



**İTME VE ÇEKME FAKTÖRLERİNİN GÖÇMEN GİRİŞİMCİLERİN ALGILANAN REKABET STRATEJİLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ VE İŞ YAŞAM EVRELERİ DÖNGÜSÜNÜN MODERATOR ROLÜ: SURIYELİ GÖÇMEN GİRİŞİMCİ ÖRNEĞİ<sup>1</sup>**

Tülay İLHAN NAS<sup>2</sup>

Yağmur ÇOLAK<sup>3</sup>

**ÖZET**

Bu çalışmada, itme-çekme faktörlerinin göçmen girişimcilerin algılanan rekabet stratejileri üzerindeki etkisi, firmaların iş yaşam evreleri de dikkate alınarak, ev sahibi ülke bağlamında tespit edilmeye çalışılmaktadır. Bu bağlamda sosyal ağ teorisinden, kurumsal teoriden ve kaynak temelli görüş çerçevesinden hareket edilerek göçmenleri girişimci olmaya yönlendiren itme-çekme faktörleri ile Porter'ın rekabet stratejilerini içeren eklektik bir model önerilmektedir. Bu model çerçevesinde geliştirilen hipotezler, Gaziantep'te ve Trabzon'da faaliyet gösteren toplam 55 Suriye kökenli göçmen girişimci ile yüz yüze yapılan soru kâğıdı çalışması aracılığıyla toplanan verilerle test edilmektedir. Çekme faktörleri olarak ele alınan sosyal ağların, sosyal sermayenin, insan sermayesinin ve itme faktörü olarak dâhil edilen kurumsal bağlamın göçmen girişimciliğin algılanan rekabet stratejileri üzerindeki etkisi ve iş yaşam evreleri döngüsüne dair öngörülen moderatör etkilerin test edilmesi için lojistik regresyon analizi kullanılmıştır. Sosyal ağların, sosyal sermayenin, insan sermayesinin, kurumsal bağlamın ve iş yaşam evrelerinin aşamalı etkisinin ele alındığı lojistik regresyon analizleri sonuçlarına göre yorumlanmıştır. Araştırma bulguları, göçmen girişimcilerin maliyet liderliği stratejisini tercih etmelerinde en önemli etkenin sahip oldukları güçlü bağlar olduğunu; farklılaştırma stratejisini tercih etmelerinde ise dışsal sosyal sermayelerinin önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Aynı zamanda göçmen girişimcilerin, ev sahibi ülkenin işgücü piyasasında edindikleri deneyim, farklılaştırma stratejisini tercih etmelerinde bir diğer önemli unsur olmaktadır. İş yaşam evresinin, itme faktörleri ile algılanan rekabet stratejileri arasındaki ilişki üzerinde anlamlı bir düzenleyici etkisine rastlanılmamıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Göçmen Girişimci, Rekabet Stratejileri, Suriyeli Göçmenler.

**Jel Kodları:** M13, M19.

**THE EFFECTS OF PULL AND PUSH FACTORS ON PERCEIVED COMPETITION STRATEGIES OF IMMIGRANT ENTREPRENEURS AND THE MODERATING ROLE OF BUSINESS LIFE CYCLE: THE CASE OF SYRIAN IMMIGRANT ENTREPRENEUR**

**ABSTRACT**

In this study, we investigate the effect of push-pull factors on the perceived competitive strategies of immigrant entrepreneurs in the context of the host country, taking into account the business life stages of companies. In this context, an eclectic model is presented including the push-pull factors that lead immigrants to become entrepreneurs and Porter's competition strategies. In light of social network theory, institutional theory and resource-based perspective. The hypotheses developed are tested through a face-to-face questionnaire study with 55 Syrian migrant entrepreneurs operating in Gaziantep and Trabzon. Logistic regression analysis was used to test the effects of social networks, social capital, human capital, which are considered as pull factors, and the institutional context included in the model as a push factor, on the perceived competitive strategies of immigrant entrepreneurship and the predicted moderator effects of the business life cycle. Research findings show that the most important factor in the choice of cost leadership strategy by immigrant entrepreneurs is the

<sup>1</sup> Bu çalışma, Karadeniz Teknik Üniversitesi, SBE, Yönetim ve Organizasyon ABD'nde 2019 tarihinde sunulan "İtme-Çekme Faktörlerinin Türkiye'de Faaliyet Gösteren Suriyeli Göçmen Girişimcilerin Algılanan Rekabet Stratejileri Üzerindeki Etkisi" Başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>2</sup> Prof. Dr., KTÜ İİBF İşletme Bölümü, tulayilhan@yahoo.com

<sup>3</sup> yagmurcollak@gmail.com



strong bonds they have; it reveals that their external social capital is important for them to prefer differentiation strategy. At the same time, the experience of immigrant entrepreneurs in the labor market of the host country is another important factor in their choice of differentiation strategy. There was no significant moderating effect of the work life phase on the relationship between push factors and perceived competitive strategies.

**Keywords:** Migrant Entrepreneurship, Competition Strategies, Syrian Migrant.

**Jel Codes:** M13, M19.

## 1. GİRİŞ

Günümüzde dünyanın birçok yerinde farklı güdülerle göç hareketleri yaşanmakta ve bu hareketler hem buldukları bölgeyi hem de dünyanın tamamını önemli ölçüde etkilemektedir. Günümüzün küresel dünyasının en çok öne çıkan kavramlarından biri olan girişimcilik, gerek ekonomik gerekse sosyal açıdan etkileri sürekli gündemde olan göç hareketleriyle birleşerek göçmen girişimcilik alanını gündeme taşımaktadır. Dünyada göçmen nüfusunun artması, gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerde etnik azınlıkların kendi sahipliklerinde olan işletmeler ile etkin olarak iş hayatına katılmaları gibi hususlar, göçmen girişimciliği kavramının önemini her zaman koruduğuna işaret etmektedir (Subanova, 2013: 19). Bu çalışmada da Suriyeli göçmen girişimcilerin kurdukları firmalarda benimsedikleri rekabet stratejilerini daha derinlemesine açıklamak amacıyla söz konusu stratejileri etkileyen itme ve çekme faktörleri ile firmaların iş yaşam evleri (döngüleri) dikkate alınarak yazına katkıda bulunulmaya çalışılmaktadır.

Göçmen girişimcilik, iktisadi kalkınmada ciddi bir rol oynadığı için her dönem önemli bir sosyo-ekonomik olay olmayı başarmaktadır. Bu nedenle ilgili yazında göçmen girişimciliği inceleyen çalışmalar yoğun olarak yer almaktadır. Türkiye bağlamında göçmen girişimciliği ele alan Shinnar ve Zamantılı-Nayır (2019), Özkul ve Dengiz (2018), Subanova (2013), Nişancı (2015), Taş vd. (2012) gibi akademisyenlerin yaptıkları çalışmalar olmakla beraber çalışma sayılarının yeterli düzeyde olduğunu söylemek mümkün olmamaktadır. Gerek Türkiye gerekse dünya genelinde ekonomik ve sosyolojik açıdan bu kadar önemli bir alanın daha derinlemesine irdelenmesi gerekmektedir. Bilhassa son yıllarda Türkiye, göçmen girişimcilik faaliyetlerinin önemli boyutlara ulaştığı ülkelerin başlarında gelmektedir. Türkiye ile Suriye arasında uzun sınır hattının olması, binlerce Suriyelinin Türkiye’de akrabasının olması, Türkiye’nin Suriyeli göçmen girişimcilere yönelik uyguladıkları “açık kapı” politikasının yanı sıra “geçici koruma statüsü ve geri göndermeme” politikaları gibi nedenlerden dolayı Türkiye tarihinin en büyük göç dalgalarından biri olarak değerlendirilen Suriyeli göçmenlerin sayıları, kalış süreleri ve Türkiye ekonomilerine etkileri gün geçtikçe artmaktadır. Gittikleri farklı lokasyonlarda göçmenleri destekleyici güç olarak “çekici” ve zorlayıcı güç olarak “itici” faktörler bulunmaktadır. Bu çalışmada da, Türkiye bağlamında Suriyeli göçmenleri girişimci olmaya yönlendiren bu faktörlerin etkileri irdelenerek Türkiye bağlamına yönelik bilgi üretilmesi amaçlanmaktadır. Böylece Türkiye bağlamında özellikle Güneydoğu bölgesinde girişimcilik faaliyetlerinde önemli bir paya sahip olan Suriyeli göçmenlerin stratejik davranışları daha iyi tanınmaya çalışılmaktadır.

Anlatılanlar ışığında mevcut çalışmada, Suriyeli göçmen girişimcilerin kurdukları firmalarda benimsedikleri rekabet stratejileri irdelenmektedir. Yoğun küresel rekabet ortamında firmalar rekabet üstünlüğü yakalayabilmek için faaliyette buldukları pazar koşullarına uygun rekabet stratejileri geliştirmektedirler. Tercih edilen rekabet stratejileri firma içi faaliyetlerden ürün yapılarına, pazar tercihlerine kadar tüm firma faaliyetlerini etkilemektedir. Diğer bir deyişle, firmanın başarıya ya da başarısızlığında kilit bir rol oynamaktadır. Göçmen girişimcilerin söz konusu rekabet stratejilerini tercih etmelerinde ise kendi tercihleri dışında farklı faktörler de rol oynayabilmektedir. Bu çalışma ile de firma başarısında kilit faktör olmakla birlikte daha önce ilgili yazında araştırılmayan rekabet stratejilerini etkileyen itme ve çekme faktörleri belirlenerek ilgili yazına katkıda bulunulması amaçlanmaktadır. İlgili yazında itme ve çekme faktörleri fazlaca ele alınan bir konu olmakla birlikte bu faktörlerin stratejiler üzerindeki etkisinin, önemine karşın, yönetim alanında yeterince ilgi uyandırmadığı görülmektedir. Bu çalışmada ise itme-çekme faktörlerinin Türkiye’de faaliyette bulunan Suriyeli göçmen girişimcilerin algılanan rekabet stratejileri üzerindeki etkisi, iş yaşam evrelerinin düzenleyici etkisi de dikkate alınarak derinlemesine irdelenmekte ve söz konusu ilişkilere dair görgül kanıtlar sunulmaya çalışılmaktadır.



Çalışmanın bölümleri özetlenecek olursa, bir sonraki bölümde ilgili yazın ışığında geliştirilen araştırma modeli ve hipotezlerini içeren kavramsal çerçeve ortaya konulmaktadır. Daha sonra araştırma tasarımı ve bulgular sunulmaktadır. Çalışma, bulguların tartışıldığı sonuç ve değerlendirme kısmı ile son bulmaktadır.

## 2. ÇALIŞMANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

### 2.1. Göçmen Girişimciliği

Genel anlamda bireylerin ya da toplumsal grupların coğrafi olarak geçici veya kalıcı bir şekilde bir yerden başka bir yere gitmesi “göç”, bu yer değiştirme işini gerçekleştiren bireyler ise “göçmen” olarak tanımlanmaktadır (Özcan, 2016: 185). Bununla birlikte ekonomik, siyasi, sosyal, dini ve bunun gibi birtakım sebeplerden dolayı vatandaşı olduğu ülkeyi gönüllü bir şekilde terk eden ve başka bir ülkeye yerleşme amacıyla giden bireyler de bu tanım içinde yer almaktadır (Koç vd., 2015: 68).

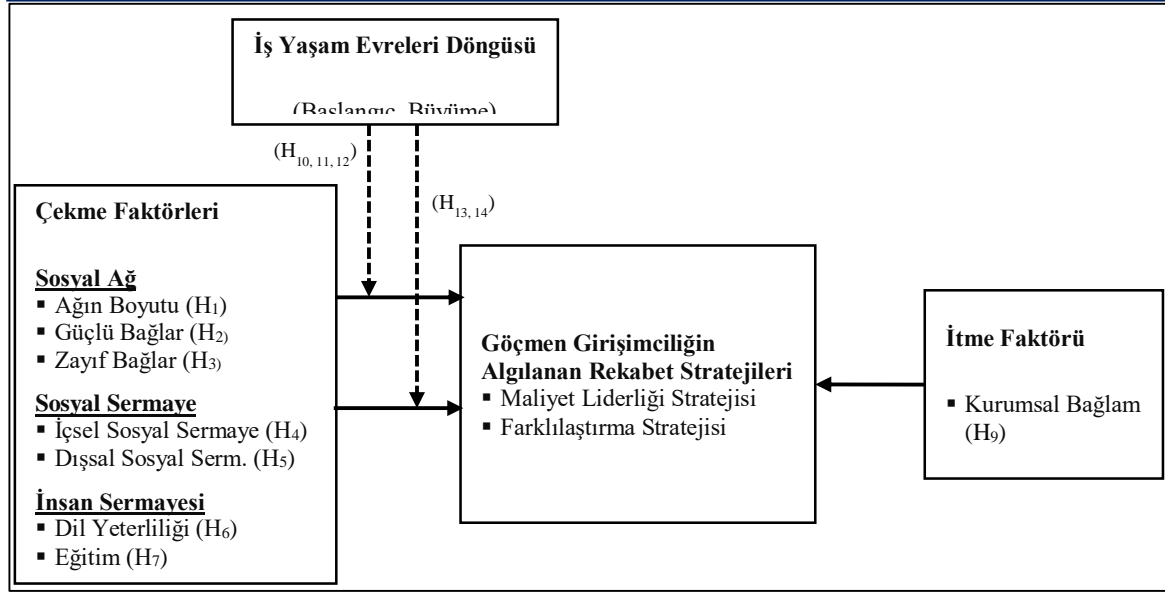
Göçmen girişimciler, “bir ülkeye yakın bir zamanda gelmiş ve ekonomik olarak hayatta kalma amacıyla ticarete başlamış bireyler” olarak tanımlanmaktadır (Waldinger vd., 1990). Bu bireyler ülkeye yakın bir zamanda gelen göçmenleri, daha önceki zamanlarda gelen göçmenleri ve ortak bir kökene ve varış noktasına sahip olup göçmen olmayan bireyleri birbirlerine bağlayan göç ağlarını içine almaktadır (Butler ve Greene, 1997’den aktaran Chaganti ve Greene, 2002: 128). Başka bir ifadeyle, göç edilen ülkeye vardıktan sonra o ülkeye daha önce gelmiş ve halen orda yaşamakta olan benzer kökenlerden gelen kimseler ile şahsi bağlantılar aracılığıyla kendi işlerini kuran bireyler, göçmen girişimciler olmaktadır (Chand ve Ghorbani, 2011: 594-595). Göçmen girişimcilik, “doğdukları ülkeden en az bir yıl süre ile başka bir yere yerleşen göçmenlerin ev sahibi ülkede girişimde bulunmaları” olarak tanımlanmaktadır (Subanova, 2013: 17). Burada da çalışmanın amacına uygun olduğu için Subanova’nın (2013) tanımı benimsenmektedir.

