alan yaklaşımların en parlak yıldızı girişimci-girişimcilik kavramıdır. Temelini Weber'den alan anlayıcı sosyoloji yerine ideal tipin bir yanlış kavramlaştırmasını yaptığı biçimde eleştirilen modernleşme teorileri, (yine de Batı anolojili) tüm çalışmalarında, bilimin salt bir özelliğini "genelleştirmeyi" kullanmak adına, uygulanabilirliğine belki de hiç bir ülkede rastlanmayan bir kavramsal kabalıkla yola çıkmaktadırlar. Kilby 'Winnie the Pooh' öykülerinde şu herkesin yakalamaya çalıştığı 'heffalump' yaratığına bir benzeşim atfediyor: "Dinamik girişimsel performansı araştırma çabaları büyük çoğunlukta Heffalump'ı avlama çabasıdır. Heffalump son derece büyük ve çok çok önemli bir hayvandır. Pekçok kişi yerel tuzaklar kullanmıştır ancak henüz hiç kimse yakalayabilmiş değildir. Muhteşemliği hakkında görüş birliği tamdır da, özellikleri son derece tartışmalıdır. Avlanmasına yardımcı olabilecek alışkanlıkları üzerine ise hiç bir bilgi yoktur. Bazı avcılar kendi favori yemlerini tuzağa koyuyor ve sonra da yakaladıkları 'şey'in bir Heffalump olduğuna çevrelerini iknaya çalışıyorlar. Tartışmaların süre gitmesinde avcıların ikna yeteneklerinin kıtlığı yanında, canavarın kendine kendini zaman içinde yenileyerek ruh ve kalıp değiştirdiğine ilişkin söylentilerin de payı yok değil." (2).

Kavram, yönetici, idare eden, organize eden, süreklilik, inisiyatif vb. yanları ile yönetim biliminin; yatırım yapan, arzı ve talebi yönlendiren, pazar arayan, vb. yönleri ile ekonominin; çekici (attractive), atak, yaratıcı, yenilikçi, birey olan, kendine güvenen, cesur vb. sıfatları ile psikolojinin ve nihayet tüm bunların hepsi ve üzerine global alanda oynadığı rol, ve yapı içindeki yeri yönüyle de sosyolojinin ilgi alanına girmektedir.

Girişimci-lik kavramının, elit, burjuvazi, yöneten sınıf, ekonomik sınıf kavramlaştırılmalarının çok dışında ve temelini, toplumsal analizde değerler sisteminden alan yaklaşımların bir analitik aracı olduğu başta da belirtilmişti. Bu yaklaşımların, geleneksel-modern, kırsal-kentsel vb. dualistik ayrımlarında en

temel sorunsal, girişimcilik ve gelişme arasındaki neden-sonuç ilişkilerinde etki-tepki yönlerinde farklılığa ilişkindir. Yani 'gelişme girişimciliğin bir sonucu mu yoksa başlangıcı mıdır?' sorusu modernleşme kuramlarının temel sorunsalıdır.

Habakkuk 'The Entrepreneurship and Economic Development' adlı makalesinde bu sorudan yola çıkar; ve azgelişmiş ülke girişimcilerinin kapalı bir sınıf sistemi, yetiştirme tarzının otoriterliği, ekonomik yapıdaki riskler ve sosyal yapı nedeniyle gelişemeyeceğini savunur (3). Yine Hoselitz (4) 'Entrepreneurship and Economic Growth' adlı makalesinde ortamı olmaksızın girişimcinin gelişemeyeceği görüşündedir. Öte yandan Lauterbach (5) "... ekonomik gelişmenin zorunlu olarak girişimcilik ruhu ile olabileceğini" ileri sürmektedir. Modernleşmenin bir sonul durum, sonuç, varılacak bir nokta olduğuna ilişkin görüşler daha ziyade bireyi; modernleşmeyi harekete geçirici, başlatıcı, sürdürücü olarak yorumlarken; modernleşmeyi uzun, geriye dönüşsüz (Levy), ilerletici (Coleman), Avrupalılaştırıcı, sistematik (Hermassi), ve dönüştürücü (Huntington) vb. nitelikleri ile bir süreç olarak yorumlayanlar, modernleşme süreci içinde girişimciyi değişkenlerden birisi olarak tanımlarlar(6).

Girişimci tanımının ekonomi literatürüne girişi ekonomi tarihçilerinin 19. yy. sonu 20 yy. başlarında dikkatlerini işadamları ve firmalara yönlendirmesi ile başlar. Terim ekonomiye Cantillon ile girmiştir, ancak yaygın kullanımını J.B.Say'a borçludur. İngilizceye tüccar, maceracı, işveren vb. çeşitli biçimlerde çevrilmiş, atfedilen özel anlam ise hep proje içinde kalmıştır. Girişimciliğin tarihsel rolüne ilişkin ilk ciddi akademik çalışma 1920'lerde N.S.B. Gras çalışmasıdır. Gras toplumun karmaşık yapısı içinde işadamlarının özel yerine dikkati çekerken iş tarihini ekonomik tarihin bir dalı olarak tasarlamıştır. J.S. Mill terimi İngiltere'de yüzyılın sonuna doğru teorik literatürde yokolmak, gözden kaybolmak üzereyken popülerleştirmiştir. Yeni beliren neoklasik okulun statik yaklaşımı, girişimci gibi dinamik çıkışlı bir kavramı benimsemeye hazır değildi. Örneğin Marshall-girişimcinin yaratıcı aktivitesinden çok, yönetim ve üst düzey nezarete ilişkin rutin aktivitelerine dikkati çeker (7).

1946'da J.S.Astor ve J.Cooke yönetiminde kurulan 'Harvard Studies in Business History', girişimciliğe ilişkin ekonomik tarih

çalışmalarında bir dönüm noktası teşkil eder. Bu tarihten itibaren iş tarihine ilişkin tek tek analizlerin teorik bir temel ile desteklenmedikçe sistemleşemeyeceğine ilişkin görüşler öncelik kazanmıştır. A.H.Cole'un yönetiminde ekonomist, sosyolog, tarihçi ve diğer akademisyenlerin güçlerini birleştirmelerini sağlayan bu Enstitü olmuştur. Üzerinde en çok tartışılan ve spekülasyon yapılan konu Schumpeter'in bir "yenilikçi" olarak girişimci kavramıdır. "Yeni birşeyler yapmak veya zaten yapılmış olanları yeni bir yolla denemek" (8). Bu kavramı netleştirmeye yönelik pek çok atılımdan birisi de Redlich'indir. Kavramı hem asıl ve türeyen yenilikler anlamında; hem de objektif ve subjektif olanlar arasında tartışır (9). Jenks ve Cochran ise 'tek tek bireylerin performanslarının bir toplamından ibaret olan' girişimcilik kavramından ziyade "dikkate değer sayıda bireyin benzer fonksiyonlarının bir performansı" yorumunu gündeme getirmişlerdir. Yine Jenks, rol ve onaylama kavramlarının sosyolojik olarak tartışılmasının, girişimcinin ne yaptığına ve niçin yaptığına ilişkin anlamlı bir analitik araç olabileceğini savunur (10).

Bu ve benzer çalışmalar girişimciliğe ilişkin çok geniş bir analitik çerçeve oluşturmaktadır. Varsayımlanan ve elde edilen ölçütler ile kavramlar dahilinde tanımlamalar her dönemde değişikliğe uğramış, Enstitü'nün yapısına da damga vurmuştur. Örneğin sosyal yapı-düzen ve girişimciler arası ilişkilerden, 19. ve 20. yy.da Amerikan iş liderlerinin kariyer ve sosyal orijinlerinin keşfine, elektrik endüstrisinde keşifçilerin yaşamından, demiryolu öncülerinin düşünce örüntülerini analiz etmede sosyal rol teorisinin kullanımına (Passer), 19. yy. tüccarların incelenmesinden (Aitken), sosyal bir kurum olarak iş'in önemini incelemeye, işadamları aktiviteleri ile ele alma dönemde firma sayısı ilişkilerine dek çok geniş bir araştırma dizisi ile birbirine her anlamda zıt incelemeler yapılmıştır.

