Cilt/Volume 7 | Sayı/Issue 2 | Aralık/December 2018 | 33-66

İten ve Çeken Faktörler Temelinde Türkiye'deki Suriyeli Mültecilerin Girişimci Olma Nedenleri[1]

Duygu DENİZ[*], Metin REYHANOĞLU[**]

ÖZ

Amaç: Çalışmanın amacı, Suriye'de yaşanan iç karışıklık sonucu Türkiye'ye gelen mültecilerin girişimciliğe yönelme nedenlerinin, itme-çekme modeli kapsamında incelenmesidir.
Yöntem: Hatay, Gaziantep, Mersin ve İstanbul'da toplam 30 Suriyeli 'kentsel girişimci' ile 2016 yılında yüz yüze derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Odalara kayıtlı mülteci girişimcilere kartopu yöntemiyle ulaşılmış, tercüman eşliğinde yarı yapılandırılmış sorulara verilen yanıtlar kodlanarak, kategorileştirilmiştir.
Bulgular: Yaşadıkları dil problemleri, ayırımcılık, hukuki problemler, kaynaklara erişim engelleri, düşük ücret gibi sosyo-ekonomik sorunlar Suriyeli mültecileri girişimciliğe itmektedir. Girişimcilik tecrübesi olan mültecilerde bu sorunları fırsata dönüştürme istekliliği, onları girişimciliğe çeken en önemli faktördür.
Sonuç ve Öneriler: Mülteci girişimciliğinde iten ve çeken faktörler aynı kişide bir arada yer almaktadır. Bu çalışmada düşük olmasına rağmen mülteci girişimciliğinde sosyal ağ ve sermaye etkisi yeni araştırmalarda irdelenmelidir.
Özgün Değer: Suriyeli mültecilerin girişimciliğe yönelme nedenleri, sosyo-ekonomik anlamda önemli olmasına rağmen literatürde incelenmemiştir. Mülteci girişimciliğin nedenlerini belirleyen faktörlerin değerlendirilmesi bireyin hazırlanması ve ülkeye kazandırılması açısından çalışma önemlilik arz etmektedir.
Anahtar Kelimeler: Mülteci Girişimciliği, Suriye, Girişimciliğin İtme-Çekme Teorisi, Zorunlu Girişimcilik, Fırsatçı Girişimcilik.
JEL Sınıflandırması: L26, M13

The Reasons for Syrian Refugees in Turkey Becoming Entrepreneurs Based on Push and Pull Factors

ABSTRACT
Purpose: The aim of this study is to examine the reasons why refugees who immigrated to Turkey due to the domestic turbulence in Syria become entrepreneurs in the framework of the push-pull model.
Methodology: Face-to-face interviews are conducted with a total of 30 Syrian 'urban entrepreneurs' in Hatay, Gaziantep, Mersin, and Istanbul in 2016. The snowball method is used in order to contact with the refugee entrepreneurs who are registered to trade associations. The responses given through an interpreter to the semi-structured questions were coded and categorized.
Findings: Syrian refugees' socio-economic problems such as language problems, discrimination, legal problems, obstacles to access resources, and low wages push them to entrepreneurship. The willingness to turn these problems into an opportunity is the most important factor that attracts experienced entrepreneurs to entrepreneurship.
Results and Implications: The push and pull factors in refugee entrepreneurship coexist in the same person. Although in this study it is low, the impact of social network and capital on refugee entrepreneurship should be examined in following new studies.
Originality: Although the reasons why Syrian refugees turn towards entrepreneurship are important in terms of socio-economy, these reasons have not been examined in the literature. This study is important in terms of the evaluation of the factors that determine the causes of refugee entrepreneurship and preparing the individual and integrating them into the country.
Keywords: Refugee Entrepreneurship, Syria, Push-Pull Theory of Entrepreneurship, Necessity Entrepreneurship, Opportunity Entrepreneurship.
JEL Codes: L26, M13

[1] Bu çalışma Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yüksek Lisans programında üretilmiş olup ilgili tez 15441 numaralı proje olarak Mustafa Kemal Üniversitesi BAP Birimi tarafından desteklenmiştir. Makale 20-21 Mayıs 2017 tarihinde İstanbul'da yapılan International Congress of Management Economy and Policy kongresinde sunulmuş ve kongre bildiri kitabında özet şeklinde basılmıştır.

[*] Öğretim Görevlisi, İstanbul Arel Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, İstanbul, Türkiye. duygudeniiz@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5754-9916

[**] Doç. Dr., Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Hatay, Türkiye. reyhanoglu@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1769-1867

Araştırma Makalesi (Research Article)
Geliş (Submitted) : 04/04/2018
Düzeltme (Revision) : 19/07/2018
Kabul (Accepted) : 19/09/2018

1. Giriş

Ortadoğu tarihinin en karmaşık savaşlarından biri olarak kabul edilen Suriye iç savaşında beş milyondan fazla insan mülteci durumuna düşmüştür (Çetin, 2016:1002; Newman vd., 2018). "Açık Kapı Politikası" uygulamasıyla üç milyonu aşan[2] Suriyeliye "Geçici Koruma Statüsü" veren (Üstün, 2016:1) Türkiye, en fazla Suriyeli mülteciyi kabul eden ülkedir. Önceleri 'misafir' olarak tanımlanmış ancak, savaşın derinleşmesi ve mültecilerin 'kalıcı' olmasıyla Nisan 2013 tarihinde çıkarılan kanun ve yönetmelikle uzun süre kayıt dışı çalışan Suriyelilerin (Üstün, 2016:5), çalışma piyasasına erişimleri sağlanmıştır (Kap, 2014:32-33).

İş piyasasında kayıtlı ve kayıtsız olarak çalışan Suriyelilerin bir kısmı, kendi işyerini açmışlardır. Suriyeli mülteciler, özellikle Türkiye'nin sınır bölgelerinde ve İstanbul gibi büyük metropollerde, çoğu küçük ama bazıları da büyük ölçekli birçok girişimde bulunmuşlardır. Savaşın başladığı 2011'den itibaren Suriye menşeli sermaye şirketi sayısı ayda bir-iki şeklinde artarken; savaşın derinleşmesiyle, 2018 Şubat itibariyle Suriye, en fazla girişimde bulunan yabancı ülke olarak ayda 100 şirkete ulaşmış, toplamda 7099'u bulmuştur[3].

Mülteci girişimciler, göç ettikleri ülkede iş sahibi olan kimseler olarak tanımlanmaktadır (Feldman vd., 1991). Farklı ülkelerden gelmeleri, göç ettikleri ülkenin göçmenlere uyguladığı yasal düzenlemeler (Fregetto, 2004:256) ve yaşadıkları olumsuz tecrübeler bakımından yerel girişimcilere göre dezavantajlı konumdadırlar. Ancak bazı yazarlar, önceki sosyal ağları kopsa da, mültecilerin yerel girişimcilere göre (Bizri, 2017) yeni ve mevcut sosyal ağlarını kullanarak (Wauters ve Lambrecht, 2008; Fong vd., 2007), yeteneklerini ve yaşadıkları dışlanma vb. tecrübelerini fırsata dönüştürebildiklerini (Fairchild, 2010:291-292) ve böylelikle girişimcilik özelliklerini arttırdığını söylemektedirler.

Etnik (ethnic), göçmen (immigrant), azınlık (minority) ve mülteci (refugee) girişimcilik kavramları birbirinden farklı olsa da çoğu kez birbirlerinin yerine kullanılabilmektedir (Kayalar ve Yıldız, 2017:56). Zorla yerlerinden edilmeleri, sosyal ve mali sermayelerinin az olması, hatta hiç olmaması (Lyon vd. 2007:368), savaştan sonra geri dönüp dönmeyeceklerinin belirsizliği gibi faktörler mülteci

---

2 T.C. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğünün (GİGM) verilerine göre 28.12.2017 tarihi itibariyle Geçici Koruma Statüsü verilen Suriyelilerin sayısı 3.424.237'dir. (http://www.goc.gov.tr/icerik6/gecici-koruma_363_378_4713_icerik, Erişim Tarihi: 22.01.2018)

3 Suriye menşeli sermaye şirketi sayısı https://www.tobb.org.tr/BilgiErisimMudurlugu/Sayfalar/KurulanKapananSirketistatistikleri.php adresinden derlenmiştir. (Erişim Tarihi: 25.03.2018)

girişimcileri diğer girişimci tiplerinden ayırmaktadır. Kullanılan kaynaklar, sosyal sermaye, etnik pazar, maruz kaldıkları ayırımcılık gibi durumlar benzer olsa da, etnik ve azınlık girişimciliği, ilgili ülkedeki yerleşik ama baskın kültürden ayrı bir kültürü simgelerken; göçmen ve mülteci girişimciliği farklı bir ülkeden geçişliliği ve dönüşümü ifade etmektedir.

Göçmenler, ilgili ülkenin göçmen kanunlarına tabi iken mülteciler, uluslararası hukuk haklarına sahip olduklarından (Bizri, 2017:848) girişimcilikleri de farklılaşacaktır. Mülteciler; ırkçılık, dini farklılık, işkence korkusu (Gericke vd., 2018:46) veya savaş nedeniyle ülkesinden ayrılmaktadır. Ekonomik anlamda daha iyi yaşam koşulları beklentisiyle (Bizri, 2017:848) isteyerek (Gericke vd., 2018:46) ayrılan göçmenlerden farklı olarak mültecilerde bu ayrılışta, "can güvencesi" ana unsurdur (Baranik vd., 2018:116). Göçmenler gibi ev sahibi ülkedeki dil ve kültürel farklılıklardan dolayı ayrımcılığı yaşamakta, ayrıca belirsizlik, ailelerinden ayrılma, yaşadıkları travmalara göğüs germek durumundadırlar (Campion, 2018:7). Bu travmalar psikolojik sorunlara, kendine güven eksikliğine ve serbest çalışamamaya neden olabilmektedir (Wauters ve Lambrecht, 2006:511). Savaşın devam etmesi durumunda ne zaman dönecekleri de belli değildir. Mülteciler, olaylar nedeniyle ülkelerinden ani, plansız bir şekilde ayrılmak zorunda kalmakta, var olan evleri, işyerleri, sermayeleri ve sosyal ağları dağılmakta (Wauters ve Lambrecht, 2008:898; Bizri, 2017:848), yeni yerde yakınları veya tanıdıklarını bulamadıklarından (Eggenhofer-Rehart vd., 2018:32) yeni ağlar oluşturmakta zorlanabilmektedir. Bu yıkıntıların tamiri zordur veya uzun süre sürebilmektedir. Bu nedenle mültecilerin sosyal ağları göçmenlerden daha yaygın değildir (Gold, 1992'den aktaran Wauters ve Lambrecht, 2008:897).

Göçmenler, girişimciliği göç etmeden tasarlarken; mültecilerin bunu plansız yapma ihtimali vardır ve üstelik girişimcilikte göçmenlerden daha fazla engelle karşılaşabilmektedirler (Wauters ve Lambrecht, 2008). Ekonomik kaygı veya fırsatları değerlendirmek için (Wauters ve Lambrecht, 2008:897) farklı ülkeye göç eden göçmenler, var olan fiziki sermayelerini göç ettikleri ülkede yatırıma dönüştürebilmekte ve hali hazırda kurulu sosyal ağları, etnik yapı ve kaynakları (Waldinger, 1984), sosyal sermayeleri (Lyon vd., 2007:364) kullanarak başarıyı yakalayabilmektedir. Bu anlamda göçmenler fırsatları kovalamak (Bizri, 2017:848); mülteciler ise yaşamlarını sürdürmek için girişimlerde bulanabilirler. Bu nedenlerle mülteci girişimciliği, etnik ve göçmen girişimcilikten ayrı analiz etmek (Wauters ve Lambrecht, 2006:511, 2008:898) farklılığı görmek açısından anlamlı olacaktır.

Literatürde etnik, azınlık ve göçmen girişimcinin özellikleri ve güdülenmesiyle ilgili çalışmalar yoğundur (örneğin Waldinger, 1984; Waldinger vd., 1990ab; Feldman vd., 1991; Fairlie, 1996; Sanders ve Nee, 1996; Hall, 1999; Rath ve Kloosterman, 2000, 2002; İnal, 2002; Strüder, 2003; Fregetto, 2004; Volery, 2007; Wahlbeck, 2007; Wang ve Li, 2007; Wang, 2010; Carbonell vd., 2011; Subanova, 2013; Nişancı, 2015; Baltacı, 2017). Bu çalışmalarda yerel ve baskın olan kültürden farklı insanların girişimciliğe yönelme nedenleri açıklanmaya çalışılmıştır. Buna karşın mülteci girişimciliği çalışmaları (Wauters ve Lambrecht, 2006, 2008; Fong vd., 2007; Bagwell, 2018; Lyon vd., 2007:364) çok azdır.

Özelde Suriye mültecilerinin istihdamı ve iş bulma davranışları ile ilgili bazı dergiler özel sayı çıkarmasına (Newman vd., 2018) rağmen girişimcilikleriyle ilgili çalışmalar (Pereira Valarini, 2015; Bizri, 2017; Obschonka vd., 2018) sınırlıdır. Suriyeli mültecilerin girişimciliği seçme nedenine cevap arayan itme-çekme modeli perspektifinden bakan çalışmaya ise rastlanılmamıştır. Mülteciler, girişimciliği her ne kadar zorunlu (itme) nedenlerle yapıyor gözükse de bulunduğu bağlamda fırsatları (çekme) da değerlendirebilmektedirler (Bizri, 2017:848 ve 850). Türkiye'de çok fazla Suriyeli mülteciye ve kurulu şirkete ulaşılması, Suriyeli mültecilerin hangi özelliklerini kullanarak girişimci oldukları ve neden girişimciliği tercih ettiklerinin araştırılması ihtiyacı, bu çalışmanın temel güdüsüdür. Bu bağlamda, Türkiye'deki Suriyeli mülteci girişimcilerin karakteristik yapıları, kültürleri ve edindikleri tecrübelerden yola çıkarak, iten ve çeken faktör modeli (Shane vd., 1991) dualistik bakış açısıyla (Williams, 2009:204; Giacomin vd., 2011:4) girişimciliğe neden yöneldiklerinin cevabı aranmaya çalışılmıştır.