İlgili yazında kullanılan göçmen girişimciliği ile aynı anlamda ve birbirleri yerine kullanılan ancak temelde farklı olan, “etnik girişimcilik” ve “azınlık girişimciliği” kavramlarından da bahsetmek gerekmektedir. Etnik girişimcilik, “ortak bir ulusal geçmişi veya göç tecrübelerini paylaşan bireyler arasındaki etkileşime ait bağlantılar ve düzenli kalıplar dizisi” olarak tanımlanmıştır (Waldinger vd, 1990: 3). Azınlık girişimciler ise; “ticari müessese sahipleri olup çoğunluğu oluşturan gruba ait olmayanlar”dır (Chaganti ve Greene, 2002: 128). Başka bir deyişle, azınlık girişimciliği kavramının yaşadığı ülkenin vatandaşı olmakla birlikte etnik, ırksal, dinsel, kültürel açıdan çoğunluktan farklı olmayı ya da sayıca az olmayı yansıttığı söylenebilmektedir. Öte yandan ilgili yazında yapılan bu tanımlar arasında net bir ayrım söz konusu olmamaktadır.

### 2.2. Araştırma Modeli

Bu çalışmada, ilgili yazın ışığında geliştirilen eklektik model Şekil 1’de sunulmaktadır. Şekil 1’de de görüldüğü üzere çekme ve itme faktörlerinin göçmen girişimcilerin algılanan rekabet stratejisi üzerindeki etkisi hem doğrudan hem de iş yaşam evrelerinin düzenleyici etkisi dikkate alınarak irdelenmektedir. İtme ve çekme faktörleri ilgili yazında farklı bakış açılarından hareketle sıkça ele alınan konulardır. Girişimcileri olumlu yönde cesaretlendiren etmenler “çekme” faktörleri, olumsuz yönde etkileyip zorunda bırakan etmenler ise “itme” faktörleri olarak ifade edilmektedir. Bu çalışmada da sosyal ağ teorisi, kaynak temelli görüş ve kurumsal kuram çerçevesinde göçmen girişimciler üzerinde etkisi olan itme ve çekme faktörleri belirlenmiştir. Sosyal ağ kuramı çerçevesinde *sosyal ağ (ağın boyutu, güçlü / zayıf bağlar)* ile *sosyal sermaye (içsel ve dışsal sosyal sermaye)* faktörleri, kaynak temelli görüş çerçevesinde *insan sermayesi (dil yeterliliği, eğitim, deneyim)* çekme faktörleri olarak ele alınırken, itme faktörü olarak kurumsal kuram çerçevesinde *kurumsal bağlam* modele dâhil edilmiştir.

Geliştirilen modelde çekme faktörlerinden *sosyal ağ* ve *sosyal sermaye* faktörlerinin rekabet stratejileri üzerindeki etkileri ele alınırken söz konusu ilişkiler üzerinde etkisi olduğu düşünülen firmanın iş yaşam döngüsü evreleri olan *başlangıç* ve *büyüme* aşamalarının düzenleyici etkileri de araştırılmaktadır.



**Şekil 1.** İtme-Çekme Faktörlerinin Göçmen Girişimcilerin Algılanan Rekabet Stratejileri Üzerindeki Etkisini ve İş Yaşam Döngüsünün Düzenleyici Etkisini Ortaya Koyan Araştırma Modeli

Geliştirilen araştırma modeli çerçevesinde “rekabet stratejileri” olarak Porter’ın rekabet stratejilerinin sınıflandırılmasından hareket edilerek *maliyet liderliği* ve *farklılaştırma* alt rekabet stratejileri ele alınmaktadır. İlgili yazında Miles ve Snow’un (1978) ve Porter’in (1980) rekabet stratejileri yaygın kabul görmektedir. Bu araştırmada daha fazla kabul gördüğü ve Miles ve Snow’un rekabet stratejileri ile örtüştüğü için Porter’ın sınıflandırması kullanılmaktadır. Firma düzeyinde rekabet stratejileri, işletmenin bulunduğu endüstride yer alan başka firmalar karşısında nasıl rekabet edeceğini açıklamaktadır. Bu stratejilerin, firmalar tarafından doğru bir biçimde uygulanması pazarda rekabet üstünlüğünün kazanılmasına ve sürdürülmesine olanak tanımaktadır (Porter, 1985).

Farklılaştırma stratejisi, firmanın değer yaratan tüm faaliyetlerini farklılaştırarak, pazar genelinde eşsiz ve farklı diye tanımlanabilecek bir ürün veya hizmet yaratmak olarak tanımlanmaktadır. Bu strateji ürün farklılaştırma, pazar farklılaştırma, kalite farklılaştırma, imaj farklılaştırma, hizmet farklılaştırma, teknoloji farklılaştırma ve inovasyon farklılaştırma gibi çeşitli boyutlar altında uygulanmaktadır (Beal ve Yasai-Ardekani, 2000).

Maliyet liderliği stratejisini izleyen firmalar ise kaliteden ödün vermeden (Singer vd., 2007: 27), fiyatlarda bir oynama söz konusu olmadan kar marjını arttırmak amacıyla, pazarda en düşük maliyetle ürün üretmeyi ve hizmetlerini sunmayı amaçlamaktadır (Bal, 2011: 121). Bu avantajların bir veya birden fazlasının yokluğu halinde, rakipler stratejiyi rahatlıkla taklit edilebilmektedir (Tanwar, 2013: 12). Standart ürünleri basit bir şekilde üretmek, maliyetler için geniş ürün yelpazesinin varlığı ve büyük müşteri gruplarına hizmet vermek bu avantajları elde edebilmek için gerekli olmaktadır (Porter, 2010: 45).

### 2.2.1. Çekme Faktörlerinin Göçmen Girişimciliğin Algılanan Rekabet Stratejileri Üzerindeki Etkisi

#### *Sosyal ağ*

Ağ kuramı farklı disiplinler tarafından hem aktörler hem de örgütler arasındaki ilişkileri irdelemek için kullanılmaktadır Hoang ve Antoncic (2003: 167), ağları “bir dizi aktörler ve onları birbirine bağlayan ilişkiler” şeklinde ifade etmektedir. Ağlar bilgi üreten ve yayan, çok sayıda avantaj sunan ve farklı kaynaklara erişim imkânı sağlayan sosyal yapıda var olan tüm bağlantıları kapsamaktadır. Sahip oldukları ağlar, göçmen girişimcilere gerek işletmelerinin kuruluşunda gerekse işletmelerinin yaşamlarını devam ettirmelerinde önemli avantajlar sunmaktadır. Sosyal ağlar, göçmen girişimcilere eğitim, sermaye, makine, hammadde ve işgücü



teminlerinde ve ayrıca pazarlara en etkin şekilde ulaşma konusunda büyük fırsatlar sunmaktadır (Subanova, 2013: 29). Göçmen girişimciler gerek girişim fırsatlarını keşfederken gerekse ihtiyaç duydukları bilgilere ve fikirlere ulaşabilmek için sosyal ağlarına başvurumaktadırlar (Hoang ve Antoncic, 2003: 169).

Sosyal ağ kuramına göre, aktörün davranışı sosyal ilişkilerine bağlı olmaktadır ve ağlar göçmen girişimcilerin işyerleri kurmasında itici güç olabilmektedir. Birçok aktör etkileşime geçtiğinde bir ağ yapısı meydana gelmektedir (Atsan, 2017: 4). Ağ mekanizmasının bütünü yoğunluk ya da aktörler arasındaki bağlantı sayısı ve bağlantılılık gibi özelliklere sahip olmaktadır. Bu çalışma kapsamında sosyal ağ kavramı “ağ boyutu” ve “güçlü / zayıf bağlar” düzeyinde ele alınmaktadır.

*Ağ boyutu*, bir ağda yer alan toplam etkileşimli aktör sayısı olarak ifade edilmektedir. Aktörün sahip olduğu biçimsel (formal) ve biçimsel olmayan (informal) bağların sayısı sosyal ağın boyutunu tanımlamaktadır (Dubini ve Aldrich, 1991). Göçmen girişimcinin sahip olduğu sosyal ağlardan yararlanabilmesi, bu ağların çeşitli fırsatlar sunacak “yeterli büyüklükte olması”na bağlı olmaktadır (Greve ve Salaff, 2003: 3).

Rekabet stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi, maliyetleri azaltabilmek için hammaddeye daha kolay ve ucuza erişimi ve etkin maliyet kontrollerini gerekli kılmaktadır. Bu nedenle maliyet liderliği stratejisini benimseyen girişimciler maliyet bakımından üstünlük sağlayan bütün kaynakları bulmalı ve değerlendirmelidir (Özer, 2013: 362). Bu bağlamda geniş bir ağa sahip olan göçmen girişimciler daha fazla bilgi, kaynaklara daha kolay erişim, daha ucuz sermaye ve çok sayıda fırsatlara ulaşma imkânları sunmaktadır. Witt (2004) ağların en büyük üstünlüğünün, piyasalardan temine göre kaynakların daha ucuza temin edilebilmesi olduğunu vurgulamaktadır. Göçmen girişimciler için etnik bağlantılar hem işlem maliyetlerini düşürmekte hem de etnik gruplar arasındaki rekabeti azaltmaktadır. Birçok noktada yaşadığı belirsizlikle baş edebilmek için piyasada ayakta kalabilmek adına göçmen girişimci, farklılaşmanın getireceği yeni risklerle bilmediği denizlere açılmak yerine maliyetlerini azaltarak kâr marjını arttırmayı tercih edecektir. Sahip olduğu geniş etnik ağlar da yukarıda vurgulanan farklı maliyet avantajlarını sunarak onun işini kolaylaştıracağından dolayı, risk ve belirsizlik barındıran farklılaşma stratejisine kıyasla, daha fazla maliyet liderliği stratejisini benimseme eğiliminde olması beklenmektedir. Diğer bir ifadeyle, büyük bir etnik ağın varlığı göçmen girişimciye daha fazla kişi, bilgi, yeni ve ucuz kaynaklar (Meyra vd., 2001) ve çevre fırsatlarına daha iyi yanıt verme (Dubini ve Aldrich, 1991) dolayısıyla aşına olduğu pazarda daha düşük risklerle maliyetleri düşürme fırsatları anlamına gelmektedir.

Bu açıklamalar doğrultusunda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

*H<sub>1</sub>: Göçmen girişimcilerin geniş bir ağa sahip olması, maliyet liderliği rekabet stratejisini tercih etmelerini olumlu yönde etkilemektedir.*

*Güçlü ve zayıf bağları* tanımlarken Granovetter (1973: 1361) “bir bağın gücü, bağı biçimlendiren zamanın miktarının, duygusal yoğunluğunun, içtenliğinin ve karşılıklı yükümlülüklerin bir birleşimidir” şeklinde ifade etmektedir. Güçlü bağlar aktörler arası duygusal yoğunluğu yüksek olan yakın ilişkileri nitelerken, zayıf bağlar daha nadir etkileşimde bulunulan ve daha az duygusal yoğunluğu olan bağlar olarak tanımlanmaktadır. Güçlü bağlar, derin ve sürekli bağlantıları içermektedir (Wellman, ve Wortley, 1990: 581). Güçlü bağları olan aktörler, birbirleriyle ilişki kurarak kendi ilişkilerini geliştirirken sürekli aynı aktör ve ağlarla olan diyalogları yeni bilgi edinimlerini ciddi oranda kısıtlamaktadır (Granovetter, 1973: 1362). Güçlü bağlar düşük maliyetli önemli kaynaklar sunmaktadır. Göçmen girişimciler, etnik ağları içinde sahip oldukları güçlü bağlarla bol miktarda bilgi alışverişi, güven ortamı ve problem çözüme işbirliği sağlayarak ağ düzeni içerisinde var olan fırsatlara daha hızlı erişebilmektedirler. Ayrıca güçlü bağlar, ağdaki bireylerin göçmen girişimciye yardım etmede daha yüksek motivasyon sergilemelerine neden olabilmektedir. Yapısal yerleşiklik yaklaşımına göre de, örgütlere en çok getiriyi kazandıran bağlar, örgütler arasındaki “yerleşik bağlar” olarak tanımlanan güçlü bağlar olarak nitelenmektedir (Granovetter, 1973). Bu nedenle, güçlü bağların sunduğu bu fırsatlardan dolayı, göçmen girişimcilerin güçlü bağlarla oluşturulmuş ağlarının, onların maliyet liderliği stratejisini benimsemeleri yönünde güdüleyici bir etkisinin olması beklenmektedir.