MODERNLEŞME KAVRAMI

KURAMLARINDA

"GİRİŞİMCİLİK"

Böylesi geniş bir araştırma yelpazesinde, girişimci çalışmalarının bu denli farklı yönlerde gelişmesinden çıkan sonuçlar, bizi Kilby'nin baştaki benzetmesine götürüyor.

Araştırmalarda kavram birliği yoktur: Gelişmenin harekete geçiricisi (Schumpeter), örgütlenmedeki formal otorite kaynağı, yaratıcı, yenilikçi (Hartmann), ekonomik kaynakların kontrolünde odak (Coates), risk almada atak, (Lauterbach), kâr için fırsatların nitelik ve boyutlarını sezebilecek özel bir yetenek, uzağı görme, yönetme ve girişkenlik, tüm enerjisini ulaşmak istediği sona hasretmek (Habakkuk), evrensellik, fonksiyonel uzmanlaşma (Hoselitz), üretici, işveren, endüstrinin kaptanı (Hartmann), karar alıcı (Dobb), sonu yaratan, temel karar verici (Gehard-Häussermann ve Turin), önder, yaratıcı, yeni fırsatları yakalayan, risk alıcı (Miller), diğer insanlarınkinden farklı kararları olabilen, kendine güvenen, işini ve niteliklerini iyi bilen (Casson), nadir yetenekleri olan, non-conformist davranış ve özelliklere sahip, izzeti-nefis sahibi, araştırma becerisi olan (Casson), başarı oryantasyonlu (Parsons), n-ach katsayısı yüksek (McClelland), hem yaratıcı hem de birleştirici öge (Hirschman), amaçlı aktivitesi olan, süreklilik sağlayıcı, kâr oryantasyonlu (Cole), maceracı, organizatör ve ayrıntıları atlamayan (Harbison ve Myers) (11).

Çalışmaların ortak noktası temellendikleri kurama ilişkindir. Girişimcilik kavramına yüklenen tüm bu tanımlar (ölçücü-ayrıştırıcı-yaratıcı-kimi zaman naif, hatta romantik) sonuçta girişimciliğin temel bir ölçütünü bulmaya çabalarken fonksiyonel yaklaşımdan hareket etmektedir. Enstitü'nün tarihi içerisinde biçimlenen bu yönelim, girişimciyi sistemin bir fonksiyonu olarak ele alır ve bu değişkenin gücü ve niteliğine ilişkin çeşitli farklılıklar da teorinin uygulanmasına ilişkin zorluk ve sonuçlarla ortaya çıkar. Fonksiyonun temel karakteristikleri gözlenebilir ve genellenebilir. Böylece girişimcinin belirleyici (indicative) bir tanımını yapmak olanaklıdır. Karakteristikler de bizce fonksiyonun tanınmasına olanak sağlar. Gözlenip genellenebilir karakteristiklerin ölçülebilir varlığı/yokluğu, karakteristiklere ilişkin bir 'yanlış tanımlama olduğu' düşüncesini de birlikte getirmektedir. Yani tipik olanın mekanda gözlenememesi; kuramın sorgulanmasından ziyade karakteristiklerin sorgulanmasına yol açmaktadır. Modernleşmeci teorinin AGÜ (Az Gelişmiş Ülke) 'lerde girişimciliğe ilişkin yaptığı da budur.

GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERDE GİRİŞİMCİ TİPOLOJİSİ ÇALIŞMALARI

Gelişmekte olan ülkelerde modernleşmecî teörinin uygulanması, D. McClelland'ın sonuçlarının uyarlanması ile başlamıştır. McClelland 1961'de yayınlanan The Achieving Society adlı çalışmasında, modern toplumun başarı motivasyonu yüksek bireylerden oluştuğunu, dolayısı ile bireylerin n-ach katsayıları ile ülkenin gelişme düzeyi arasında doğrusal bir ilişki olduğunu ileri sürerek, dört ülkede (ABD, İtalya, Türkiye ve Polonya) işadamları üzerinde ölçeğini uygulamıştır (12). ABD ve İtalya beklenildiği üzere gelişmişlik düzeyi ile orantılı bir n-ach yüksekliği verirken, Polonya'da da gelişme düzeyi paralelinde n-ach katsayısı düşüktür. Oysa gelişmekte olan ülke örneğini oluşturan Türkiye'de, işadamlarının n-ach katsayıları son derece düşük, buna karşılık ülkenin gelişme göstergeleri beklenilenin aksine yüksek, aile yapısı gelenekseldir. McClelland bu durumu Türkiye'nin ekonomik büyümesini dış yardımlar aracılığı ile yapmasına bağlamakta, nedenleri üzerinde kendisinin de zorlandığını itiraf ettiği bu durumu bir yana bırakıp, hipotezlerini diğer üç ülkede sınamaya girişmektedir. McClelland'ın ölçümleri daha sonra popülerleşmiş ve 'gelişmenin ekonomi ile ilgisi olmayan yönünü ölçmek' adına Hindistan, Filipinler, Sri Lanka, Mısır, Sudan vb. ülkeler üzerinde çalışmalar yapılmıştır. Örneğin Filipinler'de ölçeğin sonuçları, bir dizi paradox içermektedir. N-ach katsayıları ABD üzerinde seyreden bu ülkenin, gelişme düzeyi az gelişmiş ülkeler arasındadır. Bu durum, girişimci ailelerinin toplumun geleneksel yapısını aşmış olmaları olasılığına atfedilmektedir (13).

Latin Amerika, Mısır, Sudan vb. ülkelerde yapılan çalışmalar, gelişmekte olan ülke girişimcisinin tipik özelliklerini şöyle belirlemektedir: Gelişmekte olan ülke girişimcisi; kökeni daha çok tüccar büyük baba veya babaya dayalı, çoğunlukla eğitim düzeyi yüksek, kişisel görüş ve duygulara fazlaca önem veren, kişisel otoritesinin uzman dahi olsa bir grup/kşi tarafından sınırlandırılmasına olanak tanımayan, bilimsel ve teknolojik gelişmeye fazlaca duyarlı olmayan, aile çevresinden kendisini sorumlu tutan, sosyal prestije paradan çok önem veren, başında bulunduğu işi kurumlaştırma ve kişiselleştirmeden uzaklaştırma yönünde pek fazla çabası olmayan, risk alma ve büyüme için gerçek bir çaba içinde olmayan; kârını arttırmak için yeni pazarlama

metodlarını ele geçirmede isteksiz, yeni davranış kalıplarına asimilasyonu pek de çabuk olmayan (15), sistematik ve uzun vadeli bir çalışma planından yoksun (16) bir girişimcidir.

Araştırmalar bu ülkelerde birden fazla girişimci tipi olabileceğine de işaret etmektedirler. Bu durum ülkede birden fazla ekonominin içiçeliğiyle ilgilidir. Örneğin Ledda, Afrika burjuvazisi ile ilgili çalışmasında beş ayrı gruptan sözeder (17). Cordaso Latin Amerika'da gelenekselden moderne dört ayrı girişimci tipi oluşturur (18). Alexander 1960'da İzmir'de 52 işadami ile yaptığı incelemelerin sonucunda, aile ve etnik köken ve modernlik açısından farklı grupların varlığından sözeder (19). Lewis azgelişmiş ekonomiyi kapitalist ve geçimlik olarak ikiye ayırır (20).

Az gelişmiş ve gelişmiş ülkeler arasında girişimcilerin tanım ve yapılarına ilişkin yukarıda belirtilen farklılıklar, araştırmacıyı modernleşme teorilerini alanda sınamaya sevk etmiştir. Bu konudaki hedef, başta da belirtildiği gibi, tanımlamalarla gelişen ve gelişmekte olan arasındaki farkı anlamaya yöneliktir.

ÇALIŞMANIN TANIMLANMASI

Bu araştırma için daha büyük kapsamlı bir 'Girişimci 'Analizi' çalışmasının pilot öncesi ve pilot uygulamaları kullanılmıştır. Pilot öncesi çalışma için EBSO Aydın ili meclis üyesi 22 kişi ile açık uçlu sorularla derinlemesine mülakat yapılmıştır. Mülakat sonuçları ile birlikte modernleşmecî yaklaşımın literatüründeki temel ölçütler dikkate alınarak bir Ekonomik Tutum Ölçeği hazırlanmıştır. Ayrıca iki ayrı Sosyal Psikoloji ölçeği ve bir bireysel bilgi formu hazırlanmış ve bu dört ayrı form, EBSO Meclis üyelerinden oluşan ve sektör ve büyüklük açısından ağırlığı evrene oranlı 25 kişilik bir gruba uygulanmıştır. Çalışmada kullanılan veri toplama araçları aşağıda tanıtılmaktadır (*).