2. Mültecileri İş Başlatmaya Güdüleyen Faktörler

Göçmen ve mülteci girişimciliği etnik temele dayanmaktadır. Belli bir etniğe bağlı kişilerin ve özelde göçmenlerin neden girişimciliği seçtiği ile ilgili sosyolojik, ekonomik ve göçmen politikalarına dayanan teoriler bulunmaktadır (Fregetto, 2004:259). Sosyolojik temelli teoriler, göçmenlerin dezavantajlı durumunu etnik bölgenin sunduğu fırsat ve destekle bir işletmede çalışmak yerine kendi işini kurmaya yönlendirdiğini belirtirler. Göçmen işçilerin, daha önce ev sahibi ülkeye yerleşen göçmen girişimciler tarafından istihdam edildiği ve sonrasında girişim büyüdükçe bu işçilerin yükseldiklerini, yeni girişimler kurduklarını belirten iç dünya ekonomisi (enclave economy) teorisi sosyolojik temelli teorilere örnek olarak verilebilir. Karşılıklılık ve yükümlülük bu teorinin ana kavramları olup kolektivist

değerlerin hâkim olduğu Suriye ve Lübnan gibi Arap toplumları ile son derece ilgilidir (Bizri, 2017:849).

Sosyolojik bakış açılı diğer bir teori ise, göçmen girişimcilerin zorunlu olarak girişimciliği seçtikleri üzerine odaklanan ayrımcılık teorisidir. Çalışmalar, göçmen girişimcilerin istihdamda, sermaye piyasalarında ve hatta tüketici pazarlarında ayrımcılıkla karşılaştıklarını; kültür, dil, yasal düzenlemeler, uyum problemleri ve iş kurma sermayesiyle ilgili sıkıntıları göstermektedir (Lyon vd. 2007; Wauters ve Lambrecht 2008; Bizri, 2017:849). Buna benzer teori olan yerinden olma teorisi (displacement theory) ise, yoksulluk, işsizlik ve ırk ayrımcılığından kaynaklanan sorunların, göçmen ve belli bir etniğe bağlı olanları zorunlu olarak kendi işini kurmaya itmektedir. Yerinden olan göçmenler, en az iki farklı sosyal ve ekonomik alanın özelliklerini taşıdıkları için bunlara "uluslarüstü girişimci" (transnational entrepreneurship) de denilmektedir (Bagwell, 2018:107). Zorunluluk bakış açısından farklı olan etnik kaynak teorisi ise, sosyal sermayeyi kullanarak bulunduğu etnik yapıyı fırsata çevirmeyi temel alır (Fairlie, 1996).

Ekonomik bakış açılı teoriler ise, girişimciliği beceri, sermaye ve güdülerin bir fonksiyonu olarak kabul ederler (Fregetto, 2004:260). Bu teoriler, riskten kaçma, servet, yarar, pazar koşulları, pazar boşlukları gibi durumların varlığını sorgularlar. Örneğin aracı azınlık (middleman minority) teorisine göre, göçmen girişimciler geleceğe yönelik olarak sosyal statü ve refahlarının artması için geçici fedakârlıklara ve riske girmeye isteklidirler. Bu teori; berber, ayakkabıcı, terzi ve kuyumcu gibi göçmen girişimcinin kolayca bulabileceği ve önemli miktarda sermayeye ihtiyaç duyulmayan alanları seçtiklerini öner sürer (Bonacich 1973; Bizri, 2017).

Son olarak göç edilen ülkenin mevcut göçmen politikası, göçmenleri girişime yönlendirebilmesi, engelleyebilmesi veya sektörel çeşitliliği belirleyebilmesi şeklinde göçmen politikalarına dayanan teorilerle açıklanabilmektedir (Fregetto, 2004:261).

Acts'a (2006:105) göre girişimcilik, işletme sahibi olan ve daha çok piyasadaki girişim sayısı ile ölçülen meslek anlamındaki girişimcilik, diğeri ise işi başlatmanın nedenini esas alan ve girişimcilik davranışını belirten girişimcilik şeklinde iki farklı anlamda kullanılmaktadır. Bu çalışmada girişimsel davranışa yönelten güdü temelli girişimcilik kavramı temel alınmaktadır. Güdülenme teorisi çerçevesinde mültecileri girişimciliğe "çeken" ve "iten" faktörler olduğu (Wauters ve Lambrecht, 2006; Waldinger vd., 1990b) söylenebilmektedir.

Çeken faktörler, saygınlık kazanma, bağımsız çalışma ve patron olma isteği, kendi veya ailesinin girişimcilik deneyimi, sosyal ağı kullanma becerisi gibi faktörler mültecileri girişimci olmaya yönlendiren cazip nedenlerdir (Subanova, 2013:41). Bu faktörler; "başarı ihtiyacı", "bağımsızlık ihtiyacı", "yaratıcılık eğilimi", "risk alma" ve "otokontrol" gibi kişilik özellikleri, girişimcilik eğiliminin belirlenmesinde de kullanılmaktadır (Caird, 1991).

Mültecilerin yaşadıkları ve çalıştıkları ortamda karşılaştığı ayrımcılık, düşük ücret, işsizlik, dil engeli vb. durumlar iten faktörler olarak onları kendi işlerinin sahibi olmaya yönlendirmektedir (Wang, 2010:432; Lyon vd., 2007:363). Light ve Gold'a (2000) göre, ev sahibi ülkede mültecilere yönelik piyasadaki engeller girişimciliğin en önemli açıklayıcı unsurudur. Mültecilerin işgücü piyasasında olası bir ayrımcılığa maruz kalmamak için girişimciliği tercih etmeleri "kısıtlanmış hareketlilik"le (blocked mobility) açıklanmaktadır (İnal, 2002:3; Strüder, 2003:8; Wauters ve Lambrecht, 2008:899). Mültecilerin kendi ülkelerini terk etmek zorunda kalmaları nedeniyle iltica ettikleri ülkede iş kurmayı asla düşünmezken, başka bir seçeneğin yokluğu veya hayatta kalmak için belli bir süre sonra girişimciliğe atılmalarına, zorunlu faktör anlamında "isteksiz girişimciler" (reluctant entrepreneurship) denmektedir (Williams, 2009:205). Mülteci girişimcilikte kişisel özelikler daha çok çeken faktör, mültecinin sosyo-ekonomik ortamı ise iten faktördür.

İten ve çeken faktörler aslında mülteci girişimcileri, zorunlu (ihtiyaç) girişimci ve fırsatçı girişimci olarak ikiye ayırmaktadır (Block vd., 2015:39; Giacomin vd., 2011:6). Girişimcilikte zorunlu ve fırsat temelli ayrım Shane ve arkadaşlarının (1991) çalışmasıyla literatürde yerini almış, Reynolds ve Miller (1992) tarafından da "yeni doğan girişimler" kavramının geliştirilmesiyle girişim başlatma nedeni olarak önem kazanmıştır. Bu ikili ayırımın ölçümü, ilk defa 2001 yılında GEM (Global Entrepreurship Monitor) araştırmasıyla başlamıştır (Block ve Wagner, 2010:157; Giacomin vd., 2011:6) Sosyo-ekonomik bakış açısıyla, zorunlu girişimcilik, çalışma piyasasının kısıtlı olması nedeniyle ortaya çıkan iş girişimi ile bağlantılıdır; fırsatçı girişimcilik ise iyi iş fırsatlarının değerlendirilmesidir (Deli, 2011:39; Fuentelsaz vd., 2015:247; Harding vd., 2006; Williams, 2009:203; Hechavarria ve Reynolds, 2009:418). Örneğin, birey iş kurmak için kendi isteğiyle ücret aldığı işinden ayrılırsa, bu kişi fırsatçı girişimcidir (Block ve Wagner, 2010:157). Ancak dış faktörler nedeniyle işini istemeden bırakmış (işten çıkarılmış veya iş yeri kapatılmışsa) ve yaşamak için iş kurmuşsa bu durumda birey zorunlu girişimcidir (Block ve Wagner, 2010:157). Fırsatçı girişimciler girişimlerini büyütmek ve geliştirmek için oluştürur-

ken; zorunlu girişimciler, genelde yaşamı idame ettirebilmek için küçük işletmeler kurmaktadır (Hechavarria ve Reynolds, 2009:420). Ayrıca fırsatçı girişimcilere kıyasla zorunlu girişimciler daha düşük yetenekli (Deli, 2011), daha yüksek başarısızlık korkusu, yaş, kadın ve işsizlik oranına sahip olup ailelerinde girişimci rol modeli daha azdır (Wagner, 2005:8). Zorunlu girişimcilerin girişimcilikten dolayı memnuniyetsizlikleri daha yüksektir (Block ve Koellinger, 2009:204). Bunun nedeni, girişime başlamadan önce uzun süre işsiz kalmalarından kaynaklanmaktadır. Zorunluluktan dolayı girişimciliği seçenler daha çok maliyet liderliğini seçerken; fırsatçı girişimciler farklılaşma stratejisiyle iş yapmaktadırlar (Block vd., 2015).

Bizri (2017), mültecilerde girişimcilik niyetini etkileyen beş faktör saptamıştır: Girişime yönelik tutum, kendi etnisitesine yönelik kimlik algısı, toplumsal önyükleme (collective bootstrapping), ağ yapısı ve fırsatları yakalamadır. Bu faktörlere bakıldığında köken ülkedeki ailesinden ve toplumundan getirdiği veya ev sahibi ülkedeki etnik yapı yoluyla oluşan sosyal sermaye girişimcilikte önemli etkiye sahiptir (Sanders ve Nee, 1996; Bizri, 2017:860). Ev sahibi ülkede pazara girme zorluğunu (Lyon vd. 2007:369) ve insan sermayesi eksikliğini giderecek sosyal ilişkilerle oluşan sermaye (Gericke vd., 2018:48) mültecilerin girişimlerinin başlatılmasında ve başarılı olmasında önemli etken olmaktadır. Nasıl ki iş bulma ve kariyer gelişiminde sosyal sermaye bir ipucu (Gericke vd., 2018:48) ise mülteci girişimciliğinin geliştirilmesinde de sosyal sermayenin biçimi ve nasıl kullanıldığı önemlidir. Örneğin benzer geçmişe sahip kişilerle ortak değerler üzerinden ilişkiye sahip (yatay sınırlayıcı sosyal sermaye -horizantal bonding social capital) bir mülteci ile farklı geçmiş ve özelliklere sahip kişilerle farklı değerler üzerinden ilişkiye sahip (yatay köprüleyici sosyal sermaye –horizantal bridging social capital) mültecinin (Lancee, 2010 ve Ryan, 2011'den aktaran Gericke vd., 2018:48) iş kurmasında, işin büyüklüğü ve başarı durumu açısından farklılıklar olacaktır. Yatay köprüleyici sermayeye sahip olan mülteci, kendi etnisitisinden farklı sosyal sınıf, eğitim geçmişi, kişisel ilgilerinden yararlanacaktır.

Fuentelsaz vd.'ne (2015) göre, mülkiyet hakları, iş yapma özgürlüğü, mali özgürlük, istihdam özgürlüğü, finansal ve eğitim sermayesi gibi kurumsal iyileştirmeler fırsatçı girişimciliği olumlu etkilerken; zorunlu girişimciliği azaltmaktadır. Zorunlu girişimcilik daha iyi bir iş olmamasından dolayı ortaya çıkmaktadır (Fuentelsaz vd., 2015:247). Benzer olarak işsizlik, fırsatçı girişimciliğe negatif; zorunlu girişimciliğe pozitif etki etmektedir (Fuentelsaz vd., 2015:254). Bu etki genel olarak ülkenin gelişmişlik düzeyiyle de alakalıdır. GEM bulgularına göre fırsatçı

girişimcilik ülkenin gelişmişlik düzeyini olumlu, zorunlu girişimciliği ise olumsuz etkilemektedir (Acs, 2006:97). GEM, itme ve çekme yöneliminin, gelişmiş ülkelerdeki fırsatçı-zorunlu girişimcilik oranının gelişmekte olan ülkelere göre daha yüksek olduğunu göstermektedir (Harding vd. 2006; Liñán vd., 2013). Suriye ile ilgili 2009 GEM verileri fırsatçı girişimcilik lehine[4] gibi gözükse de gelişmiş ülkelerin çok altındadır.

Dünyaya girişimcilik olgusunun yayılması milattan önce Ortadoğu'dan başlamış görünse de (Wyndham Wingham, 2018:41), Suriye bağımsızlığını kazandıktan sonra ekonomisi devletçi bir anlayışla yönetilmiştir. 2005 yılında ekonomi ve doğrudan yabancı yatırımların serbestleştirilmesi, işletme faaliyetlerinin kolaylaştırılmasına yönelik yasal düzenlemeler yabancı sermayede artışa ve yeni yerel girişimlerin doğmasına yol açmıştır (Alajaty, 2017). Suriye'de savaş öncesi dönemde yapılan bir araştırmada, Suriyeli gençlerin yarısından fazlası ekonomik açıdan iyileşme gördüklerini ve ülkelerinin girişimcilik için gelişmeye açık olduğunu söylemişlerdir (Koçak ve Kavi, 2011:113). 1980 yılından iç savaşın başlangıcı olan 2011 yılına kadar olan süreçte Suriye'de anonim şirketler artış göstermiştir. Bu girişimlerin dâhilinde Suriye'nin savaştan önce son dönemlerdeki ekonomik durumuna bakıldığında ülke üretimine en büyük desteği hizmet sektörü vermektedir (Adak, 2011:50). Suriye'de üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma, savaş koşullarında bile girişimcilik niyetlerinin olduğunu göstermiştir (Mouselli ve Khalifa, 2017:168).