Zayıf bağlar ise aktörlerin sosyal ortamları dışındaki ortamlara erişmelerine imkân tanımaktadır. Granovetter (1973) bireylerin sahip oldukları zayıf bağların, daha fazla yenilik kaynağı olduğu için daha faydalı olduğunu vurgulamaktadır. Söz konusu bağlar aracılığıyla aktör ulaşılması olası olmayan sosyal çevrelere erişebilmekte ve birinciden edinmeyeceği bilgilere erişmesi olanaklı hale gelebilmektedir (Atsan, 2017: 5). Ayrıca zayıf bağlar iş büyümesini kolaylaştırarak ve yeni fırsatların bulunmasında fayda sağlayarak pazar başarı oranının daha yüksek olmasını sağlamaktadır (Peng ve Zhou, 2005). Aktörlerin farklı ağlarla olan zayıf bağları ne kadar





fazlaysa, örgütün dış çevresinde gelişen yeniliklere, fırsatlara ve yatırım imkânlarına yönelik elde edebilecekleri bilgilere ulaşmaları o derece hızlı olabilmektedir. Dolayısıyla göçmen girişimcinin sahip olacağı zayıf bağlardan oluşan sosyal ağları, kredi imkânlarını araştırırken etkili bir şekilde piyasayı inceleyebilmesine, bankalardan hızlı ve kolayca ilgili bilgilere ve kaynaklara ulaşip sözleşmeler yapabilmesine dolayısıyla daha cesur davranabilmesine olanak sağlayabilmektedir. Bu tür üstünlükler göçmen girişimcilere kendi etnik alanlarından çıkma gücü ve cesareti verebilmekte ve farklılaşarak rekabet edebilme gücü kazandırabilmektedir. Etnik bağlantılarına bağımlılıklarını azaltabilmekte ve farklılaşma gibi daha riskli ve maliyetli stratejileri benimseme gücü sağlayabilmektedir. Bu açıklamalar doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

*H<sub>2</sub>: Göçmen girişimcilerin güçlü bağlara sahip olması, maliyet liderliği rekabet stratejisini tercih etmelerini olumlu yönde etkilemektedir.*

*H<sub>3</sub>: Göçmen girişimcilerin zayıf bağlara sahip olması, farklılaşma rekabet stratejisini tercih etmelerini olumlu yönde etkilemektedir.*

### **Sosyal sermaye**

Sosyal sermaye alanının en önemli araştırmacılarında Amerikalı siyaset bilimci Robert D. Putnam sosyal sermayeyi “koordineli eylemleri kolaylaştırarak toplumun verimliliğini artıran güven, normlar ve sosyal ağlar gibi sosyal yapı özellikleri” olarak tanımlamaktadır (Putnam, 1995: 67). Coleman’a (1998: 98) göre sosyal sermaye, iki ortak noktaya sahip olan farklı varlıkların toplamıdır. Field (2006: 33) sosyal sermayenin bireysel olarak ulaşıp kullanılan özel mal olmasının ötesinde, kolektif olarak üretilip kullanılan bir mal olduğunun altını çizmektedir. Nahapiet ve Ghoshal’a (1998: 243) göre ise, sosyal sermaye “bir bireyin ya da grubun sahip olduğu sosyal ilişkilerden meydana gelen ağ düzeninde yerleşik olan ve bu ağ düzeni aracılığıyla ulaşılması mümkün olan mevcut ve potansiyel kaynakların toplamı” olmaktadır. Sosyal sermayenin temelinde bireyin sosyal ilişkilerinin oluşturduğu ağ düzeneklerinin bireye sunduğu fayda yer almaktadır. Öte yandan Adler ve Kwon (2002:18)’a göre sosyal sermaye, birey veya gruplara yönelik iyi niyettir ve aktörün içerisinde yer aldığı sosyal yapıda mevcut olup temelinde sosyal ilişkileri barındırmaktadır. Sosyal sermaye, sosyal ilişkiler aracılığıyla erişilmesi mümkün olan birikmiş kaynaklardır. Bilgiler, fikirler, iş fırsatları, finansal sermaye, güç, duygusal destek, iyi niyet, güven ve işbirliği bu kaynaklar arasında yer almaktadır (Tyman ve Stumpf, 2002: 12-13). İlgili yazında farklı sosyal sermaye sınıflandırmaları bulunmaktadır. Bu çalışmada, göçmen girişimcilerin davranışlarını ve rekabet stratejilerini daha iyi ifade edeceği için Adler ve Know (2002)’un içsel ve dışsal sosyal sermaye sınıflandırılması kullanılmaktadır.

*İçsel sosyal sermaye* yaklaşımında topluluğun içerisinde oluşturulan sosyal sermaye, kamu malıdır ve topluluğun ortak faydası için kullanılmalıdır (Inkpen ve Tsang, 2005: 150). Bu bağlamda güven önemli olmaktadır (Özen ve Aslan, 2006: 136). Söz konusu güven işlem maliyetlerini azaltmakta ve maliyetleri arttıran dışsallıkların engellemektedir (Whitley, 2000: 541).

Göçmen grupların aile ve yakın çevre ilişki ağları diğer bir ifadeyle içsel sosyal sermayeleri göçmen girişimcilerde en sık kurulan ağ türü olmaktadır. Göçmen girişimlerin kurulması, devamlılığı ve rekabetçi üstünlük kazanması için aile ve etnik kaynaklarının önemi birçok araştırmada vurgulanmaktadır (Bagwell, 2008). Bu bağlamda içsel sosyal sermaye kaynağı olarak aile ve etnik çevre, göçmen girişimcilerin işlem ve üretim maliyetinin azalmasını sağladığından avantajlı bir durum yaratma olanağı sunmaktadır (Chand ve Ghorbani, 2011: 506). Göçmen girişimcilerin temelde ticari olarak hayatta kalmaları veya başarılı olmaları için düşük maliyete erişmeleri hayati önem taşıdığı için maliyet liderliği stratejisini benimseme eğilimlerinin yüksek olması beklenmektedir.

*H<sub>4</sub>: Göçmen girişimcilerin yüksek içsel sosyal sermayeye sahip olması, maliyet liderliği rekabet stratejisini tercih etmelerini olumlu yönde etkilemektedir.*

*Dışsal sosyal sermaye* yaklaşımına göre sosyal sermaye bir aktörü diğer bir aktöre bağlayan sosyal ağın kendisinde var olan bir kaynaktır (Adler ve Known, 2002: 19). Bu sermaye türüne göre sosyal sermaye özel bir maldır ve aktör kendi isteklerini karşılamak için sosyal sermayesini kullanmaktadır (Inkpen ve Tsang, 2005: 150). Toplumsal ilişkiler ve kişisel çıkarlar öne çıkmaktadır (Özen ve Aslan, 2006: 133-134). Dışsal sosyal sermaye anlayışının savunucularına (Burt, 1992; Bourdieu ve Wacquant, 1992) göre sosyal sermaye, herhangi bir aktörün sosyal ilişkilerinden doğmaktadır. Ayrıca aktöre çeşitli üstünlükler sağlayan kaynaklar ve fırsatların



toplamını sunmaktadır. İçsel sosyal sermaye anlayışından farklı olarak güveni asla sosyal sermaye olarak kabul etmemektedir (Çakar; 2008: 1).

Dışsal sosyal sermaye bir aktörün ötekilerle kurduğu dışsal ilişkileri nitelemektedir ve rekabetçi bir faaliyette maliyetlerin düşmesini sağlamaktadır. Zaman içinde iletişim olanaklarının artması veya kolaylaşması, göçmen girişimci ağlarında bireylerin ve grupların kendileri için önemli gördükleri bilgilere daha hızlı ve kolay ulaşmasını sağlamaktadır (Güngördü, 2018: 4). Aynı zamanda farklı gruplarda yer alan bireyler arasında etkileşimin olması, kuruluşlara farklı ağlardan çeşitli kaynaklar elde etme fırsatı tanımaktadır. Dış bağlantıların sunduğu bu tür üstünlükler, aktörlerin farklılaşarak rekabet edebilmelerini ve daha fazla kazanç elde etmelerini destekleyecektir.

*H<sub>5</sub>: Göçmen girişimcilerin yüksek dışsal sosyal sermayeye sahip olması, farklılaşma rekabet stratejisini tercih etmelerini olumlu yönde etkilemektedir.*

### **İnsan sermayesi**

Yatırım gerektiren bu sermaye türü birey içinde şekillenmekte ve aynı zamanda eğitim yatırımlarına özellikle örgün eğitim, iş tecrübelerine ve becerilerine dayanılarak geliştirilmekte ve hepsi işgücü piyasasında değerli olmaktadır (Becker, 1964). Bu noktada eğitim ve deneyimler sayesinde yüksek insan sermayesine sahip göçmen girişimcilerin, yüksek kazanç elde etme niyetiyle kendi örgütlerinin sahibi olmayı tercih etme olasılığının yüksek olduğu söylenebilmektedir (Ndofor ve Priem, 2011: 795). İlgili yazında kabul gördüğü üzere (Kanas vd., 2009) bu çalışmada da insan sermayesi dil yeterliliği, eğitim ve iş deneyimi olmak üzere üç boyutta ele alınmaktadır.

*Dil yeterliliği* göç edilen (ev sahibi) ülke dilinde yeterlilik düzeyini nitelemektedir. Dil yeterliliği göçmen kazançlarının önemli bir belirleyicisi olmakta, ev sahibi ülkeye özgü insan sermayesi birikimini kolaylaştırmakta ve motive edici olmaktadır. Sahip olunan dil becerisiyle bu alanlarda daha iyi iletişim kurmakta ve etkili bir biçimde iş yapmalarını sağlamaktadır (Evans, 1989: 950). Bu yetkinlik, profesyonel veya finansal ilerleme için etnik topluluklarına olan bağımlılıklarını azaltmaktadır. Ev sahibi ülke dil yeterliliği istihdam olanaklarını ve göçmenlerin finansal durumunu iyileştirmektedir (Chiswick ve Miller, 2002). Ev sahibi ülke diline hâkimiyetin düşük seviyelerde olması, göçmen girişimcilerin bilhassa işe başlamaları noktasında önemli zorluklarla karşılaşmalarına neden olmaktadır. Bu zorlukları aşmak için de kendi etnik grupları içindeki sosyal sermayelerini ve güçlü bağlarını tercih etmeyi en iyi çözüm olarak görmektedirler (Sequeira ve Rasheed, 2006: 368). Bununla birlikte göç edilen ülke dilinde yeterliliğe sahip olan göçmen girişimciler için burada belirtilen kısıtlar söz konusu olmadığı için farklılaşma stratejisini izlemek daha cazip olacaktır.

*H<sub>6</sub>: Göçmen girişimcilerin dil yeterliliğine sahip olması, farklılaşma rekabet stratejisini tercih etmelerini olumlu yönde etkilemektedir.*

*Eğitim* talep edilmeyen kaynakları tanıyabilme, ekonomik fırsatlardan yararlanabilme (Davidsson ve Honig, 2003), ortalama gelirden daha fazlasını elde edebilme (Ashourizadeh vd., 2016: 271), işgücü pazarının ihtiyaçlarına etkili bir uyum (Kanas ve Tubergen, 2009: 897) imkânı sağlamaktadır. Eğitim, göçmen girişimcilerin ev sahibi ülkede karşılaştıkları zorlukları aşmak için en iyi çözümleri bulmalarını kolaylaştırmakta (Chrysostome, 2010: 146) ve onlara kendi etnik gruplarının sınırlarını aşma özgüvenini ve fırsatlarını tanımaktadır. İyi eğitilmiş göçmen girişimcilerin bu avantajlı konumlarını kullanarak, fırsatları değerlendirmeleri ve daha fazla kazanç elde etmek için farklılaşma stratejisini tercih etmeleri beklenmektedir.

*H<sub>7</sub>: Göçmen girişimcilerin daha yüksek eğitim seviyesine sahip olması, farklılaşma rekabet stratejisini tercih etmelerini olumlu yönde etkilemektedir.*

*Deneyim* pazarlar, ürünler ve hizmetler hakkında girişimcilere bilgi vermektedir (Shane ve Venkataraman, 2000). Göçmen girişimcilerin buldukları ev sahibi ülkelerde iş deneyimlerinin olması, kendilerine işgücü pazarının ihtiyaçlarını daha iyi anlama fırsatı vermekte ve yerel aktörler ile daha uyumlu ilişkiler geliştirmelerine yardımcı olmaktadır (Zhou vd., 2007). Sosyal ağlarını genişletmeleri için önemlidir (Mata ve Alves, 2018: 2970). Böylece göçmen girişimci açısından kendi etnik sınırları dışına çıkarak zayıf bağlar kurmak adına da deneyim değerli olmaktadır. Kurdukları zayıf bağlar göçmen girişimcilere daha geniş bir topluma erişme şansı vermektedir. Dolayısıyla söz konusu geniş ağlar aktör olarak göçmen girişimcilere tedarikçiler, düzenleyiciler, müşterileri fon kaynakları ve büyüme fırsatları ile ilgili bilgilere hem resmi hem



de gayri resmi olarak ulaşma şansı tanıyabilmektedir (Granovetter, 1983: 201). Ev sahibi ülke pazarına ve iş gücü piyasasına ilişkin belirsizlikleri azaltmakta ve yeni fırsatları keşfedip değerlendirilmesini sağlamaktadır. Ev sahibi ülkede daha önce faaliyette bulunmak göçmen girişimcilere daha başarılı olma ve ilerleme fırsatı sunmaktadır (Ramirez ve Hondagneu-Sotelo, 2009: 154). Dolayısıyla göçmen girişimcinin ev sahibi ülkedeki deneyiminin sunduğu yukarıda belirtilen avantajlar kendilerine etnik bağlarından farklılaşarak yeni fırsatlar ve pazarlar aramada güdüleyici olmaktadır. Bu açıklamalar doğrultusunda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

*H<sub>8</sub>: Göçmen girişimcilerin ev sahibi ülkede deneyime sahip olması, farklılaşma rekabet stratejisini tercih etmelerini olumlu yönde etkilemektedir.*

### **2.2.2. İtme Faktörlerinin Göçmen Girişimciliğin Algılanan Rekabet Stratejileri Üzerindeki Etkisi:**

Göçmenlerin girişimci olmayı tercih etme nedenleri açıklanırken işgücü piyasalarındaki önyargı, yapılması istenen iş ile teklif edilen ücret arasındaki dengesizlik, ayrımcılık, dil engeli, eğitim eksikliği, işte yükselme olanaklarının engellenmesi gibi birçok itici faktör vurgulanmaktadır. Bu çalışmada da itici faktör olarak, göçmenlerin stratejik tercihleri üzerinde önemli etkisi olması nedeniyle kurumsal bağlam ele alınmaktadır.