(*) Araştırmada kullanılan ölçekler EK. 1'dedir.

EKONOMİK TUTUM ÖLÇEĞİ:

Bu çalışma için pilot öncesi çalışmanın mülakat sonuçları ile modernleşmeci yaklaşımların temel ölçütleri dikkate alınarak altı ayrı boyutta 59 maddelik bir "Ekonomik Tutum Ölçeği" hazırlanmıştır. Bu boyutlar sırası ile A) Kendine ilişkin imajı yakalama ve yargılama, B) İş kurumlaştırma, kişiselleştirmeden uzaklaşma (organizasyonel beceri), C) Verdiği kararların başarısını para ile ölçebilme (statüyü araç ya da amaç olarak algı), D) Yenilikçilik, E) Risk alma ve F) Uzak görüşlülüktür (bkz.EK.1).

Daha sonra bu ölçek, bir bireysel bilgi formu ile EBSO Meclis üyelerinden oluşan, sektör ve büyüklük açısından ağırlığı toplam evrene oranla kontrol edilmiş bir gruba (25 kişi) pilot çalışma uygulanmıştır. Pilot çalışma sonucu ölçeğin güvenilirlik analizleri Kuder-Richardson form 20. ve Split-half kullanılarak yapılmıştır. Ek 2.de ölçeğin güvenilirlik analizi sonuçları verilmiştir. Pilot çalışma sonucu, toplam skor ile korelasyonu .160 ve üzeri olan maddeler ölçeğe dahil edilmiştir. 5. ve özellikle 11. maddeler ise güvenilirlik endeksleri düşük olmasına rağmen önemleri nedeniyle ölçeğe alınmışlardır. Ekonomik Tutum Ölçeği toplam güvenilirlik katsayısı $K-R=.751$ ve Splitt-Half=.465, ölçeğin toplam varyansı 10.98 dir.

Çalışmada bağımsız değişkenler olarak kullanılmak üzere, girişimcinin kendine güvenini ve içe/dışa dönüklüğünü sınamak amacı ile 2 ayrı sosyal psikoloji ölçeği kullanılmıştır.

ÖZ-SAYGI (SELF-ESTEEM) ÖLÇEĞİ:

'Kendine güven', 'başarısını kendine güven ile bağdaştırma', gibi kavramlar modernleşmeci yaklaşımlar içinde girişimciye atfedilen en önemli özelliklerdendir. Bu tutumu sınamak amacı ile çalışmada bir öz-saygı ölçeği uygulanmak istenmiştir. Ancak 'kendine güven' kavramı sınırlandırması ile bu çalışmada kullanılacak yetişkinlere yönelik bir ölçek bulabilmek son derece zor olmuştur. 1990-1991 tarihlerinde Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü, Sosyal Psikoloji Anabilim Dalı'nda geliştirilen yetişkinlere yönelik bir öz-saygı ölçeğinden, toplam

skor ile korelasyonları .300 ve üzeri olan 16 madde seçilmiş, ve pilot çalışma ile sınanarak skorları, toplam skor ile korelasyonu .275 olan 15 madde ile bir öz-saygı ölçeği oluşturulmuştur. Ölçeğin toplam varyansı 46.65, toplam güvenirliği K-R=.760 ve Splitt-Half=.740 dır.

DENETİM ODAĞI (LOCUS of CONTROL) ÖLÇEĞİ:

Geliştirdiği toplumsal öğrenme kuramı ile, öğrenme ilkelerine dayanarak kişiliğin oluşumuna açıklık getirmeye çalışan J.B. Rotter'a göre; insanlar davranışlarının sonuçlarına ilişkin beklentilerini iki eğilimden birisine bağlı olarak genelleştirirler. Bu eğilimlerden birisi; ödül ve cezaların -büyük ölçüde- kişinin kendi eseri olduğu, bunların ortaya çıkışında daha çok kendi davranışlarının etkili olduğu doğrultusundaki genel beklenti (ya da inanç) olarak ifade edilmektedir ki, bu durum "içsel denetim" (internal locus of control), bu inancı taşıyanlar da "içsel denetimli" olarak nitelenmektedir. Diğerisi ise, ödül ve cezaların kişinin kendi dışındaki güçlerce (tanrı, kader, şans, toplumsal güçler vb.) uygulandığı ya da yönetildiği, böylece ödüle ulaşma ve cezadan kaçınma konusunda kişisel çabalarının etkili olamayacağına ilişkin beklentidir ki, bu durum "dışsal denetim" (external locus of control), bu inancı taşıyan kişiler ise "dışsal denetimli" olarak nitelenmektedir (21).

Psikolojide bir kişilik boyutu olarak ele alınan ve bu özellikleri açısından bireylerin anlamlı şekilde farklılaştıklarını ortaya koyan denetim odağı ölçekleri, modernleşmeci yaklaşım için içsel denetimi modern olma ile, dışsal denetimi geleneksellik ile özdeşleştiren birer araç olarak çeşitli ölçümlerde kullanılmıştır.

Örneğin Inkeles, bireyin modernizasyonunu ölçmek için geliştirdiği ve 6 ülkede uyguladığı OM skalasında kadercilik, geleneklere bağlılık, otoriteriyenizm vb. özellikleri **geleneksel kişiliğin özellikleri** olarak vurgulamaktadır (22).

Ancak denetim odağına ilişkin çalışmalarda ölçme yöntemlerinin doğası ve sınırlılıklarına ilişkin sorunlar incelendiğinde, ölçeklerin sanıldığı kadar tersine tek boyutu

ölçmedikleri, güvenilirlik sonuçlarının düşük olduğu, sosyal beğenirlik eğiliminden (social desirability) ve tepki biçiminden (response set) etkilendikleri ortaya çıkmıştır (23). Ayrıca gelişmekte olan ülkelerde uygulanan denetim odağı ölçeklerinin de farklı sonuçlar verdiği görülmektedir. Yani kadere, şansa, dış dinamiklerin gücüne gerçekten inandığını ifade eden bireyler, ayrıntıda son derece içsel bir karakter çizebilmekte, ya da temelde dışsal karakter puanları yüksek olan bireylerin nedensel açıklamaları içsel görünüm arzedeabilmektedir.

Dolayısı ile bu ölçeklerin bireylerin gerçekten baskıcı ve otoriter bir devlet ve sosyal yapıya ilişkin kendi kontrol alanlarının darlığını ayımsaması ile, volk-islam karakterinin bir yansıması olan son kertede kader ve inanç arasındaki farkı ölçmede yetersiz kalabildiklerine ilişkin tartışmalar yoğunudur.. Bu nedenle modernleşmeci teorilerin, "girişimci bireyin içsel karakterli olacağına" ilişkin savlarının sınanmasında belki de en gerekli, ama yapısı en çok tartışılacak olan ölçeği de budur.

Bu çalışma için yine Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü, Sosyal Psikoloji Anabilim dalında geliştirilen ve geçerlik, güvenilirlik analizleri yapılmış bir denetim odağı ölçeğinden, iç boyutları bozulmadan, toplam skor ile korelasyonu .30 ve üzeri olan 12 madde alınarak pilot çalışmada kullanılmış ve bu 12 maddeden iki tanesi elenerek 10 madde ile bir içsel/dışsal denetim odağı ölçeği oluşturulmuştur. Ölçeğin toplam varyansı 28.48, toplam güvenilirliği K-R=.595 ve Splitt-Half=.326 dır.

BİREYSEL BİLGİ FORMU

Girişimci kültürü ya da 'Sense of Entrepreneurship' içinde en çok tartışılan, bireyin yaşı, aile ve etnik kökeni ile eğitim düzeyi olduğundan bireysel bilgi formunda öncelikli soruları bu grup almıştır. Daha sonra girişimcinin geçmişi, daha önce yaptığı işler, soy geçmişi, firma tarihi bilgileri derinlemesine mülakat ile sorulmuştur. Son olarak aile yapısı, tüketim alışkanlıkları, hobileriyle kendi tabakasını algılaması açık uçlu sorularla incelenmeye çalışılmıştır.