Bu çalışma, savaş nedeniyle Türkiye'ye göç eden Suriyeli mültecilerin girişimciliği tercih etme nedenlerini "iten–çeken faktörler" modeli çerçevesinde incelemek amacıyla yapılmıştır. Çalışma birkaç yönden önemlidir: İlk olarak, literatür taramalarında, Suriyeli mültecileri girişimci olmaya sürükleyen nedenler bir modele bağlı kalınmadan işlendiği görülmüş, bundan yola çıkarak bu çalışmada mültecilerde itme-çekme modelinin hangi unsurlarından beslendiğine bakılmıştır. İkinci olarak da, göçmenlerin hali hazırdaki girişimcilik niyet ve oluşumları incelenerek, Türkiye'deki üç buçuk milyon Suriyeli ve sonrasında başka ülkelerdeki mültecilerle ilgili girişimcilik politikaları ve uygulamalarına bir referans olması açısından önemlidir.

[4] Suriye ile ilgili veri yalnızca 2009'da toplanmış olup fırsat-zorunlu girişimcilik oranı 1,18'tir. Türkiye'de bu oran 2006 ile 2013 yılları arasında 0,77'den başlayarak 1,77'ye istikrarlı bir şekilde artmıştır. Türkiye'nin 2009'da verisi olmamakla birlikte 2008'de 1,07 ve 2010'da 1,25 olması fırsat-zorunlu girişimcilik oranının Suriye ile benzer olduğunu göstermektedir. (bknz. http://www.gemconsortium.org/data, Erişim tarihi: 15.06.2018)

3. Araştırmanın Yöntemi

Mülteci girişimciler, yaşadıkları yer kapsamında "[kamplara] yerleştirilmiş mülteci girişimci" ve araştırmanın sahasını oluşturan "kentsel veya kendi kendine yerleşik mülteci girişimci" şeklinde ikiye ayrılabilir. Türkiye'deki Suriyeli mültecilerin büyük çoğunluğu kendi kendine yerleşiktir.[5] Bu itibarla çalışmanın tipolojik kapsamı ile çalışmanın örneklemi örtüştürülerek, Türkiye'de küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerde sahipliği bulunan girişimciler "Suriyeli Kayıtlı, Kentsel veya Kendinden Yerleşik Mülteci Girişimciler" şeklinde belirlenmiştir.

Çalışmada, problemin farklı boyutlarının ortaya konulması ve geçerli bir sonuç alınabilmesi (Yıldırım ve Şimşek, 2004:84) için, örneklemin heterojen çeşitliğini kapsayacak yeterli sayı ve çeşitlilikte olmasına yönelik strateji takip edilmiştir. Bu nedenle örneklem çerçevesi sınır bölgesinde iki, büyük metropol bölgesinden bir ve Suriye'ye sınırı olmayan orta büyüklükte bir il seçilmiştir. İlçe bazında dağılım yapılmak koşuluyla Hatay, Gaziantep ve Mersin'de 6 ve İstanbul'da şehrin büyüklüğü düşünülerek 12 olmak üzere toplamda 30 girişimci ile görüşülmüştür. İlk olarak belirtilen şehirlerdeki Ticaret ve Sanayi Odalarına kayıtlı Suriyeli Girişimcilerin isim ve adres listesi alınmıştır. Bu veriler üzerinden girişimcilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Ancak Hatay'da görüşmelere başlandığı sırada çıkarılan listelerdeki adreslere gidildiğinde belirtilen işyerleri bulunamamıştır. Mültecilerin ikametgâh alabilmek için bu yola başvurduğu akla gelen ilk olası seçenek olmuştur. Odalardan alınan kayıtlı Suriyeli girişimcilerin bulunması zaman kaybı yarattığı için tipolojik kapsam sınırına sadık kalmak koşuluyla Suriyelilerin yoğunluk gösterdiği bölgelere gidilerek ve kartopu tekniği de kullanılarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Çalışma, saha araştırması odaklı, gözlem ve derinlemesine görüşme tekniğiyle nitel veri toplama yöntemine dayanmaktadır. Görüşmeler sonucu veriler çeken ve iten nedenler şeklinde kodlanmış ve sonrasında kategorileştirilmiştir. İtme ve çekme modeli çerçevesinde, literatürde belirtilen özellikler sorulara dönüştürülmüş, derinlemesine görüşmelerde, hazırlanmış yarı yapılandırılmış sorulardan[6] farklı olguların çıkması halinde de görüşme yapılmış girişimcilerle yeniden görüşülerek bu çıkan farklı olgular da sorulmuştur. Bilgi alınan girişimciler yaklaşık olarak aynı cevapları vermeye başladıklarında doyuma ulaşılmış olduğu düşünce-

5 http://www.goc.gov.tr/icerik6/gecici-koruma_363_378_4713_icerik (Erişim Tarihi: 22.01.2018).

6 Yarı yapılandırılmış soru formunda kullanılan kavramlar makale sonunda ekte görülebilir.

siyle görüşmelere son verilmiştir. Verilen cevapların geçerlilik ve güvenirliği, aynı kavram farklı sorularla sorularak, görüşme sırasında gözlem yapılarak ve aynı kişiyle farklı zamanda tekrar görüşülerek kontrol edilmiştir.

Görüşmeler, Arapça tercüman aracılığıyla katılımcının işyerinde gerçekleşmiş, araştırma sahiplerinin de Arapça bilmesi görüşmelerde daha rahat bir atmosfer oluşmasını sağlamıştır. Suriyeli girişimcilerin görüşmecileri kendilerinden biri olarak görmeleri soruları daha detaylı cevaplandırmalarını sağlamıştır. Üniversite Etik Kurulundan onay ve Göç İdaresi Genel Müdürlüğünden (GİGM) görüşme izni alınmış, ses ve görüntü kaydı getirilen kısıt nedeniyle alınmamış, notlar elle tutulmuştur. Her görüşme, belirlenen amaç doğrultusunda 1,5–2 saat sürmüştür. Çalışmanın hassasiyeti, kişisel mahremiyetin sağlanması ve GİGM'in isteği üzerine görüşmeye katılan girişimcileri açığa çıkaracak kelimelerden sakınılmıştır.

4. Bulgular

4.1. Demografik Bulgular

Suriyeli girişimcilerin 2'si lisansüstü, 11'i üniversite, 8'i lise, 5'i ortaokul, 4'ü ilkokul eğitimlidir (Tablo 1). Katılanların 8'i 30 yaşın altında, 20'si 31-50 yaş, 2'si 51 ve üzeri yaş aralığında olup 29'u evlidir. Eşiyle iş yapan biri hariç diğerleri erkektir. Genel olarak dünyada kadın girişimci oranı erkeklerin çok altında olup göçmen ve mülteci girişimcilikte bu oran daha da düşmektedir (Wauters ve Lambrecht, 2006:513). Katılımcıların, 25'i üçten fazla kardeşe sahip olduğunu, çok çocuklu ailede yetiştiklerini, 7'sinin ailede en büyük kardeşin kendisi olduğunu belirtmişlerdir. Bu durum büyük aileye bakma sorumluluğunu ortaya çıkarmaktadır. Katılımcıların 16'sı Suriye'de iç savaşın yoğun olarak yaşandığı Halep bölgesinden; diğerleri sırasıyla, Şam, Hama, Humus, İdlib, Kobani ve Lazkiye'den gelmişlerdir. Halep İdlib'ten sonra araştırma yapılan sınır iller arasında en yakın bölge olmakla birlikte aynı zamanda Suriye'nin ticaret ve sanayisinin en yüksek olduğu bölgedir.

Türkiye'ye giriş tarihi ile iş kurma tarihlerinin karşılaştırılması bize Suriyelilerin zorunlu olarak girişimciliğe yönelip yönelmediği hakkında bir ipucu verebilir. Suriyelilerin Türkiye'ye girişleri görüşmenin yapıldığı tarihten itibaren 3 ile 56 ay arasında değişmekte olup, Türkiye'ye girişten itibaren işyeri açanlar (3 katılımcı) ile 46 ay sonra (bir katılımcı) açanlar bulunmaktadır. 30 Suriyeliden 15'i ortalama 1,5 yıl sonra iş yeri açmıştır. Bu bekleyiş, Suriye'de savaşın bitme umudu ile ilişkili

olup, ayrıca birikimlerinin bitmesi de işe yönelme olasılığını arttırmıştır. Bu durumda Suriyelilerin yarısı zorunlu temelli girişimciliğe odaklanan 'isteksiz girişimci'dir (Williams, 2009:205). Katılımcılar girişimlerini görüşmenin yapıldığı tarihte 2 ile 60 aydır başlamış olup bu süre ortalama 11 aydır. Biri hariç tüm katılımcıların işyerleri GEM'in girişimcilik (yeni doğan işletmeler) tanımındaki "en fazla 42 ay önce işletmeyi başlatma" ölçütüne (Acs, 2006:101) uymaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

		Sayı			Sayı
Medeni Durumu	Evli	29	**Suriye'de girişim durumu**	Evet	26
	Bekâr	1		Hayır	4
Yaşı	30 ve altı	8	**Suriye'de İşyeri Büyüklüğü**	Büyük	15
	31-50	20		Orta	6
	51 ve üzeri	2		Küçük	5
Eğitim Durumu	Eğitim Yok	1	**Türkiye'de İşyeri Büyüklüğü**	Büyük	2
	İlkokul	3		Orta	1
	Ortaokul	5		Küçük	27
	Lise	8 (3 tanesi terk)	**Geldikleri yerler**	Halep	16
	Üniversite	11 (2 tanesi terk)		Şam	6
	Lisansüstü	2		Hama	3
Kardeş Sayısı	Yok	1		Humus	2
	1 tane	2		İdlib	1
	2 tane	2		Lazkiye	1
	3 ve üstü	25		Kobani	1

Girişimcilerden 26'sı Suriye'de de işletmesinin olduğunu belirtirken; 4'ü farklı mesleklere sahip olduğunu belirtmiştir. 19'u Türkiye'de de aynı işle uğraştıklarını; 7'si farklı alanda iş yaptıklarını söylemiştir. Suriye'de girişimcilik deneyimi olup Türkiye'de girişimciliği sürdüren 26 girişimci bulunduğu anlaşılmaktadır. Suriyelilerin açtıkları iş yerleri bakkal, market, kafe, lokanta, telefon satışı, tekstil, parfümeri, giyim satış mağazası ve imalat fabrikaları gibi işletmelerdir. Çalışan sayısı ölçütüyle, 26 girişimciden 15'i Suriye'de büyük ölçekli, 6'sı orta ölçekli ve 5'i küçük ölçekli iş yerlerine sahip olduğunu belirtmiştir. Türkiye'de yaptıkları yatırımlarda ise 27'sinin küçük, birinin orta ve ikisinin büyük ölçekli çalıştıkları gözlenmiştir.

4.2. Suriyelileri Girişimciliğe Çeken Faktörler

4.2.1. Girişimci olmada ailenin ve kişinin kendi deneyimi

Meslek, eğitim düzeyi ve ekonomik durum gibi temel sosyo-ekonomik göstergelerde aile faktörü girişimcilikte önemli bir unsurdur (İlhan, 2003:65). Yakın çevresinde olan girişimcilik deneyimi bir arka plan oluşturarak girişimciliklerinin biçimlenmesinde işlevsel bir rol model oynamaktadır (Wauters ve Lambrecht, 2006:512). 30 girişimcinin 28'inin ailelerinde girişimcilik deneyiminin olduğu şeklinde cevaplaması, bir rol model olabileceğini göstermektedir. Örneğin, Girişimci15 "*Tüm akrabalarımızla beraber bu işi yapıyoruz. Bütün akrabalarımız hemen hemen bir sokağı doldurmuştu Halep'te*" şeklinde belirtmiştir. 11 girişimci baba mesleği olan işlerini devam ettirdiklerini belirtmişlerdir. İşi başkasından ve özellikle akrabalarından öğrenip, bu işe girenler de bulunmaktadır. Örneğin Girişimci2, "*Üniversite okurken boş zamanlarımda dayımın yanında pastanede çalışıyordum. Bu işle ilgili az çok o zamanlar bir deneyimim oldu. Bu işi dayımdan öğrendim*" şeklinde belirtmiştir.

14 girişimci, babasının, kardeşlerinin veya diğer akrabalarının daha önce işyerlerinin olduğunu, kiminin devam ettiğini ayrıca girişimcilerden 16'sı Suriye'deki işyerlerinin yıkıldığını, kapandığını veya başkasına devretmek zorunda kalındıklarını belirtmişlerdir. Türkiye'de belli bir mesleki tecrübeyi devam ettirmelerinin fırsatları görmekten ziyade mesleği devam ettirmesi şeklinde olan zorunlu girişimciliktir.

Mülteci girişimciliğinde daha önce yapılan işin farklı bir yerde devam ettirilmesinin önemi büyüktür. 25 girişimci önceden yapılan işin şuan yaptıkları işle aynı veya benzer alanlarda olduğunu söylemiştir. Örneğin Girişimci1, "*Suriye'de kahvecilikle uğraşıyordum. Tane kahve toptancısıydım*" cevabıyla bu işte deneyimli olduğunu belirtmiştir. Bunların yanında Girişimci29 Suriye'de girişimlerinin olduğunu ama Türkiye'deki işi ilk kez yaptığını; Girişimci22 ise bir girişimcilik deneyiminin olmadığını, yaptığı işi daha önce hobi şeklinde yaptığını belirtmiştir.

Suriyeli girişimcilerin cevaplarından da görüldüğü üzere mültecileri, ev sahibi ülkede girişim yapmaya çeken önemli faktörlerden biri kendisinin ve ailesinin deneyimidir. Sosyal öğrenme teorisine göre birey, girişimciliği çevresini gözlemleyerek deneyimler, öğrenir. Girişimci ebeveynler çocuklarına, iş yöntemlerini öğrenmesinde katkı sağlama, iş deneyimlerini transfer etme, başlangıç sermayesi (Lyon

vd. 2007:368) ve ekipman sağlama, iş ağlarına erişim, itibarlarının kullanılması ve danışmanlık katkısı sağlamaktadır (Parker, 2004:85'ten aktaran Wagner, 2005:7). Bu deneyimler doğrudan veya dolaylı olarak davranışları biçimlendirmektedir. Gözlem yoluyla edinilen deneyim kişileri girişimciliğe çekebilmektedir (Godsey, 2006). Wagner (2005:7) yaptığı analizde fırsatçı girişimcilerde ailesini rol model alanların sayısını, zorunlu girişimciliğine göre daha yüksek bulmuştur. Dolayısıyla aileden gelen girişimcilik deneyimi bir çeken faktördür.