#### ***Kurumsal Bağlam***

Bir ülkenin kurumsal bağlamı görece istikrarlı kurallar, sosyal normlar ve bilişsel yapılardan oluşup “oyunun kurallarını” belirleyerek (North, 1991) ve örgütlerin meşru olduğu durumları tanımlayarak piyasa işlemlerinin hatlarını ortaya koymaktadır (Meyer ve Rowan, 1977). Oyunun kuralları arasında bireysel eylemlerin anayasal, yasal ve örgütsel çerçevesi gibi hem “resmi” kurumlar hem de bir toplum içinde gömülü olan kodlanmamış davranış kuralları, değerler ve normlar gibi “gayri resmi” kurumlardan oluşmaktadır. Sonuç itibarı ile kurumlar “davranışı kısıtlayan, sağlayan ve yönlendiren şeylerdir” (Nooteboom, 2002: 34). Bu nedenle kurumsal ortam, girişimcinin kararlarını etkilemekte ve girişimcilerin üretken ya da verimli olan/olmayan faaliyetlerde bulunmalarına sebep olabilmektedir (Chrysostome ve Arcand, 2009: 16). Ev sahibi ülkenin kurumsal çevresi, toplumun kuralları ve normları için bağlam sunmakta ve ortak eylemi yönlendiren ve meşrulaştıran nihai otorite olmaktadır (Scott ve Meyer, 1994). Bu bağlam göçmen girişimciler için eş zamanlı olarak hem giriş fırsatları sunmakta hem de bir takım kısıtlar getirebilmektedir.

Gelişmiş kurumsal bağlamlar belirsizliği ve işlem maliyetlerini azaltırken zayıf kurumsal bağlamlar girişimcilere önemli kısıtlılıklar sunabilmektedir. Faaliyette bulunulan kurumsal bağlam göçmen girişimcinin izleyici stratejide doğrudan etkiye sahip olmaktadır. Göç edilen ülkede karşılaşılan ayrımcılık, sosyal hareketlilik engeli, işsizlik gibi sosyal-ekonomik ve kurumsal yapı faktörleri göçmen girişimcileri etkilemektedir (Subanova, 2013: 26). Özellikle zayıf kurumsal ortamın varlığı girişimci faaliyetleri üzerinde hayati öneme sahip olabilmektedir. Çünkü zayıf bağlam yüksek derecede belirsizlikler içermekte ve çeşitli riskleri barındıran ev sahibi ülke ortamını göçmenler için daha da riskli hale getirmektedir (Tracey ve Phillips, 2011: 28). Böyle bir ortamda göçmenler için büyümenin aksine hayatta kalmak, daha öncelikli amaç haline gelmektedir. Bu nedenle yüksek belirsizlik ve zayıf kurumsal bağlam olarak tasvir edilen gelişmekte olan ekonomiye sahip ev sahibi ülkelerde yer alan göçmenlerin, farklılaşma stratejisi yerine maliyet liderliği stratejisini tercih etmeleri beklenmektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

*H<sub>9</sub>: Göçmen girişimcilerin zayıf kurumsal bağlamda faaliyette bulunması, maliyet liderliği rekabet stratejisini tercih etmelerini olumlu yönde etkilemektedir.*

### **2.2.3. İş Yaşam Döngüsünün Düzenleyici Etkisi**

İş yaşam döngüsü başlangıç, büyüme, olgunluk ve düşüş olmak üzere dört aşamadan oluşmaktadır. Ancak bu çalışmada sadece iki aşama ele alınmaktadır. Bu tercih göçmen girişimcilerin yaşam sürecinin daha sonraki aşamalarına geçme durumlarının en azından araştırmayı yapacağımız Türkiye bağlamında neredeyse rastlanamayan bir durum olmasından kaynaklanmaktadır.

***İş yaşam döngüsünün etnik ağı boyutu ile göçmen girişimcinin algılanan rekabetçi stratejisi arasındaki ilişki üzerindeki düzenleyici etkisi***





Yukarıda da detaylı bir biçimde aktarıldığı üzere ağın büyüklüğü göçmen girişimcinin riskini azaltmakta ve yeteneklerini ise arttırmaktadır. Geniş ağların (büyük ağların) göçmen girişimcilere sunduğu fırsatlar özellikle en önemli başarı ölçütlerinin hayatta kalmak olduğu başlangıç aşamasında daha değerli olmaktadır. İşletmenin kurulması sürecinde söz konusu olan sözleşme, izleme, icra masrafları gibi bir dizi işlem maliyeti sahip olunan geniş ağlarla azaltılmakta ve maliyetler düşürülebilmektedir. Resmi protokolleri göz ardı ederek, kaynaklara daha kolay erişme imkânı tanımakta ve işlem maliyetlerinin azalmasını sağlamaktadır (Fatoki, 2014: 4). İhtiyaç duyulan kredi gibi finansal kaynaklar sahip olunan ağlar aracılığıyla daha düşük maliyetlerle elde edilebilmektedir. Ev sahibi ülke ile ilgili büyük riskleri azaltmak ve maliyetleri düşürmek için ağların sunduğu bu fırsatlar çok sayıda belirsizliğin ve başarısızlığın söz konusu olduğu başlangıç aşamasında daha fazla değerli olmaktadır. Dolayısıyla girişimcinin iş yaşam döngüsünde başlangıç aşamasında olması göçmen girişimci ile maliyet liderliği stratejisi arasındaki ilişkiyi daha da güçlendirmesi beklenmektedir.

*H<sub>10</sub>: İş yaşam döngüsünde başlangıç aşamasında olunması, göçmen girişimcilerin sahip olduğu geniş ağ ile maliyet liderliği rekabet stratejisini tercih etmeleri arasındaki olumlu etkiyi daha da güçlendirecektir.*

### ***İş yaşam döngüsünün göçmen girişimcinin güçlü / zayıf bağları ile algılanan rekabetçi stratejisi arasındaki ilişki üzerindeki düzenleyici etkisi***

İş yaşam döngüsünün her bir aşaması kendi içinde farklı fırsatlar ve engeller getirmektedir. Başlangıç aşamasında göçmen girişimciler, ev sahibi ülkede yüz yüze kaldıkları zorluklarla baş edip hayatta kalabilmek için güçlü bağlarla ilişkilerini yönettikleri ağlarıyla maliyetlerini azaltmayı tercih etme eğilimindedirler. Başlangıç aşamasında güçlü bağlar göçmen girişimciyi ve örgütü etnik topluluklarının dışındaki ortamın belirsizliklerinden koruyabilmektedir. Ancak büyüme aşamasında güçlü bağlar ihtiyaç duyulan çeşitli kaynakları sunmada yetersiz kalabilmektedir (Adler ve Know, 2002). Göçmen girişimciler farklı bilgilere ancak zayıf bağlar sayesinde erişmektedir (Granovetter, 1973). Göçmen girişimcilerin başlangıçta edindiği kaynaklar, yeni girişimlerin kurulmasına yardım etmekle birlikte ek kaynaklar olmadan firmanın büyümesi mümkün değildir (Chandler ve Hanks, 1998). Diğer bir ifadeyle, işletmelerin büyüme aşamasındaki gelişimlerini başarıyla sürdürebilmesi için ihtiyaç duyulan yeni kaynakları sağlaması bakımından zayıf bağlar daha önemli olacaktır. Peng ve Zhou'ya (2005) göre zayıf bağların iş büyümesini kolaylaştırması, yeni fırsatları keşfedilmesine yardımcı olması ve pazar başarı elde etme olasılığı daha yüksek olmaktadır.

*H<sub>11</sub>: İş yaşam döngüsünde başlangıç aşamasında olunması, göçmen girişimcilerin güçlü bağlara sahip olması ile maliyet liderliği rekabet stratejisini tercih etmeleri arasındaki olumlu etkiyi daha da güçlendirecektir.*

*H<sub>12</sub>: İş yaşam döngüsünde büyüme aşamasında olunması, göçmen girişimcilerin zayıf bağlara sahip olması ile farklılaşma rekabet stratejisini tercih etmeleri arasındaki olumlu etkiyi daha da güçlendirecektir.*

### ***İş yaşam döngüsünün göçmen girişimcinin sosyal sermayesi ile algılanan rekabetçi stratejisi arasındaki ilişki üzerindeki düzenleyici etkisi***

Bir işletmenin başlangıç aşamasında içsel sosyal sermaye daha değerli olmaktadır (Greave ve Salaff, 2003). Göçmen girişimciler başlangıç sermayelerinden işletmelerin geliştirilmesine kadar ihtiyaç duydukları kaynakları kişisel ağlarındaki akraba ve tanıdıklarından elde etmektedirler. İçsel sosyal sermaye, göçmen girişimcilerin işlem ve üretim maliyetinin düşmesini sağladığı için avantajlı bir durum yaratmaktadır (Chand ve Ghorbani, 2011: 506). Sonuç itibarıyla içsel sosyal sermaye yeni girişimlerin gelişmesinde önemli olmaktadır (Aldrich ve Cliff, 2003). Bu çerçevede genel olarak göçmenler ev sahibi ülke iş gücü piyasasına daha az aşına olduklarından, kendileri için belirsiz olan bu piyasada risklerini ve maliyetlerini azaltmak için kendi etnik gruplarının üyelerine yöneleceklerdir.

Göçmen girişimciler hayatta kalma amacını gerçekleştirdikten sonra farklılaşma stratejileriyle büyümeyi tercih etme eğiliminde olacaklardır. Büyüme aşamasında dışsal sosyal sermaye, göçmen girişimlerin gelişimi bakımından daha önemli olmaktadır (Deakins vd., 2007). Dışsal sosyal sermaye, girişimcilik fırsatları için hayati değeri olan bilgiye erişimi kolaylaştırmaktadır (Shane ve Venkataraman, 2000). Dışsal bağlantıların sağladığı avantajlar, aktörlerin farklılaşarak rekabet edebilmelerini ve daha fazla kazanç elde etmelerini destekleyecektir.



*H<sub>13</sub>: İş yaşam döngüsünde başlangıç aşamasında olunması, göçmen girişimcilerin içsel sosyal sermayesi ile maliyet liderliği rekabet stratejisini tercih etmeleri arasındaki olumlu etkiyi daha da güçlendirecektir.*

*H<sub>14</sub>: İş yaşam döngüsünde büyüme aşamasında olunması, göçmen girişimcilerin dışsal sosyal sermayesi ile farklılaşma rekabet stratejisini tercih etmeleri arasındaki olumlu etkiyi daha da güçlendirecektir.*

### 3. ARAŞTIRMA TASARIMI

#### 3.1. Araştırmanın Örnekleme

Çalışmanın örneklemini Türkiye’de yaşayan Suriyeli göçmen girişimciler oluşturmaktadır. Göç İdaresi Genel Müdürlüğü (2019) verilerine göre Türkiye’nin geçici koruma altında en fazla Suriyeli nüfus barındıran üçüncü şehri olan Gaziantep ve Trabzon illerinde faaliyette bulunan Suriyeli göçmen girişimciler seçilmiştir. Gaziantep’in köken ülkelerine çok yakın olması, iki bölge arasında eskiye dayalı akrabalık bağlarının devam ediyor olması, ev sahibi ülkede Arapçanın bilinmesi, önemli bir sanayi şehri olması ve göçmen girişimciliğin çeşitli programlarla desteklenmesi tercih edilme sebeplerini oluşturmaktadır. Çalışmanın kapsamını Gaziantep’te 40 ve Trabzon’da 15 olmak üzere ticari faaliyet gösteren 55 Suriye kökenli girişim oluşturmaktadır.

#### 3.2. Veri Toplama Yöntemi ve Süreci

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak yüz yüze gerçekleştirilen soru kâğıdı formu yöntemi tercih edilmiştir. Firmalardan veri elde etmenin güç olduğu göz önüne alındığında, çalışmanın ciddiyeti konusunda katılımcılara güven vermek, sorularda yanlış anlamaları en alt seviyeye indirmek amacıyla soru kâğıtları yüz yüze yapılan görüşmeler sırasında doldurulmuştur (Baş, 2013: 83-84). Soru kâğıdı formu altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıya yönelik genel bilgiler, Türkiye’ye geliş sebepleri ve bulunduğu süre ile ilgili sorular yer almaktadır. İkinci bölümde, katılımcının sosyal ağı ile ilgili bilgi edinmek amaçlanmaktadır. Üçüncü bölümde, katılımcının sosyal sermayesi ile ilgili bilgi edinmek için, katılımcıya; müşterilerinin kimler olduğu ve onları tanıyıp tanımadığı, fikir alışveriş içinde olduğu kişiler, gibi birtakım sorular yer almaktadır. Dördüncü bölümde, katılımcının insan sermayesi hakkında bilgi edinmek amaçlanmaktadır. Ayrıca bu bölümde katılımcının satış hacmi, kar ve pazar payı gibi bazı sorular aracılığıyla işletmesinin hangi dönemde olduğu tespit edilmek istenmektedir. Beşinci bölümde ise, katılımcının göç ettikleri ülkenin kurumsal bağlamı hakkında bilgi edinmek amaçlanmaktadır. Bu çerçevede katılımcıya, Türk toplumuna uyum sağlayıp sağlamadıkları, ayrımcılık ve dil problemi yaşayıp yaşamadıkları, destek ve teşviklerden yararlanıp yararlanmadıkları, ülkenin yasal düzenlemeleri ile ilgili fikirleri sorulmaktadır. Son bölümde katılımcının hangi rekabet stratejisini izlediğini öğrenmeye yönelik sorular yer almaktadır.

#### 3.3. Veri Seti ve Analiz Yöntemi

Çalışmanın bağımlı değişkeni olan rekabet stratejileri ölçeği geliştirilirken ilgili yazın derinlemesine incelenmiş, Genç’in (2016) çalışması temel referans alınmıştır. Bağımsız değişkenleri sosyal ağ, sosyal sermaye, insan sermayesi ve kurumsal bağlamdan oluşmaktadır. Değişkenlerin nasıl değerlendirildiği ve elde edildiği kaynaklar Tablo 1’de özetlenmektedir.