GİRİŞİMCİ KAVRAMININ EGE BÖLGESİ İMALAT SANAYİNE UYGULANMASI

ÇALIŞMANIN TANIMLANMASI

Bu kısımda pilot çalışmanın sonuçları verilecektir. Her ne kadar araştırmada Ege Bölgesi'nin üç ili (Aydın, Manisa, İzmir) kullanılmış ve EBSO verileri ile oda üyelerine ağırlıklı olarak pilot örneklemi oluşturulmuşsa da, (örneklem sayısının azlığı nedeniyle) evren temsiliinin yeterli olmadığı düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmanın açıklama değeri sınırlı olacaktır.

Tablo 1: Demografik Özellikler Açısından Örneklemin Profili

<u>Cinsiyet</u>	<u>Sayı</u>	<u>%</u>
Kadın	2	8.00
Erkek	23	92.00
<u>Yaş</u>	<u>Sayı</u>	<u>%</u>
25-34	3	12.00
35-44	8	32.00
45-54	11	44.00
55 +	3	12.00
<u>Eğitim</u>	<u>Sayı</u>	<u>%</u>
İlkokul	2	8.00
Ortaokul	2	8.00
Lise	1	4.00
Kolej	2	8.00
Teknik okul	1	4.00
Meslek Lisesi		
Üniversite	15	60.00
Yurtdışı	2	8.00

<u>Baba Mesleği</u>	<u>Sayı</u>	<u>%</u>
Çiftçi	2	8.00
Toprak işçisi	1	4.00
Düz işçi	1	4.00
Küçük İmalat	6	24.00
Tüccar	1	4.00
Önce çiftçi sonra tüccar	1	4.00
Sanayici	5	20.00
Memur	4	16.00
Esnaf	1	4.00
Bürokrat	1	4.00
Diğer	2	8.00

<u>Baba Eğitimi</u>	<u>Sayı</u>	<u>%</u>
Eğitimi yok	6	24.00
İlkokul	4	16.00
Ortaokul	3	12.00
Lise	3	12.00
Mesleki ve Teknik Okul	3	12.00
Üniversite	5	20.00
Diğer	1	4.00

Daha sonra örneklemin öncelikle daha önce yaptığı işlere ve bu işlerin sanayi ile ilgisi olup olmadığına bakılmıştır. Sonuçlar bize sanayicilerin % 72'sinin işe 20 yaş ve öncesinde ve % 76 ile daha başka işler yaparak başladığını göstermektedir. Bu işler % 36 sanayi ile ilgili % 56 ile ticaret, tarım, esnaflık vb. geniş bir yelpazededir. Sanayicilerin % 56'sı işlerini kurarken babalarından destek almış ya da baba işlerini devralmışlardır. Örneklemin % 20'si ilk işlerinde kendi birikimlerini kullanmış, sadece % 12'si banka borcu ile iş kurmuştur.

Genel olarak örnekleimde, işe başlama ve şimdiki işin öncesinde yapılan diğer işlerde daha "geleneksel" addedilebilecek yöntemlerin yürürlükte olduğunu görmekteyiz. Örneğin, işin kuruluşunda gereken sermaye için ilk akla gelen baba ve sırası ile aile-akraba grubu, arkadaşlar iken bu konuda en son başvuru kaynağı banka olmaktadır.

Örneklemin bütününe ilişkin değerlendirmelerde ikinci grubu, "iş ile ilgili bilgi ve ilgi" alanındaki sorular oluşturmaktadır. Bu grup soruların örnekleme ilişkin dağılımları şöyledir; Sanayicilerimizin iş ile ilgili bilgileri öncelikle edindikleri kaynak, (% 52) yurt içi ve dışı fuar ve sergilerdir. İkinci sırayı % 4 ile TV almaktadır. Örneklemin % 36'sı ise işte yeni bilgi ve becerileri için bir danışma kaynağı ihtiyacı içinde olmadıklarını beyan etmektedirler. Örneklemin % 60'ı mesleğini "sanayici, işadamı ve girişimci" olarak tanımlarken, % 12'si başka bir iş/mesleği kendi meslekleri olarak beyan etmişlerdir (inşaat mühendisi, tüccar, mobilyacı, kağıtçı, derici vb.).

İşadamlarının sadece % 12'sinin tek bir işyeri vardır, % 56'sının ayrıca inşaatı, benzin istasyonu, galericilik vb. yan işleri, % 4'ünün ayrıca tarım ile ilgisi, % 28'sinin de ayrıca diğer sanayi işkollarında işyerleri vardır.

Firmanın modernizasyonunda yönetici-idareci-profesyonel bireylerin varlığı önemli bir ölçüttür. Örneklemin % 52'si işyerlerinde yönetici olduğunu bildirmiştir. Ancak organizasyon ve kurumlaşmada ilk bakışta gerçekten yüksek olduğu görülen bu rakamın ayrıntısına inildiğinde, yönetici ile idare edilen % 52'lik bu kesimde yöneticilerin % 85.9 ile birinci dereceden yakın akraba ve tanıdık kişilerden oluştuğunu görmekteyiz. Geri kalan grubun % 7'si yöneticilerini "tanıdık ama işini iyi bilir", % 7.1'i ise "tanıdık ama teknik personel" olarak adlandırmaktadırlar. Yöneticilerin % 42.8'i "çekirdekten yetiştirme/alaylı" olarak adlandırılan gruptandır. Bu grup firma içinde uzun yıllar çalışarak şimdiki pozisyonuna ulaşmış ya da bir başka firmada yine uzun zaman çalışmasını firma değiştirerek değerlendirmiş olan gruptur. Yöneticilerin % 35,94'ü profesyonel yönetici, % 21,3 ise teknik personeldir.

Örneklemin "sizce para nasıl birikir?" sorusuna yanıtları sırası ile şöyledir: % 52 ile "tasarruf ve masrafları kısarak", % 16 "atılım ve yenilik yaparak", ve % 28 ile "spekülatif davranarak". Bu soruda 'tasarruf ve masrafları kısma' gelenekselci, 'atılım ve yenilik' ibareleri daha modern girişimci davranışı için simgesel olarak kullanılmıştır.

İşadamlarının boş zaman faaliyetleri, hobileri ve hayatta en önem verilen şeylere ilişkin yanıtları ise bir grup olarak toplanmıştır. Örneklemin % 92'si bir hobileri olmadığını bildirirken,

% 4'ü hobileri olarak bir boş zaman faaliyetini (okuma, bahçe ile uğraşma, ev ve aile ile birlikte olma, müzik dinleme vb.) bildirmektedirler. Modern tutumun bir ölçütü sayılabilecek olan 'bir hobi edinme' davranışını gösteren grup sadece % 4'tür. Girişimcilerin hayatta en önem verilen ilk üç şey arasında her üç seçenekte de aile, sağlık, huzur ve başarı vb. manevi değerler en ön sıralardadır. Birinci en önemli olan % 36 ile aile, ikinci önemli olan % 12 ile "memlekete hizmet" ve üçüncü en önemli ise % 28 ile 'para ve iş'tir.

Öte yandan kendini algılamada en önemli unsurlardan birisinin, kişinin kendine atfettiği sosyal tabaka olduğu düşünülerek, girişimcilere "gelir kaynağı ve miktarını da gözönüne almalarını ve kendilerini yaşam biçimi, algısı, aile, eğitim düzeyleri vb. sosyo-kültürel ölçütler açısından bir sosyal tabakaya yerleştirmeleri" istendiğinde, çoğunlukla verilen yanıt % 72 ile "üst-orta tabakadayım" olmuştur. Örneklemin % 20'si kendilerini üst-üst gruba, % 8'i orta-orta tabakaya ait hissettiklerini belirtmişlerdir (24).