Girişimcilerin birçoğu önceden herhangi bir işletmenin, pazarlama, finans, üretim gibi bölümlerinde faaliyet göstererek deneyim kazanmış veya babalarından, diğer aile üyelerinden, ustalarından kazandıkları deneyimle girişimciliğe başlamışlardır (İrmiş vd., 2010). Finans kanalları, ürün ya da hizmet geliştirme gibi alanlarda kişinin deneyimi ve iş yeteneği onun yeni bir işe başlamasında önemli bir "çeken" faktördür (Çetinkaya-Bozkurt, 2011:23). Bu deneyimi kazanmada, ekonomik yapının da uygun olması gerekmektedir. Suriye'de kamu ağırlıklı korumacı bir ekonomik yapı (Genç, 2011:21) yeni girişimci oluşumunu sınırlamıştır. Savaş öncesinde Suriye'de limited şirket kurmak için gerekli olan alt sermaye limiti kişi başına milli gelirin on katı olup "girişimcilik kolaylıkları" sıralamasında dünyada çok alt sıralardadır (Koçak ve Kavi, 2011:95 ve 98). Nitekim görüşmeye katılan 30 girişimciden 27'sinin eski işinin katkısı olduğunu belirtmiş olması Suriye'de girişimciliğin düşük olduğunu akla getirmektedir.

4.2.2. Kendi işinin patronu olma isteği

Girişimcilerin; bağımsızlık/özerklik, başarma arzusu, kendi kaderini kontrol edebilme ve liderlik özellikleri olduğu iddia edilmektedir (Gibb, 1987:11). Kendilerinin önemini ortaya çıkararak kendilerini tatmin edecek işler yaparlar ve gelecek yönelimlidir. McClelland (1961) yüksek başarı güdüsünün girişimcinin girişim performansıyla ilişkili olduğunu yıllar önce belirtmiştir. Bağımsız olma ile girişimcilik memnuniyeti arasında yüksek bir ilişki vardır (Block ve Koellinger 2009:205). Giacomin vd. (2011), bağımsız olma, kendi işine sahip olma ve patron altında çalışmamayı fırsatçı girişimcilik olarak değerlendirmişlerdir. 30 Suriyeli girişimciden 25'i, *Bu işi açmadan önce herhangi birinden öneri aldınız mı?* sorusuna "*Hayır, ben kendim düşündüm*" şeklinde verdikleri benzer cevaplardan, kendilerini ön plana çıkarma özelliklerinin olduğu görülmüştür. Cevaplarda göze çarpan bir diğer detay -beş girişimcinin söylemlerinde- yaptıkları işte Suriyelilerin dikkatini çekmeyi amaçladıklarıdır.

Görüşmelerde Suriyeli girişimcilere, kişinin kendi patronu olma özelliğinin etkisi sorusuna verilen cevaplar bir güdüleme aracı olduğunu ortaya çıkarmıştır. Yedi girişimcinin önceden de patron olduklarını ve başka işte çalışamayacaklarını ifade etmeleri, bu olguyla ilişkilendirilebilir. Örneğin, Girişimci1 "*Başka yerde çalışamam zaten bu yaşta da almazlar. Hem benim harcım da değil hiçbir zaman başka yerde, başkasının yanında çalışmadım*", girişimci13 ise, "*önceden de patrondum sadece şehir değişti, etkisi oldu tabi*" demiştir.

Kendi işinin patronu olma vurgusu, çalışma koşullarını kendisinin belirlemesi nedeniyle kullanılmıştır. Örneğin Girişimci2, "*İstediğimde dükkânı kapatırım, istediğimde çalışırım. Ne kadar ve ne zaman çalışacağımı ben belirliyorum*" şeklinde örnekler vermiştir. Ayrıca bağımsız olma durumunun kişiye yükselme fırsatını verdiğini belirtmiştir: "*Kendi işini açarsan yükselebilirsin ama başkalarının altında çalışırsan hep yerinde sayarsın*". Girişimci16 ve Girişimci21 de bağımsız olmayı kendi kararlarını vermekle özdeşleştirmiştir. Girişimci5 ise kendi işinin patronu olmayı özgür çalışmakla eş tutmaktadır: "*Evet, kendim patron olacağım için, özgür çalışacağım için etkili oldu*".

4.2.3. Saygınlık kazanma isteği

Saygınlık kazanma toplumsal olgudur ve toplum içinde bir yer edinme isteği ile olur. Suriye toplumunun bireyci yapısından ziyade toplumcu yapısı[7] öne çıkmaktadır (Hofstede, 2011). Göçmenlerde girişimcilik önemli bir sosyal sınıf oluşturmaktadır (Sanders ve Nee, 1996). Bu nedenle toplumda saygınlık kazanma isteği Suriyelileri girişimciliğe çeken bir faktördür. Buna karşın Giacomin vd.'i (2011) yaptıkları çalışmada saygınlık kazanma ve toplumda tanınma istekliliğini zorunlu girişimcilik başlığı altında değerlendirmişlerdir. *Kendi işinin sahibi olmak Türkler içinde size ne sağlıyor?* sorusuna, Girişimci4, "*Türkler paran varsa saygı duyuyorlar*" şeklinde cevaplamıştır. Ayrıca Girişimci7 ise, "*iş yeri açarak ben de varım diyebildim*" ifadesini kullanmıştır. Girişimci9, Girişimci10, Girişimci11 ve Girişimci13 cevaplarında özellikle Türkiye'de itibar kazanmak kelimesini vurgulamışlardır.

Girişimcilerin saygınlık kazanma isteği yalnızca Türk toplumuna değil aynı zamanda Suriye toplumuna karşı da önemlidir. Örneğin, Girişimci7 "*Tabii tabii*

[7] Hofstede'in çalışmalarında Suriye'nin bireysellik özelliği % 35 çıkmıştır. Bu oran, Suriye'deki bireylerin davranışlarının topluma göre şekillendirdiğini göstermektedir (https://geert-hofstede.com/syria.html, Erişim tarihi: 1.06.2017). Ama aynı zamanda düşük bireysellik düzeyi girişimciliği azaltmaktadır (Hechavarria ve Reynolds, 2009: 421).

Suriyelilerde çok fazla [arkasına yaslandı, g.n.]. *Çalışan insanlar Suriyelilerin nazarında değerlidir. Dilenmektense kendi işimi yaparım*" şekilde belirtmiştir. Benzer cevabı, Girişimci9 ve Girişimci20'de vermiştir. Girişimci27 ise saygınlığı, parası olmakla özdeşleştirmiştir. Hatta girişimcilik yoluyla elde edilen saygınlık sayesinde, Türklerin Suriyelilere bakış açısının değiştiğini vurgulayan (örneğin Girişimci3) cevaplar da ortaya çıkmıştır. Girişimci22 ise bu toplumsal yararı çok net bir şekilde belirtmiştir:

> *"Allah'a şükür ekiple beraber gelen Suriyeliye yardım ediyoruz. Buradaki her Suriyeli beni tanır. ….* [güvenlik nedeniyle silinmiştir, g.n.] *lokanta sahibi yardım yaptı derler. Ben dürüstlükten kazandım. Şu anda bütün arkadaşlar beni örnek alıyor. İlk biz iyilik yaptık sonra onlar da zararımız olmadığını görünce bizi sevdiler."*

4.2.4. Daha çok para kazanma isteği

Daha fazla para kazanma ve gelir elde etme istekliliği fırsatçı girişimciliktir (Giacomin vd., 2011). Block ve Wagner (2010), fırsatçı girişimcilerin girişimlerinden daha yüksek gelire sahip olduklarını iddia etmişlerdir. Buna karşın yapılan görüşmelerde Suriyeli girişimcilerde para kazanma hırsı çok fazla belirgin değildir. Örneğin Girişimci8, *İşinizi kurma düşüncenizde öncelikli fikriniz nedir?* sorusuna "*Biz burayı yatırım yapmak amaçlı açtık*" şeklinde yatırım amaçlı olarak değerlendirmiştir. Girişimci18, "*Sadece para kazanmak*" şeklinde belirtmiştir. Girişimci11, "*Hımmm, bu Suriyeliler için daha uygun. Daha çok kar ederim. Kazanmak için çalışıyorum*". Bir diğer girişimci (Girişimci12) ise rekabet nedeniyle en iyi kazanç getirecek işi seçtiğini belirtmiştir. Kesin ifade kullanan yalnızca üç girişimciye rastlanılmıştır.

Eril toplumlarda diğer bir baskın özellik, para kazanmaya önem verme unsurudur (Aytaç, 2006:155). Toplumda girişimciliğin genel hatlarını oluşturan; kişinin kendi patronu olması, bireycilik, başarılı olma ve para kazanma ihtiyacı gibi unsurlar ağır basıyorsa girişimcilik destekleniyor demektir (Çarıkçı ve Koyuncu, 2010:7). Dolayısıyla para kazanma isteği kişileri girişimciliğe çeken faktörlerden biridir. Suriyelilerin, tam olarak eril bir toplumdan gelmemeleri[8] para kazanma

[8] Hofstede'in çalışmalarında Suriye'nin eril düzeyi %52 çıkmıştır. Bu oran, girişimcilik özellikleri olarak sunulan ve eril özelliklerinde de yer alan rekabet, amaca ulaşma ve başarı için en iyisi olma, kazanma hırsının belirsiz olmasını göstermektedir (Hechavarria ve Reynolds, 2009: 421). Bu oran Türkiye'de % 45 olup Suriye ile yakındır. (https://geert-hofstede.com/syria.html, Erişim tarihi: 1.06.2017)

isteğinin ön plana çıkarılmamasına neden olabilir. Suriyeli girişimcilerin savaştan kaçtıkları, misafir olacakları bir ülkede yerleşmeye çalıştıkları için para kazanmayı daha çok ihtiyaç temelli görmektedirler.

4.2.5. Büyüme isteği

Yüksek başarı seviyesine sahip olmak girişimci kişilik özellikleridir (Bozkurt, 2006:100). Suriyeli girişimcilerin cevaplarında saygınlık ve Türkiye'ye yerleşme isteği gibi sebeplere bağlı olarak büyümeyi hedefledikleri gözlemlenmiştir. Verilen cevaplar doğrultusunda Suriyeli mülteci girişimciler yaşamlarını idame ettirme isteğiyle iş girişiminde bulunsalar dahi, büyüme ve başarma isteklerinin de olduğu söylenebilir. Örneğin Girişimci3, "*Antep'te …* [güvenlik nedeniyle silinmiştir, g.n.] *da fabrika var. Abimle beraber şubeyi de açıp genişletmek istedik. Orası küçük olduğu için burayı da üretim yeri olarak açtık. Burada işler ilerliyor inşallah daha da büyüteceğiz*." demekle büyüme niyetini belirtmektedir. Bu büyüme niyeti, yarı yarıya kendi başlarına (örneğin Girişimci12, Girişimci13); sınırlı sayıda da olsa ortaklarla (örneğin Girişimci8, Girişimci15, Girişimci28) birlikte düşünülmektedir.

Bazı girişimciler ise işini büyütürken, bir ortakla hareket edilmesine temkinli yaklaşmaktadırlar. Örneğin Girşimci2, "*İzmir'de iş yeri açmak için o arkadaşımla görüştüm ama kendi gözümle görmeden emin olamam uygun olursa o zaman projemi büyüteceğim*" şeklinde belirtmiştir. Kuzenleriyle büyütme planları olan Girişimci15 de, "*Yine amca çocuklarıyla görüşmede bulunuyoruz ama şimdilik adım atmıyoruz*" şeklinde temkinli yaklaşmaktadır.

Girişimci26 gibi bazı girişimciler de "*Yok hayır. İnşallah, keşke olsa…*" ifadesindeki gibi büyüme istekleri olsa da umutsuzdur. Bunun yanında ilerletme ve büyütme isteği olmayanlar da bulunmaktadır. Ayrıca Girişimci29'un "*Kanunlar düzelirse sermayeyi koyma cesaretim olur. Burada herhangi bir durumla karşılaşırsan hukuki açıdan yabancısın*" ifadesindeki gibi, niyetleri olmakla birlikte hukuki engeller nedeniyle cesaret edemeyenler de bulunmaktadır.

Genel olarak bakıldığında büyüme niyetinde olanların sayısı 19 olmakla birlikte bunların 5 tanesi mali gücün eksikliği, ortaklara güvensizlik, kanunların kendilerinden yana olmaması ve genel olarak umutsuzluktan dolayı büyüme konusunda temkinlidir. Büyürken girişimcilerin yarısı tek başına yarısı da ortaklarla büyüyebileceklerini -hatta görüşmelerde bulunduklarını- beyan etmişlerdir. Tek

başlarına hareket etmek isteme nedenleri, güven duymama ve tek başına karar verme isteğidir. Ortak seçiminde daha çok akraba (özellikle amca çocukları), arkadaş, aynı memleketten olanlar ve özellikle de Suriyeli olması tercih sebebidir. Yalnızca bir girişimci Türklerle ortaklık niyetini açıkça belirtmiştir.