**Tablo 1.** Araştırmada Kapsamında Kullanılan Değişkenlerin Ölçümü

Sosyal ağlar	
Ağ Boyutu	Girişimcinin tanıdığı ve kişisel olarak etkileşim kurduğu kişi sayısı olarak ölçülmüştür (Greve ve Salaff 2003). Bu çerçevede katılımcılara “yaptığımız iş ile ilgili sizde iletişim bilgileri olan ve son 1-2 ay içinde iletişim kurduğunuz kişi sayısı ortalama kaçtır?” sorusu yöneltilerek bu soruyu aile üyeleri, akrabalar, arkadaşlar, müşteriler/alıcılar, tedarikçiler, çalışanlar, iş ortakları, rakipler ve yatırımcılar boyutlarında yanıtlamaları istenmiştir. Verilen yanıtlar “1=1-10 kişi”, “2=11-50 kişi” ve “3=51 kişi ve üstü” şeklinde kodlanmıştır.

**Tablo 1.** Araştırmada Kapsamında Kullanılan Değişkenlerin Ölçümü (Devamı-1)

<i>Güçlü Bağlar</i>	Katılımcılara “İşletmenizin kuruluş döneminde farklı insanlardan; tavsiye alma, soru sorma, maddi/manevi destek, fikir alışverişi gibi herhangi bir destek aldınız mı?” ifadesi çerçevesinde yöneltilen; “hayat arkadaşından destek”, “aile üyelerinden destek” ve “yakın akrabalarından destek” boyutlarını içeren 3 soru ile ölçülmüştür. Bu soruya verilecek cevaplar için “Hiç destek yoktu (1)” cevabı ile başlayıp “tam destek vardı (5)” cevabı ile sona eren 5’li likert tipi skala kullanılmıştır (Brüderl ve Preisendörfer, 1998: 217).
<i>Zayıf bağlar</i>	Katılımcılara “İşletmenizin kuruluş döneminde farklı insanlardan; tavsiye alma, soru sorma, maddi/manevi destek, fikir alışverişi gibi herhangi bir destek aldınız mı?” ifadesi çerçevesinde yöneltilen; “iş ortakları”, “tanıdıklar”, “komşular”, “eski işverenler”, “eski iş arkadaşları” boyutlarını içeren 5 soru ile ölçülmüştür. Bu soruya verilecek cevaplar için “Hiç destek yoktu (1)” cevabı ile başlayıp “tam destek vardı (5)” cevabı ile sona eren 5’li likert tipi skala kullanılmıştır (Brüderl ve Preisendörfer, 1998: 217).
<b>Sosyal sermaye</b>	
<i>İçsel sosyal sermaye</i>	İçsel sosyal sermaye, İlhan-Nas ve Tosun’un (2015: 192) çalışmalarından alınan 3 soru ile ölçülmüştür. Bu çerçevede katılımcılara, (1) çalışma yaşamına başlamadan önce çevrelerinden tavsiye alıp almadıklarına, (2) çevrelerinde yaşayan ve sık sık fikir alışverişinde buldukları kişileri nasıl tanımladıklarına ve (3) ihtiyaçları olduğunda yanlarında yer alıp onlara yardımcı olacaklarını düşündükleri kişilerin kimler olduğuna dair sorular yöneltilmiştir. Bu sorulara verilecek yanıtlar, ilk soru için “1=Evet”, “2=Kısmen”, “3=Hayır”; ikinci soru için “1=Sadece iş arkadaşları”, “2=Aile ve akraba çevresi” ve “3=Başka etnik gruptan kişiler” ve üçüncü soru için “1=Daha çok Suriyeliler”, “2=Daha çok Türkler” ve “3=Değişik milletlerden arkadaşlarım/meslektaşlarım” şeklinde kodlanarak ölçülmüştür.
<i>Dışsal sosyal sermaye</i>	Dışsal sosyal sermaye, İlhan-Nas ve Tosun’un (2015: 192) çalışmalarından alınan 5 soru ile ölçülmüştür. Bu çerçevede katılımcılara, (1) işyeriniz Türklerin rahatlıkla ulaşabileceği bir konumda mı? (2) Müşteri profilinizi daha çok kimler oluşturuyor? (3) Müşterilerinizi şahsen tanıyor musunuz? (4) müşteri kitleniz işyerinizden nasıl haberdar oluyor ve (5) Çevrenizde bulunan ve ilişkili olduğunuz Suriyelileri dikkate alarak, “müşteri kitlesine sahip olma ve bu kitle ile ilişkileri sürdürme bakımından” kendinizi Türklere karşı avantajlı buluyor musunuz? Soruları yöneltilerek sorulara verilecek yanıtlar; ilk soru için “Suriyelilere yakın” ile başlayıp “Her etnik gruptan kişilere yakın” şeklinde; ikinci soru için “1=Suriyeliler” ile başlayıp “Her etnik gruptan kişiler” olarak; üçüncü soru için “1=Çok azını tanıyorum”, “2=Yarısını tanıyorum”, “3=Çoğunu tanıyorum” olarak; dördüncü soru için “1= Doğrudan kurduğum ikili ilişkiler sayesinde”, “2= Doğrudan ilişki kurduğum kişiler ile kurdukları ilişkiler vasıtasıyla” ve “3=Sadece aynı çevrede oturduğumuzdan dolayı” olarak; son soru ise “1=Oldukça avantajlı”, “2=kısmen avantajlı”, “3=bu konuda Türkler ile aynı derecede avantajlıyım” şeklinde kodlanmıştır (İlhan-Nas ve Tosun, 2015: 192).
<b>İnsan sermayesi</b>	
<i>Dil yeterliliği</i>	Dil seviyesini ölçmek üzere Dustman (1999: 305) referans alınarak katılımcılara Türkçe yeterlilik seviyeleri sorulmuştur. Dil yeterliliğine dair “Çok zayıf” cevabı ile başlayıp “çok güçlü” cevabı ile sona eren 5’li skala kullanılmıştır (Dustmann, 1999: 305).
<i>Eğitim</i>	Eğitim seviyesi, girişimcinin en son tamamladığı eğitim derecesini soran tek maddeli bir soru ile ölçülmüştür. “1=ilk ve ortaokul”, “2=lise ve üstü” olarak kodlanmıştır.
<i>Deneyim</i>	Deneyim, katılımcının şu anda faaliyet gösterdiği sektörle ilgili bir sektörde geçirdiği toplam yıl sayısı sorularak ölçülmüştür.

**Tablo 1.** Araştırmada Kapsamında Kullanılan Değişkenlerin Ölçümü (Devamı-2)

<b>Kurumsal bağlam</b>	
	Kurumsal bağlam değişkeni için geliştirilen ölçek Kevin Van Hove (2018)'in çalışmasından uyarlanan "Türk toplumunun göçmenlere bakış açısından memnunuz" veya "işimi yaparken bürokratik engellerle karşı karşıyayım" şeklinde örneklenebilecek 11 soru ile ölçülmüştür. Ölçümlene için "çok zayıf kurumsal bağlam" cevabı ile başlayıp "çok güçlü" cevabı ile sona eren 5'li likert skalası kullanılmıştır (Van-Hove, 2018).
<b>Algılanan rekabet stratejileri</b>	
	Algılanan rekabet stratejileri Genç'in (2016) çalışmasından alınan 4 adet soru ile ölçülmüştür. Bu kapsamda katılımcılardan "tedarikçilerini", "çalışanlarını", "satış-dağıtım kanalı üyelerini" ve "müşterilerini" belirlerken hangisinin daha önemli olduğuna dair sorulara "maliyet" cevabı ile başlayıp "kalite/farklılık" cevabı ile sona eren 5'li skala üzerinde yanıt vermeleri istenmiştir.
<b>İşletme yaşam döngüsü</b>	
	Girişimcilere doğrudan işletmelerinin içinde olduğu dönem sorularak ölçülmüştür.

Araştırma kapsamında, algılanan rekabet stratejileri bağımlı değişkeni 0 ve 1 şeklinde kodlanmıştır. Bu kodlamanın yapılabilmesi için bu bağımlı değişken için ortalama değerler hesaplanmış ve ortalama değer altında kalan veriler "0= maliyet", ortalama üzerinde olan veriler "1=farklılaştırma" olarak yeni veriye dönüştürülmüştür. Çalışma modeli çerçevesinde geliştirilen hipotezler, veriler normal dağılmadığı ve bağımlı değişkenimiz kategorik olduğu için lojistik regresyon analizi aracılığıyla test edilmiştir.

### 3.4. Araştırma Bulguları

Araştırma çerçevesinde öncelikle ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Ölçeklerin geçerliliklerinin sınanması için Temel Bileşenler Yöntemi ve Varimax rotasyonu kullanılarak keşfedici faktör analizi uygulanmıştır. Tüm ölçekler için ayrı ayrı uygulanan keşfedici faktör analizi öncesinde verilerin faktör analizine uygunluğunu sınamak için KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) örneklem yeterliliği ve Bartlett küresellik testi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre KMO değeri ağ boyutu için 0,611, güçlü bağlar için 0,640, zayıf bağlar için 0,758 olarak hesaplanmıştır. Aynı zamanda dışsal sosyal sermaye için 0,645, içsel sosyal sermaye için 0,669, kurumsal bağlam ölçütü için 0,807 iken algılanan rekabet stratejisi için 0,803 olarak ölçülmüş ve yeterli örneklem sağlanmıştır. Bununla birlikte Bartlett test sonuçları da ( $P < .000$ ) verilerin uygunluğu noktasında kanıt sağlamaktadır. Bununla birlikte faktör analizinin varsayımları çerçevesinde faktör yükleri ve açıklanan varyans yüzdeleri değerlendirilmiş olup kuramsal olarak tek boyutlu yapılar şeklinde ele alınan her ölçek için ayrı ayrı uygulanan keşfedici faktör analizi sonuçları incelendiğinde ölçeklerin yapı geçerliliklerine kanıt sağlandığı söylenebilmektedir. Çalışma kapsamında ölçeklerin güvenilirlikleri Cronbach's Alpha yöntemi ile sınanmıştır. Güvenirlik analizleri sonucunda ağ boyutu için cronbach's alpha ( $\alpha$ ) değeri 0,785, güçlü bağlar için 0,740, zayıf bağlar için 0,70, dışsal sosyal sermaye için 0,692, içsel sosyal sermaye için 0,839 ve kurumsal bağlam için 0,892 iken, algılanan rekabet stratejisi için 0,882 olarak ölçülmüştür.

Çalışma örnekleminin açıklayıcı istatistikleri Tablo 2'de özetlenmektedir. Korelasyon matrisleri ise Tablo 3'de sunulmaktadır.

**Tablo 2.** Çalışma Örnekleminde İlişkin Açıklayıcı İstatistikler

	N	%		N	%
<b>Katılımcının cinsiyeti</b>			<b>Katılımcının eğitimi</b>		
Erkek	55	100	İlk ve ortaokul	20	36,4
Kadın	0	0	Lise ve üstü	35	63,6
<b>Katılımcının doğum yeri</b>			<b>Katılımcının kendi ülkesinden ayrılma nedeni</b>		
Halep	44	80	İç savaş	3	5,5
Şam	9	16,4	Ekonomik kazanç	44	80
Humus	2	3,6	Diğer	8	14,5
<b>Katılımcının yaşı</b>			<b>Katılımcının Türkiye’de bulunduğu süre (yıl)</b>		
30 ve altı	19	34,5	1-5	41	74,5
31-40	16	29,1	6-10	14	25,5
41-50	12	21,8	<b>Katılımcının işyerindeki çalışan sayısı (kişi)</b>		
51-60	5	9,1	1-9	41	74,5
61 ve üstü	3	5,5	10-49	13	23,6
			50-99	1	1,8

**Tablo 3.** Korelasyon Analizi Sonuçları

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Dil yeterliliği	1										
2. İşletme yaşam döngüsü	,265	1									
3. Deneyim süresi	,212	,674**	1								
4. Güçlü bağlar	-,178	-,607**	-,396**	1							
5. Zayıf bağlar	,159	,232	,124	-,158	1						
6. Ağ boyutu	-,026	,455**	,184	-,445**	,198	1					
7. Algılanan rekabet str.	-,066	-,651**	-,549**	,443**	-,023	-,527**	1				
8. İçsel sosyal sermaye	,130	,746**	,527**	-,619**	,241	,425**	-,567**	1			
9. Dışsal sosyal sermaye	,209	,578**	,223	-,483**	,268*	,344*	-,347**	,419**	1		
10. Kurumsal bağlam	,181	,237	,194	-,001	,014	,202	-,239	,140	-,135	1	
11. Yaş	,066	,005	,246	,101	,021	,012	-,058	,020	-,104	-,064	1
12. Eğitim durumu	-,098	,028	,008	,117	-,114	,041	-,014	-,131	,097	-,030	-,047

Çekme faktörlerinden sosyal ağın algılanan rekabet stratejileri üzerindeki doğrudan etkisi ve yaşam döngüsünün bu ilişki üzerindeki düzenleyici (moderatör) etkilerini değerlendirmek için yapılan lojistik regresyon analizi sonuçları Tablo 4’de özetlenmektedir. Tablo 4’de yer alan analiz sonuçlarına göre, ağ boyutunun algılanan rekabet stratejileri (1: farklılaştırma) üzerindeki etkisinde  $\beta$  değeri 2,342 ve Wald değeri 13,525 olarak tespit edilmiştir (Tablo 4; Model 1). Bu model için ki-kare değeri 15,932 ( $p < 0,05$ ) olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla *göçmen girişimcilerin geniş bir ağa sahip olması, maliyet liderliği stratejisi tercih etme üzerinde olumlu yönde etkili olmaktadır* şeklinde geliştirilen  $H_1$  hipotezi destek bulamamıştır.