Buraya kadar olan genel profil değerlendirmelerinden çıkan sonuçlarda, örnekleme dahil olan imalat sanayi girişimcilerinin çoğunlukla 45-54 yaş grubundan, üniversite mezunu ve birinci kuşak yoğunlukta olup, eşit sayıda addedilebilecek sanayi ve küçük imalat (% 20 ve % 24) sahibi, % 40 oranda eğitimsiz ve ilkokul mezunu babaların çocukları oldukları görülmektedir. Girişimciler çocuklarını özellikle yurtdışı eğitime ve ihtisasa yönlendirmekte ve işlerini yaşamlarının neredeyse odak noktası olarak görmektedirler. Ayrıca incelenen grup; hobi edinme ve sürdürme, boş zaman faaliyetleri, sosyal yaşama bakışları, aile ve çocuk konusundaki değerlendirmeleri ve kendilerine atfettikleri sosyal tabaka açısından yaşam algıları ile, üst-üst tabakanın göstergelerinden ziyade üst-orta ve orta-orta tabakanın görünümüne benzemektedir .

Bu benzeyiş, modernleşmeci teorinin girişimciye atfettiği 'değiştirici ajan' ya da 'yenilik yaratan ve modernleştirici güç özellikleri' ile temelden aykırılık göstermektedir. Ancak bu konuda daha iyi bir kararı ölçeklerin sonuçları ile görmek olanaklıdır. Modernleşmeci yaklaşımların evrimsel gelişmeci çizgisi ile, başta

anılan girişimcilik kriterlerini son nokta olarak ele alan önermelerine göre;

a) Sektörler tüketim malı üreten gruplardan, ara ve yatırım malları gruplarına doğru, orta büyüklükten büyük ölçeğe doğru ve kullanılan teknoloji emek yoğunundan sermaye yoğun kategoriye doğru ilerledikçe;

b) Girişimcinin yaşı genç gruba ve eğitimi üst eğitim gruplarına doğru çıktıkça; doğum yeri kırsal alandan kentsel alana kaydıkça;

d) Girişimcinin kendine güveni bir bütün olarak arttıkça ve dış dünyaya ilişkin yargıları dışsal alandan içsel alana doğru kaydıkça;

Ekonomik tutum ölçeği puanlarının yükselmesi, yani modern çizgide bir girişimci ruhuna ilişkin puanlarda bir artış beklenmektedir.

Ekonomik tutum ölçeği yukarıda da bahsedildiği üzere 6 alt boyut içermektedir; kendine ilişkin imajı doğru olarak yargılama, kurumlaşabilme, verdiği kararların başarısını para ile ölçebilme, yenilikçilik, risk alma ve uzak görüşlülük. Başka bir deyişle örneklemin altı alt boyuta verdiği toplam puanlarla birlikte, yukarıda anılan bağımsız değişkenlere bağlı olarak, toplam ekonomik tutum puanlarının modernleşme aşamasında artması, geleneksellik aşamasında ise azalması beklenilmektedir. Boyutların ve tüm ölçeğin uygulanması ile ilgili sonuçlar aşağıdadır.

BOYUTLARA İLİŞKİN BİLGİLER

1) **Kendine ilişkin imajı yakalama, yargılama** boyutunda durum şöyledir: İşadamları kendilerine ilişkin kamuoyu imajından oldukça rahatsız görünmektedirler, hatta bu konuda gelişmiş ülkelerde rastlanması olanaksız bir meşruiyet çabası içinde oldukları söylenebilir. Temelde soyguncu=zengin=işadamları üçlemesine varan bir imaj etkisinde oldukları ölçümlerden çıkan bir sonuçtur ve işadamları zengin olmalarını meşru kılacak bir karşı imajı 'çok çalışan çok kazanır'la ikame etmeye çalışmaktadırlar. Örneğin 'Fakir olduğunu söyleyenlerin sizin kadar çalışmadıklarını

söyleyebilir misiniz?' maddesine 'katılma' % 60'tır ve 'Sanayici sanıldığı kadar zengin değildir derler, ne dersiniz?' sorusuna olumlu katılma % 68'dir. 'Biz memlekete en çok hizmet eden kişileriz' maddesine % 64'lük grup "evet" yanıtı vermektedir.Örnekleme giren sanayiciler % 56 ile kamuoyunda olumlu bir imajları olmadığına inandıklarını göstermektedirler.

2) İş kurumsallaştırma/kişiselleşmeden uzaklaşma, diğer bir deyişle organize edebilme ve yönetebilme yeteneği: % 40 oranla aile işletmesi görünümü veren firmaların yanı sıra, bölge işletmelerinin bir diğer ortak özelliği aile, tanıdık, ahbab (gizli) ortaklıklarının sayıca fazlalığıdır. Anonim şirketlerde, uluslararası pazarlarda söz sahibi olmuş firmalarda dahi YK Başkanı baba ve ihracaat müdürü oğullarına sıkça rastlanmaktadır. Organizasyonda yetki konusunda kan bağı olanlardan başka kimseye (hatta sıkça oğula dahi) güvenmeme % 80'lere varan bir orandadır. Sanayiciler bunun nedenlerini: profesyonellerin firmayı kendileri gibi yetkinlikle yönetecek nitelik ve karaktere sahip olmamasına ve piyasanın sürekli değişken olmasına bağlamaktadırlar.

İşadamlarının % 76'sı işlerini evlerine taşımakta, % 80'i iş ve eğlence zamanını birbirinden ayrı kılmamaktalar. İşlerin kendi olmaksızın yolunda gitmeyeceğine inanan % 64, işletmenin lokomotifini olduğunu söyleyen % 56, işinden birkaç gün uzaklaşsa gözü ve aklı arkada kalan % 84 oranında işadamı görüyoruz. Hatta daha ötesine giderek "İşyeri, işadamlarının çocuğu gibidir, ne dersiniz?" sorusuna % 88 'evet, öyledir', yanıtı veriyor ve "İşin içinde yatmazsanız, bu iş yürümez derler, ne dersiniz?" sorusuna % 64 katılıyorlar. Asıl ilginç sonuçlar işadamlarının organize olmamalarına yarattıkları meşruiyet temelidir; "İyi bir işletmeci, her zaman herkese, neyi nasıl yapacağını söyleyen kişi midir?" sorusuna yanıt, % 72 ile 'evet, öyledir' maddesine verilmiştir.

3) Verdiği kararların başarısını para ile ölçebilme: Araştırmada "para" sözcüğü, 'zenginlik' sözcüğü gibi kırmızı bir sözcük olarak karşımıza çıktı. Örnekleme dahil işadamlarının para ve zenginlik sözcüklerinin geçtiği yerlerde belirgin bir tepki ile meşruiyet zemini aramaya yöneldiklerini görmekteyiz. Örneğin "Kazancın ayıbı olmaz" maddesine % 56 oranda 'Hayır, ayıplı kazanç

vardır' yanıtı verirken, İşte sonucun değil yöntemin önemli olduğuna' inanan ve 'İşte para kazanmaktan çok nasıl kazanıldığı önemlidir' diyen % 76 oranda işadamları oldu. İşadamları 'çocuklarına iyi bir gelecekte çok iyi bir ad bırakmak' tarafısları olduklarını, % 52 ile ve 'yaptıkları işin beğenilmesinin, kendilerince kâr getirmesinden daha önemli olduğunu' % 76 ile iddia etmektedirler. Statüye olan amaçsal düşkünlük, eğitime verilen önemle de (%76) kendini göstermektedir.

4) **Yenilikçilik:** Bu boyut birbiri ile çelişen dört maddeden oluşmakta ve ilginç sonuçlar vermektedir. İşinde daima yenilikten yana olduğunu söyleyen % 88'lik grubun % 76'sı son beş yılda işyerinde hiçbir teknolojik değişiklik yapmamış olup, sıra işyerindeki kurallara geldiğinde % 68 ile son derece katı bir tutum alabilmektedir. "Kârımı koruduğum sürece yenilikten yana değilim, der misiniz?" sorusuna % 72 ile 'olmaz öyle şey' diyerek karşı çıkarken, % 56'sı 'moda neyse onu üretmek lazım' diyerek bu tutumun tersini göstermektedirler.

5) **Risk alma:** AGÜ'lerde yapılan çalışmalar, bu ülke girişimcilerinin özellikle uzun dönemli risk almaktan kaçındıklarını ortaya koyuyor. Araştırma sonuçları da benzer çıkmıştır. Girişimciler % 76 ile yeni ve riski yüksek bir yöntem yerine; iyi bildikleri, güvendikleri ve riski dolayısı ile de kârı az bir yöntemi tercih edeceklerini bildiriyorlar. Aynı biçimde % 40 ile birden fazla işkolunu birarada yürütmekten yana çıkıp, % 56 ile ancak bir işin sonucunu aldıktan sonra yeni bir işe başlıyorlar.