4.2.6. Farklılıkları fırsata çevirme

Mülteci girişimciler; ortak etnik kökene sahip oldukları müşterilerle aynı dili kullanma, özel damak tatlarını biliyor olma, etnik pazarın tercihlerini yerel girişimciden daha iyi bilme (Hall, 1999:27) gibi etnik ağların artılarını (Waldinger, 1984) avantaja çevirmektedirler. Örneğin Girişimci5, Suriye'den getirdikleri özel kahve aromasının satışını yaptığını ve çok beğenildiğini ifade etmiş; Girişimci2 ise Suriye'ye özel Şam tatlısı gibi tatlıların satışını yaptığını söylemiştir. Girişimci5 ise yine Suriye damak tadına özel *felafel*[9] ve humus adlı yemeklerin satışını gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. Girişimci17 ise Suriyeli öğrencilere sınava hazırlık dersleri verdiğini belirtmiştir. Açıklamalara örnek olan girişimcilerin cevapları, mülteci girişimcilerin kendi kültürlerini fırsata çevirerek iş piyasası pazarında özel ve rekabetsiz bir yer edindiğini göstermiştir. Türkiye'de çok sayıda Suriyelinin oluşu beraberinde bu insanların dil öğrenme ihtiyacını, tercüman kullanımını ve bürokrasi işlerini halletmeyi gerektirmektedir. Örneğin Girişimci17 dil öğretimi, Girişimci18 ise tercümanlık ve bürokraside aracılık faaliyetleri yapmaktadır.

4.2.7. Sosyal ağ kullanımı

Ortak etnik ağların kullanımı, finansal, bilgi ve beşeri sermaye kısıtlarının ve diğer dezavantajların üstesinden gelmede yardımcı olabilir (Block ve Wagner, 2010:158; Pereira Valarini, 2015:26; Bagwell, 2018:105; Lyon vd. 2007:368 ve 370). Mülteciler ev sahibi ülkede karşılaştıkları dil problemi ve ayırımcılık sorunlarını kendi aralarında sosyal ağ geliştirmeye yönlendirmektedir (Campion, 2018). Mültecilerin bir ağda yer alması sosyal meşruiyet ve destek gibi sosyal kaynaklar yaratmaktadır. Bu bağlamda Suriyeli girişimcilerin mülteci olarak yaşadıkları zorlukların üstesinden gelmede sosyal ağ araç olabilmektedir. Girişimci1, Suriyeli arkadaşlarının önerisiyle iş yeri açmaya karar vermiş Girişimci5, Girişimci14 ve Girişimci15 ise, Suriyelilere çok daha fazla satış yaptıklarını ifade etmiştir. Girişimci26 ise Suriyeli arkadaşları vasıtasıyla Türk muhasebecilerle tanışmıştır. Bu da,

[9] Suriye'ye özgü bir yemek olup ezilmiş nohutun baharatlarla kızartılmasıyla yapılan köfte çeşididir, g.n.

karar verme ve bilgi edinme konularında ortak sosyal ağlarını araç olarak kullanmaktadırlar.

İş başlatma ve sürdürme aşamasında aile, akrabalar, topluluktaki ilişkiler, mültecilik/göç sürecine bağlı arkadaşlıklar, etnik bağ yani sosyal ağlar; iş kanallarının oluşması, bilgi edinme, ortaya çıkan engellere karşı yardımlaşmada büyük destek sağlamaktadır (Subanova, 2013:42; Lyon vd., 2007:370). Wang ve Li (2007), girişimcilerin iş kurarken sosyal ağ ve etnik/kültürel ağın zenginliklerinden yararlandıklarını belirtmişlerdir. Bu durum gerek kendi etnisitiyle gerekse de ev sahibi ülkedeki bireylerle oluşturulacak ağlarla, kendi işletmelerinin başarısında önemli bir ayırıcı faktördür (Bizri, 2017:859).

Görüşmelerde dikkat çeken husus, kendi etnik bağları kullanmanın haricinde Türklerle oluşturdukları sosyal ağlardan da, iş kurma, sürdürme ve özellikle bazı engelleri aşma sürecinde faydalanmalarıdır. Türklerle olan sosyal ağları geliştirme amaçları, ülkenin kanunlarına olan yabancılığın giderilmesi ve Türkçe iletişim zorluklarının ortadan kaldırılması yönündedir. Girişimci3, Türk arkadaşları aracılığıyla iş yerine ücretsiz sahip olmuş ve iş girişimini başlatmıştır. Girişimci10, iş başlatma esnasında yerine getirilmesi gereken hukuksal sürece olan yabancılığını Türk arkadaşları aracılığıyla gidermeye çalışmıştır. Girişimci1 ise, Türk arkadaşlarından tercümanlık yardımı aldığını belirtmiştir.

4.3. Suriyelileri Girişimciliğe İten Faktörler

Mültecilerin ev sahibi ülkede ve çalıştıkları ortamda yaşadıkları ayrımcılık, yoksulluk, düşük ücret, dil eksikliği, işsizlik gibi nedenler onları geçinmek için girişimciliğe itmektedir (Wang, 2010:432; Carbonell vd., 2011). Wahlbeck (2007), Türk göçmenleri "etnik ekonomi" çerçevesinde incelemiş ve kapalı işgücü piyasasının Türk göçmenleri kendi işlerini kurmaya yönlendirdiği sonucuna varmıştır. Serbest meslek, etnik göçmenler için bir hayatta kalma stratejisidir (Virdee 2006'den aktaran Bizri, 2017:850). Savaş ortamı Suriyelileri zorunlu olarak girişimciliğe itebilmektedir. Çünkü iş piyasası mültecilere bir engel oluşturmaktadır. Wagner'in (2005:8) araştırmasında işsiz olup da yeni girişim başlatanların sayısı fırsatçı girişime göre zorunlu girişimde iki kattır. Dolayısıyla işsizlik bir girişim başlatmada iten bir faktördür (Block ve Koellinger 2009:295; Block vd., 2015:41). Görüşmelerde elde edilen veriler bu durumu destekler nitelikte olmuştur. Örneğin Suriyeli girişimcilerin dördü Suriye'deki savaşın biteceği umuduyla bir süre hiç çalışmamış, savaşın devam edeceği anlaşılınca iş yeri açmıştır.

4.3.1. Dil engeli

Yaşadıkları ayrımcılık, dile yabancı olma gibi etkenler hareketlerini kısıtlayarak mültecileri işletme kurmaya itebilmektedir (İnal, 2002:3; Strüder, 2003:8; Wauters ve Lambrecht, 2008:899; Subanova, 2013:32). Mültecilerdeki yerel dili bilmeme, ev sahibi pazarda maaşlı veya ücretli olarak çalışamama durumu göçmenlerinkinden daha yüksektir (Baranik vd., 2018:127). Yalnızca konuşma dili değil ayrıca Arap-Latin alfabesi farklılığı da engel yaratmaktadır (Baltacı, 2017:16). Katılımcılara iş hayatında yaşadıkları sıkıntılar sorulduğunda Girişimci10 ve Girişimci27 tek sıkıntının yerel dili anlamayla ilgili olduğunu belirtmiştir. Girişimci17 ise yerel dili bilirse kendini daha kolay kabul ettirebileceğini söylemiştir. Dil problemi nedeniyle, başkasının yanında çalışmak yerine kendi toplumuna yönelik girişimciliği seçen Suriyeli girişimciler bulunmaktadır. Dil engeli girişimciliğe iten bir faktör olduğu gibi, Girişimci17'nin verdiği cevaptaki gibi işletme oluşumunda başarıyı da etkileyebilmektedir. *Türk işletmesinde çalışmayı tercih eder misiniz?* sorusuna, Girişimci10 ve Girişimci26'nın verdiği cevaplar dil engelinin iten faktör olmasını destekler niteliktedir.

4.3.2. Dışlanma

Dışlanma unsurunun etkisi Weberci yaklaşıma göre açıklanabilmektedir. Etnik dışlanmalardan, mülteci şeklinde damgalanmalarından dolayı iş bulamadıkları (Baranik vd., 2018:126) veya iş yerinde "cam tavan" sendromundan dolayı yükselemedikleri, bu nedenle de kendi etnik gruplarının bulunduğu yerlerde iş yeri açtıklarını açıklayan Weberci yaklaşım (Volery, 2007) Suriyeli girişimcileri de anlayabilmede açıklayıcı olmaktadır. Göçmenlerin, dışlanmanın etkisini azaltmak için girişimciliği seçmeleri (Fregetto, 2004:256), daha araştırmanın planlanması aşamasında mültecilerde de görülmüştür. Suriyelilerin ikametgâh alabilmek için Odalara gerçek olmayan işletme adresi verdikleri görülmüştür.

Girişimci13, Girişimci16 ve Girişimci24 girişimcilik hayatında ayrımcılıkla karşılaştıklarını, Girişimci7 ise işsiz Suriyelilerin dışlandıklarını iddia etmiştir. Suriyeli girişimciler Türk müşteriler tarafından dışlanmaktadır. Örneğin Girişimci16 *müşterileriniz kimlerdir?* sorusuna, *"Suriyeliler. Çünkü biz 21 ayar altın satıyoruz. Türkler 22 ayar altın istiyor. Ayrıca Türkler bizim Suriyeli olduğumuzu anlayınca hemen gidiyor. Ama gelirlerse satarız yine de onlar gelmiyor. Ama Suriyeliler de Türklerden almıyor. Bunda dilin de etkisi var."* şeklinde cevap vermiştir.

4.3.3. İşçi olarak ağır çalışma koşulları

Mülteci girişimciler, işçi olarak çalışma saatlerinin fazlalığı, sosyal hayata fazla vakit ayıramama, sürekli işin başında durma zorunluluğu gibi konularda da sıkıntı yaşamaktadırlar (Nişancı, 2015:17). Suriyeli girişimcilerin cevaplarında çoğunun öncelikle işçi olarak çalışmayı denediği gözlemlenmiştir. Doğrudan iş yeri açan girişimcilerin bazıları ise sosyal ağları aracılığıyla çalışma koşullarının ağırlığını öğrenerek iş yeri açmıştır. Girişimci11, Girişimci14, Girişimci23 ve Girişimci15 işçi olarak çalışma koşullarının ağırlığından söz etmiştir. Girişimci2, Girişimci5, Girişimci11 ve Girişimci18 öncesinde işçi olarak çalışmış ve ardından girişimciliği tercih etmiştir. Girişimci30 ise, tüm Suriyelilerin girişimciliği bu nedenle seçtiklerini iddia etmiştir. Görüldüğü üzere çalışma koşullarının ağır olması Suriyelileri girişimciliğe iten faktör haline gelmiştir. Girişimci18, ağır iş koşullarını şu şekilde belirtmiştir: "*İlk yıl burada tatlıcı yanında çalıştım Türkçe bilmiyordum 4 ay orada çalıştım. Türkçe öğrenmek için girdim işe Türkçe öğrendim. 14 saat çalışıyordum sabah 6 akşam 12 çalışıyordum, haftalık 50 lira alıyordum, ayrıldım"*. Benzer örnekleri Girişimci2 de vermiştir.

4.3.4. İşgücü piyasasındaki düşük ücret

Çalışma koşullarının ağırlığına rağmen işçi Suriyelinin çok olması, dil bilmemeleri, haklarını arayamamaları daha az ücret alınmasına neden olmaktadır. Mülteciler, önceki işlerinden daha düşük statüde çalışmak durumunda kalabilmektedir (Campion, 2018). Suriyeli işçiler çeşitli haksızlıklara maruz kaldıkları koşullarda çalışmaktadır. Bu kitle işgücü piyasasında sömürüye en uygun ortamı oluşturmaktadır. Diğer çalışanlara göre daha düşük ücret almaları, üstelik ücretlerin ödemesinin geciktirilmesi ve kimi zaman da hiç ödenmemesi Suriyelilerin iş hayatlarında en sık karşılaştıkları sorunlardandır (Çetin, 2016:1006). Girişimci5 ve Girişimci15 düşük ücretlerden dolayı iş yeri açmayı tercih ettiklerini ifade ederek bu açıklamaya örnek teşkil etmiştir. Örneğin; Girişimci14 "*Yok, hiç çalışmadım. Çok az ücret veriyorlar çalışmaya değmez*." şeklinde işçi olarak neden çalışmadığını belirtmiştir. Diğer yandan Girişimci18 ise, "*14 saat çalışıyordum sabah 6 akşam 12 çalışıyordum haftalık 50 lira alıyordum, ayrıldım*" şeklinde fazla çalışma saatine düşük ücret verildiğini belirtmiştir. Benzer örnekleri Girişimci2, Girişimci11, Girişimci5 ve Girişimci15'de vermiştir.

5. Tartışma ve Sonuç

Literatürde bireyleri girişimciliğe sevk eden, cesaretlendiren, girişimcilik güdüsünü etkileyen faktörler 'itme-çekme' faktörleri şeklinde ele alınmaktadır (Segal vd, 2005). Sosyolojik bakış açısıyla 'çekme' teorisi kişileri girişimsel faaliyetlere güdüleyen olumlu tetikleyicileri; 'itme' faktörler ise kişileri girişimsel faaliyetlere sürükleyen olumsuz ortam sunan kaynakları içermektedir (Giacomin vd., 2011:10). Bireylerin girişimcilik nedenlerini belirleyen faktörlerin değerlendirilmesi girişimci bireyin hazırlanması ve ülkeye kazandırılması açısından önemlilik arz etmektedir.

Çalışmada mülteci girişimciliğinin, Türkiye'ye göç etmiş olan Suriyeli mülteci girişimciler özelinde, özelliklerinin tespitinin yapılması amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde temel alınan girişimciliğin "itme" (zorunluluk) ve "çekme" (fırsatları değerlendirme) yaklaşımları benimsenerek, toplam 30 girişimciyle yarı yapılandırılmış soru formu üzerinden yapılan derinlemesine görüşmeler sonucunda alınan cevaplardan, her iki yaklaşımı aynı anda tercih ettiklerini göstermektedir (Örneğin Girişimci2, Girişimci11, Girişimci15, Girişimci26). Oranlar farklı olsa da her iki yaklaşımı benimsemek, Williams'ın (2009:211) kayıtsız İngiliz girişimciler üzerine yaptığı araştırma ile benzerlik göstermektedir. Yalnızca fırsatçı güdüyle hareket edenler 10, daha çok fırsatçı güdüyle hareket edenler ama aynı zamanda zorunlu nedenlerle güdülenler 3, yalnızca zorunlu nedenlerle güdülenler 6 ve daha çok zorunlu nedenlerle güdülenler ama aynı zamanda fırsatçı nedenlerle güdülenlerin de 11 katılımcı olduğu gözlenmiştir. Willimas'ın (2009:211) çalışmasında hem zorunlu hem de fırsatçı nedenlerle girişimciliği tercih edenlerin oranı % 84 iken bu çalışmada % 57 çıkmıştır. Williams (2009), girişimcilikte itme/çekme şeklinde dualistik bir ayırımın olayı aşırı basitleştirdiğini ve statik bir bakış açısını getirdiğini belirtmiştir. Çünkü bu şekilde bir ayırım birbirinin içine geçen dinamik faktörleri gizlemektedir (s.215). Bu durum Giacomin vd.'nin (2011) genel nüfusa yapılan çalışmalarında da vardır, bu ikili ayırımın birbirinden ayrılamadığını belirtmektedirler (s.27).