$H_2$  hipotezine göre, göçmen girişimcilerin zayıf bir ağa sahip olması, farklılaştırma stratejisi tercih etme üzerinde olumlu yönde etkili olmaktadır. Algılanan rekabet stratejisine etkisi açısından zayıf bağlar değişkenine ilişkin sonuçlara baktığımızda  $\beta$  değeri -0,327 ve Wald değeri 0,287 olarak tespit edilmiştir (Tablo 4; Model 7). Bu model için ki-kare değeri 0,295 ( $p > 0,05$ ) olarak hesaplanmıştır. Buradan hareketle,  $p = 0,587 > 0,05$  olduğundan bu değişken anlamlı değildir.  $H_2$  hipotezi desteklenmemiştir. Zayıf bağların algılanan rekabet stratejileri üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.

Algılanan rekabet stratejisine etkisi açısından güçlü bağlar değişkenine ilişkin sonuçlara baktığımızda  $\beta$  değeri -2,355 ve Wald değeri 11,431 olarak tespit edilmiştir. Bu model için ki-kare değeri 18,467 ( $p < 0,05$ ) olarak hesaplanmıştır (Tablo 4; Model 4). Diğer bir deyişle, göçmen girişimcilerin güçlü bir ağa sahip olması, maliyet liderliği stratejisini tercih etme üzerinde olumlu yönde etkili olmaktadır şeklinde geliştirilen  $H_3$  hipotezi



desteklenmektedir. Hosmer&Lemeshow testi  $p=0,252>0,05$  olduğundan anlamsız olmakta ve bu değer anlamsız olması modelin kabul edilebilir uyuma sahip olduğuna işaret etmektedir.

Geliştirilen  $H_{10}$  hipotezi, başlangıç aşamasında ağ büyüklüğü ile maliyet liderliği stratejisi arasındaki ilişkinin iş yaşam döngüsünde başlangıç aşamasında olunması durumunda daha da güçleneceğini ileri sürmektedir. Ağ büyüklüğü ile işletme dönemi arasındaki etkileşim değişkenine ilişkin sonuçlara baktığımızda,  $\beta$  değeri -19,699 ve Wald değeri 0,000 olarak tespit edilmiş ve anlamlılık düzeyi  $p=0,998$  olarak hesaplanmıştır (Tablo 4; Model 3). Buradan hareketle,  $p>0,05$  olduğundan bu değişken anlamlı değildir.  $H_{10}$  hipotezi desteklenmemiştir. Diğer bir ifadeyle, işletme dönemi değişkeninin, ağ büyüklüğü ile maliyet liderliği arasındaki ilişki üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.

İş yaşam döngüsünde başlangıç aşamasında olunmasının, göçmen girişimcilerin güçlü bağlara sahip olması ile maliyet liderliği rekabet stratejisini tercih etmeleri arasındaki olumlu etkiyi daha da güçlendireceğini öngören  $H_{11}$  hipotezine dair bulgular incelendiğinde; güçlü bağlar ile yaşam döngüsü arasındaki etkileşim değişkenine ait  $\beta$  değeri 2,781 ve Wald değeri 1,440 olarak tespit edilmiş ve anlamlılık düzeyi  $p=0,230$  olarak hesaplanmıştır (Tablo 4; Model 6). Buradan hareketle,  $p>0,05$  olduğundan bu değişken anlamlı değildir. Başlangıç aşamasında güçlü bağlar ve maliyet liderliği stratejisi arasındaki ilişkinin güçleneceğini iddia eden  $H_{11}$  hipotezi desteklenmemiştir. İşletme yaşam döngüsü değişkeninin, güçlü bağlar ile maliyet liderliği arasındaki ilişki üzerinde anlamlı bir düzenleyici etkisi bulunmamaktadır.

$H_{12}$  hipotezi, iş yaşam döngüsünde büyüme aşamasında olunması durumunda zayıf bağlar ve farklılaştırma stratejisi arasındaki ilişkinin güçleneceğini iddia etmektedir. Zayıf bağlar ile işletme dönemi arasındaki etkileşim değişkenine dair katsayılar incelendiğinde  $\beta$  değeri 0,640 ve Wald değeri 0,033 olarak tespit edilmiş ve anlamlılık düzeyi  $p=0,856$  olarak hesaplanmıştır (Tablo 4; Model 9). Buradan hareketle,  $p>0,05$  olduğundan bu değişken anlamlı değildir. *İş yaşam döngüsünde büyüme aşamasında olunması, göçmen girişimcilerin zayıf bağlara sahip olması ile farklılaşma rekabet stratejisini tercih etmeleri arasındaki olumlu etkiyi daha da güçlendirecektir şeklinde geliştirilen  $H_{12}$  hipotezi desteklenmemiştir.* Diğer bir ifadeyle, işletme dönemi değişkeninin, zayıf bağlar ile farklılaştırma stratejisi arasındaki ilişki üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.

**Tablo 4.** Göçmen Girişimcilerin Sosyal Ağlarının Algılanan Rekabet Stratejileri (1: Farklılaştırma) Üzerindeki Etkilerini ve Yaşam Döngüsünün Moderatör Etkisini Test Eden Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler <sup>a</sup>	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5	Model 6	Model 7	Model 8	Model 9
<b>Bağımsız değişkenler</b>									
Ağ boyutu	2,342*** (13,525)	1,801** (4,850)	40,496 (0,000)						
Güçlü bağlar				-2,355*** (11,431)	-0,977 (1,177)	-4,911 (1,933)			
Zayıf bağlar							-0,327 (0,287)	-1,925 (2,428)	-3,107 (0,217)
<b>Moderatör değişken</b>									
İşletme dönemi		3,440*** (14,204)	22,050 (0,000)		3,143*** (10,377)	-0,610 (0,038)		4,324*** (18,046)	3,434 (0,478)
<b>Moderatör etki</b>									
Ağ Boyutu X İşletme Dönemi			-19,699 (0,000)						
Güçlü bağlar X İşletme Dönemi						2,781 (1,440)			
Zayıf bağlar X İşletme Dönemi									0,640 (0,033)

**Tablo 4.** Göçmen Girişimcilerin Sosyal Ağlarının Algılanan Rekabet Stratejileri (1: Farklılaştırma) Üzerindeki Etkilerini ve Yaşam Döngüsünün Moderatör Etkisini Test Eden Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları (Devamı)

<b>Sabit</b>	-0,999** (5,100)	-6,390*** (14,111)	-43,253 (0,000)	3,700*** (12,629)	-3,517 (1,921)	1,985 (0,153)	0,706 (0,485)	-3,853** (3,893)	-2,224 (0,062)
<b>Ki-kare</b>	15,932*** (0,000)	35,940*** (0,000)	38,759*** (0,000)	18,467*** (0,000)	32,112*** (0,000)	33,814*** (0,000)	0,295 (0,587)	33,607*** (0,000)	33,641*** (0,000)
<b>-2 Log likelihood</b>	59,859	39,851	27,032	57,324	43,679	41,977	75,496	42,184	42,150
<b>Cox &amp; Snell R kare</b>	0,251	0,480	0,506	0,285	0,442	0,459	0,005	0,457	0,458
<b>Nagelkerke R kare</b>	0,336	0,641	0,676	0,381	0,591	0,614	0,007	0,611	0,612
<b>Hosmer &amp; Lemeshow</b>	0,000 (.)	2,118 (0,347)	0,000 (1,000)	4,091 (0,252)	2,254 (0,983)	0,549 (969)	3,505 (0,320)	4,211 (0,648)	4,135 (0,658)

<sup>a</sup> Wald değerleri parantez içinde verilmiştir.

\*\*\* P<,01; \*\* P<,05 ve \* P<,10

Çekme faktörlerinden içsel ve dışsal sosyal sermayenin algılanan rekabet stratejileri (1: farklılaştırma) üzerindeki doğrudan etkilerini ve yaşam döngüsünün düzenleyici (moderatör) etkisini değerlendirmek için yapılan lojistik regresyon analizi sonuçları Tablo 5'de özetlenmektedir. Algılanan rekabet stratejisine etkisi açısından içsel sosyal sermaye değişkenine ilişkin sonuçlara baktığımızda  $\beta$  değeri 2,346 ve Wald değeri 16,681 olarak tespit edilmiştir (Tablo 5; Model 1). Bu model için ki-kare değeri 24,999 ( $p<0,05$ ) çıkmıştır. *Göçmen girişimcilerin yüksek içsel sosyal sermayeye sahip olması maliyet liderliği stratejisini tercih etme üzerinde olumlu yönde etkisi olduğunu* ifade eden  $H_4$  hipotezi için destek bulunamamıştır. Hosmer-Lemeshow testi  $p=0,142>0,05$  olduğundan anlamsız olmakta ve bu değer anlamsız olması modelin kabul edilebilir uyuma sahip olduğuna işaret etmektedir.

$H_5$  hipotezi ise, göçmen girişimcilerin yüksek dışsal sosyal sermayeye sahip olmasının farklılaştırma stratejisini tercih etme üzerinde olumlu yönde etkili olduğunu iddia etmektedir. Algılanan rekabet stratejisine etkisi açısından dışsal sosyal sermaye değişkenine ilişkin sonuçlara baktığımızda  $\beta$  değeri 1,464 ve Wald değeri 7,760 olarak tespit edilmiştir (Tablo 5; Model 4). Bu model için ki-kare değeri 9,059 ( $p<0,05$ ) çıkmıştır. Bu bulgular çerçevesinde dışsal sosyal sermayenin farklılaştırma stratejisi üzerinde pozitif yönde etkiye sahip olacağını ifade eden  $H_5$  hipotezi desteklenmektedir. Hosmer-Lemeshow testi  $p=0,622>0,05$  olduğundan anlamsız olmakta ve bu değer anlamsız olması modelin kabul edilebilir uyuma sahip olduğuna işaret etmektedir.

$H_{13}$  hipotezi, iş yaşam döngüsünde başlangıç aşamasında olunmasının, göçmen girişimcilerin içsel sosyal sermayesi ile maliyet liderliği rekabet stratejisini tercih etmeleri arasındaki olumlu etkiyi daha da güçlendireceğini ifade etmektedir. İçsel sosyal sermaye ile yaşam döngüsü arasındaki etkileşim değişkenine dair katsayılar incelendiğinde  $\beta$  değeri -2,580 ve Wald değeri 1,834 olarak tespit edilmiş ve anlamlılık düzeyi  $p=0,176$  olarak hesaplanmıştır (Tablo 5; Model 3). Buradan hareketle,  $p>0,05$  olduğundan bu değişken anlamlı değildir.  $H_{13}$  hipotezi desteklenmemiştir. Yani, işletme dönemi değişkeninin, içsel sosyal sermaye ile maliyet liderliği stratejisi arasındaki ilişki üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.

Farklılaştırma stratejisi ile dışsal sosyal sermaye arasındaki ilişki üzerindeki işletme dönemi değişkeninin etkisini ele alan analiz sonuçlarına baktığımızda, dışsal sosyal sermaye ile yaşam döngüsü etkileşimine ait  $\beta$  değeri -1,740 ve Wald değeri 0,865 olarak tespit edilmiş ve anlamlılık düzeyi  $p=0,352$  olarak hesaplanmıştır (Tablo 5; Model 6). Buradan hareketle,  $p>0,05$  olduğundan bu değişken anlamlı değildir. İşletmenin yaşam döngüsünde büyüme aşamasında dışsal sosyal sermaye ve farklılaşma stratejisi arasındaki ilişkinin güçleneceğini savunan  $H_{14}$  hipotezi desteklenmemiştir. Yani, işletme dönemi değişkeninin, dışsal sosyal sermaye ile farklılaştırma stratejisi arasındaki ilişki üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.

**Tablo 5.** Göçmen Girişimcilerin Sosyal Sermayelerinin Algılanan Rekabet Stratejileri (1:Farklılaştırma) Üzerindeki Etkilerini ve Yaşam Döngüsünün Moderatör Etkisini Test Eden Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5	Model 6
<b>Bağımsız değişkenler</b>						
İçsel sosyal sermaye	2,346*** (16,681)	0,836 (0,891)	4,297 (2,614)			
Dışsal sosyal sermaye				1,464*** (7,760)	-0,281 (0,106)	2,441 (0,675)
<b>Moderatör değişken</b>						
İşletme dönemi		2,896** (5,702)	9,127 (3,445)		4,011*** (12,674)	7,639 (3,204)
<b>Moderatör etki</b>						
İçsel sosyal sermaye X İşletme Dönemi			-2,580 (1,834)			
Dışsal sosyal sermaye X İşletme Dönemi						-1,740 (0,865)
<b>Sabit</b>	-5,111*** (14,025)	-6,500*** (14,263)	-14,346*** (5,271)	-2,968** (6,374)	-5,793*** (1,704)	-11,145*** (3,214)
<b>Ki-kare</b>	24,999*** (0,000)	31,704*** (0,000)	33,653*** (0,000)	9,059*** (0,003)	31,004*** (0,000)	31,922*** (0,000)
<b>-2 Log likelihood</b>	50,792	44,087	42,138	66,732	44,787	43,869
<b>Cox &amp; Snell R kare</b>	0,365	0,438	0,458	0,152	0,431	0,440
<b>Nagelkerke R kare</b>	0,488	0,586	0,612	0,203	0,576	0,589
<b>Hosmer &amp; Lemeshow</b>	5,449 (0,142)	1,608 (0,657)	0,564 (0,905)	3,509 (0,622)	2,790 (0,835)	2,297 (0,890)

<sup>a</sup> Wald değerleri parantez içinde verilmiştir.

\*\*\* P<,01; \*\* P<,05 ve \* P<,10

Çekme faktörlerinden insan sermayesi ve itme faktörlerinden kurumsal bağlamın algılanan rekabet stratejileri (1: Farklılaştırma) üzerindeki etkisini değerlendirmek için yapılan lojistik regresyon analizi sonuçları Tablo 6'da özetlenmektedir. H<sub>6</sub> hipotezine göre *göçmen girişimcilerin dil yeterliliğine sahip olması farklılaşma stratejisini, tercih etme üzerinde olumlu yönde etkili* olmaktadır. Algılanan rekabet stratejisine etkisi açısından dil yeterliliği değişkenine ilişkin sonuçlara baktığımızda β değeri 0,224 ve Wald değeri 0,382 olarak tespit edilmiştir (Tablo 6; Model 1). Bu model için ki-kare değeri 0,386 (p>0,05) çıkmıştır. Buradan hareketle, p=0,534>0,05 olduğundan bu değişken anlamlı değildir. H<sub>6</sub> hipotezi desteklenmemiştir. Diğer bir ifadeyle, dil yeterliliğinin algılanan rekabet stratejileri üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.