6) **Uzak görüşlülük:** İleriye görmenin sanayiciliğin baş koşullarından birisi olduğunu, uzun vadeli planlar yapmadan işlerinin yürümeyeceğine inandığını söyleyen % 88 işadamları, uzun vadede 3 ay ile en fazla 3 yıl arasında değişen bir süreyi anladıklarını ortaya koymaktadırlar. % 20 sapma marjları ile yapılabilen birer yıllık planlamaların dışında, 4-5 yıllık planlar temenni ve umuttan pek de fazla ileriye gidemeyen bir görünüm arz etmektedir.

ÖZ-SAYGI ÖLÇEĞİ SONUÇLARI: Araştırmada yaş, eğitim, baba mesleği, firma büyüklüğü vb. değişkenlerin hiçbirisi ile kendine güven arasında anlamlı bir ilişki çıkmamıştır. Araştırmada yaş, eğitimi ve kökeni ne olursa olsun tüm girişimcilerin kendine güven puanlarının son derece yüksek olduğu görülmüştür.

Ayrıntılandırırsak; kendisine en fazla güvenenlerin kolej mezunları, üniversite mezunları ve ilkokul mezunları olduğu, babalarının en çok çiftçi, küçük imalat sahibi ve tüccar olduğu görülmektedir. Baba mesleği toprak işçisi olan grubun kendine güven oranı en düşüktür.

DENETİM ODAĞI ÖLÇEĞİ SONUÇLARI: Araştırmada işadamlarının kadere, şansa, Allah'a inanmada dışsal bir portre çizerken, sorular ayrıntılandırıldığında, örneğin iş-paraya ilişkin sorularda tamamen içsel davrandıkları ortaya çıkmıştır. İşadamları eş konusunda şansa % 90'lar oranında inandıklarını belirtmektedirler. İçsel karakterde en yüksek puanları alanlar üniversite, kolej ve ilkokul mezunları ve babaları beklenenin aksine sanayici değil de çiftçi, tüccar ve küçük imalat sahibi olanlardır.

Bütün olarak değerlendirmeler için ekonomik tutum ölçeğinde girişimcilik puanı en yüksek olanlar mesleki ve teknik okul mezunları olup, 25-34 yaş grubunda ve babaları çiftçilikten tüccarlığa geçmiş olanlardır. Ekonomik tutum ölçeğinin altı boyutu ayrı ayrı yaş, eğitim, baba mesleği ve baba eğitimi ile ilişkiye sokulmuş ve ancak yenilikçilik ve yaş ile, uzak görüşlülük ve baba mesleği arasında bir ilişki bulunmuştur. Yaş gençleştikçe, yenilikçi tavır artmaktadır. Öte yandan en fazla uzak görüşlü davrananların babalarının toprak işçisi, düz işçi ve memur oldukları görülmektedir.

Bütün olarak ekonomik tutum ile öz-saygı arasında doğrusal, öz-saygı ile denetim odağı arasında tersine bir ilişki vardır. Denetim odağı ile ekonomik tutum arasında ilişki bulunamamıştır.

DEĞERLENDİRME VE YORUM

Çalışmanın genel bir değerlendirmesi yapıldığında örneklemin bütün olarak, modernleşmecilerin evrensellik iddiasında bulundukları Batı tarzı girişimci tipinden belirgin farklılıklar gösterdiği görülmektedir. Ekonomik tutum puanlarının düşük/yüksek oluşu ne yaş, eğitim, köken vb. demografik özelliklerle, ne de firma tarihi ve sektör bilgileri ile ilişkili değildir. Yine aynı biçimde

öz-saygı ve denetim odağı ölçekleri de modernleşmeci yaklaşımların beklentileri yönünde çalışmamaktadır. Örneklemin kendine güven puanları ekonomik tutum ölçeği ile doğrusal ilişkili olmasına rağmen, beklenilenin her kademedede çok üzerindedir. Örneklem için kullanılan denetim odağı ölçeği de anlamlı sonuçlar vermemektedir. Yani içsel denetimi yüksek kişilerin ekonomik tutum puanları da yüksek/düşük değildir.

Örneklemin genel profili Batı tarzı girişimcilerden ziyade, Latin Amerika girişimcileri üzerinde yapılan çalışmalarda belirlenen özelliklere daha yakın görünmektedir. Çalışmada araştırılan grubun özellikle sanayiciliği kendisine tek iş ve meslek olarak seçmiş olmadığını görmekteyiz. Aksine sanayicilik yapılan diğer işlerin yanında ek bir iş görünümü arz etmektedir.

Yine aynı şekilde, henüz 2. ve/veya 3. kuşakların firmalarda işbaşında olmadıklarını, firma yönetiminin daha çok 45-54 yaş grubunun elinde bulunduğunu da görmekteyiz. Örneklem küçük imalat ve sanayici yoğun bir kökenden gelmesine, büyük çoğunlukla üniversite mezunu olmasına ve çocuklarını da kendi işlerine yönlendirmeye gayret gösteriyor olmasına rağmen henüz, 1. kuşak sanayiciler işbaşındadır ya da sanayicinin yerine geçmek üzere yetiştirdiği oğlu firma yönetiminde yeterince söz sahibi olmadığını belirtmektedir.

Benzer olarak işyeri sahipleri profesyonel yönetici kullanma ve işin yönetimini bunlara devretmede son derece çekimser davranmakta, işin yönetimine yardımcı olacak kişiler aile-akraba-tanidik üçgeninden seçilmekte, profesyonel kadrolar ise firmada yönetici (manager) konumundan ziyade idareci (administrator) olarak kullanılmaktadır.

Örneklemdaki kişiler teknolojik değişiklikler için araştırma-geliştirme faaliyetlerinden ziyade ithal kaynaklı yeni teknoloji kullanma eğiliminde olduklarını belirtmişlerdir. Ayrıca planlama konusunda da veriler Latin Amerika ülkeleri girişimci tutumlarına benzer görünümler arz etmekte; girişimciler en uzun vadede 1-3 yıl arasında plan yaptıklarını (% 25 sapma marjlı) ifade etmektedirler.

Risk alma tutumu da yukarıdaki görünüme paralel olarak son derece çekimserdir. Sanayiciler özellikle "dönemin yapısı

gereği" uzun vadeli riskler almak istememekte ve çoğunlukla birden fazla işi aynı anda imalathaneye sokmadıklarını belirtmektedirler..

Çalışmadan çıkan bir diğer sonuç kendine ilişkin imajı "yakalama-yargılama" boyutundadır. Bu boyut "statü'yü bir araç ya da amaç olarak algılama" ile birleştiğinde; örneklemin kamuoyu imajından genel olarak rahatsız olduklarını ancak kendi tekil/öznel imajlarına ilişkin olumlu görüş bildirdiklerini görmekteyiz. Bu tarz bir davranış, sanayicilerin özellikle kâr'dan ziyade saygınlığı (prestij) seçmeleri ile birlikte yorumlandığında ilginç sonuçlar vermektedir. Sanayici, firmasını geleneksel destek bağları ile birlikte düşünmekte, yorumlamakta, özellikle kendi firmasını aile adı ile birlikte anmaya özen göstermektedir. Sanayicilikte 1. kuşakta olursa dahi aile adı firma için koruyucu ve destek iken, bu destekle birlikte sürdürülen iş/firma da aile için bir statü kaynağı olmaktadır. Bu olgu salt 2. ve 3. kuşak sanayicilerde değil, baba mesleği diğer kategorilerde olan tüm örneklem için gözlenmektedir. Diğer yandan örneklemin genel yapısı, sanayicilik-işadamlığı mesleğinin sosyal hareketliliğinin (mobility) de yüksek olduğunu göstermektedir. Bu olgu veri iken, sanayicilik için "genelde statüsü düşük ancak kendim için prestijli bir meslektir" yanıtlarının ağırlığı, bizi kişinin kendini ve ailesinin adını firma ile özdeşleştirdiği sonucuna götürmektedir. İncelenen grubun firmasını yönetimi, işin organizasyonu, girdi-çıktı, karar verme süreçleri vb. konularda aileye verdiği değer bunun bir ifadesi sayılabilir.