Suriyeli girişimcilerin 27'si küçük ölçekli iş yerine sahiptir. Buna göre Suriyeli mülteci girişimcilerin ev sahibi ülkede düşük risk alarak iş oluşumunu başlattığı söylenebilir ancak Suriye'de önceki işine ait sorular sorulduğunda, bu girişimcilerin zaten Suriye'de de büyük, orta ve küçük ölçekli iş yerine sahip olduğu anlaşılmıştır. Benzer olarak Obschonka vd.'i (2018:182) Almanya'da Suriyeli mülteciler

üzerine yaptığı araştırmada risk almanın girişimci atikliği (entrepreneurship alertness: kendi veya başkaları yoluyla yeni fırsatları algılama ve kullanma yeteneği) ve girişimcilik niyetine etkisini anlamsız bulmuşlardır. Bu araştırma sonucu literatürle birleştirildiğinde girişimcilerin zorunlu odaklı iş oluşumunu başlattığı söylenebilir ancak bu bulgu tek başına yeterli olmamakta, çünkü katılımcıların önceki deneyimlerinin de hesaba katılması gerekmektedir.

Görüşmeler sonucunda Suriyeli girişimcilerin çoğunun Suriye'de de esnaflık, imalat veya ticaret ile uğraştığı gözlenmiştir. Bulgular, Suriyeli mülteci girişimcilerin iş girişimi üzerinde, deneyime sahip olmasının önemli derecede etkili olduğunu göstermektedir. Wauters ve Lambrecht'in (2008), Belçika'daki mülteciler üzerinde yaptıkları çalışmada da menşe ülkede kendinin veya çevresinin girişimcilik deneyiminin olması ev sahibi ülkede girişimci olma olasılığını arttırmaktadır. Benzer durum Eggenhofer-Rehart vd.'nin (2018:36) çalışmasında da görülmektedir; Suriye'de girişim sahibi olanlar savaş nedeniyle tüm sermayelerini kaybettikleri halde göç ettikleri ülkede de girişimde bulunmak için çabalamaktadırlar. Bu çalışmada Suriyeliler zaten daha önce patron olduklarını ve artık başkasının eli altında çalışamayacaklarını ifade etmişlerdir. Aynı zamanda yine önceki işinin de etkisiyle Suriyelilerin önceden bağımsız iş yaptıklarını belirtmesi diğer bir çeken faktörün "bağımsız çalışma isteği" olduğunu da göstermiştir.

Suriyeli mülteci girişimcilerde dikkat çeken diğer bir konu yarısından fazlasının Suriye kültürüne ait iş oluşumunda bulunmalarıdır. Kültür farklılıklarını fırsata çevirerek rekabet ortamından sıyrılma faydası görmüşlerdir. Ayrıca Suriyelilere yönelik ürün ve hizmetler aracılığıyla Suriyelilerle olan sosyal ağlarını genişletme fırsatı da yakalamışlardır. Bu durum "farklılıkları fırsata çevirme"dir. Sahip oldukları kültürlerini fırsata çevirerek ayrı bir pazar alanı oluşturarak girişimcilik örneği sergilemişlerdir.

Bu çalışmada daha fazla para kazanma isteği ile ilgili kanıt üç girişimci dışında belirgin değildir. Liñán vd. (2013), Schwartz'ın GSMH, kültürel değerler ve fırsatçı/zorunlu girişimcilik arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik yaptığı yapısal eşitlik modeli analizinde; iddialı, başarılı, rekabetçi, risk almayı kapsayan üstünlük değerleriyle GEM'deki fırsatçı/zorunlu girişimcilik oranı arasında anlamlı bir ilişki bulamamıştır. Bu çalışmada yerel girişimcilerden daha fazla kazanıp kazanmadıkları sorulmamış olmasına rağmen Wauters ve Lambrecht'ın (2006) çalışmasında mülteci girişimcilerin yerel girişimcilerden daha az kazandıkları bulgusu birleştiril-

diğinde mülteci girişimcilerin yerel pazarı bilmemeleri, kısıtlanmış bir alana sahip olmaları, dil gibi sorunlar bu durumu azaltmış olabilir.

Girişimciliğe iten sebeplerden en önemlisi işsizliktir. İşsizlik, yeni şirket girişimlerinin artışına yönelik bir "itme" etkisi yaratabilmektedir (Block ve Koellinger 2009:295; Block vd., 2015:41). Block ve Koellinger'in (2009:209) çalışması uzun süre işsiz kalanların zorunlu olarak girişimciliği seçtiklerini göstermiştir. Bu çalışmada da katılımcıların yarısı 1,5 yıl beklemeden sonra işyeri açmışlardır. Buna karşın biri hariç, Suriyeli girişimcilerin Suriye'de de girişimlerinin olması, savaş durumunun belirsizliği arttırması girişimciliklerinin işsizlikten ziyade var olan deneyimlerinden kaynaklandığını göstermektedir. Bir bakıma katılımcılar girişimciliği Suriye'deki yaşamlarından itibaren zaten bir "meslek" olarak seçmişlerdir.

Suriyeliler Türkiye'de bazı durumlarda daha çok işsiz veya dilenci gözüyle görüldüğünden, saygınlık kazanma isteği içerisinde olabilmektedirler. Görüşülen Suriyeli bir mülteci girişimcinin "*Suriyelilerin kalkınmasını istiyorum, Suriyeliler geldiler çalışıyorlar desinler istiyorum*" şeklinde verdiği cevap, toplumda saygınlık kazanma ve birlik olma isteklerinin bir çeken faktör olma özelliği olduğunu göstermektedir. Wauters ve Lambrecht'in (2006:515) Belçika'da mülteci girişimciliği niyeti üzerine yaptığı çalışmadaki girişimciliği tercih etme nedeninin ülke toplumuyla bütünleşme istekliliğine dayandığı bulgusuyla örtüşmektedir. Wauters ve Lambrecht'in (2006:515) çalışmasında mültecilerin bulunduğu toplumla bütünleşme isteği ile göçmenlerin verdiği cevap ortalamaları arasında istatistiki anlamlılık olarak farklı çıkmıştır. Aynı çalışmada daha fazla para kazanma, kendi işinin patronu olma, menşe ülkedeki benzer işi yapma isteği, talebin fark edilmesi, işsizlik korkusu, aile geçmişinde girişimci olması, zengin olmak, diğer mültecilere yardım, başka işlerin yokluğu, kendi işinin olması gibi nedenlerde ise mülteci ile göçmenler arasında bir farklılık bulunamamıştır. Bütünleşme isteği (Wauters ve Lambrecht, 2006:516) ve bu çalışmada bulunan saygınlık kazanma isteğinin nedeni ise etnik ağın mültecilerde daha düşük olmasından kaynaklanmaktadır.

Göçmenlerin istihdam pazarında yaşadıkları dışlanma nedeniyle girişimciliği (Fregetto, 2004:256) seçmesi durumu, mülteci girişimcilikle benzerlik göstermektedir. Buna karşın Wauters ve Lambrecht'in (2006) bulgusunda mültecilerin girişimci olma olasılığı göçmenlerden daha yüksek çıkmış ve bunun nedenini göçmenlerin iyi bir işe sahip olmalarına ve mevcut ağlardan yaralanmalarına bağlamıştır. Buna karşın mültecilerin yaşadıkları ani ve plansız durumdan dolayı bu durum yoktur. Suriyeliler arasındaki sosyal ağların zayıf olduğu gözlemlenmiş ve

olumsuz durumu olumluya dönüştürme yolunun ise girişimcilik yoluyla saygınlık kazanma şeklinde olabileceği görüşü dile getirilmiştir.

Görüşmelerin kodlanmasının ardından ortaya çıkan ilk "iten" faktör dil engelidir. Suriyeli mülteciler Türkçe bilmemeleri nedeniyle başka bir yerde çalışma olanaklarının olmadığını ve dışlandıklarını düşünmektedir. Dil engeli ve dışlanma unsurları Suriyelileri kendi girişimlerini oluşturmaya itebilmektedir. Görüşülen Suriyelilerin bazıları kendi iş girişimini başlatmadan önce işçi olduklarını, işçi olarak çalışmanın ağır koşulları olduğunu ve alınan ücretin düşük olduğunu vurgulamışlardır. Dolayısıyla "işçi olarak ağır çalışma koşulları ve düşük ücret" iten faktörler içine dâhil edilmektedir. Bazı Suriyelilerin geniş ailelere sahip olduğu ve tüm aileyi geçindirebilme sıkıntısı yaşadıkları anlaşılmaktadır. Dolayısıyla Suriyeliler ailelerine bakabilmek ve yaşamlarını idame ettirebilmek amacıyla iş başlatmaya itilmiştir (Birzi, 2017:856). Daha çok serbest meslek olarak restoran, pastane, tercüman bürosu gibi küçük işletme şeklinde kurmaktadırlar.

Son iten faktör ise savaşın Suriye'deki önceki sosyal ağlarına getirmiş olduğu engeldir. Sosyal ağ unsuru girişimcilere fayda sağlarken, savaştan kaçarken önceden planlamadıkları bölgelere sığınmaları, eski sosyal ağlarına ulaşamamaları nedeniyle mülteciler için gereken faydayı sağlayamamıştır. Görüşmelerde Suriyeliler tanıdıklarının olmadığını, tanıdığı olanların ise ancak kendilerine fayda sağladıklarını belirtmişlerdir. Göçmenlerin sosyal ağlar yoluyla girişimciliği (Fregetto, 2004:256) başlatmaları yaygın iken, mülteci girişimcilikte bu durumun fazla olmaması savaşın getirdiği parçalanmadan kaynaklanmaktadır (Eggenhofer-Rehart vd., 2018:38). Bu durumun bir istisnası hem göçmen girişimcilikte (Fregetto, 2004:259) hem de mülteci girişimcilikte kendi etnik kökenlerine yönelik ticaret yapmaları ve aynı bölgelerde işyeri açmaları durumudur. Kendi etnik bölgelerinde iş yapma hem girişimcilerin kendilerine hem de kendi etnisitelerine sosyal sermayenin oluşumunda yardımcı olmaktadır (Sanders ve Nee, 1996; Lyon vd., 2007:368). Araştırmada bu durum yatay sınırlayıcı sosyal sermayeyi (Gericke vd., 2018:48) kullandıklarını göstermektedir. Göçmen girişimciler, kendi etnik yaşam bölgesine hizmet etmede başarılı olduğunda girişimciler işlerini etnik olmayan pazarlara açmakta (Fregetto, 2004:259), bu da yatay köprüleyici sosyal sermayeyi (Gericke vd., 2018:48) de kullandıklarını göstermektedir. Suriyeli mültecilerin de Türkiye'de kalmaları durumunda zamanla benzer bir şekilde kendi etnikleri dışına çıkma ihtimalleri bulunmaktadır. Rath ve Kloosterman (2002), göçmen girişimciliğinde sosyal gömülmüşlüğe (socail embeddedness) yalnızca "etnik sosyal ağlar

arası" (co-ethnic socail networks) yönüyle bakılamayacağını, mülteci girişimcilerin sosyal ve ekonomik gömülmüşlüğün girişimsel çıktıların belirlenmesi yönünde etkileşimde bulunduğunu ve olayın "karma gömülmüşlük" (mixed embeddedness) şeklinde bir bakışla analiz edilmesi gerektiğini belirtmektedirler. Bagwell (2018), Rath ve Kloosterman (2002) karma gömülmüşlüğü iddiasını İngiltere'deki Vietnamlı göçmen/mültecilerde ispat etmeye çalışmıştır. Araştırma bulgularına göre Suriyeli girişimcilerin parçalı yapısı nedeniyle hem Türkiye'de hem de Suriye'dekilerle sosyal ilişkileri tam oturmamış durumdadır. Wauters ve Lambrecht, (2008) Belçika'da mülteci girişimciliği üzerine yaptığı çalışmada sosyal ağın zayıf olduğu ve bu zayıflığın girişim başlatmada engel teşkil ettiğini bulmuştur. Bizri (2017:849 ve 856) de Suriyelilerin kendi aralarında güçlü ilişkiler olsa bile savaş nedeniyle ortaya çıkan mültecilerde, bir araya toplanmanın, birbirini tamamlayabilecek birbirine bağlı bireysel ağ oluşumunun yaygın olmadığını belirtmiştir. Bu anlamda sosyal ağların kullanılması kapsamında araştırma bulgusu, mülteci ile göçmen girişimciliğin kesin bir şekilde ayrıştığını göstermektedir. Ancak Suriyelilerin kendi aralarında yeni yeni gruplar oluşturdukları, dernekleştikleri görülmüştür. Aynı değerleri paylaştıkları kurum ve örgütlerin ilişkilerinden yararlanmalarını Gericke vd. (2018:48) dikey sınırlayıcı sosyal sermaye denilmektedir. Türklerle de ticaret yapma isteği ve Suriye'de de ithalat/ihracat yapanların Türklerle birlikte iş yapmaları, sosyal ağların yalnızca etnik temelli değil aynı zamanda karma ağ şeklinde (yatay köprüleyici sosyal sermaye) de oluşmasına imkân verecektir. Bu durum sosyal ağlar konusunda ileride yapılacak çalışmalara zemin hazırlamakta, politika yapıcılar için şimdiden girişimcilik eğitiminde (Birzi, 2017:864) düzenlemeyi zorunlu kılmaktadır.