Tablo 6'da görüldüğü üzere algılanan rekabet stratejisine etkisi açısından eğitim değişkenine ilişkin sonuçlara baktığımızda β değeri -0,029 ve Wald değeri 0,003 olarak tespit edilmiştir (Tablo 6; Model 2). Bu model için ki-kare değeri (p>0,05) 0,003 çıkmıştır. Buradan hareketle, p=0,959>0,05 olduğundan bu değişken anlamlı değildir. *Göçmen girişimcilerin ev sahibi ülkede edindikleri daha yüksek eğitim seviyesi, farklılaştırma stratejisini tercih etme üzerinde olumlu yönde etkili* olduğunu ileri süren H<sub>7</sub> hipotezi desteklenmemiştir. Yani, eğitim seviyesinin algılanan rekabet stratejileri üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.

Araştırma hipotezlerinden H<sub>8</sub> hipotezine göre, *göçmen girişimcilerin ev sahibi ülkede deneyime sahip olması, farklılaştırma stratejisini tercih etme üzerinde olumlu yönde etkilidir*. Algılanan rekabet stratejisine etkisi açısından deneyim değişkenine ilişkin sonuçlara baktığımızda β değeri 0,939 ve Wald değeri 13,448 olarak tespit edilmiştir (Tablo 6; Model 3). Bu model için ki-kare değeri (p<0,05) 23,324 çıkmıştır. H<sub>8</sub> hipotezi desteklenmektedir. Hosmer-Lemeshow testi p=0,786>0,05 olduğundan anlamsız olmakta ve bu değer anlamsız olması modelin kabul edilebilir uyuma sahip olduğuna işaret etmektedir.

H<sub>9</sub> hipotezin zayıf kurumsal bağlam, *göçmen girişimcilerin maliyet liderliği stratejisini tercih etmesi üzerinde olumlu yönde etkilediğini ileri sürmektedir*. Algılanan rekabet stratejisine etkisi açısından kurumsal bağlam değişkenine ilişkin sonuçlara baktığımızda β değeri 0,660 ve Wald değeri 2,883 olarak tespit edilmiştir (Tablo 6; Model 4). Bu model için ki-kare değeri 3,408 (p>0,05) çıkmıştır. Buradan hareketle, p=0,065>0,05



olduğundan bu değişken anlamlı değildir.  $H_0$  hipotezi desteklenmemiştir. Yani, kurumsal bağlamın, algılanan rekabet stratejileri üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.

**Tablo 6.** Göçmen Girişimcilerin İnsan Sermayelerinin ve Kurumsal Bağlamın Algılanan Rekabet Stratejileri (1: Farklılaştırma) Üzerindeki Etkilerini Test Eden Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
<b>Bağımsız değişkenler</b>				
Dil yeterliliği	0,224 (0,382)			
Eğitim		-0,029 (0,003)		
Deneyim			0,939*** (13,448)	
Kurumsal Bağlam				0,660 (2,883)
<b>Sabit</b>	-0,199 (0,382)	0,029 (0,057)	-3,744*** (10,809)	-1,423 (2,186)
<b>Ki-kare</b>	0,386 (0,534)	0,003 (0,959)	23,324*** (0,000)	3,408 (0,065)
<b>-2 Log likelihood</b>	75,405	75,788	52,467	72,383
<b>Cox &amp; Snell R kare</b>	0,007	0,000	0,346	0,060
<b>Nagelkerke R kare</b>	0,009	0,000	0,462	0,080
<b>Hosmer &amp; Lemeshow</b>	1,932 (0,165)	0,000 (.)	2,434 (0,786)	6,693 (0,461)

<sup>a</sup> Wald değerleri parantez içinde verilmiştir.

\*\*\* P<,01; \*\* P<,05 ve \* P<,10

Tablo 7'de araştırma bulguları bir bütün olarak sunulmaktadır.

**Tablo 7.** Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

Hipotezler	Sonuçlar
<b>H<sub>1</sub>:</b> Göçmen girişimcilerin geniş bir ağa sahip olması, maliyet liderliği stratejisini tercih etme üzerinde olumlu yönde etkilidir.	Desteklenmemiştir
<b>H<sub>2</sub>:</b> Göçmen girişimcilerin zayıf bir ağa sahip olması, farklılaştırma stratejisini tercih etme üzerinde olumlu yönde etkilidir.	Desteklenmemiştir
<b>H<sub>3</sub>:</b> Göçmen girişimcilerin güçlü bir ağa sahip olması, maliyet liderliği stratejisini tercih etme üzerinde olumlu yönde etkilidir.	Desteklenmiştir
<b>H<sub>4</sub>:</b> Göçmen girişimcilerin yüksek içsel sosyal sermayeye sahip olması, maliyet liderliği stratejisini tercih etme üzerinde olumlu yönde etkilidir.	Desteklenmemiştir
<b>H<sub>5</sub>:</b> Göçmen girişimcilerin yüksek dışsal sosyal sermayeye sahip olması farklılaştırma stratejisini tercih etme üzerinde olumlu yönde etkilidir.	Desteklenmiştir
<b>H<sub>6</sub>:</b> Göçmen girişimcilerin dil yeterliliğine sahip olması farklılaştırma stratejisini tercih etme üzerinde olumlu yönde etkilidir.	Desteklenmemiştir
<b>H<sub>7</sub>:</b> Göçmen girişimcilerin daha yüksek eğitim seviyesine sahip olması farklılaştırma stratejisini tercih etme üzerinde olumlu yönde etkilidir.	Desteklenmemiştir
<b>H<sub>8</sub>:</b> Göçmen girişimcilerin daha fazla deneyime sahip olması farklılaştırma stratejisini tercih etme üzerinde olumlu yönde etkilidir.	Desteklenmiştir
<b>H<sub>9</sub>:</b> Zayıf kurumsal bağlam, göçmen girişimcilerin maliyet liderliği stratejisini tercih etme üzerinde olumlu yönde etkilidir.	Desteklenmemiştir
<b>H<sub>10</sub>:</b> Başlangıç aşamasında geniş bir ağ ve maliyet liderliği stratejisi arasındaki ilişki güçlenmektedir.	Desteklenmemiştir
<b>H<sub>11</sub>:</b> Başlangıç aşamasında güçlü bağlar ve maliyet liderliği stratejisi arasındaki ilişki güçlenmektedir.	Desteklenmemiştir
<b>H<sub>12</sub>:</b> Büyüme aşamasında zayıf bağlar ve farklılaştırma stratejisi arasındaki ilişki güçlenmektedir.	Desteklenmemiştir

**Tablo 7. Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları (Devamı)**

<b>H13:</b> Başlangıç aşamasında içsel sosyal sermaye ve maliyet liderliği stratejisi arasındaki ilişki güçlenmektedir.	Desteklenmemiştir
<b>H14:</b> Büyüme aşamasında dışsal sosyal sermaye ve farklılaşma stratejisi arasındaki ilişki güçlenmektedir.	Desteklenmemiştir

#### 4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada sosyal ağ teorisi, kaynak temelli görüş ve kurumsal teori çerçevesinde geliştirilen itme ve çekme faktörlerinin, işletmenin yaşam döngüsü de dikkate alınarak Suriyeli göçmen girişimcilerin rekabet stratejileri üzerindeki etkileri irdelenmeye çalışılmaktadır. Bu kapsamda Suriyeli göçmen girişimcilerin yoğun olarak bulunduğu Gaziantep ve Trabzon illerinde faaliyette bulunan firmalar örnekleme oluşturmaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre, Suriyeli, göçmen girişimcilerin rekabet stratejisi olarak maliyet liderliği stratejisini tercih etmelerinde en önemli etmenin sahip oldukları güçlü bağların varlığı oluşturmaktadır. Rekabet stratejisi olarak farklılaşma stratejilerini benimsemelerinde en önemli etkenlerin ise dışsal sosyal sermayeleri ve ev sahibi ülkede edindikleri deneyimler olduğu tespit edilmiştir.

İlgili yazın paralelinde ağdaki kişi sayılarını ifade eden ağ büyüklüğünün arttıkça göçmen girişimcilerin maliyet liderliğini tercih edecekleri beklenirken çalışma sonuçları aksi yönde bulgular sunmaktadır. Büyük bir ağa sahip olan göçmen girişimcilerin farklılaşma rekabet stratejilerini tercih ettikleri görülmektedir. Bu çarpıcı sonuç ağın sayı olarak büyüklüğünün tek başına değerlendirilmek yerine asıl olanın ağda yer alan bireylerin nitelikleri ve kim olduklarıyla ilintili olduğu kanısıyla örtüşmektedir. Ayrıca ağda yer alan kişi sayısı güçlü bağlar yerine daha fazla zayıf bağlar oluşturma zemini hazırlayarak girişimcilere daha özgüvenli ve riskli stratejiler tercih etme ortamı ve kaynağı yaratabilir diye de düşündürmektedir.

Araştırma bulguları, beklentiler yönünde güçlü bağlara sahip göçmen girişimcilerin maliyet liderliği rekabet stratejisini tercih etme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Güçlü bağlar, daha önce de detaylı bir biçimde aktarıldığı üzere bilgi akışı ve kaynak elde etmedeki sağladığı önemli avantajlar ve işlem maliyetlerinde yarattığı tasarruf nedeniyle göçmen girişimciyi daha fazla sahip olduğu etnik bağlara bağımlı bırakmakta ve güvence vermektedir. Dolayısıyla bu durumda daha az riskli ve sunduğu avantajlardan faydalanmak için maliyet liderliği stratejisini tercih etme noktasında önemli oranda güdüleyebilmektedir. Bununla birlikte zayıf bağların algılanan rekabet stratejisi üzerinde herhangi bir etkisine rastlanılamamıştır.

Çalışmada beklentilerin aksine elde edilen bir diğer bulgu ise içsel sosyal sermayenin, ilgili yazının aksine, rekabet stratejileri olarak maliyet liderliği değil farklılaşma stratejisini tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bilhassa aile ve tanıdıklardan sağlanan içsel sosyal sermaye, hem üretim hem de işlem maliyetlerini azaltarak göçmen girişimcilere maliyet avantajları sağlamaktadır (Chand ve Ghorbasi, 2011: 506). Ancak bizim örnekleminizde yer alan Suriyeli göçmen girişimciler için bu sonuçlar elde edilememiştir. Diğer taraftan, çalışma bulguları sahip olunan dışsal sosyal sermayenin göçmen girişimcileri farklılaşma stratejilerini tercih etmeleri noktasında etkilediğini ortaya koymaktadır. Dışsal sosyal sermaye aktörlere farklı kaynaklardan daha hızlı ve kolay bir biçimde bilgiye ulaşma fırsatları sunmaktadır (Güngördü, 2018: 4). Göçmen girişimcilerin bu fırsatları değerlendirerek kendi etnik ağları dışında farklı pazarlarda ve alanlarda rekabet etmeyi tercihe edebildikleri görülmektedir.

Çalışmada insan sermayesi olarak ele alınan dil, eğitim ve deneyim boyutlarından sadece deneyimin, ilgili yazın ile paralel olarak, göçmen girişimcilerin farklılaşma rekabet stratejilerini benimsemelerini güdülediklerini göstermektedir. Vinogradov ve Kolvereid (2007: 365)'e göre daha fazla iş deneyimi olan bireylerin, en kazançlı girişimcilik fırsatlarını keşfedebilme ihtimali daha yüksek olmaktadır. Ev sahibi ülkede edinilen iş deneyimi, o ülkede işgücü piyasasının ihtiyaçlarını daha iyi giderme olanağı kazandırmakta (Kanas ve arkadaşları, 2009: 182) ve iş fırsatlarını keşfetme ve takip etme ihtimalini arttırmaktadır (Bates, 1990). Ayrıca göçmenler sahip oldukları iş deneyimi sayesinde etnik ekonomi dışında daha iyi ilerleme avantajı yakalayabilmektedirler (Ramirez ve Hondagneu-Sotelo, 2009). Dolayısıyla ev sahibi ülkedeki iş deneyimi ev sahibi ülkenin tanınmasının verdiği güvenle daha riskli kararlar olmaya ve maliyetler artsa bile gelirleri arttırabilecek rekabet stratejilerini benimsemelerini destekleyebilmektedir.





Çalışmada iş yaşam döngüsünün itme faktörleri ile rekabet stratejileri arasındaki ilişki arasındaki ilişkide herhangi bir düzenleyici etkisine rastlanılmamıştır. Örnekleme başlangıç ve büyüme aşamasında yer alan firma sayıları birbirine yakın olmakla birlikte olumlu ya da olumsuz herhangi bir etkilerine rastlanılmamıştır. Yaşam döngüsünün diğer kademelerinin çalışma kapsamında yer alamaması kısıttan dolayı bu sonuçlar elde edilmiş olabilir.