Tüm bu sonuçlardan ise az gelişmiş ülke girişimcisinin Batı tarzı bir girişimci tipi olmadığı sonucuna varılabilir. Araştırma örneklemimiz Batı tarzı girişimci tutumundan çok farklı bir yapılanma içindedir. Tiplerin giriftliği ise, gelenekselden moderne bir geçişi anlatmaktan uzaktır.

Ancak yine de, birden fazla üretim tarzı içerse de baskın olanın, yani kapitalist piyasa kurallarının içinde eyleyerek "işini sürdürmek, iş'e hakim ve bilgili olma ve firmasını yaratabilme" ile özetlenebilecek olan ana girişimcilik ilkesinin örnekleimde var olduğunu görmekteyiz. Seçilen girişimcilerin tümü, firmalarını en az 10 yıllık bir geçmiş ile sürdürmekteydiler. Sürdürülebilirlik, ayakta kalma ve firmayı yaşatma, sistem içinde idealist veya "modern" olandan ziyade rasyonel olanların başarı ile uyguladıkları

bir kuraldır. Özetle örneklemin girişimci anlayışının Bölge ekonomik yapısı ve Türkiye ekonomik sistemi içinde rasyonel olduğu belirtilmelidir.

Ancak başta da belirtildiği gibi; bu çalışmanın hedefi girişimci analizinde araç olabilecek çeşitli ölçümleri geliştirmek ve sınamak olduğundan, araştırma örneklemini son derece kısıtlı tutulmuştur. Dolayısı ile sonuçların tüm Ege Bölgesi sanayici gruba genelenemeyeceği açıktır. Yine de ileride yapılabilecek daha büyük ölçekli çalışmalar ve belki de bölgeler arası karşılaştırmalar için bir örnek olma umudunu, cürmü dahilinde, taşımaktadır.

Ekonomik Tutum Ölçeği

■ Aşağıda yazılı ifadelerene ölçüde katılıp katılmadığınızı, lütfen karşılarındaki hanelerden uygun olanına (X) koyarak belirtiniz.		Kesinlikle katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Kısmen katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1	İşadamları olarak, bizim kamuoyunda olumlu bir imajımız var.....	(4)	()	()	()
2	İşletmeciler, memleketine en çok hizmette bulunan kişilerdir.....	()	()	()	(4)
3	İşim, işyerinde kalır, eve taşımam	(4)	()	()	()
4	Ben, işyerimin başında bulunmasam da, işlerin yolunda gideceğine güveniyorum	(4)	()	()	()
5	Bu işin başında başkası da olsa, aşağı yukarı benimle aynı şeyleri yapar	(4)	()	()	()
6	"Önce iş, sonra eğlence" hayatımın kuralıdır	()	()	()	(4)
7	Bir işte sonuç önemlidir, işin nasıl yapıldığı değ il....	(4)	()	()	()
8	Kazancın ayıbı olmaz	(4)	()	()	()
9	Çocuklarının geleceğini garanti etmek, onlara iyi bir ad bırakmaktan daha önemli	(4)	()	()	()
10	İşyerindeki kurallar çok fazla ciddiye alınmamalı.....	(4)	()	()	()
11	Birden fazla işkolunu birarada yürütmeden kar edilmez	(4)	()	()	(4)
12	İşletmecilik uzun vadeli planlarla yürür	(4)	()	()	()
13	Sanayici sanıldığı kadar zengin değildir	()	()	()	(4)
14	Fakir olduğunu söyleyenler, genellikle benim kadar çalışmıyorlar	()	()	()	(4)
15	Bir işadamı için, işyeri çocuğu gibidir	()	()	()	(4)
16	İşin içinde 'yatmazsanız' bu iş yürümez	()	()	()	(4)

A) İmaj = 1, 2, 13, 14

B) Organizasyon = 3,4,5,6,15,16,17,18,19,20

C) Para/statü= 7,8,9,21,22,23,24.

D) Yenilikçilik= 10,25,26..

E) Risk alma= 11,27,28,29 ,20.

F) Uzak görüş= 12,31,32.

■ Aşağıda yazılı ifadelerene ölçüde katılıp katılmadığınızı, lütfen karşılardaki hanelerden uygun olanına(X) koyarak belirtiniz.	Kesinlikle katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Kısmen katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
17 İşletmenin lokomotifi ben im, bensiz işler yürümez.	()	()	()	(4)
18 İşimden birkaç gün uzaklaşsam, gözüüm arkada kalır.....	()	()	()	(4)
19 Kendimi işyerimde, sadecekendî işimle değil, diğerlerinin işiyle de uğraşmak zorunda hissediyorum.....	()	()	()	(4)
20 İyi bir işletmeci, herkes e neyi nasıl yapacağını söyleyen kişidir.....	()	()	()	(4)
21 İşte para kazanmaktan çok, nasıl kazanıldığı önemlidir....	()	()	()	(4)
22 Para, önce tasarrufla birikir.....	()	()	()	(4)
23 Yaptığım işin beğenilmesi , kar getirmesinden daha önemlidir.....	()	()	()	(4)
24 İyi bir gelir için eğitim şarttır.....	()	()	()	(4)
25 Moda neyse onu üretmek lazım.....	()	()	()	(4)
26 Karımı koruduğum sürece yenilikten yana değilim.....	()	()	()	(4)
27 Daha karlı görünse bile, yeni fakat riskli bir yön tem yerine, sınanmış bir yöntemi yeğlerim.....	()	()	()	(4)
28 Bir işin sonucunu almadan, bir diğerine başlamam.....	()	()	()	(4)
29 Bu ülkede spekülasyon yapmadan zengin olunmaz.....	(4)	()	()	()
30 Risk almayı sevmem.....	()	()	()	(4)
31 İşin günlük kısa vadeli sonuçları önemlidir.....	()	()	()	(4)
32 Yarımı düşünerek, günün keyfini kaçırmam.....	()	()	()	(4)

SELF-ESTEEM ÖLÇEĞİ

■ Aşağıda yazılı ifadelerene ölçüde katılıp katılmadığınızı, lütfen karşılarındaki hanelerden uygun olanına (X) koyarak belirtiniz.	Kesinlikle katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Kısmen katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1 Hayattan pek şikayetçi değilim.....	()	()	()	()
2 Karşı cins ile rahatça konuşup arkadaşlık edebiliyorum..	()	()	()	()
3 Tanımadığım insanlar arasında bulunmaktan rahatsız olurum.....	()	()	()	()
4 Hayattan genel olarak zevk ve tad alırım.....	()	()	()	()
5 Başıma bir dert gelse, arkadaşlarımla çoğunun beni yalnız bırakacağını düşünüyorum.....	()	()	()	()
6 Kendimle barışık ve kendinden memnunum.....	()	()	()	()
7 Hayatımı çoğu zaman anlamsız ve boş buluyorum.....	()	()	()	()
8 Bir toplantıda insanların gözlerinin üzerimde olmasından rahatsız olurum.....	()	()	()	()
9 Kendimi çekici bulmuyorum.....	()	()	()	()
10 Yeniden dünyaya gelseydim başka türlü bir insan ol mak isterdim.....	()	()	()	()
11 Kendime güvenirim.....	()	()	()	()
12 Hayattan beklediğim ve önem verdiğim şeylerin çok azını elde ettim.....	()	()	()	()
13 Arkadaşlarımla tartışırken kendimi çoğu zaman yetersiz buluyorum.....	()	()	()	()
14 Hayatımda elime geçen fırsatları iyi değerlendiremediğimi düşünüyorum.....	()	()	()	()
15 Hayatımın kendi kontrolüm dışında akıp gittiğini düşünüyorum.....	()	()	()	()