Katılımcıların yarısından fazlası "aile geçimini sağlamak", "kendi geçimini sağlamak" gibi zorunlulukları belirtirken (benzer olarak örneğin Lyon vd., 2007:366) bazıları ise "büyüme", "farklı alanlara ve bölgelere yatırım yapma" niyetlerini belirtmişlerdir. Araştırma bulgularına göre Suriyeli girişimcilerin yaşadıkları dil problemleri, ayrımcılık, işsizlik, hukuki problemler, kaynaklara erişimdeki engeller ve düşük ücret gibi şartlardan dolayı girişimciliği zorunlu olarak yaptıkları görülmüştür. Buna karşılık, girişimcilik deneyimi olanların bazılarında yaşanılan sorunları fırsat olarak görüp girişimcilikte kullandıkları da saptanmıştır. Bastian ve Zali (2016) Suriyeli girişimcilerin de dâhil olduğu Orta Doğu ve Kuzey Afrika'daki (MENA ülkeleri) Müslümanların yaygın olduğu ülkelerde GEM verilerini kullanarak yaptıkları araştırmada daha yüksek düzeydeki eğitim ve girişimsel yetkinliklere

sahip girişimcilerin pazar fırsatlarından yararlanmalarının (çeken faktörler) daha olası olduğunu bulmuşlardır. Bu çalışmada ise mültecilerin eğitim seviyesi ile girişim güdüsü arasında herhangi bir ilişki bulunmamıştır.

Çalışmada mültecilerin anavatanlarındaki kültürü, misafir edildikleri ülkeye taşıdıkları ve bu kültür farklılıklarını fırsata dönüştürerek girişimcilik faaliyetlerinde bulundukları görülmüştür. Oluşan girişimcilik faaliyetleri, yerel girişimcilerin faaliyetlerinden farklı özellikler taşımaktadır. Bunun yerelden farklılaşma stratejisinin bir ürünü olduğu, bu stratejinin hem zorunlu hem de fırsatçı girişimcilikte kullanıldığı gözlenmiştir. Block vd. (2015) çalışmalarında zorunlu temelli girişimcilerin farklılıklardan ziyade maliyet liderliğini takip ettikleri bulmuştur. Bu çalışmada Block vd.'nin (2015) çalışmasından farklı olarak mültecilerin kendi yerel ürünlerini kullandıklarının ortaya konulduğu unutulmamalıdır. Ayrıca Suriyelilerin ürünleri farklı olsa da özellikle düşük işçi maliyetlerini kullanarak alternatif yerel ürünlerden daha düşük fiyatlarla satış yapmaktadırlar. Bu itibarla Suriyeli mültecilerde zorunlu/fırsat ayırımında düşük maliyet/farklılaştırma stratejisi ayrımı yapılmasıyla ilgili yorum yapmak mümkündür.

Gerek zaman gerek maliyet nedeniyle bazı kapsam, çalışma sahası ve değerlendirme sınırlılıklarına gidilmiştir. Suriyeli girişimcilerin kendine has kültürel özellikleri olması farklı kültürlerdeki mültecilerin aynı şekilde girişimci davranışı göstermelerini gerektirmez. Bu nedenle ortaya çıkan sonuçların farklı bölge ve kültürlerde yapılacak çalışmalarla karşılaştırılmalıdır. Suriye'den yoğun göçün yaşanması ile birlikte 'batı girişimciliği' içinde Suriyeli 'oryantal girişimciliğinin' (Boeckler, 2004) nasıl evrim geçirdiği yeni bir çalışma olarak önerilebilir.

Saha çalışması Suriye'ye yakın bölgelerdeki illerde de yapılmış ancak Şanlıurfa, Kilis, Mardin gibi sınırdaş bölgelerde gerek zaman ve maliyet gerekse de güvenlik tehdidi nedeniyle yapılamamıştır. Türkiye'nin sınırına yakın olan Halep ve İdlib gibi Suriye yerleşim yerlerinden gelenlerin yoğun olması, beraberinde bu bölgelerin Suriye'nin karakteristik özelliklerini göstermesi, karşılıklı sınırdaş sosyal ağların kullanılabilmesi ve bu girişimcilerin daha çok esnaf ve/veya küçük işletme şeklinde yapılanmış olması yeni araştırma konularına ışık tutabilir. Bu çalışmada Mersin ve özellikle de İstanbul'daki girişimcilerin işlerinin hem daha büyük olduğu hem de işlerini daha profesyonelce yaptıkları gözlenmiştir. Özellikle bu iki bölgedeki işletmelerin bir kısmının ithalat ve ihracat işlemleriyle de uğraştıkları ve İstanbul'daki işletmelerin yerel işletmelerle yoğun işlemler yaptıkları gözlenmiştir. Bu

girişimcilerin Türkler de dahil kendilerinden farklı geçmiş ve etnisitiye sahip kişilerle ilişkisi, bir anlamda yatay köprüleyici sosyal sermayeye (Gericke vd., 2018:48) sahip olmaları büyük işletme olma yolunda ilerleyebileceklerini göstermektedir.

Girişimci özellikleri kapsamında, araştırma tasarımı iten (ihtiyaç ve zorunlukların etkisi) ve çeken (fırsatları değerlendirme) faktörler modeli şeklinde yapılmış ve değerlendirilmiştir. Ülkelerindeki kurumsal rejim, ekonomi ve pazar yapısının (Bagwell, 2018) savaşın bitmesiyle Türkiye'de kalan veya Suriye'ye dönen girişimcilerin girişimlerini nasıl etkileyeceği ayrı bir araştırma konusu olarak düşünülebilir. Mülteci girişimciliğe ilişkin sonuçlar büyük ölçüde, içinde bulunduğu duruma bağlı olduğu için, Suriye ve Türkiye bağlamları ile birlikte araştırma alanını genişletmek önemlidir (Bizri, 2017:850). Diğer yandan kayıtsız girişimciler de aynı anda hem fırsatçı hem de zorunlu girişimci olabilmekte (Williams, 2009), buna göre Suriyeli mültecilerin durumu bu açıdan ilginç araştırma konusu olabilir. Suriyeli girişimcilerin Türkiye'de girişimci okullarına başlaması menşe ülke açısından da faydalı olacaktır. Bunun haricinde Suriyeli girişimciler "esnaf girişimcilik" başlığı adı altında incelendiğinde literatüre katkı sağlayacaktır. Son olarak disiplinler arası alanlara yönelik Suriyelilerin yaşadığı sıkıntılar ve karşılaştıkları "yasal boşluklar" üzerine çalışılması Suriyelilerin kimlik çatışmasının düzeltilmesinde etkili olacaktır.

Ek: Suriyeli mülteci girişimcilere uygulanan yarı yapılandırılmış soruların konuları

Her bir görüşmede çalışma ile ilgili bilgi verildikten sonra gerekli izinler gösterilmiş ve kimliklerinin gizli tutulacağı ile ilgili güvenceler verilmiştir. Aşağıdaki kavramlar katılımcılara 48 adet soru şeklinde sorulmuş olup soruların açık hali Deniz (2017)'den görülebilir.

1. Demografik sorular: Cinsiyet, medeni durum, yaş, kardeş sayısı, kardeşler arasındaki kaçıncı sırada olduğu, eğitim durumu ve alanı, girişimcilik eğitimi, Türkiye'ye girişi, Suriye'de yaptığı iş ve işyeri yeri, işyeri büyüklüğü, kaç kişi çalıştırdığı, ithalat/ihracat durumu, ailede girişimcilik durumu, Türkiye'ye geldikten sonraki iş hayatı süreci.

2. Şu anda yaptığı işle ilgili sorular: Faaliyet alanı ve süresi, çalışan sayısı ve işyeri büyüklüğü, ortaklı yapısı, faaliyet alanının seçilme nedeni, Suriye'deki işlerle bağlantısı, müşteri profili.

3. Karşılaşılan sorunlar ile ilgili sorular: Yaşanılan zorluklar ve deneyimler, Türkiye'deki diğer girişimcilerle, devlet ve toplumla olan ilişkiler, işyerini açarken/kurarken yaşanılan sorunlar.

4. Girişimcilikle ile ilgi sorular: Girişimciliğe başlama nedeni, fikrin nasıl oluştuğu, hayata bakış açısı, hayali, işyeri kurduktan sonraki Suriye ve Türk toplumunun bakışı, sermayeyi bulma, rekabet, Suriye'ye geri dönüş, geleceğe dair planlar.

5. Sosyal ilişkilerle ilgili sorular: İşin kurulumunda ve sonrasında yardım alma, Suriye ve Türklere ilişkin iş olanaklarının geliştirilmesi, dernek veya topluluk üyeliği ve bunun yardımı.

Kaynakça

Acs, Z. (2006), "How Is Entrepreneurship Good for Economic Growth?", Innovations: Technology, Governance, *Globalization*, 1(1), 97-107.

Adak, M. (2011), "MENA Bölgesinde Ekonomik Büyüme", H. Genç ve F. Sayım (Eds.), *Ortadoğu ve Kuzey Afrika Ülkelerinin Ekonomik Yapısı MENA Ülkeleri Ekonomileri* (ss. 29-60) içinde, Bursa: MKM Yayıncılık.

Alajaty, M. (2017), "Institutional Reform and FDI Decision in Transition Economies: A Qualitative Study of Syria", *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 18(3), 164–174. doi:10.1177/1465750317711982

Aytaç, Ö. (2006), "Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 139-160.

Bagwell, S. (2018), "From Mixed Embeddedness to Transnational Mixed Embeddedness: An Exploration of Vietnamese Businesses in London", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 104-120. doi:10.1108/IJEBR-01-2017-0035

Baltacı, A. (2017), "A Comparison of Syrian Migrant Students in Turkey and Germany: Entrepreneurial Tendencies and Career Expectations", *European Journal of Educational Research*, 6(1), 15-27. doi:10.12973/eu-jer.6.1.15

Baranik, L.E., C.S. Hurst ve L.T. Eby (2018), "The Stigma of Being a Refugee: A Mixed-Method Study of Refugees' Experiences of Vocational Stress", *Journal of Vocational Behavior*, 105, 116–130.

Bastian, B.L. ve M.R. Zali, (2016) "Entrepreneurial Motives and Their Antecedents of Men and Women in North Africa and the Middle East", *Gender in Management: An International Journal*, 31(7), 456-478. doi:10.1108/GM-04-2015-0039

Bizri, R.M. (2017), "Refugee-Entrepreneurship: A Social Capital Perspective", *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(9–10), 847-868.

Block, H.J. ve M. Wagner (2010), "Necessity and Opportunity Entrepreneurs in Germany: Characteristics and Earnings Differentials", *Schmalenbach Business Review*, 62, 154-174.

Block, H.J. ve P. Koellinger (2009), "I Can't Get No Satisfaction—Necessity Entrepreneurship and Procedural Utility", *KYKLOS*, 62(2), 191–209.

Block, H.J., K. Kohn, D. Miller ve K. Ullrich (2015), "Necessity Entrepreneurship and Competitive Strategy", *Small Business Economy*, 44, 37–54.

Boeckler, M. (2004), "Culture, Geography and the Diacritical Practice of Oriental Entrepreneurs, *Geographische Zeitschrift*, Special issue, Facets of Human Geography in Germany [İlk baskı 1999, Geographische Zeitschrift, 87(3 ve 4), 178-193], 39-57.

Bonacich, E. (1973) "A Theory of Middleman Minorities", *American Sociological Review,* 38(5), 583–594.

Bozkurt, Ö. (2006), "Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 1-20.

Caird, S. (1991), Testing Enterprising Tendency in Occupational Groups. *British Journal of Management*, 2(4), 177-186.

Campion, E.D. (2018), "The Career Adaptive Refugee: Exploring the Structural and Personal Barriers to Refugee Resettlement", *Journal of Vocational Behavior*, 105, 6–16.

Carbonell, J.R., J.C.P. Hernandez ve F.J.L. García (2011) "Business Creation by Immigrant Entrepreneurs in The Valencian Community. The Influence of Education", *International Entrepreneurship and Management Journal,* 10(2), 409-426.

Çarıkçı, İ. ve O. Koyuncu (2010) "Bireyci-Toplumcu Kültür ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 3, 1-18.

Çetin, İ. (2016), "Suriyeli Mültecilerin İşgücüne Katılımları ve Entegrasyon: Adana-Mersin Örneği", *Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(4), 1001-1016.

Çetinkaya-Bozkurt, Ö. (2011), *Dünyada ve Türkiye'de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Deli, F. (2011), "Opportunity and Necessity Entrepreneurship: Local Unemployment and the Small Firm Effect", *Journal of Management Policy and Practice*, 12(4), 38-57.

Deniz, D. (2017), *Türkiye'deki Suriyeli Mülteci Girişimcilerin Oluşum Süreci ve Özellikleri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antakya.

Eggenhofer-Rehart, P.M., M. Latzke, K. Pernkopf, D. Zellhofer, W. Mayrhofer ve J. Steyrer (2018), "Refugees' Career Capital Welcome? Afghan and Syrian Refugee Job Seekers in Austria*", Journal of Vocational Behavior*, 105, 31–45.

Fairchild, B.G. (2010), "Intergenerational Ethnic Enclave Influences on The Likelihood of Being Self-Employed", *Journal of Business Venturing*, 25(3), 290–304.

Fairlie, R.W. (1996), *Ethnic and Racial Entrepreneurship: A Study of Historical and Contemporary Differences*, New York, NY: Garland Publishing.

Feldman, H.D., C.S. Koberg ve T.J. Dean (1991), "Minority Small Business Owners and Their Paths to Ownership", *Journal of Small Business Management*, 26(4), 1-12.

Fong, R., B.N. Busch, M. Armour, L.H. Cook ve A. Chanmugam (2008), "Pathways to Self-Sufficiency: Successful Entrepreneurship for Refugees", *Journal of Ethnic and Cultural Diversity in Social Work*, 16(1-2), 127-159. doi:10.1300/J051v16n01_05

Fregetto, E. (2004), "Immigrant and Ethnic Entrepreneurship: A.U.S Perspective", H. P. Welsch (Ed.), *Entrepreneurship The Way Ahead* (ss. 256-271) içinde, London, UK: Routledge.