İlgili yazın incelendiğinde çalışmaların önemli bir kısmının göçmenlerin girişimci olmalarının ardındaki itici ve çekici faktörleri ve kuramsal temelden hareket etmediği görülmektedir. Ayrıca göçmen girişimcilerin rakipleri karşısında başarılı olmasını ve uzun süre varlıklarını devam ettirmelerini sağlayan stratejilerinin neler olduğu gibi önemli bir konuyu bir araştırmaya da yazarlar tarafından rastlanılmamıştır. Başka bir ifadeyle göçmen girişimcilerin strateji bağlamı inceleme konusu yapılmamıştır. Bu çalışmada üç teori çerçevesinde oluşturulan modellerle itici ve çekici faktörlerin rekabet stratejileri üzerindeki etkileri irdelenmeye çalışılmaktadır. Suriyeli göçmen girişimciler dünyada ve en yoğun olduğu Türkiye’de önemli bir paya sahip olmakla beraber bu şirketlerin var olabilmek adına hangi stratejileri ne güdülerden dolayı takip ettikleri araştırılmamıştır. Bu çalışmanın, başarılı bir şekilde ithalat-ihracat faaliyetleri yapan ve Türkiye ekonomisine ciddi bir katkı sağlayan bu girişimci grubun stratejik davranışları ile ilgili de değerli bulgular sunduğuna inanılmaktadır. Bu çalışmadan elde edilen sonuçların Türkiye’de göçmen girişimcilik araştırmalarının ilerlemesine önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın bu önemli katkıların yanı sıra kısıtları da bulunmaktadır. Öncelikle çalışmanın sadece iki şehir ile kısıtlanması ve özellikle Suriyeli göçmenlerin yoğunlukta olduğu İstanbul gibi şehirlerin çalışma kapsamında yer alamaması çalışmanın önemli bir kısıtını oluşturmaktadır. Çünkü girişimcilerin faaliyette buldukları lokasyonların onların stratejik tercihler de bulunmaları üzerinde etkili olacağı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra daha kapsamlı örnekleme gerçekleştirilen bir çalışmada faaliyette bulunan sektör ayırımının yapılması da söz konusu ilişkiler üzerinde önemli bir etki yaratabilecektir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda farklı lokasyonlarda faaliyette bulunan göçmen girişimcilerle örneklemin genişletilerek yapılması önerilmektedir. Bunun yanı sıra göçmen girişimcilerin bireysel özellikleri ve göçün türü de dikkate alınarak gerçekleştirilecek çalışmaların daha derinlemesine bilgi üreteceği düşünülmektedir. Ayrıca sadece ev sahibi ülke bağlamı değil farklı köken ülke (ana ülke) bağlamlarının incelenip çalışmaya dâhil edilmesi başka bir öneri olarak sunulabilir.

## KAYNAKÇA

- ADLER, Paul & Seok KWON (2002). “Social Capital: Prospectsfor A New Concept”, **Academy of Management Review**, 27(1), 17-40.
- ALDRICH, Howard & Jennifer CLIFF (2003). “The Pervasive Effects of Family on Entrepreneurship: Toward A Family Embeddedness Perspective”, **Journal of Business Venturing**, 18(5), 573-596.
- ASHOURIZADEH, Shayegheh; Thomas SCHOTT; Ece PİŞİKİNSÜT ŞENGÜLER & Yi WANG (2016). “Exporting by Migrants and İndigenous Entrepreneurs: Contingent on Gender and Education”, **International Journal of Business and Globalisation**, 16(3), 264-283.
- ATSAN, Nuray (2017). “Etnik Girişimlerin Doğuşu ve Gelişiminde Sosyal Ağların Rolü: Almanya’da Türk Girişimciler Örneği”, **Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 9(2), 1-16.
- BAGWELL, Susan (2008). “Transnational Family Networks and Ethnic Minority Business Development”, **International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research**, 14(6), 377-394.
- BAL, Yasemin (2011). **Rekabet Stratejilerinin İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarına Etkisi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BAŞ, Türker (2013). **Anket**, 7. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- BATES, Timothy (1990). “Entrepreneur Human Capital Inputs and Small Business Longevity”, **Review of Economics and Statistics**, 72(4), 551-559.
- BEAL, Reginald & Masoud YASAI ARDEKANI (2000). “Performance Implications of Aligning CEO Functional Experiences with Competitive Strategies”, **Journal of Management**, 26(4), 733-762.



BECKER, Gery (1964). **Human capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education**, New York: Columbia University Press,

BOURDIEU, Pierre & Loïc JD WACQUANT (1992). **An Invitation to Reflexive Sociology**, University of Chicago Press.

BRUDERL Josef & Peter PREISENDORFER (1998). "Network Support and The Success of Newly Founded Business", **Small Business Economics**, 10(3): 213-225.

BURT, Ronalds (1992). **Structural Holes: The Social Structure of Competition**, Harvard University Press, Cambridge, MA.

CHAGANTI, Radba & Patricia GREENE (2002). "Who Are Ethnic Entrepreneurs? A Study of Entrepreneurs' Ethnic Involvement and Business Characteristics", **Journal of Small Business Management**, 40(2), 126-143.

CHAND, Masud & Majid GHORBANI (2011). "National Culture, Networks, Ethnic Entrepreneurship: A Comparison of the Indian and Chinese Immigrants in The US", **International Business Review**, 20, 593-606.

CHANDLER, Gaylen & Steven HANKS (1998). "An Examination of the Substitutability of Founders' Human and financial Capital in Emerging Business Ventures", **Journal of Business Venturing**, 3(5), 353-370.

CHISWICK, Barry & Paul MILLER (2002). "Immigrant Earnings: Language Skills, Linguistic Concentrations and The Business Cycle", **Journal of Population Economics**, 15(1): 31-57.

CHRYSOSTOME, Elie (2010). "The Success Factors of Necessity Immigrant Entrepreneurs: In Search of a Model", **Thunderbird International Business Review**, 52, (2), 137-152.

CHRYSOSTOME, Elie & Sebastien ARCAND (2009). "Survival of Necessity Immigrant Entrepreneurs: An Exploratory Study", **Journal of Comparative International Management**, 12(2), 3-29.

COLEMAN, James (1988). "Social Capital in the Creation of Human Capital", **American Journal of Sociology**, 94, 95-120.

ÇAKAR, Mehmet (2008). **Ankara'ya Yerleşen Kosova-Prizren Göçmenlerinin İçsel ve Dışsal Sosyal Sermaye Kullanımları: Örnek Olay Çalışması**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.

DAVIDSSON, Per & Honig, Benson (2003). "The Role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs", **Journal of Business Venturing**, 18(3), 301-331.

DEAKINS, David; Mohammed ISHAQ; David SMALLBONE; Geoff WHITTAM & Janette WYPER (2007). "Ethnic Minority Business in Scotland and The Role of Social Capital", **International Small Business Journal**, 25(3), 307-326.

DUBINI, Paola & Howard ALDRICH (1991). "Personal and Extended Networks Are Central to The Entrepreneurial Process", **Journal of Business Venturing**, 6(5), 305-313.

DUSTMANN, Christian (1999). "Temporary Migration, Human Capital, and Language Fluency of Migrants", **Scandinavian Journal of Economics**, 101(2), 297-314.

EVANS, Mariah Debra Ruperti (1989). "Immigrant Entrepreneurship: Effect of Ethnic Market Size and Isolated Labor Pool", **American Sociological Review**, 54(6), 950-962.

FIELD, John (2006). **Sosyal Sermaye**, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

GENÇ, Emine (2016). **İşletmelerde Yenilik ve Rekabet Stratejilerinin Rekabet Gücüne Sinerjik Etkisi**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Karabük Üniversitesi.

GRANOVETTER, Mark (1973). "The Strength of Weak Ties", **American Journal of Sociology**, 78(6), 1360-1379.

GREVE, Arent & Janet SALAFF (2003). "Social Networks and Entrepreneurship", **Entrepreneurship Theory and Practice**, 28(1), 1-22.



GÜNGÖRDÜ, Sevcin (2018). **Göçmen Girişimcilerin Kişilik Özellikleri ve Göçmen Girişimcilik Üzerine Algıları**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü.

HOANG, Ha & Bostjan ANTONCICH (2003). "Network-Based Research in Entrepreneurship A Critical Review", **Journal of Business Venturing**, 18(2), 165 - 187.

INKPEN, Andrew & Eric TSANG (2005). "Social Capital, Network, and Knowledge Transfer", *The Academy of Management Review*, 30(1), 20.

İLHAN-NAS, Tülay & Engin TOSUN (2015). Küresel Finansal Krizin Almanya'daki Türk Etnik Girişimler Üzerindeki Etkileri: Sosyal Sermayenin Rolü. *TISK Academy/TISK Akademi*, 10-19.

KANAS, Agnieszka; Frank Van TUBERGEN & Tanja Van Der LIPPE (2009). "Immigrant Self-Employment Testing Hypotheses about the Role of Origin-and Host-Country Human Capital and Bonding and Bridging Social Capital", **Work and Occupations**, 36(3), 181-208.

KANAS, Agnieszka & Frank Van TUBERGEN (2009). "The Impact of Origin and Host Country Schooling on the Economic Performance of Immigrants", **Social Forces**, 88(2), 893-915.

KOÇ, Muzaffer; İbrahim GÖRÜCÜ & Nihat AKBIYIK (2015). "Suriyeli Sığınmacılar ve İstihdam Problemleri", **Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi**, 5(1): 63-93.

MATA, Jose & Claudia ALVES (2018). "The Survival of Firms Founded by Immigrants: Institutional Distance Between Home and Host Country, and Experience in The Host Country", **Strategic Management Journal**, 39(11), 2965-2991.

MEYER, John & Brian ROWAN (1977). "Institutional organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony", *The American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363.

NAHAPIET, Janine & Sumantra GHOSHAL (1998). "Social Capital, Intellectual Capital, and The Organizational Advantage", **Academy of Management Review**, 23(2), 242-266.

NDOFER, Hermann Achidi & Richard PRIEM (2011). "Immigrant Entrepreneurs, The Ethnic Enclave Strategy, and Venture Performance", **Journal of Management**, 37(3), 790-818.

NİŞANCI, Zehra Nuray (2015). "Göçmen Girişimcilik Üzerine: Pittsburgh'daki Türk Girişimciler".

NOOTEBOOM, Bart (2002). **Trust. Forms, Foundations, Functions, Failures and Figures**, Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Elgar.

NORTH, Douglass (1990). **Institutions, Institutional Change and Economic Performance**, New York: Cambridge University Press.

ÖZCAN, Ela (2016). "Çağdaş Göç Teorileri Üzerine Bir Değerlendirme", **İş ve Hayat Dergisi**, 2(4), 183-215.

ÖZEN, Şükrü & Zuhul ASLAN (2006). "İçsel ve Dışsal Sosyal Sermaye Yaklaşımları Açısından Türk Toplumunun Sosyal Sermaye Potansiyeli: Ortadoğu Sanayi ve Ticaret Merkezi (OSTİM) Örneği", **Akdeniz İktisadi İdari Bilimler Dergisi**, 6(12), 130-161.

ÖZER, Mehmet Akif (2013). **21. Yüzyılın Modern Yönetimi İçin Geleceğe Yön Veren Yönetim Teorileri**, Gazi Kitabevi, Ankara.

PENG, Mike & Jessie ZHOU (2005). "How Network Strategies and Institutional Transitionse Volve in Asia", **Asia Pacific Journal of Management**, 22(4), 321-336.

PORTER, Michael (1985). **Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance**, The Free Press, New York.

PUTNAM, Robert (1995). "Bowling Alone: America's Declining Social Capital", **Journal of Democracy**, 6(1), 65-78.

RAMIREZ, Hernan & Pierrette HONDAGNEU-SOTELO (2009). "Mexican Immigrant Gardeners: Entrepreneurs or Exploited Workers?", **Social Problems**, 56(1), 70-88.



SCOTT, Richard & John MEYER (1994). **Institutional Environments and Organizations**, CA: Sage Publications, Thousand Oaks.

SEQUEIRA, Jennifer & Abdul RASHEED (2006). "Start-up and Growth of Immigrant Small Businesses: The Impact of Social and Human Capital", **Journal of Developmental Entrepreneurship**, 11(4), 357-375.

SHANE, Scott (2004). **A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus**, Edward Elgar Publishers, İngiltere.

SHINNAR, Rachel S. & Dilek ZAMANTILI NAYIR (2019). "Immigrant Entrepreneurship in an Emerging Economy: The Case of Turkey", **Journal of Small Business Management**, 57(2), 559-575.

SINGER, Bas P.; Bart BOSSINK & HERMAN PUTTE (2007). "Corporate Real Estate and Competitive Strategy", **Journal of Corporate Real Estate**, 9(1), 25-38.

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

TANWAR, Ritika (2013). "Porter's Generic Competitive Strategies", **Journal of Business and Management**, 15(1), 11-17.

TAS, Ali; Umut Sanem ÇİTÇİ & Yusuf CESTENECİ (2012). "The role of Immigration as a Social Network on Shaping Entrepreneurship Tendency: A Research on Balkan Immigrant Entrepreneurs in Turkey", **Canadian Social Science**, 8(4), 67-79.

TRACEY, Paul & Nelson PHILLIPS (2011). "Entrepreneurship in Emerging Markets Strategies for New Venture Creation in Uncertain Institutional Contexts", **Management International Review**, 51(1), 23-39.

TYMON, Walter & Stephen STUMPF, (2003). "Social Capital in The Success of Knowledge Workers", **Career Development International**, 8(1), 12-20.

VINOGRADOV, Evgueni & Lars KOLVREID (2007). "Cultural Background, Human Capital and Self-Employment Rates Among Immigrants in Norway", **Entrepreneurship Regional Development**, 19(4), 359-376.

WALDINGER, Roger; David MCEVOY & Howard ALDRICH (1990). "Spatial Dimensions of Opportunity Structures", John Stanfield (Ed.), **Ethnic Entrepreneurs, içinde** (106-130), London: Sage Publications.

WELLMAN, Barry & Scot WORTLEY (1990). "Different Strokes from Different Folks: Community Ties and Social Support", **The American Journal of Sociology**, 96(3), 558-589.

WHITLEY, Richard (2000). **The Intellectual and Social Organization of the Sciences**, Oxford University Press on Demand.

WITT, Peter (2004). "Entrepreneurs' Networks and The Success of Start-ups", **Entrepreneurship and Regional Development**, 16(5), 391-412.

ZHOU, Lianxi; Wei-Ping WU & Xueming LUO (2007). "Internationalization and The Performance of Born-Global SMEs: The Mediating Role of Social Networks", **Journal of International Business Studies**, 38(4), 673-690.

ZHOU, Min & Myungduk CHO (2010). "Noneconomic Effects of Ethnic Entrepreneurship: A Focused Look at the Chinese and Korean Enclave Economies in Los Angeles", **Thunderbird International Business Review**, 52(2), 83-96.