Denetim Odağı Ölçeği

■ Aşağıda günlük yaşam olaylarına veya kendinize ilişkin bir dizi ifade bulunmaktadır. Bunları dikkatle okuyarak cevabınızı uygun seçeneğe (X) koyarak belirtiniz. Katkılarınız için teşekkürler.	Kesinlikle katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Kısmen katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1 Başarısızlıkların çoğu kötü tesadüflerin sonucudur.....	()	()	()	()
2 Ana babadan kalmadıkça zengin olunmaz.....	()	()	()	()
3 İnsanın ne zaman ölceği alnında yazılıdır.....	()	()	()	()
4 İyi bir eşe sahip olmak, şansa bağlıdır.....	()	()	()	()
5 Bazı insanlar doğuştan şanslıdır.....	()	()	()	()
6 Bazı hastalıkların hiçbir zaman çaresi bulunmaz.....	()	()	()	()
7 Kadere inanıyorum.....	()	()	()	()
8 İnsanın şansı yoksa, boşuna çaba harcamamalıdır.....	()	()	()	()
9 Ne yaparsa yapsın, sonuçta insan kaderinde kim	()	()	()	()
varsa onunla evlenir.....	()	()	()	()
10 Öyle uğursuz günler olur ki hiçbir şey yapmamak	()	()	()	()
daha iyidir.....	()	()	()	()

EK.2 Ekonomik Tutum Ölçeği Güvenirlik Sonuçları

Madde	Madde skorları ile Toplam skorun korelasyonu	Maddenin Toplam Varyansa katkısı	Güvenirlik Endeksi	Ortalama	Varyans	Standart Sapma
A)						
1	.193	1.858	.016	2.68	.78	.88
2	.564	5.760	.049	2.00	.88	.94
13	.398	4.638	.039	2.12	1.15	1.07
14	.683	7.584	.064	2.20	1.04	1.02
B)						
3	.112	1.514	.013	2.48	1.29	1.14
4	.161	1.893	.016	2.04	1.16	1.08
5	.098	0.930	.008	2.28	.76	.87
6	.525	5.112	.043	1.60	.80	.89
15	.535	3.995	.034	1.36	.47	.69
16	.457	5.682	.048	1.88	1.31	1.14
17	.313	3.354	.028	2.48	.97	.98
18	.399	3.590	.030	1.72	.68	.83
19	.462	4.496	.038	1.80	.80	.89
20	.397	3.864	.038	2.20	.80	.89
C)						
7	.206	2.403	.020	2.76	1.14	1.07
8	.414	5.490	.046	2.28	1.48	1.22
9	.217	2.437	.021	2.24	1.06	1.03
21	.254	2.410	.020	2.28	.76	.87
22	.457	5.890	.050	2.28	1.40	1.18
23	.566	6.266	.053	2.08	1.03	1.02
24	.616	6.922	.058	1.88	1.07	1.03
D)						
10	.320	3.378	.028	1.68	.94	.97
25	.320	3.688	.031	2.40	1.12	1.06
26	.410	4.973	.042	3.04	1.24	1.11
E)						
11	.004	0.420	.000	2.88	.99	.99
27	.493	4.534	.038	1.92	.71	.84
28	.378	5.117	.043	2.24	1.54	1.24
29	.276	3.258	.027	2.68	1.18	1.09
30	.113	1.373	.012	3.04	1.24	1.11
F)						
12	.068	0.502	.004	3.32	.46	.68
31	.250	2.827	.024	2.96	1.08	1.04
32	.263	2.842	.024	2.88	.99	.9

REFERANS NOTLARI

1. McCLELLAND, D.C., *The Achieving Society*, Free Press, MacMillan, London, (1961),s:259
2. KILBY, P., "Hunting the Heffalump", (in) *Entrepreneurship and Economic Development*, (ed. by) P. KILBY, The Free Press, New York,(1971), s: 7.
3. HABAKKUK, J, H,"The Entrepreneur and Economic Development"(in) *Lectures on Economic Development*, (Publ. by)The Faculty of Economics and Political Sciences, Sermet Matb., İstanbul, (1958), s :7-11.
4. HOSELITZ, B. F., "Entrepreneurs and Economic Growth", *American Journal of Economics and Sociology*, 12,(1952), s : 98.
5. LAUTERBACH, A. S., *Entreprise in Latin America*, MacMillan, London (1966), s:23-36 .
6. Bkz.CASSON, M., *The Entrepreneur: An Economic Theory*, Martin Robertson, Oxford Press, London, (1982), s:360-75.
7. Bkz. CASSON, M., *a.g.e.*,(1982), s:193.
8. Bkz. HARTMANN, H., "Managers and Entrepreneurs : A Useful Distinction", *Administrative Science Quarterly*, 3,4, (1958), s :430-43.
9. Bkz. SOLTOW, J., "The Entrepreneur in Economic History, *AEA*, 58, (1968), s:84.
10. SOLTOW, J., *a.g.e* ,(1968), s:88.
11. Bkz. HARTMANN, H., *a.g.e.*, (1958); COATES, D., "Britain", (in) *The Capitalist Class*, (eds), T.B. BOTTOMORE and R.J. BRYM, Harvester Wheatsheaf, London, (1989); LAUTERBACH, A.S., *a.g.e.*, (1966); HOSELITZ, B.F., *a.g.e.*, (1952); HABAKKUK, J.H., *a.g.e.*, (1958); MILLER,O., "The Correlates of Entrepreneurship in Three Typs of Firms", *Management Science*, 29, 7, (1983); CASSON, M., *a.g.e.*, (1982); McCLELLAND, D.C., *a.g.e.*, (1961); COLE, A.H., "The Entrepreneur: Introductory Remarks", *AEA*, 58, (1968).
12. McCLELLAND, D.C., *a.g.e.*, (1961), s: 266.

13. ALDARA-LİM and JAVİLLONAR, G.V., "Achievement Motivation in Filipino Entrepreneurship", **International Social Science Journal**, 20, (1968). s: 379-401.
14. JAVİLLONAR, G.V., and PETERS, G., "Sociological and Social Psychological Aspects of Indian Entrepreneurship", **The British Journal of Sociology**, 24,3, (1973).
15. CARDOSO, F.H., "The Industrial Elite in Latin America", (in), **Development and Underdevelopment**, (ed. by), H. BERNSTEIN, Penguin, London, (1978), s: 203.
16. ALPANDER, G., **Big Business and Big Business Leaders in Turkey**, un. publ. Ph. D. Thesis, MSU, (1968), s: viii.
17. Bkz. WODDIS, J., "Is There an African National Bourgeoisie?", (in), **African Social Studies**, (eds.), GUTKIND and WATERMAN, Heinemann, London, (1977), s: 268-77. Woddis, Ledda'nın beş ana grup Afrika burjuvazi-komprador sınıf ayırdığını belirtir; yerli girişimci, ulusal elitten türemiş bürokratik bir burjuvazi, büyük ölçekli yabancı firmaların komisyoncuları olan kompradorlar, büyük çiftçiler ve feodal toprak ağaları.
18. CARDOSO, F.H., a.g.e., (1978) s: 194-96, Cardoso, "Tek başına hiçbir girişimci tipi belirleyici değildir, diğer sosyal güçler ve özel tarihi dönemler dikkate alınmalıdır....Latin Amerika'da pazar şartları ve gelişme süreci sadece ve doğrudan iş bağlantıları ile yönetilemez " diyerek dört ayrı girişimci tipini şöyle adlandırıyor: 1.spekülatif girişimci, 2.püriten girişimci, 3.gelişmeci ancak spekülatif tip ve 4. modern girişimci.
19. ALEXANDER, "Industrial Entrepreneurs in Turkey: Origins and Growth", **Economic Development and Cultural Change**, 8, (1960), s: 349-65.
20. Bkz. ŞAYLAN, G., a.g.e., (1968), s: 62.
21. YEŞİLYAPRAK, B. "Nowicki-Strickland Denetim Odağı Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", **VI.Ulusal Psikoloji Kongresi**, tebliğ, (1988); ayrıca Locus of Control için bkz. STRICKLAND, B.R., "Internal-External Control Expectancies", **American Psychologist**, Jan., (1989); RUSSELL, D., "The Causal Dimension Scale: A Measure of How Individual Perceive Causes",

Journal of Personality and Social Psychology, 4,6,
(1982), s: 1137-45.

22. Bkz. INKELES, A., **Becoming Modern: Individual Change in Six Developing Countries**, Cambridge Mass, Harvard Uni. Press, London, (1974), Appendix A: The Questionnaire, s: 319-56;
INKELES, A., **Exploring Individual Modernity**, Colombia Uni. Press, NewYork, (1983), s : 3-27.
23. YEŞİLYAPRAK, B., **a.g.e.**, (1988), s: 9.