Fuentelsaz, L., M. González ve J. Montero (2015), "How Different Formal Institutions Affect Opportunity and Necessity Entrepreneurship", *BRQ Business Research Quarterly*, 18(4), 246-258. doi:10.1016/j.brq.2015.02.001

Genç, H. (2011), "MENA Bölgesinde Uygulanan İktisat Politikalarını Belirleyen Faktörler", H. Genç ve F. Sayım (Eds.), *Ortadoğu ve Kuzey Afrika Ülkelerinin Ekonomik Yapısı MENA Ülkeleri Ekonomileri* (ss. 21-28) içinde, Bursa: MKM Yayıncılık.

Gericke, D., A. Burmeister, J. Löwe, J. Deller ve L. Pundt (2018), "How Do Refugees Use Their Social Capital for Successful Labor Market Integration? An Exploratory Analysis in Germany", *Journal of Vocational Behavior*, 105, 46–61.

Giacomin, O., F. Janssen, J. Guyot ve O. Lohest (2011), "Opportunity and/or necessity entrepreneurship? The impact of the socio-economic characteristics of entrepreneurs", *MPRA Paper 29506, University Library of Munich*, Germany. https://mpra.ub.uni-muenchen.de/29506/2/MPRA_paper_29506.pdf (Erişim: 01.08.2017)

Gibb, A.A. (l987), "Enterprise Culture- Its Meaning and Implications for Education and Training", *Journal of European Industrial Training*, 11. doi: 10.1108/03090590010373325

Godsey, L.M. (2006), *Gaining Entrepreneurial Perspective: The Impact of Venture Creation Role Models on High School Career Intention,* Unpublished Doctorate Dissertation, University of Nebraska, Nebraska

Hall, M. (1999), *English Caribbean Immigrant Entrepreneurs in Montreal,* Unpublished Master Dissertation, Concordia University, Montreal, Quebec, Canada.

Harding, R., D. Brooksbank, M. Hart, D. Jones-Evans, J. Levie, vd. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor United Kingdom 2005*, London: London Business School, Global Entrepreneurship Monitor.

Hechavarria, M.D. ve P.D. Reynolds (2009), "Cultural Norms & Business Start-Ups: The Impact of National Values on Opportunity and Necessity Entrepreneurs, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(4), 417-437.

Hofstede, G. (2011), "Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context", *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 1-26. doi:10.9707/2307-0919.1014

İlhan, S. (2003), "Sosyo-Ekonomik Bir Fenomen Olarak Girişimciliğin Oluşumunu Etkileyen Başlıca Faktörler", *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11, 62-79.

İnal, G. (2002), "Why Do Minority Ethnic People Start Up Small Businesses in Britain?", *First Annual International SME-2002 Conference*, University of Hertfordshire, UK.

İrmiş, A., İ. Durak ve L. Özdemir (2010), *Girişimcilik Kültürü Anadolu Girişimciliğinden Örnekler*, Bursa: Ekin Yayınevi.

Kap, D. (2014), "Suriyeli Mülteciler: Türkiye'nin Müstakbel Vatandaşları", *Akademik Perspektif Dergisi*, Aralık, 30-35.

Kayalar, M. ve S. Yıldız (2017), "Uluslararası Göç Sonrası Ortaya Çıkan Girişimcilik Türleri", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(1), 55-62.

Koçak, O. ve E. Kavi (2011), "MENA Ülkelerinde Girişimcilik", H. Genç ve F. Sayım (Eds.), *Ortadoğu ve Kuzey Afrika Ülkelerinin Ekonomik Yapısı MENA Ülkeleri Ekonomileri* (ss. 89-119) içinde, Bursa: MKM Yayıncılık.

Light, I.H. ve S.J. Gold (2000), "Ethnic Economies", *Journal of American Ethnic History*, 4, 88-90.

Liñán, F., J. Fernández-Serrano ve I. Ronnero (2013), "Necessity and Opportunity Entrepreneurship: The Mediatıng Effect of Culture", *Revista de Economía Mundial*, 33, 21-47.

Lyon, F., L. Sepulveda ve S. Syrett (2007), "Enterprising Refugees: Contributions and Challenges in Deprived Urban Areas", *Local Economy*, 22(4), 362-375.

McClelland, D.C. (1961), *The Achieving Society*, Princeton, NJ: Van Nostrand.

Mouselli, S. ve B. Khalifa (2017), "Entrepreneurship In Crisis: The Determinants of Syrian Students' Entrepreneurial Intentions", *Business, Management and Education*, 15(2), 159–173. doi:10.3846/bme.2017.386

Newman, A., J. Bimrose, I. Nielsen ve H. Zacher (2018), "Vocational Behavior of Refugees: How do Refugees Seek Employment, Overcome Work-related Challenges, and Navigate Their Careers?", *Journal of Vocational Behavior*, 105, 1–5.

Nişancı, Z.N. (2015), "Göçmen Girişimcilik Üzerine: Pittsburgh'taki Türk Girişimciler", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 10(1), 1-28.

Obschonka, M., E. Hahn ve N.H. Bajwa (2018), "Personal Agency in Newly Arrived Refugees: The Role of Personality, Entrepreneurial Cognitions and Intentions, and Career Adaptability", *Journal of Vocational Behavior*, 105, 173–184.

Pereira Valarini, P.F. (2015), *Time to Restart: The Experience of Syrian Refugees in Establishing a Business in Istanbul*, Unpublished Master Thesis, University of Utrecht, Hollanda. https://dspace.library.uu.nl/handle/1874/322297 (Erişim: 01.08.2017)

Rath, J. ve R. Kloosterman (2000), "Outsiders' Business: A Critical Review of Research on Immigrant Entrepreneurship", *International Immigrant Review*, 34(3), 657-681.

Rath, J. ve R. Kloosterman (2002), "Editorial: The Economic Context, Embeddedness and Immigrant Entrepreneurs", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 8(1/2), 1-4.

Reynolds, P. ve B. Miller (1992), "New Firm Gestation: Conception, Birth, and Implications for Research", *Journal of Business Venturing*, 7(5), 405-417.

Sanders, J.M. ve V. Nee (1996), "Immigrant Self-Employment: The Family as Social Capital and TheValue of Human Capital", *American Sociological Review*, 61(2), 231-249.

Segal, G., D. Borgia ve J. Schoenfeld (2005), "The Motivation to Become an Entrepreneur", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(1), 42-57.

Shane, S., L. Kolvereid ve P. Westhead (1991), "An Exploratory Examination of The Reasons Leading to New Firm Formation across Country and Gender", *Journal of Business Venturing*, 6, 431–46.

Strüder, I.R. (2003), *Do concepts of ethnic economies explain existing minority enterprises? The Turkish speaking economies in London*, Research Papers in Environmental and Spatial Analysis, London School of Economics and Political Science, No:88. http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.734.3448&rep=rep1& type=pdf (Erişim: 01.08.2017)

Subanova, A. (2013), *Türkiye'deki Kırgız ve Kazak Kökenli Göçmen Girişimciler Üzerine Bir Alan Araştırması*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Üstün, N. (2016), "Suriyelilerin Türk İşgücü Piyasasına Entegrasyonu Sorunlar-Öneriler", Konya: *Konya Ticaret Odası Ekonomik Araştırmalar ve Proje Müdürlüğü Araştırma Raporu.* http://www.kto.org.tr/d/file/suriyelilerin-turk-isgucu-piyasasina-entegrasyonu,-sorunlar-oneriler---nazli-ustun.pdf (Erişim: 01.08.2017)

Volery, T. (2007), "Ethnic Entrepreneurship: A Theoretical Framework, in Léo-Paul Dana (Ed.), *Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship: A Co-evolutionary View on Resource Management* (ss. 30-41) içinde, Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Wagner, J. (2005), "Der Noth gehorchend, nicht dem eignen Trieb - Nascent Necessity and Opportunity Entrepreneurs in Germany", *IZA Discussion Paper No. 1608*.

Wahlbeck, Ö. (2007), "Work in the Kebab Economy: A Study of the Ethnic Economy of Turkish Immigrants in Finland", *Ethnicities,* 7(4), 543-563.

Waldinger, R. (1984), "Immigrant Enterprise in the New York Garment Industry", *Social Problems,* 32(1), 60-71.

Waldinger, R., H. Aldrich ve R. Ward (1990b), *Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies,* Volume 1, London: Sage Publications.

Waldinger, R., H. Aldrich ve R. Ward, (1990a), "Opportunities, group characteristics, and strategies". R. Waldinger, H. Aldrich ve R. Ward (Eds.), *Ethnic entrepreneurs: Immigrant businesses in industrial societies* (ss. 13–48) içinde, Newbury Park, CA: Sage.

Wang, Q. (2010), "Immigration and Ethnic Entrepreneurship: A Comparative Study in the United States", *Growth and Change*, 41(3), 430-358.

Wang, Q. ve W. Li (2007), "Entrepreneurship, Ethnicity and Local Context: Hispanic Entrepreneurs in Three U.S. Southern Metropolitan Areas", *Geojournal*, 68(2-3), 167-182.

Wauters, B. ve J. Lambrecht (2006), "Refugee Entrepreneurship in Belgium: Potential and Practice", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(4), 509–525.

Wauters, B. ve J. Lambrecht (2008), "Barriers to Refugee Entrepreneurship in Belgium: Towards an Explanatory Model", Journal of Ethnic and Migration Studies, 34(6), 895-915. doi:10.1080/13691830802211190

Williams, C.C. (2009), "The motives of off-the-books entrepreneurs: necessity- or opportunity-driven?", *International Entrepreneurship and Management Journal,* 5, 203–217. doi:10.1007/s11365-008-0098-8

Wyndham Wingham, D. (2018), "Entrepreneurship Through the Ages", H. P. Welsch (Ed.), *Entrepreneurship The Way Ahead* (ss. 41-56) içinde, London, UK: Routledge.

Yıldırım, A. ve H. Şimşek (2004), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi

Journal of Entrepreneurship and Innovation Management

Cilt / Volume 7 | Sayı / Issue 2 | Aralık / December 2018

ISSN 2147-5792

Investigating the Mediating Role of Innovation in the Relationship Between Entrepreneurship and Regional Economic Development
İsmail DEMİRDAĞ

İten ve Çeken Faktörler Temelinde Türkiye'deki Suriyeli Mültecilerin Girişimci Olma Nedenleri
The Reasons for Syrian Refugees in Turkey Becoming Entrepreneurs Based on Push and Pull Factors
Duygu DENİZ, Metin REYHANOĞLU

Kripto Para Girişimciliğinde Güven Faktörü Üzerine Bir Araştırma
A Research on Trust Factor in Crypto Currency Entrepreneurship
İsmail METİN, Enis YAKUT

Üniversite Öğrencilerin İnovasyon Profilleri ile Proje Geliştirme Dersindeki Akademik Başarıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi
An Investigation of the Relationship Between University Students' Innovativeness Profile and Their Academic Success in the Project Development Course
İbrahim ARPACI

Aile İşletmelerinde Birinci ve İkinci Kuşakların Girişimcilik Algısı: Bucak'taki Aile İşletmeleri Üzerinde Nitel Bir Araştırma
First and Second Generations' Entrepreneurship Perception in Family Businesses: A Qualitative Research on Family Businesses in Bucak
Funda KIRAN, Özlem ÇETİNKAYA BOZKURT

BETA

Sayı 13

JEIM

Journal of Entrepreneurship and Innovation Management

Scope (scope.html) Editorial Team (editorial-team.html) Editorial Policy (editorial-policy.html)

Guide for Authors (guide-for-authors.html) LAST ISSUE Indexed in (indexed-in.html) About Journal (about-journal.html)

MANUSCRIPT HANDLING SYSTEM (yonetim) FAQs (faqs.html)

LAST ISSUE (last-issue.html)

PAST ISSUES (past-issues.html)

PLAGIARISM (plagiarism.html)

OPEN ACCESS (open-access.html)

SPECIAL ISSUE (special-issue.html)

SAMPLE ARTICLES (sample-articles.html)

MOST DOWNLOADED ARTICLES (most-downloaded-articles.html)

7 (2), 2018

Cevahir UZKURT
From Editor

İsmail Demirdağ
Investigating the Mediating Role of Innovation between Entrepreneurship and Regional Economic Development

Duygu Deniz & Metin Reyhanoğlu
The Reasons for Syrian Refugees in Turkey Becoming Entrepreneurs Based on Push and Pull Factors

İsmail Metin & Enis Yakut
A Research on Trust Factor in Crypto Currency Entrepreneurship

Ibrahim Arpacı
An Investigation of the Relationship Between University Students' Innovativeness Profile and Their Academic Success in the Project Development Course

Funda Kıran & Özlem Çetinkaya Bozkurt
First and Second Generations'Entrepreneurship Perception in Family Businesses: A Qualitative Research on Family Businesses in Bucak



JEIM

Journal of Entrepreneurship and Innovation Management

Scope (scope.html) Editorial Team (editorial-team.html) Editorial Policy (editorial-policy.html)

Guide for Authors (guide-for-authors.html) Indexed in (indexed-in.html) About Journal (about-journal.html)

MANUSCRIPT HANDLING SYSTEM (yonetim) FAQs (faqs.html)

LAST ISSUE (last-issue.html)

PAST ISSUES (past-issues.html)

PLAGIARISM (plagiarism.html)

OPEN ACCESS (open-access.html)

SPECIAL ISSUE (special-issue.html)

SAMPLE ARTICLES (sample-articles.html)

MOST DOWNLOADED ARTICLES (most-downloaded-articles.html)

Indexed in

TÜBİTAK ULAKBİM (http://cabim.ulakbim.gov.tr/tr-dizin/tr-dizinde-dizinlenen-dergi-listesi/)

OAJI.net Open Academic Journals Index (http://oaji.net)

Google scholar (https://scholar.google.com/schhp?hl=en)

